



1859

UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja
Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Turismo

**“Análisis del Perfil del Turista en la Parroquia Urbana
Zaruma, Patrimonio Cultural y Pueblo Mágico del Ecuador”**

**Trabajo de Titulación previo a optar por el
Título de Licenciada en Turismo**

AUTORA:
Yomara Lissbeth Zeas Macas.

DIRECTORA:
Ing. Gladys Alexandra Suárez Jaramillo, Mg. Sc.

Loja - Ecuador
2022

Certificación del trabajo de titulación



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

SECRETARIA GENERAL
FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CERTIFICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Loja, 08 de abril del 2022

Ing. Gladys Alexandra Suárez Jaramillo, Mg.Sc.
DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo proceso de la elaboración del Trabajo de Titulación: **“Análisis del Perfil del Turista en la Parroquia Urbana Zaruma, Patrimonio Cultural y Pueblo Mágico del Ecuador”** de autoría de la estudiante **Yomara Lissbeth Zeas Macas**, previa a la obtención del título de **Licenciada en Turismo**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja para el efecto, autorizo la presentación para la respectiva sustentación y defensa.

Firmado digitalmente por GLADYS
ALEXANDRA SUAREZ JARAMILLO
Fecha: 2022.04.08 10:26:03 -0500

F) _____
Ing. Gladys Alexandra Suárez Jaramillo, Mg.Sc.
DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

C.C. *Srta. Yomara Lissbeth Zeas Macas*
Expediente De Estudiante
Archivo

Autoría

Yo, **Yomara Lissbeth Zeas Macas**, declaro ser autora del presente trabajo de titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi trabajo de titulación en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.



Firmado electrónicamente por:

**YOMARA
LISSBETH ZEAS
MACAS**

Firma:

Cédula de Identidad: 0706965290

Fecha: 01 de agosto del 2022

Correo electrónico: yomara.zeas@unl.edu.ec

Celular: 0981658930

Carta de autorización

Carta de autorización del trabajo de titulación por parte de la autora para la consulta de producción parcial o total, y publicación electrónica de texto completo.

Yo, **Yomara Lissbeth Zeas Macas**, declaro ser autora del trabajo de titulación titulado **Análisis del Perfil del Turista en la Parroquia Urbana Zaruma, Patrimonio Cultural y Pueblo Mágico del Ecuador**, como requisito para optar el título de: **Licenciada en Turismo**; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

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

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del trabajo de titulación que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, al primer día del mes de agosto del dos mil veintidós.



Firmado electrónicamente por:
**YOMARA
LISSBETH ZEAS
MACAS**

Firma:

Autora: Yomara Lissbeth Zeas Macas

Cédula: 0706965290

Dirección: Portovelo, Ciudadela El Oro – Calle 13 de Mayo

Correo electrónico: yomara.zeas@unl.edu.ec

Celular: 0981658930

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Directora del Trabajo de Titulación: Ing. Gladys Alexandra Suárez Jaramillo, Mg. Sc.

Tribunal de Grado:

Ing. Luis Raúl Coronel Curimilma, Mg. Sc.

Ing. Agustín Nicolás Arias Riofrío, Mg. Sc.

Dr. Eduardo José Martínez Martínez, MAE.

Dedicatoria

En primer lugar, el presente trabajo de titulación es dedicado a Dios por el regalo de la vida y la fuerza que me dio para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados. A mi madre Piedad Macas y padrastro Wilson Armijos, por el amor y la oportunidad que me dieron de seguir una carrera universitaria; así también a mis hermanas, sobrino, abuelitos, tíos, primos y demás familiares quienes han estado siempre presentes brindándome su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso.

En especial, a mi tío René Macas, que Dios lo tiene en su santa gloria y ahora es un ángel en mi vida y que de seguro se encuentra muy orgulloso de su sobrina, por haber cumplido una meta más en su vida y desde donde está bendice mi camino.

Yomara Lissbeth Zeas Macas

Agradecimiento

Quiero expresar mi rotundo agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, a la Facultad Jurídica, Social y Administrativa, a la Carrera de Turismo, a las autoridades y personal docente, por la dedicación, responsabilidad y experiencia académica con la que me impartieron sus enseñanzas y valiosos conocimientos teóricos – prácticos, que fueron un aporte fundamental en mi formación profesional.

Mi gratitud en especial a la Ing. Gladys Alexandra Suárez Jaramillo, Mg. Sc, Directora del Trabajo de Titulación, quién con sus conocimientos, tiempo y apoyo me guio a través de cada una de las etapas de la presente investigación para alcanzar los resultados que buscaba.

También quiero agradecer al Ing. Jhansy López Jumbo, alcalde del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Zaruma, por la apertura y apoyo brindado, de la misma manera, al personal de la Unidad de Promoción y Difusión Turística del GAD Municipal de Zaruma, como lo es el Ing. Diego Armijos y Mgs. Lucy Matamoros, por la facilitación en el suministro de información física y digital necesaria para el desarrollo de la investigación.

Yomara Lissbeth Zeas Macas

Índice de Contenidos

Portada	i
Certificación del trabajo de titulación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de Contenidos	vii
Índice de Tablas	x
Índice de Figuras	xiii
Índice de Anexos.....	xiv
1. Título	1
2. Resumen	2
2.1 Abstract.....	3
3. Introducción	4
4. Marco teórico	6
4.1 Turismo.....	6
4.1.1 Definición	6
4.1.2 Tipos de Turismo.....	6
4.2 Turista.....	8
4.2.1 Definición	8
4.2.2 Tipologías de turistas.....	8
4.3 Motivaciones	9
4.4 Diagnóstico Turístico	11
4.5 Sistema Turístico	11

4.6	Producto Turístico	13
4.6.1	Características de los productos turísticos.....	13
4.7	Ruta turística.....	14
4.8	Patrimonio Cultural	14
4.8.1	Patrimonio Cultural Material.....	15
4.8.2	Patrimonio Cultural Inmaterial.....	15
4.9	Programa Pueblos Mágicos Ecuador.....	15
4.10	Declaratoria como Patrimonio Cultural del Ecuador.....	15
4.11	Declaratoria como Pueblo Mágico del Ecuador	16
4.12	Marco Referencial.....	16
4.12.1	Estudios Referenciales.....	16
4.13	Marco Legal.....	18
4.13.1	Constitución de la República del Ecuador.....	18
4.13.2	Ley Orgánica de Cultura.....	20
4.13.3	Ley de Patrimonio Cultural	20
4.13.4	Ley de Turismo.....	21
5.	Metodología.....	22
5.1	Ubicación del área de estudio.....	22
5.2	Materiales	23
5.2.1	Material Bibliográfico	23
5.2.2	Material electrónico.....	23
5.2.3	Otros	23
5.3	Métodos	24
5.3.1	Métodos de investigación	24

5.4	Metodología para el primer objetivo específico: “Diagnosticar la situación actual del turismo de la parroquia urbana Zaruma”	25
5.5	Metodología para el segundo objetivo específico: “Definir el perfil del turista y las motivaciones para visitar la parroquia urbana del cantón Zaruma”	27
5.6	Metodología para el tercer objetivo específico: “Proponer un producto turístico a partir del estudio de la demanda”	29
6.	Resultados	30
6.1	Resultados del primer objetivo	30
6.1.1	Diagnóstico Turístico	30
6.1.2	Caracterización de la Demanda	49
6.1.3	Caracterización de Atractivos y Recursos Turísticos	51
6.2	Resultados del segundo objetivo	72
6.2.1	Tamaño de la muestra.....	72
6.2.2	Encuesta.....	74
6.2.3	Perfil del turista que visita la parroquia urbana Zaruma	90
6.3	Resultados del tercer objetivo.....	91
6.3.1	Segmentación de mercado.....	91
6.3.2	Producto turístico.....	92
7.	Discusión	110
8.	Conclusiones	114
9.	Recomendaciones	115
10.	Bibliografía	116
11.	Anexos	121

Índice de Tablas

Tabla 1. Ejemplos de motivaciones generales para viajar.....	10
Tabla 2. Formato de ficha de resumen de atractivos turísticos	26
Tabla 3. Ficha de jerarquización de los atractivos turísticos naturales y culturales.....	27
Tabla 4. Establecimientos de alojamiento de la parroquia urbana Zaruma.....	32
Tabla 5. Locales nuevos de alimentos y bebidas.....	33
Tabla 6. Establecimientos de alimentos y bebidas de la parroquia urbana Zaruma.....	34
Tabla 7. Espacios públicos de la parroquia urbana Zaruma.....	36
Tabla 8. Guías locales de la parroquia urbana Zaruma	37
Tabla 9. Transporte público.....	39
Tabla 10. Transporte público terrestre	40
Tabla 11. Disponibilidad de servicio telefónico.....	41
Tabla 12. Disponibilidad de servicio telefónico celular.....	42
Tabla 13. Disponibilidad de servicio de internet.....	42
Tabla 14. Instituciones que brindan apoyo a la comunidad	45
Tabla 15. Organizaciones existentes en la zona	46
Tabla 16. Actividades económicas	47
Tabla 17. Priorización de problemas de valoración alta, media y baja	49
Tabla 18. Atractivos turísticos validados y catalogados por el MINTUR	51
Tabla 19. Café Zarumeño	52
Tabla 20. Fiesta de Semana Santa en el Cerro El Calvario	54
Tabla 21. Fiestas de la Virgen del Carmen	55
Tabla 22. Fiesta Cívica de Independencia.....	56
Tabla 23. Mina El Sexmo.....	57
Tabla 24. Museo Municipal de Arte e Historia “Dr. Gonzalo Rodríguez Calderón”	58
Tabla 25. El Tigrillo	59
Tabla 26. Santuario de la Virgen del Carmen	60
Tabla 27. Centro Histórico	61
Tabla 28. Plaza de la Independencia	62
Tabla 29. Cerro El Calvario	63
Tabla 30. Museo Selva Indígena	64

Tabla 31. Museo Montúfar.....	65
Tabla 32. Centro de Interpretación Cultural Hospital Medalla Milagrosa.....	66
Tabla 33. Iglesia de San Francisco.....	67
Tabla 34. Cerro Zaruma Urcu	69
Tabla 35. Mirador Batea Rumi.....	70
Tabla 36. Ficha de jerarquización de los atractivos turísticos naturales y culturales.....	71
Tabla 37. Valores de n por año.....	73
Tabla 38. Proyección del número de llegada de turistas	74
Tabla 39. Sexo.....	75
Tabla 40. Edad.....	75
Tabla 41. Nacionalidad.....	75
Tabla 42. Residencia	76
Tabla 43. Estado civil.....	76
Tabla 44. Nivel de estudios	77
Tabla 45. Ocupación actual	77
Tabla 46. Ingreso mensual.....	78
Tabla 47. Promedio de gasto diario en su visita.....	78
Tabla 48. Componentes esenciales durante su visita	79
Tabla 49. Forma de pago.....	79
Tabla 50. Medio de transporte utilizado para visitar la parroquia urbana Zaruma	80
Tabla 51. Lugar donde se hospeda	80
Tabla 52. Establecimiento donde consume sus alimentos y/o bebidas	81
Tabla 53. Servicios turísticos contratados en el destino.....	81
Tabla 54. Frecuencia de viaje.....	82
Tabla 55. Compañía durante el viaje.....	82
Tabla 56. Duración de la visita.....	82
Tabla 57. Fuentes de información relevantes para planear su visita a Zaruma.....	83
Tabla 58. Forma de compra u organización del viaje	83
Tabla 59. Aspectos para elegir a Zaruma como su destino turístico.....	84
Tabla 60. Motivos de visita a la parroquia urbana Zaruma.....	84
Tabla 61. Grado de interés por conocer el centro histórico.....	85

Tabla 62. Grado de interés por conocer el Santuario de la Virgen del Carmen.....	86
Tabla 63. Grado de interés por conocer la Iglesia de San Francisco.....	86
Tabla 64. Grado de interés por conocer el Centro de Interpretación Cultural Hospital Medalla Milagrosa.....	86
Tabla 65. Grado de interés por conocer el Museo Municipal de Arte e Historia “Dr. Gonzalo Rodríguez Calderón”.....	86
Tabla 66. Grado de interés por conocer el Museo Selva Indígena.....	87
Tabla 67. Grado de interés por conocer el Museo Montúfar.....	87
Tabla 68. Grado de interés por conocer la Plaza de la Independencia.....	87
Tabla 69. Grado de interés por conocer la Mina “El Sexmo”.....	87
Tabla 70. Grado de interés por conocer la Fiesta de Semana Santa en el Cerro “El Calvario”	88
Tabla 71. Grado de interés por conocer las Fiestas en honor a la Virgen del Carmen.....	88
Tabla 72. Grado de interés por conocer la Fiesta Cívica de Independencia	88
Tabla 73. Grado de interés por conocer la gastronomía típica.....	88
Tabla 74. Grado de interés por conocer el Cerro El Calvario	89
Tabla 75. Grado de interés por conocer el Cerro Zaruma Urcu	89
Tabla 76. Grado de interés por conocer el Mirador Batea Rumi (Piscina Municipal).....	89
Tabla 77. Tiempo de capacidad para contratar un tour	90
Tabla 78. Segmentación de mercado.....	91
Tabla 79. Itinerario Ruta Turística “Sarahuma”.....	94
Tabla 80. Descripción de los atractivos turísticos de la Ruta Turística “Sarahuma”	100
Tabla 81. Presupuesto del Itinerario (8 Pax + 1 guía).....	102

Índice de Figuras

Figura 1. Jerarquía de necesidades humanas.....	10
Figura 2. Estructura y Funcionamiento del Sistema Turístico de un Destino.....	12
Figura 3. Mapa de localización de la provincia de El Oro y el cantón Zaruma.....	22
Figura 4. Mapa político administrativo del cantón Zaruma.....	31
Figura 5. Marca turística “Zaruma ciudad patrimonio”	104
Figura 6. Marca turística “Visita Zaruma ciudad patrimonio”	105
Figura 7. Marca turística “Visita Zaruma ciudad patrimonio”	105
Figura 8. Marca turística “Pueblos Mágicos Zaruma Ecuador”	105
Figura 9. Marca turística “Pueblos Mágicos Zaruma Ecuador”	106
Figura 10. Mapa General de la Ruta Turística “Sarahuma”.....	107
Figura 11. Mapa de la Ruta Turística “Sarahuma” – Día 1	108
Figura 12. Mapa de la Ruta Turística “Sarahuma” – Día 2	109

Índice de Anexos

Anexo 1. Ficha de Diagnóstico Turístico de Comunidades	121
Anexo 2. Modelo de entrevista	130
Anexo 3. Entrevista a actores clave del sector turístico de la ciudad	132
Anexo 4. Ficha para el levantamiento de atractivos turísticos del MINTUR	134
Anexo 5. Modelo de encuesta	145
Anexo 6. Mapa de geolocalización por cantones de la provincia de El Oro	151
Anexo 7. Mapa de ubicación de la Región Zonal 7	152
Anexo 8. Mapa de afluentes de agua de la provincia de El Oro	153
Anexo 9. Mapa de viabilidad de la provincia de El Oro.....	154
Anexo 10. Mapa de la densidad poblacional del cantón Zaruma	155
Anexo 11. Mapa de características del suelo de la parroquia urbana Zaruma.....	156
Anexo 12. Certificación de traducción del Abstract	157

1. Título

**Análisis del Perfil del Turista en la Parroquia Urbana Zaruma, Patrimonio Cultural
y Pueblo Mágico del Ecuador**

2. Resumen

La parroquia urbana Zaruma cuenta con una considerable demanda turística atraída por su oferta de turismo cultural, pero carece de información del perfil del turista que la visita. Por ello, la presente investigación tiene como objetivo principal analizar el perfil del turista que visita la parroquia urbana del cantón Zaruma, para lo cual se plantearon tres objetivos específicos. Para el primer objetivo se utilizó la metodología de Diagnóstico Turístico de Comunidades empleada por Carla Ricaurte Quijano y la ficha para el levantamiento de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo año 2018, donde se obtuvo como resultado información de la situación actual de los seis elementos que componen el sistema turístico y la actualización del inventario de 17 atractivos turísticos, de los cuales un 82% corresponde a jerarquía III y el 18% restante a jerarquía II. Para el segundo objetivo se empleó la metodología del Centro de Estudios Superiores en Turismo CESTUR, la cual propone varios ítems: el perfil sociodemográfico de los visitantes, la estructura de consumo de bienes y servicios turísticos, la organización del viaje y variables motivacionales; los resultados determinaron que existe mayor presencia de turistas nacionales que provienen principalmente de provincias como Guayas, El Oro y Pichincha; cuyo gasto turístico diario está destinado mayormente a alimentos y bebidas, por último, sus motivos de visita tienen relación con la oferta de turismo cultural. Con base en los resultados del perfil del turista y sus motivaciones se cumplió con el tercer objetivo, para lo cual se realizó una segmentación de mercado y propuesta de la Ruta Turística “Sarahuma” con enfoque a una línea de producto cultural, dicha ruta tiene una duración de 2 días - 1 noche y fue incluida en un paquete turístico.

Palabras clave: diagnóstico turístico, perfil del turista, motivaciones, ruta turística, patrimonio cultural, pueblo mágico, Zaruma.

2.1 Abstract

The urban parish of Zaruma has a considerable tourist demand thanks to its cultural tourism offer, but lacks information on the profile of the tourists who visit it. Therefore, the main objective of this research is to analyze the profile of tourists visiting the urban parish of the Zaruma canton, thus, three specific objectives were proposed. For the first objective, the methodology of Tourism Diagnosis of Communities used by Carla Ricaurte Quijano was used, as well as the data sheet of tourist attractions created by the Ministry of Tourism in 2018, which it provided information on the current situation of the six elements that make up the tourism system and the updating of the inventory of 17 tourist attractions, which 82% corresponds to hierarchy III and the remaining 18% to hierarchy II. For the second objective, the methodology of the Centro de Estudios Superiores en Turismo CESTUR was used, which proposes several points: the sociodemographic profile of visitors, the structure of consumption of tourist goods and services, the organization of the trip and motivational variables. The results determined that exists a greater presence of national tourists who come mainly from provinces such as Guayas, El Oro and Pichincha; whose daily tourist expenditure is mainly for food and beverages, and finally, their reasons for visiting are related to the cultural tourism offer. Based on the results of the tourist profile and their motivations, the third objective was fulfilled through a market segmentation and proposal of the "Sarahuma" Tourist Route that was made with a focus on a cultural product line, this route has a duration of 2 days - 1 night and was included in a tourist package.

Key words: tourism diagnosis, tourist profile, motivations, tourist route, cultural heritage, magical town, Zaruma.

3. Introducción

A nivel mundial, el turismo proporciona medios de subsistencia a millones de personas y permite a miles de millones apreciar su propia cultura y otras diferentes, así como la naturaleza. Representa más del 20% del producto interno bruto (PIB) de algunos países y, en general, es el tercer sector más importante de la economía mundial en materia de exportaciones. (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2020, p. 2) De hecho, el turismo en nuestro país se destaca por ser la tercera fuente de ingresos no petroleros, después del banano y el camarón, lo que evidencia la relevancia del sector para la economía ecuatoriana.

El perfil turístico alude a la caracterización a un destino turístico. La caracterización con frecuencia se basa en variables socioeconómicas y demográficas de los turistas. El perfil permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos. (Pat y Calderón, 2012, p. 50) Analizar el perfil del turista que visita un lugar en concreto se ha convertido en necesario para poder evolucionar dentro del sector, dado que permite alcanzar una posición fuerte y competitiva en el mercado poniendo en marcha nuevos productos turísticos para segmentos especializados. (Moreno, 2020, p. 2)

El área de estudio de la investigación es la ciudad de Zaruma, cantón del mismo nombre de la Provincia de El Oro; sus características patrimoniales, culturales y naturales, gastronomía típica, diversidad de flora y fauna, paisajes naturales, hospitalidad de su gente con los turistas y demás cualidades hacen que se convierta en una ciudad con alto potencial turístico. Cabe recalcar que de los 14 cantones que conforman dicha provincia sólo Zaruma y Arenillas han sido declaradas como “Ciudades Patrimonio Cultural del Ecuador”. Calle y Sánchez (2020) afirman que “Zaruma es una de las principales opciones a considerar por visitantes nacionales o extranjeros, al momento de practicar la modalidad de turismo cultural - patrimonial dentro de la provincia” (p. 292). Sin embargo, a pesar de que la parroquia urbana en cuestión cuenta con una considerable demanda turística atraída por sus bienes patrimoniales y modalidad de turismo cultural, carece de información del perfil del turista que la visita. En efecto, Lapo y Quituisaca (2019) indican que en “la parroquia urbana de Zaruma sólo se maneja un registro convencional físico básico, es decir, no se utiliza alguna herramienta digital que permita poseer datos estadísticos lo cual ha ocasionado falta de información estadística real de los visitantes” (p. 175). Por lo tanto, se ha creído conveniente la realización de esta investigación.

Para el presente estudio se estableció como pregunta general de investigación ¿Cuál es el perfil del turista que visita la parroquia urbana del cantón Zaruma?. A través del desarrollo de los objetivos planteados, se pudo determinar la situación actual de los seis elementos que componen el sistema turístico correspondientes a gobernanza, demanda, comunidad receptora, atractivos, oferta de servicios e infraestructura; luego en base a la información recopilada se logró acorde a la realidad del territorio, estructurar de una mejor manera el instrumento para permitir medir el perfil del turista y sus motivaciones, de modo que los datos en cuales se estructuró el instrumento de la encuesta fueron: perfil sociodemográfico del turista, estructura de consumo de bienes y servicios turísticos, organización del viaje y variables motivacionales. Posteriormente, se realizó una segmentación de mercado donde analizando las características, necesidades y motivos de visita del mercado identificado se elaboró la propuesta de una ruta turística denominada “Sarahuma” con enfoque a una línea de producto cultural, la cual ha sido incluida en un paquete turístico para comercializarse.

Es importante mencionar que la realización de esta investigación ayudará significativamente al gobierno local, el territorio e incluso a la empresa privada a conocer quiénes visitan el casco urbano de Zaruma, así como quiénes podrían interesarse en visitarla lo cual es un elemento clave para planificar y desarrollar una oferta turística que cumpla con las expectativas e intereses de los turistas nacionales e internacionales que visitan la localidad. Al mismo tiempo, servirá para un mejor análisis desde la academia, ya que, dicho estudio aportaría en la imagen de la ciudad como destino turístico cultural y patrimonial. Por último, esta investigación deja planteadas futuras líneas de investigaciones y constituye un precedente para próximos estudios que se desean realizar en el área u otros sectores.

Para este estudio se planteó un objetivo general “Analizar el perfil del turista que visita la parroquia urbana del cantón Zaruma” y tres objetivos específicos, los cuales son: “Diagnosticar la situación actual del turismo de la parroquia urbana Zaruma”, “Definir el perfil del turista y las motivaciones para visitar la parroquia urbana del cantón Zaruma” y “Proponer un producto turístico a partir del estudio de la demanda”.

Finalmente, las principales limitaciones que se tuvieron durante el desarrollo de la investigación fueron: en primer lugar, el tiempo porque sólo se contó con 4 meses para realizar el estudio, sumado a esto las restricciones debido al aumento de contagios por coronavirus y omicrón, además, de la situación del socavón en la zona céntrica a causa de la minería ilegal.

4. Marco teórico

4.1 Turismo

4.1.1 Definición

Para la OMT (como se citó en Sancho, 2019), el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros.

4.1.2 Tipos de Turismo

La OMT (2019) en su publicación “Definiciones de turismo de la OMT” proporciona un marco conceptual completo, conciso, operacional, aplicable y globalmente relevante sobre los siguientes tipos de turismo:

Turismo Cultural: El turismo cultural es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/ productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico.

Del mismo modo, para diferenciarlo de otros tipos de turismo en la Carta de Turismo Cultural adoptada por el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS) suscrita en Bélgica en 1976 (como se citó en Zambrano, García, Rodríguez et al., 2017), se expresa que es:

Aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios históricos, artísticos, ejerciendo un efecto realmente positivo sobre estos en tanto contribuye para satisfacer sus propios fines a su mantenimiento y protección. Esta forma de turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socioculturales y económicos que comporta para toda la población implicada. (p. 201)

Para Caldevilla, García y Barrientos (2019) en la actualidad, el turismo cultural no se entiende como una manifestación menor o de poca repercusión, sino como una parte más de la oferta turística, con su propia gama de sub-productos. Definir lo que se considera cultura o producto cultural puede, sin embargo, ser complejo: con una mente abierta, hay contenido cultural en una amplia gama de ofertas turísticas convencionales, aunque solo sea hasta cierto grado. (p. 63)

De estas definiciones se deduce que el turismo cultural es el conjunto del patrimonio material e inmaterial que constituye la oferta turística de determinado destino, en el que la motivación principal del visitante es adquirir conocimientos y experiencias vivenciales durante su visita; mediante esta actividad turística se enseña a la comunidad y visitante la importancia de la

conservación y valorización de dicho patrimonio, a la vez se genera para la localidad beneficios tanto socioculturales como económicos.

Ecoturismo: El ecoturismo es un tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local.

Turismo rural: El turismo rural es un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés.

Turismo de aventura: El turismo de aventura es un tipo de turismo que normalmente tiene lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos y tiende a asociarse con una actividad física, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza. Esta experiencia puede implicar algún tipo de riesgo real o percibido y puede requerir un esfuerzo físico y/o mental significativo.

Turismo de negocios: El turismo de negocios es un tipo de actividad turística en la que los visitantes viajan por un motivo específico profesional y/o de negocio a un lugar situado fuera de su lugar de trabajo y residencia con el fin de asistir a una reunión, una actividad o un evento. Los componentes clave del turismo de negocios son las reuniones, los viajes de incentivos, los congresos y las ferias.

Turismo Gastronómico: El turismo gastronómico es un tipo de actividad turística que se caracteriza por el hecho de que la experiencia del visitante cuando viaja está vinculada con la comida y con productos y actividades afines. Además de experiencias gastronómicas auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico puede implicar también otras actividades afines tales como la visita a productores locales, la participación en festivales gastronómicos y la asistencia a clases de cocina.

Turismo urbano: El turismo urbano o de ciudad es un tipo de actividad turística que tiene lugar en un espacio urbano con sus atributos inherentes caracterizados por una economía no agrícola basada en la administración, las manufacturas, el comercio y los servicios y por constituir nodos de transporte. Los destinos urbanos ofrecen un espectro amplio y heterogéneo de

experiencias y productos culturales, arquitectónicos, tecnológicos, sociales y naturales para el tiempo libre y los negocios.

Turismo de montaña: El turismo de montaña es un tipo de actividad turística que tiene lugar en un espacio geográfico definido y delimitado como son las colinas o montañas, con características y atributos inherentes a un determinado paisaje, una topografía, un clima, una biodiversidad (flora y fauna) y una comunidad local. Engloba un amplio espectro de actividades de ocio y deporte al aire libre.

Turismo educativo: El turismo educativo cubre aquellos tipos de turismo que tienen como motivación primordial la participación y experiencia del turista en actividades de aprendizaje, mejora personal, crecimiento intelectual y adquisición de habilidades. El turismo educativo representa un amplio espectro de productos y servicios relacionados con los estudios académicos, las vacaciones para potenciar habilidades, los viajes escolares, el entrenamiento deportivo, los cursos de desarrollo de carrera profesional y los cursos de idiomas, entre otros.

Turismo deportivo: El turismo deportivo es un tipo de actividad turística que se refiere a la experiencia viajera del turista que o bien observa como espectador, o bien participa activamente, en un evento deportivo que implica por lo general actividades comerciales y no comerciales de naturaleza competitiva.

4.2 Turista

4.2.1 Definición

La OMT (como se citó en Entorno Turístico, 2018) define a los turistas como aquellas personas que viajan a un destino principal ajeno a su lugar de residencia habitual por motivos de ocio o negocios, y que tienen una estancia mínima de una noche en dicho lugar.

El turista es aquella persona que se traslada a un lugar distinto de donde reside y que permanece en él por un periodo mínimo de una noche y no mayor de 12 meses consecutivos. Su principal motivo de viaje no está relacionado con el desarrollo de actividades remuneradas o con residir en el lugar de destino. (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo [PROMPERÚ], 2015, p. 46)

4.2.2 Tipologías de turistas

Las formas y estilos de vida y los atributos individuales de las personas – actitudes, percepciones, personalidad, experiencias y motivaciones–, dan lugar a diferentes tipos de turistas

que Cohen (1974) clasifica en cuatro grandes grupos, describiendo los dos primeros como turismo institucionalizado y los dos últimos como turismo no-institucionalizado:

1. El turista de masas organizado: tiene poco contacto con la cultura local y busca mantener su entorno habitual en el destino de vacaciones.

2. El turista de masas individual: similar al anterior, aunque con un poco más de flexibilidad en sus decisiones.

3. El explorador: organiza su viaje independientemente, aunque buscando transporte y alojamiento confortables. Abandona el entorno habitual, pero de vez en cuando vuelve a él.

4. El impulsivo: no tiene ningún contacto con la industria turística, intenta abandonar su entorno de siempre, no tiene itinerario fijo y tiene contacto con las culturas que visita.

4.3 Motivaciones

La motivación para viajar representa el estímulo inicial que pone en marcha todo el proceso decisorio posterior. Según Maslow (1970), estas motivaciones vienen determinadas por una serie de necesidades que afectan a todos los individuos y se hayan dispuestas jerárquicamente en un orden de preferencia para ser satisfechas. El orden jerárquico de estas necesidades es el siguiente:

- 1.** Necesidades fisiológicas (nivel más bajo en la jerarquía): hambre, frío, sed, etc.
- 2.** Seguridad: seguridad, estar libre del miedo y la ansiedad.
- 3.** Amor: afecto, dar y recibir amor.
- 4.** Estima: estima por uno mismo y por los demás.
- 5.** Autorrealización (nivel más alto en la jerarquía): sentirse completo.

Según esta teoría, cuando las necesidades más básicas en la jerarquía de Maslow las necesidades fisiológicas se satisfacen, dejan de tener importancia para el individuo, apareciendo como nuevas motivaciones de su conducta las necesidades encuadradas en el siguiente nivel de la jerarquía (Ver Figura 1).



Figura 1. Jerarquía de necesidades humanas

Fuente: Motivation and Personality [Motivación y Personalidad], por A. Maslow, 1970, Harper & Row. Copyright, 1970 by Abraham Maslow.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Según Cooper, Fletcher, Gilbert, & Wanhill (1993), la motivación comprende las siguientes ideas:

1. El acto de viajar responde inicialmente a la existencia de unas necesidades que representan el impulso de la acción.

2. La motivación tiene sus raíces en factores sociales y psicológicos, en actitudes, percepciones, cultura, etc., dando lugar a formas individuales de motivación.

3. La imagen orgánica e inducida son esenciales para la motivación y afectan al tipo de viaje escogido.

A continuación, en la tabla 1 Moutinho (1987) menciona algunos ejemplos de motivaciones generales para viajar:

Tabla 1. Ejemplos de motivaciones generales para viajar

Motivo	Razones
Educación y cultura	Cómo vive y trabaja la gente de otros lugares. Para visitar monumentos, vistas y piezas de arte. Para comprender mejor los acontecimientos actuales. Para asistir a eventos especiales, culturales o artísticos.
Relajación, aventura y placer	Escapar de la rutina diaria y de las obligaciones. Para visitar nuevos sitios, gente o buscar nuevas experiencias. Para pasarlo bien Tener alguna aventura romántica o sexual.
Salud y esparcimiento	Descansar y recuperarse del trabajo o estrés.

	Practicar deporte y ejercicio.
Familia y amigos	Visitar los lugares de donde procede la familia. Visitar amigos y parientes. Pasar tiempo con la familia y los niños.
Esnobismo	Poder hablar de los lugares visitados. Porque está de moda. Para demostrar que uno puede permitírselo.

Fuente: Consumer behaviour in tourism [Comportamiento del consumidor en el turismo], por L. Moutinho, 1987, European journal of marketing. Copyright 1987, MCB UP Ltd.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

4.4 Diagnóstico Turístico

El diagnóstico turístico se entiende como estudio y recopilación de información en un territorio con relación a la oferta y demanda de servicios o productos turísticos que se desarrollan en un lugar particular. Es decir, consiste en analizar los elementos básicos que conforman la estructura turística y el territorio. También se lo conoce como estado de situación actual que tiene como propósito definir la condición del destino o lugar antes de planificar una propuesta turística o diseñar un producto turístico. (Rogel, 2019, p. 12)

Según Ricaurte (2009), el diagnóstico sirve para tres propósitos muy concretos:

1. Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones.
2. Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos actualizados.
3. Establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística.

4.5 Sistema Turístico

El sistema turístico está compuesto por un conjunto de elementos externos que son la dimensión política, social, cultural, ambiental y económica; e internos como superestructura, oferta, demanda infraestructura y comunidad receptora, vinculados entre sí como una estructura sólida con bases en el desarrollo local en los diferentes factores que lo integran. (Pineda, Sojos y Calle, 2019, p. 164)

En el Manual para Diagnóstico Turístico Local, Ricaurte (2009) menciona que “el sistema turístico está compuesto por seis elementos a los que llamaremos subsistemas que agrupan a todos los actores sociales del turismo, así como a los atractivos, servicios turísticos y básicos que son necesarios para el funcionamiento de la actividad” (p. 16). (Ver Figura 2)

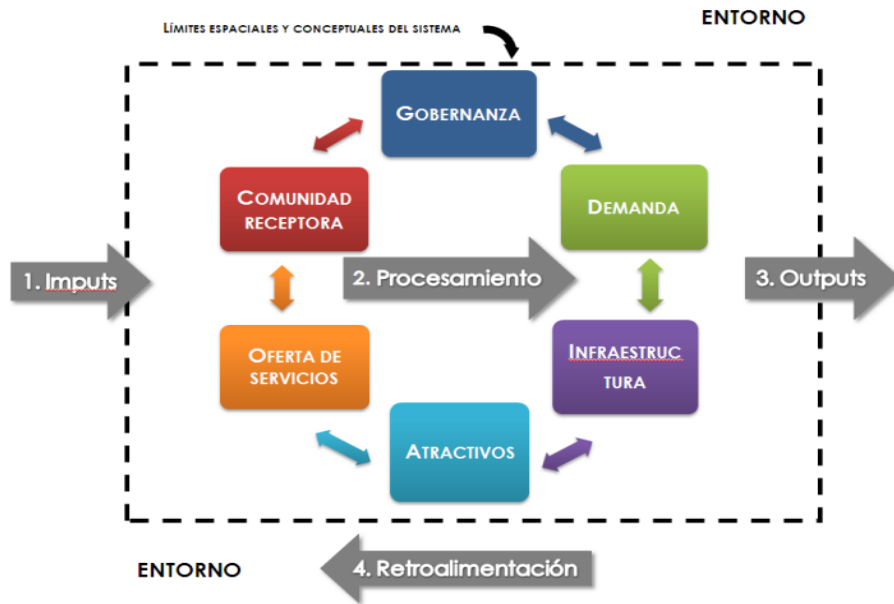


Figura 2. Estructura y Funcionamiento del Sistema Turístico de un Destino

Fuente: “Manual para el diagnóstico turístico local. Guía para planificadores”, por C. Ricaurte, 2009, Guayaquil, Ecuador: Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) con base en la propuesta de Sergio Molina, 2000.

En dicho manual la nomenclatura y componentes al interior de cada subsistema han sido adaptados de los originales de Sergio Molina para actualizarlos con las nuevas tendencias de desarrollo de la actividad y con base en los parámetros de la Organización Mundial de Turismo, la Ley de Turismo del Ecuador y el PLANDETUR 2020.

Por lo tanto, la función de cada subsistema es la siguiente:

a) Gobernanza: Es el subsistema regulador, se encarga de dirigir a la actividad turística y está compuesto por las organizaciones públicas, privadas y no gubernamentales que toman decisiones o de alguna manera inciden en el desarrollo turístico. Se incluyen además los documentos normativos como leyes, políticas, regulaciones, planes y proyectos que cumplen la misma función.

b) Demanda: Su función es hacer uso de los espacios, servicios y atracciones turísticas a la vez que inyecta divisas en el destino y mantiene la dinámica del sistema. La demanda está compuesta por los visitantes, que, según la OMT, dependiendo de su origen pueden ser internacionales o internos. La demanda de un destino también puede caracterizarse en real, potencial o futura.

c) Comunidad Receptora: De acuerdo con la modalidad de gestión turística del territorio puede tener mayor o menor participación en el desarrollo. La comunidad receptora puede ser

caracterizada por su nivel de participación en la dirección del sistema (en ese caso formaría parte de la superestructura) o por su intervención en la actividad turística a través de empleos directos, indirectos e inducidos.

d) Atractivos: Se los considera como el origen del sistema turístico ya que territorialmente, el sistema se genera alrededor de estos. Los atractivos pueden ser naturales o culturales y pueden ser jerarquizados de acuerdo a su capacidad de generar una demanda o de acuerdo a su potencialidad de desarrollo.

e) Oferta de servicios: Incluye a los servicios propiamente turísticos como la alimentación, alojamiento, esparcimiento y otros, cuya función es facilitar y extender la estadía del visitante. También se incluye la oferta de actividades turísticas que tiene un destino. Este subsistema puede caracterizarse a través de inventarios o catastros que aglutinan a todas las empresas e instalaciones de carácter turístico de un lugar determinado.

f) Infraestructura: Su función es sostener la producción, es decir apoyar a la oferta de servicios, por eso es considerado un elemento del sistema. Se incluyen servicios básicos como agua potable, energía eléctrica y alcantarillado, pero también servicios de salud y gasolineras. Aquí se identifican además los servicios de transporte, vías y terminales que permiten la llegada de la demanda y su traslado desde y hacia otros espacios turísticos.

4.6 Producto Turístico

Un producto turístico es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital. (OMT, 2019, p. 19)

4.6.1 Características de los productos turísticos

Para de La Colina (2021), “los servicios y productos del sector turístico presentan algunas características diferentes a los productos del sector industrial, los cuales deben ser tenidos en cuenta a la hora de su comercialización” (p. 3). Algunas de esas características son:

- El servicio turístico es intangible.
- La experiencia turística no se puede transferir.
- El servicio no puede probarse, por tanto, corre el riesgo de clientes insatisfechos.

- El producto no vendido, se ha perdido.
- El servicio produce un derecho de uso sin transferir la propiedad.
- El cliente es quien acude a la compra.
- El contacto con el cliente en la mayoría de los casos suele ser directo.
- El cliente participa en la producción.
- Peculiaridades de los servicios y productos turísticos deportivos.

4.7 Ruta turística

La ruta turística tiene por función la promoción de un área, de una región o de una temática con potencialidad turística. Entre sus principales características se encuentran: la facilitación del encuentro entre el visitante, el medio y la sensación de libertad que tiene el turista para moverse en un determinado destino, a la vez, concluye que puede comercializarse organizándola a modo de paquete turístico. (Chan, 2005, p. 18)

Se definen como rutas o caminos trazados para que turistas o viajeros puedan conocer y visitar diferentes atractivos turísticos. Existen dos tipos de rutas turísticas: circulares y lineales. Las primeras, tienen un punto de partida y tienen atractivos naturales como paisajes haciendo paradas en puntos de interés. Las segundas, se puede decir que van como lo indica su nombre, en línea, y los destinos turísticos se encuentran ligados entre sí por medio de características en común. (Goodall y Ashworth, 1988)

El establecimiento de una ruta turística consta de cuatro fases de acuerdo a Goodall y Ashworth (1988):

1. Determinar la localización de los atractivos.
2. Analizar la infraestructura.
3. Valorar y determinar rutas alternativas.
4. Elegir rutas que más convengan.

4.8 Patrimonio Cultural

El patrimonio cultural cumple un rol destacado en una nación al permitir conocer el tránsito del ser humano en el tiempo y en el espacio como resultado de la simbiosis entre la naturaleza y la cultura. Es así como el patrimonio se manifiesta en las edificaciones arquitectónicas, en los restos arqueológicos, en los bienes documentales, en las obras de arte y remite al legado cultural de los pueblos ancestrales. (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural [INPC], 2014, p. 4)

4.8.1 Patrimonio Cultural Material

El patrimonio cultural material es la herencia tangible de los pueblos ancestrales. Pero, lastimosamente estos bienes patrimoniales son susceptibles de deterioro por las condiciones inherentes a ellos o por factores externos que afectan su integridad física. De hecho, se divide en bienes muebles (pintura y escultura, bienes documentales, textiles, numismática, bienes arqueológicos, entre otros); y bienes inmuebles (conjuntos urbanos, espacios públicos y equipamiento funerario). (INPC, 2014, pp. 5-6)

4.8.2 Patrimonio Cultural Inmaterial

El patrimonio inmaterial o intangible, está ligado a la memoria y a la herencia en la medida en que su vigencia y representatividad genera procesos de identidad y de pertenencia en la comunidad. En este sentido, está conformado por las manifestaciones y expresiones cuyos saberes, conocimientos, técnicas y prácticas han sido transmitidos de generación en generación, recreados constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia. (Ministerio Coordinador de Patrimonio, 2012, p. 30)

4.9 Programa Pueblos Mágicos Ecuador

El Programa de Desarrollo de Localidades Pueblos Mágicos Ecuador, se originó como una alianza del MINTUR con la Secretaría de Turismo de México (SECTUR), con la finalidad de identificar a los destinos que cuentan con potencial turístico y cumplen con las condiciones para el desarrollo de esta actividad y promueven la inversión pública y privada. En Ecuador el MINTUR busca mejorar la calidad de vida de los habitantes de esas poblaciones a través de obras e ingresos generados por el turismo. (Universidad Técnica Particular de Loja [UTPL], 2020)

4.10 Declaratoria como Patrimonio Cultural del Ecuador

La historia de Zaruma permitió que los asentamientos coloniales y republicanos aún se mantengan representados arquitectónicamente en el centro histórico de su parroquia urbana. Además, permitieron el desarrollo e innovación de componentes como la gastronomía, religión, educación, artesanías entre otros que hasta la actualidad son de sumo interés para quienes la visitan. Esta riqueza fue reconocida desde 1977, donde la Dirección Nacional de Turismo declara a este territorio como ciudad de interés turístico nacional debido a sus atributos paisajísticos, culturales y arquitectónicos. Pero no fue hasta 1990 en donde el Ministerio de Educación y Cultura del Ecuador declara a Zaruma Patrimonio Cultural del estado ecuatoriano. (Guartatanga y Rivera, 2021, p. 3) Por la conservación del patrimonio arquitectónico y cultural que mantiene la bella Sultana de El

Oro. De la misma forma, el tigrillo zarumeño plato típico de la localidad desde el 2 de abril del año 2020 forma parte del Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador. Cabe recalcar que desde 1998 consta en la lista indicativa de la UNESCO para ser declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad.

4.11 Declaratoria como Pueblo Mágico del Ecuador

En el año 2019 fue designada como parte del Programa de Desarrollo de Localidades Pueblos Mágicos Ecuador – 4 Mundos; de hecho, el cantón Zaruma fue uno de los primeros lugares en incorporarse en el PPM – Ecuador, debido a que su GAD Municipal buscó que este destino se posicionara dentro del mercado turístico nacional. Un porcentaje reducido de ecuatorianos ya conoce esta localidad o está informado sobre la misma, por su riqueza minera, ya que desde hace varias décadas atrás viene realizando la extracción de oro, pero con los años las primeras construcciones que fueron residencias coloniales de hacendados y dueños de minas se convirtieron en patrimonio. Estas características, sumado a la calidez de su gente, cascadas, y gastronomía permitieron que este lugar esté apto para postularse como pueblo mágico del Ecuador. Fue en el año 2020 que, en el marco de una sesión solemne, llevada a cabo por el aniversario 199 de su emancipación, se otorga la declaratoria de Zaruma como Pueblo Mágico del Ecuador, misma nominación fue aprobada por el comité de PPM y fue entregada por la ex Ministra de Turismo, Rosi Prado De Holguín. (Guartatanga y Rivera, 2021, p. 15)

4.12 Marco Referencial

4.12.1 Estudios Referenciales

Título: “Análisis estadístico del perfil turista en España a nivel provincial”

Nombre de la base de datos: Repositori Universitat Jaume I.

Fecha de la publicación: 2020

Lugar: España

Resumen: A día de hoy, el turismo se ha convertido en una de las principales actividades económicas a nivel mundial. Además de que es un sector que proporciona muchos beneficios a la economía del país, crea una amplia oferta de empleo. Por lo que el analizar el perfil del turista que visita un lugar en concreto se ha convertido en necesario para poder evolucionar dentro del sector. Es importante conocer el gasto, las pernoctaciones, el motivo de la visita y las actividades principales que llevan a cabo los turistas para elegir un destino para pasar las vacaciones. En el siguiente trabajo se realizará un análisis estadístico en cuanto al perfil del turista que visita la

Comunidad Valenciana, se considerarán los diferentes tipos de perfiles y procedencias, nos centraremos especialmente en la provincia de Castellón. Identificaremos el perfil del turista, el gasto medio, las pernoctaciones y las actividades más demandadas dentro de la provincia. Otro aspecto básico del trabajo será analizar el perfil más potente que visita la provincia de Castellón con el objetivo de revelar los motivos por los que eligen este destino, y por ende saber cómo adaptar la oferta turística a este perfil. Para ello, será primordial analizar las diferencias con respecto al resto de turistas españoles que visitan la provincia como destino turístico. (Moreno, 2020, p. 2)

Título: “Análisis del perfil del turista que viaja a La Palma y su comparativa con el de Tenerife”

Nombre de la base de datos: Repositorio Universidad de La Laguna.

Fecha de la publicación: 2020

Lugar: Isla de La Palma (España).

Resumen: A lo largo de este proyecto, se analizará el perfil del turista que llega a la isla de La Palma, para posteriormente enfrentarlo al perfil del turista que viaja a Tenerife, resaltando las principales diferencias y similitudes. Ambos perfiles se han construido a partir de datos obtenidos del año 2019 a través del Instituto Canario de Estadística (ISTAC) y Promotur Turismo de Canarias.

Estos datos nos mostrarán que, pese a pertenecer al mismo archipiélago, los turistas que viajan a una isla u otra, no vienen atraídos por las mismas cosas y no se comportan de la misma manera. (Marante, 2020, p. 2)

Título: “Perfil del turista en función de sus motivaciones, gustos y preferencias”

Nombre de la base de datos: Revista Ciencia Digital.

Fecha de la publicación: 2018

Lugar: Cantón La Maná.

Resumen: La demanda es un factor clave en el desarrollo del turismo, sin embargo, es muy poca la información acerca de los consumidores del turismo a nivel local. En este sentido el estudio se centra en el análisis de las características del turista, a través de la aplicación de cuestionarios estructurados a una muestra aleatoria para determinar el perfil del turista del cantón La Maná. Conocer el comportamiento del visitante es un referente para la toma de decisiones que permite alcanzar una posición fuerte y competitiva en el mercado poniendo en marcha productos

para segmentos especializados con el propósito de generar una mayor satisfacción durante la visita. (Salazar, Guerrero, Núñez, Zambrano y Tixilema, 2018, p. 1)

Título: “Análisis del perfil y satisfacción del turista que visita montaña – Ecuador”

Nombre de la base de datos: Cuadernos de Turismo.

Fecha de la publicación: 2017

Lugar: Montañita – Ecuador.

Resumen: La comuna de Montañita se encuentra ubicada en la parroquia de Manglaralto, provincia de Santa Elena en Ecuador, es un destino turístico de sol y playa, donde la práctica del surf es considerada uno de sus principales atractivos. Este trabajo se propone analizar el perfil de los turistas extranjeros que visitan Montañita, así como las motivaciones que los llevan a visitar el destino y la percepción de satisfacción de los servicios turísticos ofertados en este balneario. La recolección de la información se realizó “in situ”. Los resultados sugieren evidencia importante acerca del perfil del turista que visita Montañita, hombres y mujeres llegan al destino de forma variada procedentes de varios continentes, en su gran mayoría son solteros, las motivaciones más valoradas fueron disfrutar del sol y la playa, seguida de descansar, lo que evidencia que, la playa, se convierte en el mayor atractivo turístico de este lugar. Las variables más valoradas en la satisfacción de los servicios hoteleros fue la ubicación y en los servicios de restaurantes fue la calidad de las comidas y bebidas. Los resultados obtenidos servirán para que los prestadores de servicios turísticos diseñen productos y ofrezcan servicios acordes a la demanda. (Carvache, Torres y Carvache, 2017, p. 113)

4.13 Marco Legal

Dentro del marco legal las leyes que amparan el presente trabajo de investigación son las siguientes:

4.13.1 Constitución de la República del Ecuador

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

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

2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y

televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

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

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Que, la Constitución de la República del Ecuador, en el Artículo 21, establece que dentro de los derechos del buen vivir en relación con la cultura y ciencia: “Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.”

Al mismo tiempo, en el Artículo 23, se determina que: “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.”

Art. 83.- Son responsabilidades de las ecuatorianas y ecuatorianos: "Conservar el patrimonio cultural y natural del país, y cuidar y mantener los bienes públicos."

Art. 264.- Será competencia exclusiva de los gobiernos municipales: "Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines."

Art. 276.- Es parte de los Objetivos del régimen de desarrollo: "Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural."

Así mismo, en el Artículo 377, se señala que: “El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.”

Por último, el Artículo 380 menciona que serán responsabilidades del Estado:

7. Garantizar la diversidad en la oferta cultural y promover la producción nacional de bienes culturales, así como su difusión masiva.

4.13.2 Ley Orgánica de Cultura

Que, la Ley Orgánica de Cultura, en el Artículo 5, menciona que: “En el territorio ecuatoriano se garantiza a las personas extranjeras los mismos derechos y deberes que los ciudadanos ecuatorianos para la creación, acceso y disfrute de bienes y servicios culturales y patrimoniales. Se reconocen todas las manifestaciones culturales, siempre que sean compatibles con los derechos humanos, derechos de la naturaleza, derechos colectivos y las disposiciones constitucionales.”

Art. 68.- De la accesibilidad a los bienes del patrimonio cultural nacional. Todos los titulares de cualquier derecho real, administradores, tenedores, poseedores y en general cualquier persona natural o jurídica, pública o privada que tenga bajo su cargo bienes del patrimonio cultural nacional, deberán facilitar el acceso a los bienes y a la información sobre éstos, a los servidores públicos e investigadores debidamente autorizados por la entidad competente para efectuar el registro, inventario, investigación y control del patrimonio cultural; así como, posibilitar su exhibición pública en condiciones de seguridad y beneficio mutuo acordadas con la administración.

4.13.3 Ley de Patrimonio Cultural

Art. 4.- El Instituto de Patrimonio Cultural, tendrá las siguientes funciones y atribuciones:

a) Investigar, conservar, preservar, restaurar, exhibir y promocionar el Patrimonio Cultural en el Ecuador; así como regular de acuerdo a la Ley todas las actividades de esta naturaleza que se realicen en el país.

Art. 14.- Las municipalidades y los demás organismos del sector público no pueden ordenar ni autorizar demoliciones, restauraciones o reparaciones de los bienes inmuebles que pertenezcan al Patrimonio Cultural del Estado sin previo permiso del Instituto, siendo responsable de la infracción el funcionario que dio la orden o extendió la autorización, quien será penado con la multa que señale la Ley.

Art. 15.- Las municipalidades de aquellas ciudades que posean Centros Históricos, conjuntos urbanos o edificios aislados cuyas características arquitectónicas sean dignas de ser preservadas deberán dictar ordenanzas o reglamentos que los protejan y que previamente hayan obtenido el visto bueno por el Instituto de Patrimonio Cultural.

Si los planes reguladores aprobados por dichas municipalidades atenten contra estas características, el Instituto exigirá su reforma y recabará el cumplimiento de este artículo.

Art. 17.- Los organismos del sector público, las instituciones religiosas, las sociedades o personas particulares que posean bienes pertenecientes al Patrimonio Cultural del Estado, tienen la ineludible obligación de permitir, a solicitud del Instituto, su visita en días y horas previamente señaladas, para la observación, el estudio y la reproducción fotográfica o dibujada de los objetos sujetos a esta Ley que les pertenezcan o que tengan en posesión.

Art. 40.- El Instituto de Patrimonio Cultural está facultado para imponer a los propietarios o responsables de bienes pertenecientes al Patrimonio Cultural del Estado, la adopción de medidas precautelatorias para la protección de las mismas. El incumplimiento de tales disposiciones será sancionado con las penas establecidas en la Ley. El Instituto podrá además expropiar o decomisar tales bienes culturales con el pago de hasta el 25% del valor estimado en el caso de expropiaciones.

Art. 41.- El Instituto de Patrimonio Cultural podrá delegar las atribuciones de control del cumplimiento de esta Ley en una zona determinada, a las entidades y autoridades públicas que estime conveniente.

4.13.4 Ley de Turismo

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

a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.

b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico.

Cabe señalar que la Ley Orgánica de Turismo está en modificaciones y correcciones del segundo borrador.

5. Metodología

5.1 Ubicación del área de estudio

El presente estudio se llevará a cabo en la parroquia urbana Zaruma cuya cabecera cantonal tiene el mismo nombre, ubicada en la parte sur-oriental de la provincia de El Oro. La ciudad de Zaruma abarca actualmente 270,571 hectáreas dentro del perímetro urbano, donde habitan 9677 habitantes, según los datos del INEC 2010.

- **Límites del cantón:**

Norte: Provincia del Azuay.

Sur: Cantón Piñas.

Este: Cantón Portovelo.

Oeste: Con los cantones Chilla y Atahualpa.

En la Figura 3 se muestra el mapa de localización de la provincia de El Oro y el cantón.

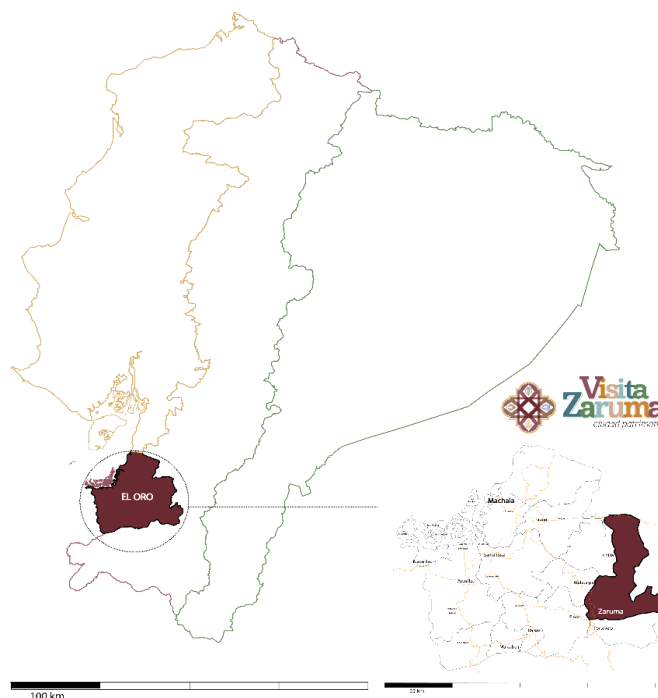


Figura 3. Mapa de localización de la provincia de El Oro y el cantón Zaruma

Fuente: Elaboración propia.

El cantón está conformado por diez parroquias: una parroquia urbana: Zaruma y nueve parroquias rurales que se distribuyen de la siguiente manera:

Sector Oriental: Sinsao, Salvias y Güizhagüña.

Sector Occidental: Malvas, Muluncay, Arcapamba y Huertas.

Sector Norte: Guanazán y Abañin.

Cabe recalcar que los límites urbanos de Zaruma no se hallan técnicamente actualizados, sin embargo, se considera los principales ejes viales: Al Norte, Vía al Hotel Zaruma Urco, Huascachaca; por el costado Oeste, Colina La Libertad y el final de la calle Colón; Al Sur, entrada sur, vía al Castillo, ciudadela del Banco Ecuatoriano de la Vivienda (BEV), Hospital Humberto Molina, una parte de la calle Gonzalo Pizarro y prolongación de la calle Colón; al Este, la vía principal de entrada a Zaruma. (UNL, PNUD y SNGR, 2012)

El clima predominante es el húmedo y subtropical con temperaturas que oscilan entre 15 °C y 31°C; la temperatura media está en 21°C, con un invierno que comienza en diciembre y termina en mayo; la cantidad de lluvia anual promedio es de 1330 mm y cuenta con una altitud de 1200 msnm.

Se encuentra a una distancia de 604 km de Quito, capital del Ecuador; a 285 km, Guayaquil; y a una distancia de 110 km de la capital de El Oro, Machala. Las poblaciones más cercanas son los cantones de Piñas y Portovelo, cuyas cabeceras cantonales tienen el mismo nombre.

5.2 Materiales

5.2.1 *Material Bibliográfico*

- Bases de datos como: Google Académico, Dialnet, Redalyc, Scielo, otros.
- Tesis de Pregrado.
- Libros y manuales digitales.
- Documentación física y digital de la Unidad de Promoción y Difusión Turística del GAD Municipal de Zaruma.

5.2.2 *Material electrónico*

- Computadora portátil DELL Core i7
- Celular Samsung J5
- Memoria USB

5.2.3 *Otros*

Materiales de oficina e internet.

5.3 Métodos

5.3.1 Métodos de investigación

La presente investigación implica la combinación de los enfoques cualitativo y cuantitativo en el mismo estudio, en donde a su vez se empleó algunos métodos para obtener información sobre el diagnóstico turístico de la parroquia urbana Zaruma y analizar el perfil del turista que la visita, los cuales se detallan a continuación:

5.3.1.1 Método cualitativo

Este método es el que investiga y expone los resultados de manera descriptiva, en este caso de estudio sirvió para interpretar la información que fue recolectada de la entrevista a los informantes claves del sector turístico y la respuesta a las preguntas abiertas de la encuesta online, para determinar el perfil del turista y sus motivaciones para visitar dicha localidad.

5.3.1.2 Método cuantitativo

Dicho método se centra en cuantificar la recopilación y el análisis de datos, de hecho, en la investigación facilitó la interpretación de los resultados de la encuesta online que pudieron ser transformados en información estadística obteniendo una mejor comprensión de los datos.

5.3.1.3 Método descriptivo

Es un método que se basa en la observación, por lo que fue de gran importancia para determinar la situación actual del turismo de la parroquia urbana Zaruma y de los atractivos turísticos tanto de la categoría manifestación cultural como atractivos naturales que posee dicha parroquia. Además, se logró exponer de manera descriptiva la caracterización de la demanda y perfil del turista, a partir de los resultados de la entrevista a los informantes claves del sector turístico de la localidad y encuesta online aplicada respectivamente.

5.3.1.4 Método analítico

El método analítico permite establecer las principales relaciones de causalidad que existen entre las variables o factores de la realidad estudiada. En efecto, este método permitió analizar la información obtenida del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Zaruma, recopilando información técnica acerca del potencial turístico de la parroquia urbana Zaruma haciendo énfasis a cuatro de los elementos del sistema turístico que son: planta turística, infraestructura, gobernanza y comunidad receptora; al mismo tiempo, llevó a constatar la existencia de atractivos tanto culturales como naturales que posee la parroquia de forma que sea posible sintetizar la información a través de fichas de resumen de atractivos turísticos.

Por otro lado, mediante el análisis de los datos en cuales se estructuró el instrumento de la encuesta como: perfil sociodemográfico del turista, estructura de consumo de bienes y servicios turísticos, organización del viaje y variables motivacionales, se logró definir el perfil del turista y las motivaciones para visitar la parroquia urbana del cantón Zaruma.

5.3.1.5 Método sintético

El método sintético tiene como objetivo principal resumir los aspectos más relevantes de una investigación. De manera que al tener un vínculo directo con el método analítico permitió realizar un resumen de lo analizado, destacando de forma organizada la información de mayor relevancia respecto al diagnóstico turístico y estudio del perfil del turista.

5.3.1.6 Método inductivo

Con la aplicación de este método se estudió y conoció las características genéricas o comunes del segmento de mercado meta con el perfil general del turista que visita el área de estudio, que se reflejan en un conjunto de realidades lo cual luego permitió elaborar la propuesta de un producto turístico a partir del estudio de la demanda.

5.3.1.7 Método deductivo

Se entiende por método deductivo aquella estrategia de razonamiento empleada para deducir conclusiones lógicas; inicia o parte de los datos generales, los cuales son válidos, con el fin de llegar a una conclusión en forma particular. A partir de este método, se elaboraron conclusiones encaminadas a proponer estrategias de mejora de los servicios y productos turísticos, con el objetivo de influir positivamente en la experiencia del visitante y mejorar el potencial turístico del lugar.

Los métodos utilizados dieron un gran aporte a la investigación porque a través de ellos se destacaron las características del diagnóstico de los cuatro elementos del sistema turístico de manera lógica y ordenada, así como el estudio del perfil del turista a partir del cual se identificó el segmento de mercado y otros factores involucrados en la elaboración de la propuesta del producto turístico para la parroquia urbana Zaruma.

5.4 Metodología para el primer objetivo específico: “Diagnosticar la situación actual del turismo de la parroquia urbana Zaruma”

Para el cumplimiento de este objetivo específico se aplicó la ficha de Diagnóstico Turístico de Comunidades (Ver Anexo 1) empleada por Carla Ricaurte Quijano (2009) en su Manual para Diagnóstico Turístico Local. Dicha ficha, sirvió para obtener información técnica acerca del

potencial turístico de la parroquia urbana Zaruma y constó de cinco partes, una para datos generales y las otras para recoger información referente a cuatro de los elementos del sistema turístico: planta turística, infraestructura, gobernanza y comunidad receptora.

Mientras que, para la Caracterización de Demanda debido al tiempo se optó por realizar entrevistas (Ver Anexo 2) a 14 informantes clave del sector turístico de la ciudad de Zaruma, como representantes del servicio de alojamiento, servicio de alimentos y bebidas, servicio de operación e intermediación, servicio de guianza, administradores de algunos atractivos turísticos (Mina Turística El Sexmo y Museo Selva Indígena), al Director del Departamento de Desarrollo Socioeconómico y a los encargados de la Unidad de Promoción y Difusión Turística del GAD Municipal de Zaruma. Todo esto permitió obtener datos aproximados o cualitativos.

Finalmente, para la Caracterización de Atractivos y Recursos Turísticos se realizó las siguientes actividades:

- **Revisión del Inventario de atractivos turísticos de Zaruma, en particular aquellos atractivos turísticos naturales y culturales de la parroquia urbana Zaruma.**

Se realizó la revisión de tesis del ámbito turístico realizadas en la localidad donde se llevó dicho estudio, para identificar atractivos turísticos y contrastar con aquellos que posee el GAD Municipal de Zaruma. Además, se enlistó los atractivos turísticos que constan en el “Inventario de atractivos turísticos de Zaruma” de la Unidad de Promoción y Difusión Turística del GAD Municipal, el cual fue uno de los 15 requisitos que pedía el MINTUR para acceder al Programa Pueblos Mágicos – Ecuador. La finalidad, fue identificar todos los atractivos turísticos naturales y culturales con los que cuenta la parroquia urbana Zaruma. Por último, se realizó una actualización del inventario de atractivos turísticos de la parroquia urbana Zaruma utilizando la ficha para el levantamiento de atractivos turísticos del MINTUR año 2018 (Ver Anexo 4).

Para la presentación del inventario se llenó las fichas de resumen proporcionadas por el Ministerio de Turismo (Ver Tabla 2) el objetivo fue reconocer el número de atractivos turísticos naturales y culturales con los que cuenta la parroquia urbana Zaruma.

Tabla 2. Formato de ficha de resumen de atractivos turísticos

Nombre del atractivo: (Se colocará el nombre con el que se ha denominado tradicionalmente al atractivo)	Jerarquía: (Establecida en ficha de inventario correspondiente)
Categoría: Identificar la Categoría del Atractivo ya sea este Natural (AN) o Cultural (MC).	Subtipo: (Una vez registrados Categoría y Tipo se identificará el Subtipo al que pertenece el atractivo,
Tipo: (Una vez establecida la Categoría del atractivo, se registrará el Tipo al que corresponde, de acuerdo a la	

	ficha de inventario correspondiente)	de acuerdo a la ficha de inventario correspondiente)
Provincia: (Hace referencia a la localización y ubicación geográfica, división administrativa de segundo nivel)	Cantón: (Hace referencia a la localización y ubicación geográfica, división administrativa de tercer nivel)	Localidad: (sección de la ciudad o pueblo con características afines o simplemente ha sido delimitada por criterios administrativos)
Fotografía: (En formato JPEG de alta resolución, con cámara de al menos 8 megapíxeles e incluir la fuente y año. Se sugiere que las tomas sean realizadas en horas de la mañana.)		Ubicación: (Para la ubicación de los atractivos turísticos se debe utilizar el sistema de referencia WGS 84 en coordenadas geográficas (grados decimales, con cuatro dígitos).
Características: (Se refieren a aquellas particularidades, rasgos, detalles, distintivos que son exclusivas del atractivo, son las que permiten la diferenciación de otras similares y le dan un valor agregado específico)		
Recomendaciones: (Todas aquellas normas de precaución que se debe tomar al momento de visitar el atractivo turístico, así también como las políticas o reglamentos establecidos)		
Actividades Turísticas: (Actividades relacionadas con la vinculación de los visitantes con objetos u personas que se practican en el atractivo, a través de acciones recreativas, pero a la vez educativas).		
Fuente: Ficha resumen del formato establecido por el Ministerio de Turismo.		
Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.		

- **Identificación de los atractivos turísticos naturales y culturales potenciales mediante la ficha de jerarquización.**

Una vez identificados los atractivos turísticos naturales y culturales se procedió a colocarlos en una ficha de jerarquización donde conste su número, nombre, categoría, tipo, subtipo, ubicación y jerarquía (Ver Tabla 3).

Tabla 3. Ficha de jerarquización de los atractivos turísticos naturales y culturales

N°	Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo	Ubicación	Jerarquía

Fuente: Elaboración propia.

5.5 Metodología para el segundo objetivo específico: “Definir el perfil del turista y las motivaciones para visitar la parroquia urbana del cantón Zaruma”

Para definir el perfil del turista y las motivaciones para visitar la parroquia urbana del cantón Zaruma se empleó la metodología utilizada por el Centro de Estudios Superiores en Turismo, (CESTUR) la cual propone varios ítems mismos que fueron modificados de acuerdo con la investigación a desarrollar:

El perfil sociodemográfico el cual caracteriza al consumidor de los bienes y servicios turísticos en función a la nacionalidad, lugar de residencia, género, edad, nivel de educación. La estructura de consumo determina el conjunto de bienes y servicios turísticos consumidos en el destino, la planeación y organización del viaje describe el propósito del mismo, actividades realizadas en el destino turístico, duración de la estancia, compañía de viaje, tipo de hospedaje, transporte utilizado para llegar al destino, visitas anteriores al destino, entre otros. (CESTUR, 2012)

Para el cumplimiento de este objetivo específico se realizó la aplicación de una encuesta online (Ver Anexo 5) mediante Formularios de Google que es un software de administración de encuestas que se incluye como parte del paquete gratuito de editores de documentos de Google. Ahora bien, para obtener el tamaño de la población se tomó en cuenta los registros existentes en la Unidad de Promoción y Difusión Turística del GAD Municipal de Zaruma, referente al número de turistas que visitaron la parroquia urbana Zaruma entre el año 2018 y 2019, de los cuales se obtuvo una proyección de turistas para el año 2022 aplicando la siguiente fórmula:

$$P_n = P_o(1 + i)^n$$

Por lo tanto, seguido de esto se procedió a calcular el tamaño de la muestra, mediante la siguiente fórmula para poblaciones finitas:

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

Donde:

N = tamaño de la población (6.038)

Z = nivel de confianza, (90%) / (Z=1,65)

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada (50%)

Q = probabilidad de fracaso (50%)

E= precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) (5%)

Se diseñó un cuestionario que constaba de 24 preguntas dirigidas a turistas mayores de 18 años. De las cuales 8 se basaron en el estudio del perfil sociodemográfico, 7 al estudio de la estructura de consumo de bienes y servicios turísticos, y 9 al estudio de organización del viaje y variables motivacionales.

Para la tabulación y análisis de los datos se utilizó Microsoft Excel, si bien es cierto la tabulación de los resultados de la encuesta es un proceso que puede hacerse manualmente, pero utilizando una hoja de cálculo Excel en una computadora es mucho más fácil, toma menos tiempo

y a la vez es más eficiente. Su facilidad de uso y flexibilidad hacen que sea accesible para usuarios con cualquier nivel de conocimiento. Además, es adecuado para proyectos de todos los tamaños y niveles de complejidad.

5.6 Metodología para el tercer objetivo específico: “Proponer un producto turístico a partir del estudio de la demanda”

Para el cumplimiento de este objetivo a partir de los resultados del estudio del perfil sociodemográfico, estructura de consumo de bienes y servicios turísticos, organización del viaje y variables motivacionales; realizado previamente en la encuesta del segundo objetivo específico se realizó una segmentación de mercado para generar la propuesta de un producto turístico a partir del estudio de la demanda.

La intención fue realizar la propuesta correspondiente que permita abordar elementos o facilidades turísticas, como parte de los componentes que permiten la generación y constitución del producto turístico, con la finalidad de permitir que la estancia del turista tenga la calidad esperada y sea lo más placentera posible.

6. Resultados

6.1 Resultados del primer objetivo

6.1.1 Diagnóstico Turístico

6.1.1.1 Datos Generales

6.1.1.1.1 Ubicación

El cantón Zaruma, cuya cabecera cantonal es la ciudad de Zaruma, es un cantón que se encuentra ubicado en la parte sur - oriental de la provincia de El Oro. Administrativamente, el cantón se divide en 10 parroquias, una urbana y nueve rurales. La ciudad de Zaruma abarca actualmente 270,571 hectáreas dentro del perímetro urbano.

6.1.1.1.2 Límites del cantón

Norte: Provincia del Azuay.

Sur: Cantón Piñas.

Este: Cantón Portovelo.

Oeste: Con los cantones Chilla y Atahualpa.

6.1.1.1.3 División del cantón

Parroquia Urbana:

Zaruma

Parroquias Rurales:

Sector Oriental: Sinsao, Salvias y Güizhagüiña.

Sector Occidental: Malvas, Muluncay, Arcapamba y Huertas.

Sector Norte: Guanazán y Abañin.

El clima predominante es el húmedo y subtropical con temperaturas que oscilan entre 15 °C y 31°C; la temperatura media está en 21°C, con un invierno que comienza en diciembre y termina en mayo; la cantidad de lluvia anual promedio es de 1330 mm y cuenta con una altitud de 1200 msnm.

A continuación, en la figura 4 se puede observar el mapa político administrativo del cantón:

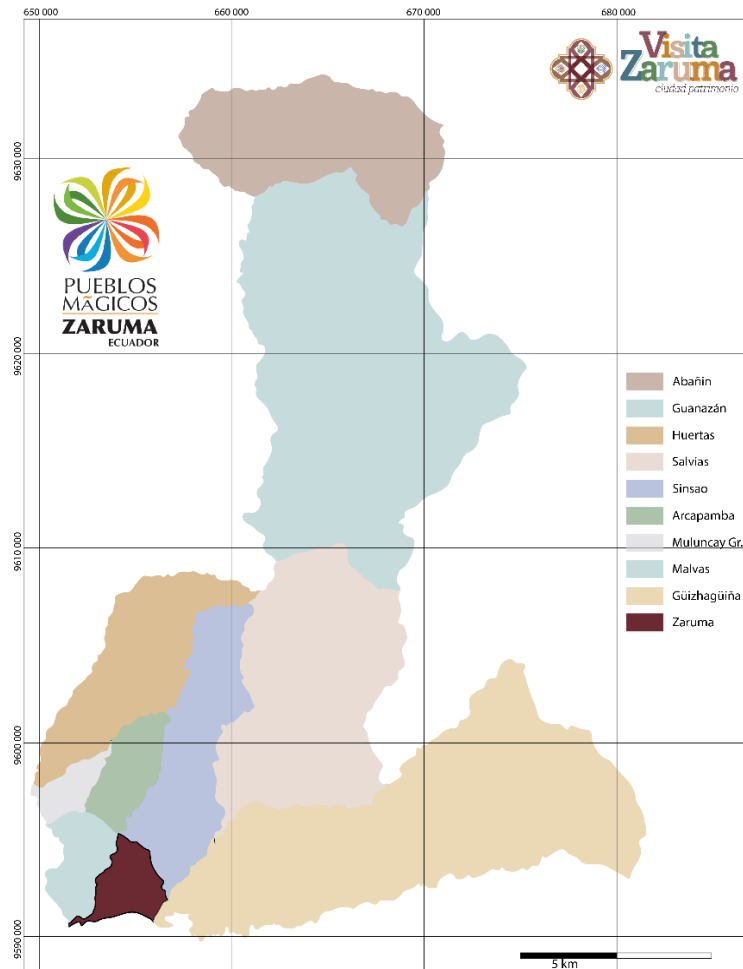


Figura 4. Mapa político administrativo del cantón Zaruma

Fuente: Elaboración propia.

Cabe recalcar que los límites urbanos de Zaruma no se hallan técnicamente actualizados, sin embargo, se considera los principales ejes viales: Al Norte, Vía al Hotel Zaruma Urco, Huascachaca; por el costado Oeste, Colina La Libertad y el final de la calle Colón; Al Sur, entrada sur, vía al Castillo, ciudadela del Banco Ecuatoriano de la Vivienda (BEV), Hospital Humberto Molina, una parte de la calle Gonzalo Pizarro y prolongación de la calle Colón; al Este, la vía principal de entrada a Zaruma. (UNL, PNUD y SNGR, 2012)

La parroquia urbana Zaruma se encuentra a una distancia de 604 km de Quito, capital del Ecuador; a 285 km, Guayaquil; y a una distancia de 110 km de la capital de El Oro, Machala. Las poblaciones más cercanas son los cantones de Piñas y Portovelo, cuyas cabeceras cantonales tienen el mismo nombre.

6.1.1.1.4 *Número de habitantes*

En base a los datos del Censo de Población y Vivienda realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en el año 2010. Según el GAD Municipal de Zaruma (2018):

El cantón Zaruma posee una población de 24.097 habitantes, de los cuales 9.677 están ubicados en el área urbana, correspondiente al 40,16%; mientras que 14.420 habitantes se ubican en el área rural, es decir el 59,84%. La parroquia que mayor población tiene es Zaruma y lo restante se distribuye en las parroquias de Guanazán, Abaín, Güizhagüña, Sinsao, Salvias, Malvas, Arcapamba, Muluncay y Huertas. (p. 27)

6.1.1.2 *Oferta de Servicios*

6.1.1.2.1 *Alojamiento*

La parroquia en estudio cuenta con 2 hoteles, 1 hostería y 4 hostales. Teniendo en total 7 establecimientos de alojamiento con 129 habitaciones y 255 plazas disponibles. Todos estos establecimientos se encuentran registrados en el Catastro de la Planta Turística del MINTUR. Además, estos datos coinciden con el Catastro Turístico del Cantón Zaruma (2019) documento que fue suministrado por la Unidad de Promoción y Difusión Turística del GAD Municipal de Zaruma, a continuación, se detalla más en la Tabla 4.

Tabla 4. Establecimientos de alojamiento de la parroquia urbana Zaruma

N°	Nombre del Establecimiento	Tipo	Categoría	Capacidad		Dirección
				# Hab	#Plazas	
1	Roland	Hotel	3 estrellas	26	51	Av. Alonso de Mercadillo
2	Zaruma Colonial	Hotel	2 estrellas	33	66	Calle Sucre
3	El Jardín	Hostería	3 estrellas	12	23	Av. Isidro Ayora: Barrio Limoncito a 2 km de Zaruma (Frente a la Fabrica Joe)
4	Águila Dorada	Hostal	1 estrella	18	31	Calle Sucre
5	Romería	Hostal	1 estrella	11	23	Plaza la Independencia y Calle 9 de Octubre (Frente al Municipio)
6	Cerro de Oro	Hostal	1 estrella	16	34	Calle Sucre y San Francisco (Frente a la librería Moderna)
7	Blacio	Hostal	1 estrella	13	27	Calle Sucre y Sexmo esquina (Diagonal a

		Comercializadora Peñaloza)
Total	129 Habitaciones	255 Plazas

Fuente: Catastro de la Planta Turística del MINTUR, (2021).

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

6.1.1.2.2 *Alimentos y Bebidas*

Para el año 2019 en el Catastro Turístico del Cantón Zaruma constaban 27 restaurantes, 2 cafeterías, 5 fuentes de soda y 6 bares; dando como resultado 40 establecimientos con 299 mesas y 1196 plazas. Por otra parte, en la Tabla 5 se observa que durante ese período se registraron 13 locales nuevos de alimentos y bebidas, cuyos propietarios en aquel año se encontraban tramitando los respectivos permisos en entidades como Ministerio del Interior y Ministerio de Turismo.

Tabla 5. Locales nuevos de alimentos y bebidas

Nº	Nombre Comercial	Clasificación	Propietario	Permisos	Entidad
1	El Balcón de Don Marcelo	Bar	Ramiro Jaramillo	Tramitando	Ministerio de Turismo
2	Café y Chocolate	Bar	Maricela Romero Blacio	Tramitando	Ministerio de Turismo
3	Zapuchino	Bar	Lesly Motoche	Tramitando	Ministerio del Interior
4	Punto Mágico	Bar	Gabriela Angulo	Tramitando	Ministerio del Interior
5	Ruta 66	Bar	Renán Cango	Tramitando	Ministerio del Interior
6	Coco Drink	Bar	Armijos	Tramitando	Ministerio del Interior
7	Chancho a la Barbosa	Restaurante	S/I	Tramitando	Ministerio de Turismo
8	Villa del Cerro	Restaurante	Pablo Armijos	Tramitando	Ministerio de Turismo
9	Parrilladas El Profe	Restaurante	Enrique Coronel	Tramitando	Ministerio de Turismo
10	El Mirador	Restaurante	Gloria Serrano	Tramitando	Ministerio de Turismo
11	Restaurante Romería	Restaurante	S/I	Tramitando	Ministerio de Turismo
12	Casa Real	Restaurante	S/I	Tramitando	Ministerio de Turismo
13	Café y Chocolate	Cafetería	Maricela Romero Blacio	Tramitando	Ministerio de Turismo

Fuente: Catastro Turístico del Cantón Zaruma, (2019).

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Sin embargo, en la cabecera cantonal Zaruma según el Catastro de la Planta Turística del MINTUR, se encuentran registrados 23 restaurantes, 2 cafeterías, 5 fuentes de soda y 6 bares. Teniendo en total 36 establecimientos de alimentos y bebidas con 278 mesas y 1112 plazas disponibles, a continuación, se detalla más en la Tabla 6.

Tabla 6. Establecimientos de alimentos y bebidas de la parroquia urbana Zaruma

N°	Nombre del Establecimiento	Tipo	Categoría	Capacidad		Dirección
				# Mesas	#Plazas	
Restaurantes						
1	Saboy	Restaurante	Cuarta	5	20	Calle 10 de Agosto
2	Sabor Tropical	Restaurante	Tercera	7	28	Calle Colón y 10 de Agosto
3	Cocada	Restaurante	Tercera	5	20	Calle Sucre
4	El Tigrillo Gourmet Grill&Bar	Restaurante	Segunda	25	100	Vía Portovelo, El Faique
5	Cafetería Uno	Restaurante	Cuarta	6	24	Calle Sucre y Eugenio Espejo
6	Al Paso	Restaurante	Tercera	6	24	Barrio la Y – Av. Alonso de Mercadillo
7	El Saborcito Zarumeño	Restaurante	Cuarta	10	40	Av. Honorato Márquez, frente a Cooperativa TAC
8	Cevichería Zarumeño	Rincón Restaurante	Cuarta	5	20	Dr. Ernesto A. Castro y 10 de Agosto
9	Mi Criollito	Restaurante	Tercera	4	16	Av. 8 de Diciembre
10	Cafetería Central	Restaurante	Cuarta	4	16	Plaza de la Independencia
11	Magoo	Restaurante	Tercera	7	28	Calle Sucre
12	200 Millas	Restaurante	Segunda	10	40	Avenida Honorato Márquez E/ Calle Sucre y Alonso de Mercadillo
13	Taco Bar & Grill	Restaurante	Segunda	7	28	Av. 8 de Diciembre
14	Delifast	Restaurante	Tercera	7	28	Av. El Oro y San Juan Bosco
15	El Pollazo Zarumeño	Restaurante	Tercera	10	40	Av. Honorato Márquez, frente a Cooperativa TAC
16	La Parada del Turista	Restaurante	Tercera	17	68	Barrio el Faique a 100 metros. del

						Mesón de Joselito
17	María Alexandra	Restaurante	Cuarta	4	16	Av. Honorato Márquez E/ Calle Sucre y Alonso de Mercadillo
18	Pizza Rimini	Restaurante	Tercera	7	28	Calle Sucre
19	Shoora	Restaurante	Segunda	8	32	Av. Alonso de Mercadillo, la Y
20	El Mesón de Joselito	Restaurante	Tercera	19	76	Barrio El Faique
21	You De Mi	Restaurante	Tercera	12	48	Av. Alonso de Mercadillo
22	El Profe	Restaurante	1 Tenedor	12	48	Diagonal al Estadio de Zaruma
23	Parrilladas Restaurante Zarumeñita	Café Restaurante	Cuarta	4	16	Calle Sucre y El Sexmo
Subtotal				201 Mesas		804 Plazas
N°	Nombre del Establecimiento	Tipo	Categoría	Capacidad		Dirección
				# Mesas	#Plazas	
Cafeterías						
24	Imperdibles	Cafetería	Tercera	6	24	Calle Bolivar y Plaza de la Independencia
25	Tertulia	Cafetería	Tercera	7	28	Parque Central, Junto Iglesia Matriz
Subtotal				13 Mesas		52 Plazas
Fuentes de soda						
26	Dulce Estación	Fuente de Soda	Tercera	6	24	Calle Sucre
27	El Pionero TAC	Fuente de Soda	Tercera	4	16	Sector El Pache
28	Mundo Ice	Fuente de Soda	Tercera	3	12	Calle Bolívar
29	Pablo's	Fuente de Soda	Tercera	6	24	Calle Pichincha y Luis Crespo
30	Dulce pasatiempo	Fuente de Soda	Tercera	4	16	Av. Honorato Márquez
Subtotal				23 Mesas		92 Plazas
Bares						
31	Tasca Plub	Bar	Tercera	5	20	Av. Reinaldo Espinoza y Av. El Oro
32	Tango Bar	Bar	Tercera	4	16	Plaza La Independencia
33	Charros Tequila	Bar	Segunda	8	32	Calle Bolívar y San Francisco

34	Cinco Mentarios	Bar	Segunda	7	28	Calle San Francisco y 26 de Noviembre
35	Sin Comentarios	Bar	Tercera	7	28	Calle 26 de Noviembre y San Francisco
36	Espiga Dorrada	Bar	Tercera	10	40	Av. 8 de Diciembre
Subtotal				41 Mesas	164 Plazas	
Total				278 Mesas	1112 Plazas	

Fuente: Catastro de la Planta Turística del MINTUR, (2021).

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

6.1.1.2.3 *Esparcimiento*

Entre los principales espacios públicos tenemos; en la urbe: dos parques, dos plazoletas, un estadio municipal, una piscina, canchas de uso múltiple, un museo municipal y algunas colecciones particulares de gran valor patrimonial, dos iglesias y un coliseo, dos centros de Interpretación cultural: Casa del Herrero y el Hospital de la Medalla Milagrosa, la biblioteca municipal, la biblioteca braille, la mina temática turística de “El Sexmo”. Además, en el Catastro de la Planta Turística del GAD Municipal de Zaruma y MINTUR se encuentran registradas 2 discotecas (Discoteca INXS Punto Caliente y Barón de la Cerveza), 1 establecimiento del tipo termas y balnearios denominado Tierra Linda mi Zaruma, 2 salas de recepciones y banquetes (Fidel Eventos y Villa Urcu).

A continuación, en la Tabla 7 tenemos la descripción de algunos espacios públicos:

Tabla 7. Espacios públicos de la parroquia urbana Zaruma

Nombre del espacio público/cultural			Superficie m2	Estado actual	Uso actual
Parque Central			1619,73	Bueno	Eventos religiosos y culturales
Parque Recreacional Urbanización Sur			3363,02	Bueno	Recreación
Plazoleta	Barrio	San Francisco	917,28	Regular	Eventos culturales, deportivos y recreacionales
Plazoleta calle 29 de Noviembre y Colón			58,13	Regular	Social
Estadio Municipal			8242,6	Bueno	Eventos sociales y deportivos
Piscina Municipal			3001,88	Bueno	Eventos sociales, culturales
Cancha del Barrio Colón			832,99	Bueno	Eventos sociales, deportivos y culturales

Museo Municipal de Arte e Historia “Dr. Gonzalo Rodríguez Calderón”	804,05 edif + patio	Bueno	Eventos culturales
Iglesia Matriz	832,52	Bueno	Eventos religiosos y culturales
Iglesia Barrio San Francisco	779,64 incluye parque	Bueno	Eventos religiosos y culturales
Coliseo Municipal (ubicado en zona vulnerable)	1742,71	Bueno	Eventos sociales, culturales, deportivos
Centro de Interpretación Cultural Casa del Herrero	236,41	Bueno	Eventos culturales y sociales, educativos
Hospital de la Medalla Milagrosa	286,02	Bueno	Espacio cultural
Biblioteca Municipal	102, 9	Bueno	Eventos culturales
Biblioteca Braille	15,00	Bueno	Eventos sociales, educativos
Biblioteca Virtual	10,00	Bueno	Servicio internet gratuito

Fuente: Unidad de Gestión Ambiental del GAD Municipal de Zaruma - Actualización del PDOT, (2018).

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

6.1.1.2.4 Otros Servicios

Para el servicio de operación e intermediación se cuenta con la operadora turística “Oro Adventure Tour Operator”. Simultáneamente, cuando el turista requiera información turística puede acercarse a la Unidad de Promoción y Difusión Turística del GAD Municipal de Zaruma. No obstante, si se desea contratar el servicio de guianza dentro de la ciudad, como se observa en la Tabla 8 el turista puede contactarse con alguno de los 2 guías locales, que se encuentran inscritos en el Catastro Nacional Turístico de Guianza del Ministerio de Turismo (2021).

Tabla 8. Guías locales de la parroquia urbana Zaruma

Nombre	Idiomas	Celular	Email
Tito Livio Castillo Espinoza	Español	0993094707	titocastilloe@yahoo.com
Karla Andrea Valdiviezo Rogel	Español	0981989967	kavrkarli@hotmail.com

Fuente: Catastro Nacional Turístico de Guianza del MINTUR, (2021).

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Por otra parte, en la ciudad se ubican las siguientes entidades bancarias: Banco de Machala, Banco Pichincha y BanEcuador. A la vez, se cuenta con la Caja de Ahorro y Crédito Manú; de la misma manera, con las Cooperativas de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo y Santa Rosa Ltda. Con respecto a, cajeros automáticos no se tiene el número total de cajeros existentes en la parroquia urbana Zaruma. Pero, los únicos bancos con cajeros automáticos son el de Machala y Pichincha.

Mientras que, las cooperativas de ahorro y crédito que cuentan con cajeros automáticos dentro de la ciudad son: Jardín Azuayo, Padre Julián Lorente, Santa Rosa y JEP.

6.1.1.3 Infraestructura de Servicios Básicos

6.1.1.3.1 Transporte y Accesibilidad

- **Distancias**

La distancia que se ha considerado como punto de partida es la capital administrativa de la Provincia de El Oro que corresponde a la ciudad de Machala, la cual además es la urbe más grande y poblada de dicha provincia. La distancia a la cabecera cantonal es de 107.0 km un tiempo de 2h12 min en vehículo. También, desde Quito en avión hasta el Aeropuerto Regional de Santa Rosa y desde aquí en vehículo a Zaruma durante 1h30 min.

- **Principales vías de acceso**

Desde la ciudad de Machala se toma la vía Troncal de la Costa E25 y E585, para llegar hasta la parroquia urbana Zaruma. Es una vía primaria, o corredor arterial cuyo trazado se caracteriza por ser plano en elevación.

De las vías urbanas de la cabecera cantonal, alrededor del 6.47% de las calles son adoquinadas, el 28.02% de las vías tiene una capa de rodadura de pavimento rígido, el 39.05% de pavimento flexible y un 26.46% recubrimiento de lastre, información generada por el GAD en el año 2016. (GAD Municipal de Zaruma, 2018, p. 84)

- **Señalización**

En la parroquia en estudio, existe tanto señalización vial como turística. Aunque, dentro de la parroquia urbana Zaruma se evidencia una falta grande de planificación en cuanto a su direccionamiento, señalización vial y en considerar más la movilidad peatonal, siendo la principal causa de este último problema sus calles angostas.

- **Transporte Público**

La flota de transporte público dentro de la ciudad de Zaruma está compuesta por taxis, camionetas, vehículos de carga. En la ciudad no existen buses urbanos, sin embargo, la Cooperativa 24 de Junio y Trans Paccha (rancheras) resultan una opción de servicio de transporte urbano en los tramos en los que recorren antes de salir de la ciudad. Las rancheras son un tipo de transporte interparroquial, que conecta a la cabecera cantonal Zaruma con las diferentes parroquias rurales del cantón y viceversa.

Tabla 9. Transporte público

Tipo	Nombre
Bus Intercantonal e Interprovincial	Cooperativa de Transportes TAC
	Cooperativa Piñas Interprovincial
	Cooperativa de Transporte Paccha
Busetas	Cooperativa 24 de Junio
Taxis	Cooperativa en taxis Zaruma Urcu
Camionetas	Compañía de Transporte Mixto Uzhcaya S.A.
	Cooperativa Zona Oriente S.A.
	Cooperativa de Transporte Mixto Sultana de El Oro
Rancheras	Rancheras de la Cooperativa de Transporte Paccha

Fuente: PDOT del Cantón Zaruma, (2018).

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

- **Terminales o estaciones de transporte**

En el cantón no existe un terminal terrestre, las oficinas de las diferentes cooperativas interprovinciales se encuentran ubicadas en pequeñas oficinas en un solo sector en la zona baja de la ciudad (Sector de la Gasolinera). En la zona media cercana a la “Casa del Herrero” están ubicadas las busetas “24 de junio”, mientras que las rancheras hacia las parroquias orientales se ubican en la calle Pichincha (sector del coliseo). Las cooperativas de Taxis se ubican en el centro de la ciudad y las cooperativas de las Camionetas se ubican en el sector del Coliseo y en el sector del Camal. (GAD Municipal de Zaruma, 2018, p. 87)

Por otro lado, actualmente se encuentra implementado en la ciudad de Zaruma el sistema de estacionamiento tarifado por horas, sistema creado por la Empresa Pública de Movilidad, Tránsito y Transporte del Cantón Zaruma (EMOVTZA) con la finalidad de regular y controlar el estacionamiento y uso de las vías de la urbe, dicha empresa, también administra un parqueadero Municipal ubicado en la avenida El Oro en donde se brinda el servicio de estacionamiento las 24 horas del día a propios y turistas. (GAD Municipal de Zaruma, 2018, p. 17)

- **Descripción del transporte público**

Tanto la Cooperativa de Transportes TAC como la Cooperativa Piñas Interprovincial son un tipo de transporte intercantonal e interprovincial, que presta a la comunidad turnos desde y hacia la ciudad de Zaruma, con cobertura en las principales provincias del país. La Cooperativa de Transporte Paccha cuenta con una flota de buses que cubren las rutas: Paccha – Zaruma; Zaruma – Paccha y Machala – Zaruma; en cambio, sus rancheras son un tipo de transporte interparroquial, que conecta a la cabecera cantonal con las diferentes parroquias rurales del cantón y viceversa. Por el contrario, las principales rutas de la Cooperativa 24 de Junio son Zaruma - Portovelo y viceversa.

Por último, las cooperativas de taxis y camionetas prestan su servicio dentro de la ciudad a locales y visitantes.

A continuación, en la Tabla 10 se detalla más sobre el transporte público terrestre:

Tabla 10. Transporte público terrestre

Nombre de la Cooperativa	Estación/Terminal	Tipo de Transporte				Frecuencia del servicio	Tipo de Vehículo
		Local	Intercantonal	Interprovincial	Interparroquial		
Cooperativa de Transportes TAC	Av. 8 de diciembre, frente al cementerio		X	X		Laboran todos los días desde las 05h00 hasta las 20h00. Los turnos son desde y hacia Zaruma, con cobertura en las principales provincias del país.	Bus
Cooperativa Piñas Interprovincial	Av. 8 de diciembre, frente al cementerio		X	X		Laboran todos los días desde las 05h00 hasta las 20h00. Los turnos son desde y hacia Zaruma, con cobertura en las principales provincias del país.	Bus
Cooperativa de Transporte Paccha	Av. Alonso de Mercadillo – Sector la “Y”		X			Laboran todos los días desde las 05h00 hasta las 20h00. Siendo sus principales rutas: Paccha – Zaruma; Zaruma – Paccha y Machala – Zaruma.	Bus
Compañía de Transporte Mixta Uzhcaya S.A.	Parada 1: en el Sexmo y Parada 2: Av. Honorato Márquez	X				Servicio en la ciudad, desde las 05H30 am hasta las 22h00 pm.	Camioneta
Cooperativa Zona Oriente S.A	Calle Pichincha y Luis. A. Crespo	X				Servicio en la ciudad, desde las 06H00 am hasta las 12h00 pm.	Camioneta

Cooperativa de Transporte Mixto Sultana de El Oro	Calle 10 de agosto y Colón (Sector Estadio Municipal)	X	Servicio las 24 horas del día.	Camioneta
Cooperativa en taxis Zaruma Urcu	Plaza la Independencia	X	24 Horas del día.	Taxis
Busetas de la Cooperativa 24 de Junio	Av. Alonso de Mercadillo, junto al Colegio 26 de Noviembre	X	Sus principales rutas son Zaruma - Portovelo y viceversa. Con el siguiente horario: lunes a viernes, cada 10 minutos. Desde las 06h00 am / 19h30 pm. Sábados y Domingos, cada 15 minutos, desde las 06h00 am / 18h30 pm.	Busetas
Cooperativa de Transporte Paccha	Calle Pichincha (sector del coliseo)	X	La salida de cada turno es cada 2 horas	Ranchera

Fuente: PDOT del Cantón Zaruma, (2018).

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

6.1.1.3.2 Comunicaciones

- **Servicio telefónico**

La cabecera cantonal dispone del servicio en un 44%, sin embargo, las parroquias rurales cuentan con este servicio en menor escala. De hecho, la telefonía fija en las zonas rurales según sus habitantes ha sido remplazada por la telefonía móvil, que tiene mejor cobertura y es de fácil acceso. (GAD Municipal de Zaruma, 2014, pp. 202-203)

Tabla 11. Disponibilidad de servicio telefónico

Variable	Casos	%
Sí	1304	44%
No	1694	57%
Total	2998	100%

Fuente: INEC, Censo 2010 - Actualización del PDOT, (2014).

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

- **Oficina de teléfonos**

Dentro del caso urbano existen escasos locales que ofrecen el servicio de cabinas telefónicas.

- **Señal de servicio telefónico celular**

La cabecera cantonal dispone del servicio en un 86%, la telefonía móvil está manejada por cuatro operadoras: Claro, CNT, Movistar y Tuenti; siendo la primera la de mayor y mejor cobertura en cualquier parte del cantón. (GAD Municipal de Zaruma, 2014, p. 209)

Tabla 12. Disponibilidad de servicio telefónico celular

Variable	Casos	%
Sí	2590	86%
No	408	14%
Total	2998	100%

Fuente: INEC, Censo 2010 - Actualización del PDOT, (2014).

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

- **Cabinas de servicio telefónico**

Como ya se mencionó anteriormente existen escasos locales que ofrecen el servicio de cabinas telefónicas para uso público.

- **Cibercafés**

En el casco urbano existe un número considerable de cibercafés que prestan el servicio de internet. De hecho, los espacios públicos en donde hay conexión de internet gratis son el Parque de la Independencia y la biblioteca virtual del GAD Municipal de Zaruma, donde los habitantes o turistas que visitan la ciudad puedan conectarse desde sus dispositivos.

La accesibilidad a internet en el cantón es muy baja, su mayor tenencia es en la cabecera cantonal con el 15%. En las zonas rurales se han instalado Infocentros para que la población de las parroquias tenga acceso a internet. (GAD Municipal de Zaruma, 2014, p. 214)

Tabla 13. Disponibilidad de servicio de internet

Variable	Casos	%
Sí	447	15%
No	2551	85%
Total	2998	100%

Fuente: INEC, Censo 2010 - Actualización del PDOT, (2014).

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Las empresas proveedoras del servicio de internet en el cantón son CNT, NETLIFE, TELCONET. Adicional a estas, existe la Compañía local ESMONSA S.A, la misma que provee

del servicio de internet por fibra óptica en parroquias como Sinsao, Salvias, Güizhagüiña, Arcapamba. (GAD Municipal de Zaruma, 2018, p. 82)

- **Oficina de correos**

La cabecera cantonal cuenta con Correos Del Ecuador CDE.EP. Agenciado Zaruma, Armal Express Zaruma y Servientrega.

6.1.1.3.3 Sanidad

- **Red de agua potable**

Según, el GAD Municipal de Zaruma (2018) en la parroquia urbana Zaruma el abastecimiento de agua registra un 60% de dotación del líquido vital (p. 63). Aunque, los constantes cortes del servicio han provocado que la mayoría de los habitantes coloquen en sus hogares una cisterna para el almacenamiento de agua.

Cabe recalcar que, en los últimos años el gobierno local ha logrado que el agua de consumo de la mayoría de los hogares proceda de la red pública. No obstante, aún existe un porcentaje de hogares que se abastecen de agua que procede de pozo, río, vertiente, acequia o canal y del agua lluvia; especialmente, en la zona rural del cantón.

- **Sistema de alcantarillado**

Según el GAD Municipal de Zaruma (2018), “la cobertura del sistema de alcantarillado tiene un porcentaje de 87.30%. Sin embargo, a nivel cantonal sólo cubre el 34.83%, estas cifras son alarmantes ya que de todos los servicios básicos este refleja el mayor déficit” (p. 65).

- **Eliminación de excretas**

El GAD Municipal de Zaruma (2018) menciona que para la cabecera cantonal la dotación de viviendas conectadas a la red pública alcanza el 87,30%. Pero dicho sistema de alcantarillado no cuenta con una planta de tratamiento y las descargas se realizan directamente al río Mirmir o a las quebradas, lo que ocasiona un problema de contaminación ambiental grave. (p. 65)

- **Eliminación de la basura**

Según el GAD Municipal de Zaruma (2018), el 68% de la población de la parroquia urbana Zaruma utiliza mayoritariamente el carro recolector para eliminar los desechos sólidos, servicio que está a cargo de la Unidad de Gestión de Desechos Sólidos del GAD Municipal (p. 66).

- **Establecimientos de salud en la comunidad**

En el tema de salud, los equipamientos existentes en la zona rural y urbana del cantón pertenecen al área número 9 de salud. En la cabecera cantonal se encuentra el Hospital Básico

Humberto Molina y el Centro Materno Infantil y de Emergencia del IESS. “En el caso de presentarse emergencias que dichos equipamientos no puedan solventar la población se ve obligada a desplazarse hacia Piñas, Machala y en algunos casos, Guayaquil y Cuenca” (GAD Municipal, 2018, p. 73).

6.1.1.3.4 Energía

- **Servicio de energía eléctrica**

El Cantón Zaruma es de dependencia total del Sistema Energético Nacional, regulado por la Empresa Eléctrica Pública Estratégica Corporación Nacional de Electricidad CNEL EP. Con respecto a dicho servicio, el GAD Municipal de Zaruma (2018) señala que la dotación actual de la red de energía eléctrica en la parroquia urbana Zaruma es del 98% (pp. 65-66).

- **Gasolineras**

En la comunidad sólo se cuenta con la Gasolinera del Sindicato de Choferes de Zaruma “Sultana de El Oro”, ubicada en la Avenida Alonso de Mercadillo frente al Cementerio Municipal de Zaruma. Otra gasolinera próxima a la zona es la Gasolinera El Pionero TAC, la cual se encuentra ubicada en el sector El Pache a 7.5 km (14 min) desde el parque central de la ciudad.

6.1.1.4 Gobernanza

La gobernanza en el área de estudio está encabezada por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Zaruma, autoridad que mediante la Unidad de Promoción y Difusión Turística se encarga de dirigir la actividad turística cantonal. Además, para velar por el desarrollo turístico de la bella Sultana de El Oro la autoridad local viene trabajando en conjunto con el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Turismo; del mismo modo, con la Prefectura de El Oro y con la Cámara de Turismo tanto a nivel local como provincial.

El GAD Municipal cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial elaborado en el año 2018, adicionalmente existen normativas entre el MINTUR y GAD Municipal de Zaruma que se aplican para el desarrollo de la actividad turística en todo el cantón como:

- Ordenanza que regula a los establecimientos turísticos: LUAF: Licencia Única Anual de Funcionamiento.
- Ordenanza que regula las actividades Turísticas en el cantón Zaruma.
- Ordenanza de Promoción, Fomento y Desarrollo Turístico en el cantón Zaruma.
- Ordenanza que regula el Consejo Cantonal de Turismo del cantón.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Zaruma se encuentra representado por los siguientes miembros:

Alcalde. Ing. Jhansy Manuel López Jumbo.

Vicealcalde. Sr. Carlos Alberto Aguilar Peñaloza.

Concejala. Lcda. Lorena Soledad Macas Román.

Concejal. Ing. Paúl Rodrigo Morales Chan.

Concejal. Sr. Dilmo Gonzalo Gía Cuenca.

Concejal. Sr. Roque Armangel Armijos Aguilar.

6.1.1.4.1 Apoyo de instituciones

Dentro de este apartado se hace referencia a aquellas instituciones locales, nacionales e internacionales de las cuales recibe o ha recibido apoyo la comunidad para su desarrollo y crecimiento turístico. A continuación, se detalla más en la Tabla 14.

Tabla 14. Instituciones que brindan apoyo a la comunidad

Institución	Nombre	Desde	Hasta	Actividad
Locales	Cámara de Turismo de Zaruma	S/I	S/I	Promoción Turística
	Cámara de Turismo de El Oro	S/I	S/I	Promoción Turística
Nacionales	Quito Turismo	2017	2021	Fortalecimiento Turístico
	Ministerio de Turismo	S/I	S/I	Programa Pueblos Mágicos
	Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, INPC	S/I	S/I	Patrimonio y Cultura
Internacionales	Gobierno de Taxco de Alarcón del Estado de Guerrero, México	S/I	S/I	Cooperación Internacional

Fuente: Unidad de Promoción y Difusión Turística del GAD Municipal de Zaruma.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

No se tiene establecido el periodo desde y hasta cuando algunas instituciones apoyan o han apoyado a la autoridad local, por las siguientes razones: la Cámara de Turismo de Zaruma, Cámara de Turismo de El Oro y Ministerio de Turismo brindan un apoyo constante; mientras tanto, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) si bien colabora con la Unidad de Promoción y Difusión Turística, pero más apoya a la Unidad de Cultura y Deportes, de la Dirección de Desarrollo Socioeconómico del GAD Municipal de Zaruma. Por último, el convenio con el Gobierno de Taxco de Alarcón aún se encuentra en trámite.

6.1.1.4.2 Planes de desarrollo en la comunidad

De acuerdo con la información suministrada por el Departamento de Gestión de Planificación y Ordenamiento Territorial, durante la administración del Ing. Jhansy López Jumbo actual alcalde del cantón Zaruma se han elaborado los siguientes planes de desarrollo en beneficio de la comunidad:

- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, año 2015
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, año 2018
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, año 2020 – 2030 (Fase III: Propuesta)
- Plan Urbano Sustentable de Zaruma
- Plan Movilidad
- Plan Gestión de Centro Histórico

6.1.1.4.3 Tipo de organizaciones

En el cantón Zaruma existe un conjunto de organizaciones sociales que marcan una dinámica en las actividades sociales, económicas, culturales y políticas. Dentro del cantón se cuenta con diversas iniciativas organizacionales: agrícolas, ganaderas, artesanales, servicios y turísticas; instituciones, grupos gremiales y de cooperación. Según la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, para la fecha existen 33 organizaciones en todo el cantón de las cuales 15 se encuentran en la parroquia urbana Zaruma. (GAD Municipal de Zaruma, 2018, p. 37)

A continuación, en la Tabla 15 tenemos el nombre de las organizaciones del área de estudio:

Tabla 15. Organizaciones existentes en la zona

Tipo	Organización
Productiva	Pre Asociación MIRMIR
	Cooperativa Minera Libertad 15 de Febrero
	Asociación de Productores Agropecuarios San Antonio de Zaruma
	Asociación de Ganaderos Sultana de El Oro
Social	ROTARAC
	Comité Cívico Para el Buen Vivir del Cantón Zaruma
	Asociación Vida y Esperanza
Social - Deportiva	Club Social El Trébol
	Club Social Unión Obrera
Cultural	Asociación viviendas cerro rico de San Antonio de Zaruma
	Asociación propietarios de casas patrimoniales y amigos del patrimonio
Transporte	Coop. Interprovincial de Transp. Asoc. Cantonales
	Cooperativa de Transporte en Taxis Zaruma Urcu
	Cooperativa de Transporte de Carga Sultana de El Oro
Comercio	Asociación de Comerciantes de Insumos de Minería

Fuente: PDOT del Cantón Zaruma, (2018).

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

6.1.1.5 Comunidad receptora

6.1.1.5.1 Actividades económicas

Según el INEC, en el Censo de Población y Vivienda del año 2010 las principales actividades económicas del cantón son la actividad agrícola y ganadera, siguiendo el orden de importancia se destaca las actividades de minas y canteras. Otras actividades que dinamizan la actividad económica cantonal es el comercio al por mayor y menor, seguidos por enseñanza, la manufactura (las actividades más relevantes son las joyerías de oro existentes en el cantón) y administración pública.

A continuación, tenemos las actividades económicas principales a las que se dedica la población del cantón Zaruma:

Tabla 16. Actividades económicas

Actividades	Porcentaje
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	28,83%
Explotación de minas y canteras	25,69%
Industrias manufactureras	5,29%
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	0,20%
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	0,15%
Construcción	4,11%
Comercio al por mayor y menor	10,31%
Transporte y almacenamiento	3,42%
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	1,87%
Información y comunicación	0,55%
Actividades financieras y de seguro	0,34%
Actividades inmobiliarias	0,02%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	0,57%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	1,06%
Administración pública y defensa	4,13%
Enseñanza	5,67%
Actividades de la atención de la salud humana	1,43%
Artes, entretenimiento y recreación	0,24%
Otras actividades de servicios	1,06%
Actividades de los hogares como empleadores	3,12%
Trabajador nuevo	1,93%
Total	100%

Fuente: INEC, Censo 2010 – PDOT del cantón Zaruma, (2018).

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

6.1.1.5.2 Empleo turístico

El GAD Municipal de Zaruma (2018) menciona que la ciudad cuenta con importante infraestructura turística; por tal razón, este sector beneficia a 301 personas con las plazas de trabajo. No obstante, según el Censo de Población y Vivienda 2010 por ocupación de la PEA en actividades

de alojamiento y servicio de comidas emplean 172 personas; y artes, entretenimiento y recreación a 22 personas. Por otra parte, las autoridades del cantón consideran que el turismo es un negocio y como tal merece profesionalismo, por ello, los empleos informales dentro del sector turístico no se admiten.

6.1.1.5.3 *Actividades de participación de la comunidad*

La comunidad participa de las asambleas comunitarias hechas por el GAD Municipal de Zaruma, el objetivo es fortalecer el poder ciudadano y sus formas de expresión. Así mismo, en el cantón se cuenta con un Consejo de Planificación como una instancia de participación Ciudadana vinculado al Sistema Nacional Descentralizado de Planificación y cuyos principales lineamientos son el fomentar la participación ciudadana, el promover el equilibrio territorial y el fortalecer los procesos de planificación. (GAD Municipal de Zaruma, 2018, p. 107)

6.1.1.5.4 *Destrezas para turismo*

Las destrezas para turismo encontradas en la comunidad tienen relación con la cocina, puesto que, la zona posee una rica gastronomía típica. Por ejemplo, el tigrillo zarumeño se ha constituido en un icónico plato gastronómico de la ciudad de Zaruma, razón por la cual todos los restaurantes de la localidad lo ofertan en su menú diario. Igualmente, se cuenta con 2 guías locales certificados por el MINTUR que prestan el servicio de guianza. Por último, según el nivel de instrucción que presenta la población, es posible que se tenga habilidades como el dominio del idioma inglés y conocimiento en temas de contabilidad y administración.

6.1.1.5.5 *Actitud de la comunidad hacia la actividad turística*

Las declaratorias que posee la ciudad de Zaruma como Ciudad de Interés turístico, Patrimonio Cultural y Pueblo Mágico del Ecuador; provocan que la comunidad y en especial propietarios de establecimientos de servicios turísticos, consideren al turismo como un instrumento importante para el desarrollo socioeconómico de la ciudad.

6.1.1.5.6 *Problemas sociales*

Se puntualiza que hay poca participación ciudadana e involucramiento en la búsqueda de soluciones a problemas sociales, culturales, económicos y políticos del cantón, por parte de las Organizaciones e Instituciones locales (GAD Municipal de Zaruma, 2018, p. 39).

El gobierno local, ha identificado los siguientes problemas de ámbito sociocultural:

Tabla 17. Priorización de problemas de valoración alta, media y baja

Problemas	Prioridad
No hay apoyo para continuar con los proyectos tecnológicos realizados por los estudiantes.	Media
Cierre de escuelas en barrios rurales del cantón.	Media
Consumo de sustancias psicotrópicas en unidades educativas (Colegios).	Alta
Inexistencia de Centros de Educación Superior.	Alta
El hospital de la ciudad de Zaruma, fue evacuado a raíz del hundimiento de la escuela la Inmaculada, y funciona en diferentes casas de salud.	Alta
El hospital y el Centro Materno Infantil IESS funcionan en una sola edificación generando confusión a la población.	Media
Déficit de agua potable para la población.	Alta
No existe planta de tratamiento de aguas residuales	Alta
Sistema de alcantarillado, aguas lluvias y agua potable deficientes.	Alta
Insuficiente alumbrado público.	Media
No existe clasificación de desechos en domicilios.	Alta
No existe planta de tratamiento de desechos.	Alta
Falta de coordinación interinstitucional para la solución de problemas sociales	Alta
No cuentan con vida jurídica las organizaciones barriales, e instituciones sociales, deportivas, culturales.	Media
Carencia y desmotivación de las manifestaciones culturales tradicionales.	Alta
Poco conocimiento e involucramiento de los jóvenes en el Patrimonio Cultural material e inmaterial.	Media
Desvalorización de bienes patrimoniales materiales e inmateriales.	Alta
No aplicación de políticas y acciones de conservación del patrimonio arqueológico del Cantón.	Alta
Limitado presupuesto para la planificación y ejecución de una Agenda Cultural.	Alta
Registro e inventario de los Bienes Culturales Patrimoniales del cantón incompleto y desactualizado.	Alta
Deficiente logística turística para atención adecuada.	Alta
Utilización de los parques por parte de los jóvenes para usos inadecuados.	Alta
No existe un registro de personas con discapacidad en el cantón.	Media
Trabajo infantil a nivel cantonal.	Media
Espacios públicos no incluyentes.	Alta
Carencia de mobiliario urbano.	Alta

Fuente: PDOT del Cantón Zaruma, (2018).

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

6.1.2 Caracterización de la Demanda

6.1.2.1 Periodicidad y frecuencia de la visita turística

Después del análisis realizado a las entrevistas aplicadas en la visita in situ y por criterios de los 14 informantes clave del sector turístico de la ciudad de Zaruma, como representantes del servicio de alojamiento, servicio de alimentos y bebidas, servicio de operación e intermediación, servicio de guianza, administradores de algunos atractivos turísticos (Mina Turística El Sexmo y Museo Selva Indígena), Director del Departamento de Desarrollo Socioeconómico y encargados

de la Unidad de Promoción y Difusión Turística del GAD Municipal de Zaruma se puede determinar que:

Existe llegada de turistas hacia la parroquia urbana Zaruma, pero la demanda diaria aproximada varía ya que de lunes a viernes la demanda turística es baja, comparado con los fines de semana y feriados donde se observa mayor flujo de turistas, lo cual provoca un colapso en la capacidad hotelera de la ciudad. De la misma forma, la frecuencia de la demanda que posee la comunidad es permanente (todo el año), aunque se encuentra muy definida por temporadas. Por ejemplo, la temporada alta corresponde a las fiestas patronales en honor a la Virgen del Carmen (del 12 al 20 de julio), temporada de verano (mayo a diciembre), en los meses de vacaciones de la Región Sierra (julio y agosto) y feriados nacionales. Mientras que, la temporada baja compete al tiempo de invierno que se prolonga desde enero a abril.

6.1.2.2 Forma de viaje

Con relación a la forma de viaje, se determinó un cálculo en porcentaje con base a las respuestas de los informantes clave donde el 90% de las personas que arriban a la parroquia urbana Zaruma lo hacen de forma independiente y el 10% restante de manera organizada por algún paquete o tour de una agencia de viajes.

6.1.2.3 Origen de la demanda

Con respecto al origen del tipo de demanda que posee la comunidad, la mayoría coincide que es más nacional de ciudades como Cuenca, Guayaquil, Loja, Quito, Ambato, Santo Domingo y de la parte baja de la Provincia de El Oro.

6.1.2.4 Motivos de visita y tiempo de estadía

Por lo que se refiere al tiempo de estadía hay presencia tanto de turistas como excursionistas, que llegan atraídos por las particularidades que presenta la parroquia urbana Zaruma como su parte histórica, cultural, patrimonial y gastronómica. A la vez, se presenta como una ciudad tranquila y segura para descansar y relajarse; además, su ubicación estratégica hace que su clima sea agradable. Otras razones principales por las cuales es visitada la comunidad son la mina turística El Sexmo, centro histórico, museo municipal y Santuario de la Virgen del Carmen.

Por otro lado, las actividades turísticas que se pueden realizar en el área de estudio comprenden la visita a la mina turística El Sexmo, iglesia matriz, centro histórico, museo municipal de arte e historia “Dr. Gonzalo Rodríguez Calderón”, miradores de la ciudad, Cerro El Calvario, recorridos por las casas patrimoniales, compra de artesanías y degustación de la gastronomía local.

6.1.2.5 Gasto promedio

Se estima que el gasto promedio diario de los visitantes puede variar, es decir, el gasto diario por turista es entre \$100 - \$200 dólares y el gasto de un excursionista va de \$20 a \$30 dólares ya que siempre busca escatimar gastos. Los servicios turísticos de alojamiento y restaurantes son los que más consumen los visitantes. Por el contrario, los servicios menos empleados son el de bares y guianza local, el segundo es poco consumido ya que la mayoría de los turistas visitan los atractivos de forma independiente.

6.1.2.6 Situación del turismo

La actividad turística en la parroquia urbana Zaruma se mantiene regular porque desde que se levantaron las restricciones por el tema de la pandemia, las personas se han adaptado a esta nueva normalidad y han regresado a visitar la ciudad, especialmente en los feriados nacionales es masiva la presencia de turistas. A pesar de que en estos últimos años ha habido un déficit de la actividad turística, por el problema del coronavirus y sus variantes. En efecto, se observa una disminución constante en los últimos años 2020 y 2021 de turistas que antes visitaban diariamente la ciudad.

6.1.3 Caracterización de Atractivos y Recursos Turísticos

En el Inventario de atractivos turísticos del cantón Zaruma dentro de la parroquia urbana Zaruma constan 6 atractivos de categoría manifestación cultural que han sido catalogados y validados por el Ministerio de Turismo y certificados por la Unidad de Promoción y Difusión Turística del GAD Municipal de Zaruma:

Tabla 18. Atractivos turísticos validados y catalogados por el MINTUR

N°	Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
1	Café Zaruma	Manifestación Cultural	Acervo Cultural y Popular	Gastronomía	III
2	El Tigrillo	Manifestación Cultural	Acervo Cultural y Popular	Gastronomía	III
3	Fiesta de Semana Santa en el Cerro el Calvario	Manifestación Cultural	Acervo Cultural y Popular	Fiestas Religiosas, Tradiciones y Creencias Populares	II
4	Fiestas de la Virgen del Carmen	Manifestación Cultural	Acervo Cultural y Popular	Fiestas Religiosas, Tradiciones y Creencias Populares	III

5	Mina el Sexmo	Manifestación Cultural	Realizaciones Técnicas Científicas	y	Centros Industriales	III
6	Museo Municipal de Arte e Historia “Dr. Gonzalo Rodríguez Calderón”	Manifestación Cultural	Arquitectura		Infraestructura Cultural	III

Fuente: Unidad de Promoción y Difusión Turística del GAD Municipal de Zaruma.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

No obstante, se consideró realizar una actualización del inventario de 17 atractivos turísticos de la parroquia urbana Zaruma, para todos estos atractivos tanto naturales como culturales se levantó las respectivas fichas de inventario según el formato otorgado por el Ministerio de Turismo año 2018 (Ver Anexo 4) donde se detallan sus datos generales, ubicación, características, accesibilidad y conectividad, planta turística / complementarios, estado de conservación e integración atractivo / entorno, higiene y seguridad turística, políticas y regulaciones, actividades que se practican, promoción y comercialización del atractivo, registro de visitantes y afluencia, por último, el recurso humano presente en cada atractivo. Luego, de realizar dicha actualización se procedió hacer una síntesis de los atractivos mediante las fichas de resumen:

Tabla 19. Café Zarumeño

Nombre del atractivo: Café Zarumeño			Jerarquía: III		
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Acervo Popular	Cultural	y	Subtipo: Gastronomía	
Provincia: El Oro	Cantón: Zaruma	Localidad: Zaruma			

Fotografía



Fuente: Diario El Telégrafo, (2015).

Ubicación: Se lo puede adquirir en las tiendas locales dentro del casco colonial, el cual tiene un precio desde \$2,50.

Latitud: -3.69284

Longitud: -79.61099

Características: El café de Zaruma se trata de un café arábigo, cosechado a 1.300 metros de altura, este es un café molido y tostado de forma tradicional. Cabe señalar que de la calidad del producto y del cuidado que se ponga en este proceso depende la conservación del aroma y el buen gusto. Por otra parte, anualmente en el mes de julio se realiza en la ciudad el concurso “Catación Café de Oro” y se elige la Reina Nacional del Café.

Recomendaciones:

-
- El café zarumeño se puede preparar de 3 formas: café filtrado en chuspa o bolsa de tela, esencia de café o café asustado
 - Manténgase en un ambiente fresco y seco, una vez abierto el empaque guarde el contenido en un envase hermético de vidrio para conservar su aroma y sabor
 - Si quiere conocer más del café de Zaruma no dude en visitar en la Calle Bolívar la tienda El Cafetal del Sr. Marcelo Valverde propietario de la marca de café Don Marcelo
 - Respetar el valor patrimonial de la ciudad
 - Uso de mascarilla o cubrebocas
-

Actividades Turísticas:

- Degustación del tradicional café de Zaruma
 - Fotografía
 - Convivencia
 - Compra del Café Zarumeño
-

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Tabla 20. Fiesta de Semana Santa en el Cerro El Calvario

Nombre del atractivo: Fiesta de Semana Santa en el Cerro El Calvario		Jerarquía: III	
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Acervo Cultural y Popular	Subtipo: Fiestas Tradicionales y Creencias Populares	Religiosas,
Provincia: El Oro	Cantón: Zaruma	Localidad: Zaruma	

Fotografía



Fuente: Fiestas de Zaruma, (2018).

Ubicación: El recorrido inicia desde el Santuario de la Virgen del Carmen hasta llegar al Cerro El Calvario.

Latitud: -3.68727

Longitud: -79.61062

Características: Es una tradición religiosa que se conserva a través de los años y es celebrada mediante el cumplimiento de una estricta agenda de actos litúrgicos en la ciudad. Por ejemplo, después del domingo de Ramos, en los días subsiguientes, se efectúan varios actos católicos de importante trascendencia. En primer lugar, la iglesia medita en la pasión de Jesucristo y expone la cruz para la adoración de los fieles. Además, se practica la penitencia y el ayuno. Durante la mañana del viernes, los creyentes recorren simbólicamente, con la cruz, el camino al Cerro El Calvario; viacrucis que, luego de recorrer algunas calles, en las que se escenifican a las XIV estaciones, culmina en el Santuario de la Virgen del Carmen.

Recomendaciones:

- Mantener el orden durante el recorrido
- Usar bloqueador solar y gafas de sol
- Usar gorra, gorro o sombrero
- No arrojar basura o desperdicios por las calles
- Llevar cámara fotográfica
- Usar ropa cómoda y zapatos adecuados para la caminata
- Respetar el valor patrimonial de la ciudad
- Uso de mascarilla o cubrebocas

Actividades Turísticas:

- Recorridos guiados y autoguiados
- Convivencia y participación de la celebración
- Fotografía

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Tabla 21. Fiestas de la Virgen del Carmen

Nombre del atractivo: Fiestas de la Virgen del Carmen		Jerarquía: III
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Acervo Cultural y Popular	Subtipo: Fiestas Religiosas, Tradiciones y Creencias Populares
Provincia: El Oro	Cantón: Zaruma	Localidad: Zaruma

Fotografía



Fuente: Diario El Universo, (2019).

Ubicación: El recorrido que se realiza con la Imagen de la Virgen del Carmen parte desde el Santuario y pasa por las principales calles de la ciudad.

Latitud: -3.69321

Longitud: -79.61061

Características: La celebración de la fiesta en honor a la Virgen del Carmen se remonta a 1794, por devoción a su patrona, como comúnmente se le atribuye a dicha imagen, las festividades se desarrollan del 12 al 20 de julio de cada año. El recorrido que hacen los feligreses que llevan en hombros a la imagen de la Virgen del Carmen, en el cantón Zaruma, y caminan varias cuadras por el centro histórico en honor a sus fiestas patronales. Se cumple luego de una misa campal que es presidida por el obispo de la Diócesis de Machala. A esta celebración se suman la realización del Festival Nacional del Café, Feria Agropecuaria, y varios eventos y programaciones religiosas, culturales, sociales y deportivas.

En 1912 el señor Adolfo Astudillo en aquel año presidente del Comité de Festejos mandó a construir una imagen de la Virgen del Carmen en un taller que funcionaba en la calle Rocafuerte de la ciudad de Quito, la imagen fue tallada en madera y mide 1, 60 cm de estatura, se encuentra acompañada de una imagen pequeña del niño Jesús, el valor de la escultura en aquel tiempo fue de 200 sucres. Para su traslado desde Santa Rosa se la puso en manos de un arriero, quien, en mula la transportó a Zaruma. No obstante, como la imagen resulto muy alta se tuvo que cortar la peana (base o apoyo para colocar encima una escultura) para facilitar su transporte.

Recomendaciones:

- Mantener el orden durante el recorrido
- Usar bloqueador solar
- Usar Gafas de sol
- Usar gorra, gorro o sombrero
- No arrojar basura o desperdicios por las calles
- Llevar cámara fotográfica
- Usar ropa cómoda y zapatos adecuados para la caminata
- Respetar el valor patrimonial de la ciudad
- Uso de mascarilla o cubrebocas

Actividades Turísticas:

- Recorridos guiados y autoguiados
- Presentaciones o representaciones en vivo
- Convivencia y participación de la celebración
- Fotografía

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Tabla 22. Fiesta Cívica de Independencia

Nombre del atractivo: Fiesta Cívica de Independencia		Jerarquía: III
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Acervo Cultural y Popular	Subtipo: Fiestas Religiosas, Tradiciones y Creencias Populares
Provincia: El Oro	Cantón: Zaruma	Localidad: Zaruma

Fotografía



Fuente: Gobierno Municipal de Zaruma, (2021).

Ubicación: Las celebraciones cívicas de la Sultana de El Oro se inician con un pregón artístico que se realiza en la Plaza de la Independencia o Parque Central de la ciudad.

Latitud: -3.69282

Longitud: -79.61033

Características: Para recordar con especial fervor cívico la gloriosa hazaña del 26 de noviembre de 1820, se realiza el Momento Cívico en la Plaza de la Independencia, luego el recorrido cívico por las principales calles de la ciudad y la sesión solemne por conmemorar su Independencia. Las celebraciones cívicas de la Sultana de El Oro se inician en el mes de noviembre con un pregón artístico y la agenda festiva que culmina en diciembre, consta de sesiones solemnes, conmemoraciones, desfile cívico militar, festivales de danzas y folclore, caravanas artísticas y presentación de bandas de pueblo; exposiciones, encuentros deportivos, rally automovilístico, competencia de motocross y conciertos; conferencias, seminarios y juegos populares.

Recomendaciones:

- Asistir a los diferentes eventos que contempla la agenda festiva
- Llevar cámara fotográfica
- No arrojar basura o desperdicios por las calles
- Respetar el valor patrimonial de la ciudad
- Uso de mascarilla o cubrebocas

Actividades Turísticas:

- Recorridos guiados y autoguiados
- Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales
- Actividades vivenciales y/o lúdicas
- Presentaciones o representaciones en vivo
- Fotografía
- Compra de artesanías
- Convivencia

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Tabla 23. Mina El Sexmo

Nombre del atractivo: Mina El Sexmo		Jerarquía: III
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Realizaciones Técnicas y Científicas	Subtipo: Centros Industriales
Provincia: El Oro	Cantón: Zaruma	Localidad: Zaruma

Fotografía



Ubicación: Ubicada en el sector “El Sexmo” de la ciudad de Zaruma.

Latitud: -3.68805

Longitud: -79.61363

Fuente: Yomara Zeas - Visita In Situ, (2021).

Características: El Rey Felipe II, en el siglo XVI, recibía una quinta parte del metal extraído y cuando le obsequiaron una pepa de tres libras, conmovido, decidió rebajar el tributo a una sexta parte de ahí su nombre. Es reconocida por ser la primera del distrito Zaruma – Portovelo, desde el año 2000 la empresa BIRA abrió la mina al público, el recorrido por el interior de una galería es de más de 500 metros de largo y dura aproximadamente 30 minutos, los visitantes ingresan con un guía nativo especializado para descubrir los secretos de lo que representa la extracción de los minerales principalmente del oro, así como sentir su aroma penetrante a hierro y azufre, con el goteo constante de agua que deben soportar las personas que se dedican a esta actividad. Evoca la historia de los indígenas esclavizados por los españoles hace más de 500 años.

Recomendaciones:

- El ingreso es gratuito
- Si va en grupo realizar previa cita agendada en la página de Facebook @elsexmo
- Mantener el orden durante el recorrido por la mina
- Usar ropa cómoda o deportiva y llevar puesto medias o calcetines
- Llevar cámara fotográfica
- Respetar el valor patrimonial de la ciudad
- Uso de mascarilla o cubrebocas

Actividades Turísticas:

- Recorridos guiados y autoguiados
- Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales
- Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales
- Muestras audiovisuales
- Fotografía
- Compra de artesanías

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Tabla 24. Museo Municipal de Arte e Historia “Dr. Gonzalo Rodríguez Calderón”

Nombre del atractivo: Museo Municipal de Arte e Historia “Dr. Gonzalo Rodríguez Calderón”		Jerarquía: III
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Arquitectura	Subtipo: Infraestructura Cultural
Provincia: El Oro	Cantón: Zaruma	Localidad: Zaruma

Fotografía



Fuente: Yomara Zeas - Visita In Situ, (2022).

Ubicación: Se ubica en las instalaciones del GAD Municipal de Zaruma, en la calle 9 de octubre y Plaza de la Independencia o Parque Central de la ciudad.

Latitud: -3.69263

Longitud: -79.60985

Características: Inaugurado el 17 de Julio de 1974, en la presidencia del Dr. Gonzalo Rodríguez Calderón. Esta institución alberga 850 colecciones de bienes muebles de interés artístico, histórico y científico, conservados y exhibidos para la enseñanza y entretenimiento de todos los visitantes. Tiene una superficie de 804,05 m² que corresponden al edificio + patio, recoge buena parte de la riqueza histórica de la antigua ciudad capital de la provincia de El Oro durante la Colonia y principios de la República, es un bien patrimonial construido entre los años 1909 a 1923. La independencia regional, el inicio de la actividad minera, la primera planta eléctrica, la imprenta, los distintos hitos históricos de la cultura local están reflejados en el museo que guarda y mantiene la identidad de la provincia. Antes era conocido como Museo Municipal de Zaruma, pero a partir del 18 de mayo de 2022 durante la reapertura su denominación cambio.

Recomendaciones:

- El ingreso es gratuito
- Mantener el orden dentro del museo
- No arrojar basura o desperdicios en las instalaciones
- Llevar cámara fotográfica
- No tocar o rayar las colecciones exhibidas
- Respetar el valor patrimonial de la ciudad
- Uso de mascarilla o cubrebocas

Actividades Turísticas:

- Recorridos guiados y autoguiados
- Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales
- Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales
- Fotografía

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Tabla 25. El Tigrillo

Nombre del atractivo: El Tigrillo		Jerarquía: III
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Acervo Cultural y Popular	Subtipo: Gastronomía
Provincia: El Oro	Cantón: Zaruma	Localidad: Zaruma

Fotografía



Fuente: Yomara Zeas - Visita In Situ, (2021).

Ubicación: Se lo puede conseguir en cualquier restaurante de la ciudad su precio varía entre los \$3,00 y \$7,00.

Latitud: -3.69129

Longitud: -79.61322

Características: Este plato se llama así porque al servirse sus colores se asemejan a un tigrillo (felino). Por su gran popularidad, desde el 2 de abril de 2020 es reconocido como parte del Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador, con ficha de registro en el ámbito “Patrimonio Alimentario y Gastronómico”. Sus ingredientes principales son: plátano verde, huevo frito y revuelto, refrito de cebolla y queso, se sirve en el desayuno o en la cena, acompañado por el café zarumeño.

Preparación: La siguiente preparación es para una persona: Pelar los plátanos y cocinarlos en agua (otra opción es freírlos o asarlos) y, aún calientes, molerlos manualmente en una tradicional piedra (batán) o en un procesador de alimentos. Aparte, en una sartén, poner el aceite para freír los huevos y añadir el plátano molido desmenuzando revolviéndolo con los huevos. Finalmente agregar la sal y el queso al gusto, también desmenuzando, hasta que se derrita.

Recomendaciones:

- Se sirve en el desayuno o cena
- Utilizar queso criollo para mayor elasticidad
- Si la preparación resulta muy seca añadir un poquito de agua hirviendo a gusto
- Al tigrillo puede agregarle carne asada, chicharrón, seco de pollo, huevo frito o bistec
- Acompañarlo con una taza de café zarumeño
- Respetar el valor patrimonial de la ciudad
- Uso de mascarilla o cubrebocas

Actividades Turísticas:

- Degustación de platos tradicionales
- Fotografía

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Tabla 26. Santuario de la Virgen del Carmen

Nombre del atractivo: Santuario de la Virgen del Carmen	Jerarquía: III
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Arquitectura
Provincia: El Oro	Subtipo: Histórica / Vernácula
Cantón: Zaruma	Localidad: Zaruma

Fotografía



Fuente: Yomara Zeas - Visita In Situ, (2021).

Ubicación: Se ubica alado de la Plaza de la Independencia o Parque Central de la ciudad.

Latitud: -3.69321

Longitud: -79.61061

Características: Su construcción empezó el 21 de julio de 1912 con la dirección del párroco zarumeño, Manuel Jacinto Chiriboga, y del ebanista lojano Carlos Ruiz Burneo. En su interior existe una conjunción de estilos sobresaliendo el estilo gótico flamígero, y se puede apreciar la presencia de arte mudéjar en su cielo raso. En la nave lateral derecha se encuentra pinturas que representan el Antiguo Testamento, en la nave lateral Izquierda está el Nuevo Testamento y en la nave Central del Altar Mayor se ubica la imagen de su Patrona la Virgen del Carmen.

Tiene una superficie de 832,52 m² su uso actual es para eventos religiosos y culturales. Posee 3 naves separada la nave central por pilares de madera y con grandes ventanales decorados y utilizando el arco apuntado, balcones y aleros de madera saturada, un altar tallado y forrado con pan de oro y plata. Se puede observar pinturas de Servio Gallardo como son, los óleos del antiguo y nuevo testamentos, así mismo esculturas religiosas talladas con una gran precisión y armonía. La última intervención del Santuario fue en el año 2021 donde las áreas intervenidas fueron las estructuras (cimientos, columnas, muros); elementos (torre principal, naves laterales y centrales, atrio, coro, reloj, vitrales, portones); instalaciones (eléctricas acometidas, iluminación arquitectónica led, sanitarias AALL).

Recomendaciones:

- Visitar el atractivo en el siguiente horario desde las 08H00 am hasta las 18H00 pm
- Mantener el orden dentro del santuario
- No arrojar basura o desperdicios en las instalaciones
- No rayar las bancas e imágenes exhibidas
- Llevar cámara fotográfica
- Respetar el valor patrimonial de la ciudad
- Uso de mascarilla o cubrebocas

Actividades Turísticas:

- Recorridos guiados y autoguiados
- Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales
- Actividades vivenciales y/o lúdicas
- Participación de la celebración
- Fotografía

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Tabla 27. Centro Histórico

Nombre del atractivo: Centro Histórico	Jerarquía: III
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Arquitectura
Provincia: El Oro	Subtipo: Área Histórica
Cantón: Zaruma	Localidad: Zaruma

Fotografía



Ubicación: Se distribuye a lo largo de las calles Sucre, Bolívar, 10 de agosto y 9 de octubre.

Latitud: -3.69156

Longitud: -79.61236

Fuente: Yomara Zeas - Visita In Situ, (2021).

Características: Comprende 81 hectáreas y engloba 210 casas patrimoniales aproximadamente construidas de guayacán, cedro, amarillo y bella maría. Reflejan diversas técnicas del siglo XIX y XX como técnicas vernáculas con el uso de bahareque y maderas finas, se distribuyen a lo largo de las calles Sucre, Bolívar, 10 de agosto y 9 de octubre. Cada inmueble se destaca por sus fachadas, balcones con balaustres torneados, grecas, tímpanos, cornisas, amplias puertas, corredores, celosías y ventanas talladas; con una geometría libre y espontánea que obedece a las irregularidades de la topografía del sitio. En la mayoría de las casas la planta baja está dedicada a locales comerciales, restaurantes, cafeterías y otros servicios destinados a la actividad turística y la planta alta corresponde a vivienda familiar o alojamiento para turistas.

Recomendaciones:

- Visitarlo por medio de una caminata
- Usar ropa cómoda y zapatos adecuados para la caminata
- Usar bloqueador solar y gafas de sol
- Usar gorra, gorro o sombrero
- No arrojar basura o desperdicios por las calles
- Llevar cámara fotográfica
- Respetar el valor patrimonial de la ciudad
- Uso de mascarilla o cubrebocas

Actividades Turísticas:

- Recorridos guiados y autoguiados
- Degustación de platos tradicionales
- Fotografía
- Compra de artesanías

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Tabla 28. Plaza de la Independencia

Nombre del atractivo: Plaza de la Independencia	Jerarquía: III
Categoría: Manifestación Cultural Tipo: Arquitectura	Subtipo: Espacio Público
Provincia: El Oro	Cantón: Zaruma
Localidad: Zaruma	

Fotografía



Ubicación: Está ubicada en el Centro Histórico, en la calle Rocafuerte.

Latitud: -3.69282

Longitud: -79.61033

Fuente: Diario Digital Machala Móvil, (2020).

Características: En el siglo XIX, era conocida como la plaza mayor y su superficie fue irregular. En 1866 el cabildo de Zaruma acuerda poner una pileta de agua potable en la calle de comercio, que fue importada de New York la pileta, la cañería y los materiales necesarios; y en 1902 se inaugura la colocación de la pileta. Esta plaza fue testigo de las celebraciones, discursos y el crecimiento de la ciudad gracias al auge minero. Tiene una superficie de 1619,73 m², hoy en día es el escenario de eventos religiosos y culturales. Alrededor de ella se encuentran: el palacio municipal, Santuario de la Virgen del Carmen, Cuerpo de Bomberos, un hostel y algunos establecimientos de restauración y artesanías. Además, cuenta con una fuente de agua en el centro, bancas de descanso, palmeras y jardines. Dicha plaza guarda el pasado del lugar, y forma parte de cada uno de los acontecimientos relevantes de la vida zarumeña desde la época republicana.

Recomendaciones:

- Botar la basura o desperdicios en los respectivos tachos de basura
- Llevar cámara fotográfica
- Visitarla cuando las remodelaciones que se están desarrollando hayan terminado
- Respetar el valor patrimonial de la ciudad
- Uso de mascarilla o cubrebocas

Actividades Turísticas:

- Recorridos guiados y autoguiados
- Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales
- Presentaciones o representaciones en vivo
- Fotografía
- Compra de artesanías

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Tabla 29. Cerro El Calvario

Nombre del atractivo: Cerro El Calvario	Jerarquía: II
Categoría: Atractivos Naturales	Tipo: Montañas
Provincia: El Oro	Subtipo: Baja Montaña
Cantón: Zaruma	Localidad: Zaruma

Fotografía



Ubicación: Está ubicado a 1 kilómetro al noreste de la ciudad.

Latitud: -3.68727

Longitud: -79.61062

Fuente: Yomara Zeas - Visita In Situ, (2021).

Características: Mide alrededor de 600 metros, tiene forma trapezoide con base ancha, cumbre obtusa y suelo ferro-arcilloso. Su altura desde el nivel del mar es de 1500 metros, la vegetación está constituida mayormente por herbáceas y rastreras. Entre la fauna mayormente observada se encuentran las aves. En la cima del cerro se ubica una cruz que asemeja la crucifixión de cristo y un mirador turístico desde donde se contempla una vista panorámica de la ciudad; el fondo del río Calera, río Amarillo y la ciudad de Portovelo, así como toda la cadena montañosa que rodea a Zaruma.

Recomendaciones:

- Para visitar este lugar se puede realizar una caminata o en vehículo
- Usar ropa cómoda y zapatos adecuados para la caminata
- Usar bloqueador solar y gafas de sol
- Usar gorra, gorro o sombrero
- Llevar su respectiva botella con agua
- Botar la basura o desperdicios en los respectivos tachos de basura
- Llevar cámara fotográfica
- Respetar el valor patrimonial de la ciudad
- Uso de mascarilla o cubrebocas

Actividades Turísticas:

- Senderismo
- Cicloturismo
- Caminata
- Parapente modalidad vuelo tándem
- Observación panorámica de la ciudad
- Fotografía
- Observación de flora y fauna

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Tabla 30. Museo Selva Indígena

Nombre del atractivo: Museo Selva Indígena	Jerarquía: III
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Arquitectura
Provincia: El Oro	Cantón: Zaruma
	Localidad: Zaruma

Fotografía



Ubicación: Se encuentra ubicado en el sector centro, específicamente en la Avenida. Alonso de Mercadillo.

Latitud: -3.69168

Longitud: -79.61392

Fuente: Yomara Zeas - Visita In Situ, (2021).

Características: Es un lugar que guarda gran parte de la historia de Zaruma y Ecuador en objetos que la cuentan, posee una colección de artefactos utilizados a través del tiempo, así como una variedad de animales disecados, piedras y minerales, artesanías, osamentas, arqueología y más.

El Sr. David de Jesús Valarezo Tinoco administrador del museo es escultor por profesión, si bien lleva un sistema de registro de visitantes en papel, pero no se ha preocupado por generar un reporte de estadísticas de visita al atractivo. El precio de la entrada al Museo Selva Indígena es de \$3,00 por persona. Cabe señalar que al atractivo lo visitan tanto turistas nacionales como extranjeros que viajan de forma independiente.

Recomendaciones:

- Mantener el orden dentro del museo
- No arrojar basura o desperdicios en las instalaciones
- Llevar cámara fotográfica
- No tocar o rayar las colecciones exhibidas
- Llevar suelto para pagar el valor de la entrada al museo
- Respetar el valor patrimonial de la ciudad
- Uso de mascarilla o cubrebocas

Actividades Turísticas:

- Recorridos guiados y autoguiados
- Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales
- Fotografía
- Compra de artesanías

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Tabla 31. Museo Montúfar

Nombre del atractivo: Museo Montúfar	Jerarquía: III
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Arquitectura
Provincia: El Oro	Cantón: Zaruma
	Localidad: Zaruma

Fotografía



Fuente: Yomara Zeas - Visita In Situ, (2021).

Características: Es un lugar que guarda gran parte de la historia de Zaruma y Ecuador en objetos que la cuentan, posee una colección de artefactos utilizados a través del tiempo, así como una variedad de animales disecados, piedras y minerales, artesanías, osamentas, arqueología y más.

El Sr. David de Jesús Valarezo Tinoco administrador del museo es escultor por profesión, si bien lleva un sistema de registro de visitantes en papel, pero no se ha preocupado por generar un reporte de estadísticas de visita al atractivo. El precio de la entrada al Museo Montúfar es de \$3,00 por persona. Cabe señalar que al atractivo lo visitan tanto turistas nacionales como extranjeros que viajan de forma independiente.

Recomendaciones:

- Mantener el orden dentro del museo
- No arrojar basura o desperdicios en las instalaciones
- Llevar cámara fotográfica
- No tocar o rayar las colecciones exhibidas
- Llevar suelto para pagar el valor de la entrada al museo
- Respetar el valor patrimonial de la ciudad
- Uso de mascarilla o cubrebocas

Actividades Turísticas:

- Recorridos guiados y autoguiados
- Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales
- Fotografía

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Tabla 32. Centro de Interpretación Cultural Hospital Medalla Milagrosa

Nombre del atractivo: Centro de Interpretación Cultural Hospital Medalla Milagrosa			Jerarquía: III
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Arquitectura	Subtipo: Infraestructura Cultural	
Provincia: El Oro	Cantón: Zaruma	Localidad: Zaruma	

Fotografía



Ubicación: Se encuentra ubicado en el sector norte, específicamente en la calle 26 de noviembre.

Latitud: -3.69102

Longitud: -79.61040

Fuente: Yomara Zeas - Visita In Situ, (2021).

Características: Data de inicios del siglo XX, fue el edificio del primer hospital que tuvo Zaruma con el nombre de “Hospital Municipal” estuvo regentado desde su inauguración el 10 de agosto de 1920 por las Hermanas de la Caridad, y una de sus salas llevaba el nombre de “Kingman” en honor al Doctor Eduardo Kingman, quien había hecho varias donaciones para este centro de salud.

Con el paso del tiempo y el desuso, la propiedad, considerada como un lugar emblemático de la arquitectura zarumeña, llegó a deteriorarse tanto en sus elementos constructivos como en su decoración. En este contexto, el Ministerio de Cultura y Patrimonio invirtió más de 650 mil dólares para su recuperación. Tiene una superficie de 286,02 m² y es utilizado para actividades artísticas, talleres de música, teatro y exposiciones permanentes.

Recomendaciones:

- Visitarlo cuando se realice exposiciones o eventos culturales de carácter público
- Mantener el orden dentro del Centro de Interpretación Cultural
- No arrojar basura o desperdicios en las instalaciones
- Llevar cámara fotográfica
- Respetar el valor patrimonial de la ciudad
- Uso de mascarilla o cubrebocas

Actividades Turísticas:

- Recorridos guiados y autoguiados
- Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales
- Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales
- Fotografía

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Tabla 33. Iglesia de San Francisco

Nombre del atractivo: Iglesia de San Francisco	Jerarquía: III
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Arquitectura
Provincia: El Oro	Subtipo: Histórica / Vernácula
Cantón: Zaruma	Localidad: Zaruma

Fotografía



Fuente: Yomara Zeas - Visita In Situ, (2021).

Ubicación: Se encuentra ubicada en el Barrio San Francisco.

Latitud: -3.69039

Longitud: -79.61150

Características: Fue fundada por los franciscanos y la primera iglesia estaba hecha bajo el sistema de construcción conocido como bahareque. La actual infraestructura fue construida en el año 1960, los materiales usados son el cemento tanto para las paredes como pilares, planchas de Gypsum en el tumbado, vidrio de colores para las ventanas y baldosa en el piso. Además, algunos elementos que aún se conservan de la antigua iglesia son la puerta principal y laterales mismas que son hechas de madera, así como detalles de madera con pintura celeste y dorada que se encuentran ubicados en el marco de la entrada interna. Por otra parte, en la planta baja se ubican las criptas que están destinadas a personas particulares, el valor por un nicho es de \$200 dólares.

Entre las imágenes talladas en madera más importantes se tiene a San Francisco de Asís, Nuestro Señor, Virgen de los Ángeles, San Antonio de Padua, Virgen del Consuelo, Virgen de Fátima y sus pastores; las cuales fueron restauradas en el mes de octubre de 2021 por un señor de San Antonio de Ibarra. Simultáneamente, se cuenta con imágenes modernas hechas de acrílico como Cristo y el Divino Niño. Todos los días domingo a las seis de la tarde se celebra la eucaristía.

Tiene una superficie de 779,64 m² que incluye el parque, su uso actual es para eventos religiosos y culturales. A los costados de esta se encuentra ubicada una cancha de indor, juegos infantiles y un mirador con una vista panorámica de la ciudad. A finales del mes de septiembre e inicios del mes de octubre de cada año se celebraban las fiestas del barrio San Francisco y como parte de la festividad se llevaba a cabo una novena y solemne misa campal en honor al Patrono San Francisco de Asís, juegos, baile y proclamación de la reina. Pero, a raíz de la pandemia el 04 de octubre sólo se realiza la celebración de una misa dentro de la iglesia, bajo la coordinación de moradores y devotos.

Recomendaciones:

- Visitar el atractivo en el siguiente horario desde las 08H00 am hasta las 18H00 pm
- Mantener el orden dentro de la iglesia
- No arrojar basura o desperdicios en las instalaciones
- No rayar las bancas e imágenes exhibidas
- Llevar cámara fotográfica
- Respetar el valor patrimonial de la ciudad
- Uso de mascarilla o cubrebocas

Actividades Turísticas:

- Recorridos guiados
- Recorridos autoguiados
- Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales
- Participación de la celebración
- Fotografía

Fuente: Trabajo de campo.**Elaboración:** Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Tabla 34. Cerro Zaruma Urcu

Nombre del atractivo: Cerro Zaruma Urcu	Jerarquía: II
Categoría: Atractivos Naturales	Tipo: Montañas
Provincia: El Oro	Subtipo: Baja Montaña
Cantón: Zaruma	Localidad: Zaruma

Fotografía



Ubicación: Se encuentra ubicado entre las parroquias Malvas y Zaruma, específicamente en la Avenida Universitaria.

Latitud: -3.68477

Longitud: -79.62604

Fuente: Yomara Zeas - Visita In Situ, (2021).

Características: La parte alta es irregular, la parte media y superior está cubierta de matorral y la parte baja de árboles frutales tales como mango, pomarrosa y otros. El subsuelo es resistente, formado de roca y arcilla seca. Tiene una altura de 1250 m.s.n.m. entre la flora y fauna que se puede observar en el área de la montaña tenemos a la ardilla y al ratón de campo. Algunos de los árboles observables son: achira, canelo, guayacán, laurel, nogal y mango pomarrosa. Sin embargo, debido a la deforestación que ha sufrido esta loma, actualmente no se encuentra flora nativa, lo que existe corresponde a malezas producto de la sucesión secundaria. Aunque se encuentra en terrenos de propiedad privada, para ingresar no hay ningún problema. Se puede ingresar con vehículo hasta cierto punto y luego toca emprender una caminata de unos 20 min.

Recomendaciones:

- Usar ropa cómoda y zapatos adecuados para la caminata
- Usar bloqueador solar, gafas de sol, gorra, gorro o sombrero
- Llevar su respectiva botella con agua
- Llevar cámara fotográfica
- Traer de vuelta a casa la basura que genere durante su visita al cerro
- Uso de mascarilla o cubrebocas

Actividades Turísticas:

- Senderismo
- Cicloturismo
- Caminata
- Parapente modalidad vuelo tándem
- Observación panorámica de la ciudad
- Fotografía
- Observación de flora y fauna

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Tabla 35. Mirador Batea Rumi

Nombre del atractivo: Mirador Batea Rumi	Jerarquía: II
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Arquitectura
Provincia: El Oro	Cantón: Zaruma
	Localidad: Zaruma

Fotografía



Fuente: Yomara Zeas - Visita In Situ, (2021).

Ubicación: Se encuentra ubicado en el sector del Coliseo Municipal, específicamente en la calle Pichincha Vía a Salvias.

Latitud: -3.69046

Longitud: -79.60974

Características: La colina donde se encuentra el mirador tiene una altura de 300 metros, con una forma piramidal. Su base es ancha y la cima ha sido aplanada a fin de tener un terraplén en donde ha sido construida la piscina Municipal de Zaruma que actualmente es administrada por la Sra. Freda Aguilar propietaria del Complejo Oro y Sol. Por lo tanto, si el turista quiere hacer uso de ella tendría que pagar el precio de \$1,00 ya sea adulto o niño. Además, la administradora actual arrienda la piscina para realizar eventos. El área aproximada es de 1.500 m². Para llegar hasta la cima de este mirador se debe recorrer una calle empedrada, en todo el contorno del cerro se han construido barandas de cemento desde donde los turistas y habitantes pueden observar a la ciudad con una perspectiva de 360° contemplando el Centro Histórico, donde las coloridas y coloniales casas dan vida al irregular relieve sobre el cual las han edificado.

Recomendaciones:

- Visitar el atractivo en el siguiente horario desde las 10H00 am hasta las 18H00 pm
- Usar ropa cómoda y zapatos adecuados para la caminata
- Llevar ropa de baño para que pueda ingresar a la piscina municipal
- Usar bloqueador solar y gafas de sol
- Usar gorra o sombrero
- Botar la basura o desperdicios en los respectivos tachos de basura
- Llevar cámara fotográfica
- Respetar el valor patrimonial de la ciudad
- Uso de mascarilla o cubrebocas

Actividades Turísticas:

- Recorridos guiados y autoguiados
- Fotografía
- Natación en la piscina que se encuentra en la cima de la colina

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Para la identificación de los atractivos turísticos naturales y culturales potenciales de la parroquia urbana Zaruma se consultó a la Mgs. Lucy Matamoros técnica de la Unidad de Promoción y Difusión Turística, cuál de los 17 atractivos turísticos inventariados in - situ en el área de estudio con las respectivas fichas de inventario según el formato otorgado por el Ministerio de

Turismo año 2018, serían de interés del GAD Municipal de Zaruma teniendo como resultado la siguiente ficha de jerarquización:

Tabla 36. Ficha de jerarquización de los atractivos turísticos naturales y culturales

N°	Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo	Ubicación	Jerarquía
1	Café Zarumeño	Manifestación Cultural	Acervo Cultural y Popular	Gastronomía	Ciudad de Zaruma dentro del casco colonial	III
2	El Tigrillo	Manifestación Cultural	Acervo Cultural y Popular	Gastronomía	Ciudad de Zaruma dentro del casco colonial	III
3	Fiesta de Semana Santa en el Cerro el Calvario	Manifestación Cultural	Acervo Cultural y Popular	Fiestas Religiosas, Tradiciones y Creencias Populares	Ciudad de Zaruma desde el Santuario de la Virgen del Carmen hasta llegar al Cerro El Calvario	III
4	Fiestas de la Virgen del Carmen	Manifestación Cultural	Acervo Cultural y Popular	Fiestas Religiosas, Tradiciones y Creencias Populares	Ciudad de Zaruma, el recorrido se realiza desde el Santuario y pasa por las principales calles de la ciudad	III
5	Mina el Sexmo	Manifestación Cultural	Realizaciones Técnicas y Científicas	Centros Industriales	Sector “El Sexmo” de la ciudad de Zaruma	III
6	Museo Municipal de Arte e Historia “Dr. Gonzalo Rodríguez Calderón”	Manifestación Cultural	Arquitectura	Infraestructura Cultural	GAD Municipal de Zaruma, en la calle 9 de octubre y Plaza de la Independencia	III
7	Santuario de la Virgen del Carmen	Manifestación Cultural	Arquitectura	Histórica / Vernácula	Alado de la Plaza de la Independencia	III
8	Iglesia de San Francisco	Manifestación Cultural	Arquitectura	Histórica / Vernácula	Barrio San Francisco de la ciudad de Zaruma	III

9	Centro Histórico	Manifestación Cultural	Arquitectura	Área Histórica	Se distribuye a lo largo de las calles Sucre, Bolívar, 10 de agosto y 9 de octubre.	III
10	Plaza de la Independencia	Manifestación Cultural	Arquitectura	Espacio Público	Centro Histórico, en la calle Rocafuerte	III
11	Mirador Batea Rumi	Manifestación Cultural	Arquitectura	Espacio Público	Sector del Coliseo Municipal, específicamente en la calle Pichincha Vía a Salvias.	II
12	Cerro El Calvario	Atractivos Naturales	Montañas	Baja Montaña	Ubicado a 1 kilómetro al noreste de la ciudad de Zaruma.	II

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

De los 17 atractivos turísticos inventariados en la visita in situ sólo 12 han sido considerados como potenciales y de interés del GAD Municipal de Zaruma, los 5 restantes han sido descartados porque no están dentro de la planificación de la Unidad de Promoción y Difusión Turística del GAD Municipal. Por ejemplo, la Fiesta Cívica de Independencia no ha sido considerada ya que las fiestas del mes de julio son más preponderantes que las de noviembre; así mismo, el Museo Selva Indígena y Museo Montúfar por ser de propiedad privada. Igualmente, el Centro de Interpretación Cultural Hospital Medalla Milagrosa no ha sido tomado en cuenta porque es más utilizado como salón de eventos; por último, el Cerro Zaruma Urcu no cumple con los requisitos establecidos por el Ministerio de Turismo, de hecho, se encuentra ubicado en terrenos de propiedad privada y los dueños no demuestran interés por mejorar la accesibilidad.

6.2 Resultados del segundo objetivo

6.2.1 Tamaño de la muestra

Para obtener el tamaño de la muestra se tomó en cuenta los registros existentes en la Unidad de Promoción y Difusión Turística del GAD Municipal de Zaruma, referente al número de turistas que visitaron la parroquia urbana Zaruma entre el año 2018 y 2019, de los cuales se obtuvo una proyección de turistas para el año 2022 aplicando la siguiente fórmula:

$$P_n = P_o(1 + i)^n$$

Tabla 37. Valores de n por año

n	Año
0	2018
1	2019
2	2020
3	2021
4	2022

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Encontrar el valor de i

DATOS

P_n= Total Año 2019 7.283

P_o= Total Año base 2018 7.753

n= 1

i= ? %

$$P_n = P_o (1 + i)^n$$

$$(1 + i)^n = P_n/P_o$$

$$(1 + i)^1 = \frac{7283}{7753}$$

$$(1 + i)^1 = 0,9393$$

$$1 + i = (0,9393)^{1/1}$$

$$1 + i = 0,9393$$

$$i = 0,9393 - 1$$

$$i = -0,0606$$

La tasa de crecimiento de turistas en la parroquia urbana Zaruma es de -6.06% anual.

Encontrar P_n del año 2022

$$P_n = P_o (1 + i)^n$$

$$P_n = 7.753 * (1 - 0,0606)^4$$

$$P_n = 6.038$$

En la Tabla 38 se presenta los resultados de la proyección del número de llegada de turistas desde el año 2018 hasta el 2022:

Tabla 38. Proyección del número de llegada de turistas

n	Año	Número de turistas
0	2018	7.753
1	2019	7.283
2	2020	6.842
3	2021	6.427
4	2022	6.038

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

La fórmula empleada para calcular el tamaño de muestra, fue la de poblaciones finitas puesto que se conoce el total de unidades de observación que la integran:

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

Donde:

N = tamaño de la población (6.038)

Z = nivel de confianza, (90%) / (Z=1,65)

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada (50%)

Q = probabilidad de fracaso (50%)

E= precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) (5%)

$$n = \frac{6.038 \times (1,65)^2 \times (0,50) \times (0,50)}{(0,05)^2 \times (6.038 - 1) + (1,65)^2 \times (0,50) \times (0,50)}$$

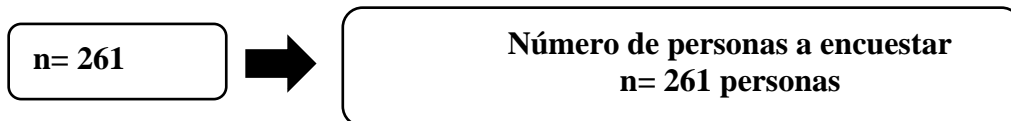
$$n = \frac{4\ 109,61}{15,09 + 0,6806}$$

$$n = \frac{4\ 109,61}{15,77}$$

$$n = 260,59 \rightarrow 261$$

Total 261 encuestas

Una vez aplicada la fórmula con los datos correspondientes se obtuvo el siguiente resultado:



6.2.2 Encuesta

El estudio presenta el análisis de los resultados de datos obtenidos en 261 elementos muestrales aplicados mediante una encuesta online, por medio de formularios de Google a aquellas personas que han visitado la parroquia urbana del cantón Zaruma durante los últimos 3 años. Puesto que, el aumento de contagios por coronavirus y omicrón, además, de la situación del socavón

ocasionado en la zona céntrica del cantón a causa de la minería ilegal, han provocado una disminución aún mayor de visitas turísticas a la ciudad. Los datos en cuales se estructuró el instrumento de la encuesta fueron: perfil sociodemográfico del turista, estructura de consumo de bienes y servicios turísticos, organización del viaje y variables motivacionales. Los resultados se muestran a continuación:

6.2.2.1 Perfil sociodemográfico del turista

Tabla 39. Sexo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	115	44%
Masculino	146	56%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Interpretación: Según los datos obtenidos mediante 261 elementos muestrales, la distribución por sexo indica un porcentaje equitativo con una diferencia mínima el sexo masculino representa el 56% y el femenino el 44%.

Tabla 40. Edad

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
18 a 24 años	61	23%
25 a 44 años	164	63%
45 a 64 años	35	13%
65 y más años	1	0%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Interpretación: El intervalo de edad, está mayormente representado por turistas de 25 a 44 años con el 63% que es un segmento relativamente joven, fundamentalmente viajando con niños; seguido por turistas de 18 a 24 años con el 23% un segmento de jóvenes muy importante y finalmente el más importante de la demanda son los turistas de 45 a 64 años que tienen el menor porcentaje que corresponde a un 13%.

Tabla 41. Nacionalidad

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Ecuatoriana (o)	254	97%
Extranjera (o)	7	3%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Interpretación: Según los datos obtenidos, el 97% de los visitantes de la parroquia urbana Zaruma son nacionales, el 3% son extranjeros en su mayoría venezolanos que viven hoy en nuestro país, en otros casos son compatriotas que han migrado hacia otros países y han logrado tramitar la ciudadanía por naturalización.

Tabla 42. Residencia

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Guayas	60	23%
El Oro	59	23%
Pichincha	58	22%
Loja	35	13%
Azuay	24	9%
Manabí	7	3%
Zamora Chinchipe	4	2%
Santo Domingo de los Tsáchilas	2	1%
Chimborazo	2	1%
Los Ríos	1	0%
Orellana	1	0%
Pastaza	1	0%
Estados Unidos	3	1%
Canadá	1	0%
Italia	1	0%
España	1	0%
Chile	1	0%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Interpretación: Dentro del territorio nacional en su mayoría los visitantes residen en provincias como Guayas y El Oro con un 23% respectivamente, seguido de Pichincha con un 22%, Loja con el 13% y Azuay con 9%; le sigue Manabí con el 3% y Zamora Chinchipe representa el 2%; en menor porcentaje están las provincias de Santo Domingo de los Tsáchilas y Chimborazo con un 1%, al igual que el porcentaje de visitantes que actualmente residen en Estados Unidos.

Tabla 43. Estado civil

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Soltero/a	174	67%
Casado/a	51	20%
Unión Libre	16	6%
Divorciado/a	20	8%
Viudo/a	0	0%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Interpretación: Según los datos obtenidos, el 67% de los visitantes de la parroquia urbana Zaruma son personas solteras; mientras que, el 20% son casados/as. Luego, sigue un 8% que corresponde a personas divorciadas y finalmente un 6% que se mantiene en unión libre.

Tabla 44. Nivel de estudios

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Sin estudios	0	0%
Educación primaria	4	2%
Educación secundaria	39	15%
Educación universitaria	175	67%
Postgrado	37	14%
Doctorado	6	2%
Postdoctorado	0	0%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Interpretación: Según los datos obtenidos, el 67% de los turistas que visitan la parroquia urbana Zaruma tienen una educación superior universitaria, el 14% poseen un postgrado y el 2% posee un doctorado, es decir el 83% posee un nivel de estudios alto; solo el 15% de los turistas tienen título de bachiller y tan solo el 2% poseen educación primaria.

Tabla 45. Ocupación actual

Variables	Frecuencia	Porcentaje
No trabaja	33	13%
Cuenta propia (no emplea personas)	47	18%
Empleado público	40	15%
Empleado privado	98	38%
Empresario (emplea personas)	26	10%
Ama de casa	5	2%
Jubilado/Pensionado	1	0%
Estudiante universitario	4	2%
Estudia y trabaja	2	1%
Trabajador independiente	3	1%
Educación	1	0%
Emprendedor	1	0%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Interpretación: La ocupación actual más predominante es la de empleado de una empresa privada con un 38%, las personas que trabajan por cuenta propia representan el 18%, siguiéndoles los empleados de instituciones públicas con 15%. No obstante, un 13% manifestó que actualmente

no trabaja; luego, tenemos a los empresarios que emplean personas con 10%, amas de casa y estudiantes universitarios con un 2% respectivamente; mientras que, en un porcentaje bajo del 1% se encuentran aquellas personas que estudian y trabajan y los trabajadores independientes.

Tabla 46. Ingreso mensual

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$425	61	23%
Entre \$426 a \$600	50	19%
Entre \$601 a \$800	38	15%
Entre \$801 a \$1.000	34	13%
Entre \$1.100 a \$1.400	37	14%
Entre \$1.500 a \$1.700	14	5%
Entre \$1.800 a \$2.000	11	4%
Más de \$2.001	16	6%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Interpretación: La mayor parte de los turistas (42%) tienen un ingreso mensual de \$601 a \$1.400, el 23% de los encuestados tienen un ingreso mensual de menos de \$425 que corresponde al salario básico unificado al año 2022, seguidos por ingresos de \$426 a \$600 con el 19%, los ingresos de más de \$2.001 ocupan un 6%, un valor mínimo es ocupado por las personas con ingresos de \$1.500 a \$1.700 y \$1.800 a \$2.000 con 5% y 4% respectivamente. Estos valores indican que el 42% de los visitantes representan a la clase media al tener ingresos mensuales mayores a \$1000 dólares.

6.2.2.2 Estudio de la estructura de consumo de bienes y servicios turísticos

Tabla 47. Promedio de gasto diario en su visita

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$20	23	9%
\$21 a \$40	86	33%
\$41 a \$60	55	21%
\$61 a \$80	37	14%
\$81 a \$100	29	11%
\$101 a \$120	12	5%
Más de \$120	19	7%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Interpretación: En cuanto a los resultados se aprecia que el mayor desembolso de presupuesto corresponde al rango de \$21 a \$40 con un 33%, el 21% de personas encuestadas gasta de \$41 a \$60 diarios, seguido por el rango de \$61 a \$80 con el 14%; mientras que, un 11% realiza

un gasto de \$81 a \$100, el gasto promedio diario de menos de \$20 representa el 9%, en menor porcentaje se encuentran los rangos de más de \$120 con 7% y \$101 a \$120 con el 5%.

Tabla 48. Componentes esenciales durante su visita

VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje
Viajes combinados (paquetes turísticos)	90	12%
Alojamiento	164	21%
Alimentos y bebidas	202	26%
Transporte	102	13%
Ocio, cultura y actividades deportivas	149	19%
Compras	51	7%
Visita a lugares turísticos	4	1%
Negocios y trabajo	4	1%
Seguridad para el visitante	1	0%
Fotografía	1	0%
Áreas naturales	1	0%
Visita familiar y recorrido por la ciudad	1	0%
Total	770	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Interpretación: Al ser una pregunta de opción múltiple, para el 26% de los encuestados el componente esencial durante su visita es el servicio de alimentos y bebidas, seguido por el servicio de alojamiento con el 21%; mientras que, el 19% prefiere el ocio, cultura y actividades deportivas, un 13% de los encuestados considera al transporte. Los viajes combinados (paquetes turísticos) son esenciales para un 12% y las compras representan el 7%, en menor porcentaje se encuentra las variables de visita a lugares turísticos, negocios y trabajo con el 1% en ambos casos.

Tabla 49. Forma de pago

VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	172	66%
Tarjeta de crédito	42	16%
Cheque	0	0%
Débito bancario	22	8%
Transferencias bancarias	24	9%
Efectivo y Débito bancario	1	0%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Interpretación: Para el 66% de los encuestados, la forma de pago que consideran más efectiva en su visita a la parroquia urbana Zaruma es en efectivo, seguida del pago con tarjeta de

crédito con un 16%, las transferencias bancarias representan el 9% y finalmente el 8% prefieren hacerlo con débitos bancarios.

Tabla 50. Medio de transporte utilizado para visitar la parroquia urbana Zaruma

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Transporte aéreo	2	1%
Transporte público	97	37%
Vehículo propio	140	54%
Vehículo rentado	22	8%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Interpretación: El medio de transporte más utilizado es el vehículo propio con 54%, seguido por el transporte público con el 37%, en otros casos un 8% opta por un vehículo rentado y por último el 1% corresponde a transporte aéreo, que bien se puede considerar que llegan hasta el Aeropuerto Regional de Santa Rosa o Aeropuerto Ciudad de Catamayo y luego vía terrestre hacia el destino. Cabe señalar que ya dentro del Centro Histórico de Zaruma los turistas prefieren desplazarse caminando ya que evitan el tráfico vehicular y sobre todo disfrutan conocer la ciudad de esta manera.

Tabla 51. Lugar donde se hospeda

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
No se hospeda (Visita de 1 día)	61	23%
Hotel	133	51%
Hostal	16	6%
Hostería	10	4%
Apartamento rentado	3	1%
En casa de un familiar o amigo	38	15%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Interpretación: El 51% de los visitantes prefieren alojarse en hotel, a diferencia del 23% que no se hospeda ya que realiza la visita de 1 día, es decir, este porcentaje correspondería a excursionistas o también llamados visitantes del día. Por otra parte, el 15% optan por pasar la noche en la casa de un familiar o amigo, le sigue un 6% de personas que prefieren alojarse en hostales, el 4% eligió la opción de hostería como alojamiento de preferencia y en una mínima cantidad con el 1% prefieren rentar un apartamento.

Tabla 52. Establecimiento donde consume sus alimentos y/o bebidas

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Restaurante	216	83%
Cafetería	25	10%
Fuentes de Soda	1	0%
Bar	3	1%
Puesto Ambulante	5	2%
Mercado	8	3%
Casa de familiares	2	1%
Todas las anteriores	1	0%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Interpretación: Según los datos obtenidos, el 83% de los turistas que visitan la parroquia urbana Zaruma prefieren ingerir alimentos y/o bebidas en un restaurante, en segundo lugar, están las cafeterías con 10%, en un mínimo porcentaje del 3% lo hacen en el mercado, el 2% en puestos ambulantes y 1% en bares y casa de familiares.

Tabla 53. Servicios turísticos contratados en el destino

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	145	56%
Visita guiada (Recorrido en un atractivo)	51	20%
Guía de Turismo Local	46	18%
Tour de una agencia de viajes o tour operador	19	7%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Interpretación: El 56% de los encuestados no contrató ningún servicio turístico en su visita a la parroquia urbana Zaruma, el 20% pagó por una visita guiada en un atractivo determinado. Le sigue el servicio de guía de turismo local con el 18% y finalmente un porcentaje del 7% contrató los servicios de un tour de una agencia de viajes o tour operador.

Esta falta de adquisición de servicios turísticos en el destino es justificable, puesto que, para el servicio de operación e intermediación en la ciudad sólo se cuenta con la operadora turística “Oro Adventure Tour Operator”; además, en el Catastro Nacional Turístico de Guianza se encuentran registrados 2 guías locales en la parroquia urbana Zaruma. Finalmente, cuando el turista requiere información se acerca a la Unidad de Promoción y Difusión Turística del GAD Municipal de Zaruma donde responden a sus inquietudes y le suministran un tríptico turístico de la ciudad.

6.2.2.3 Estudio de organización del viaje y variables motivacionales

Tabla 54. Frecuencia de viaje

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Mensualmente	59	23%
Semestralmente	58	22%
Anualmente	34	13%
Feridos	57	22%
Rara vez	53	20%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Interpretación: Según los datos obtenidos, el 23% de los encuestados viajan mensualmente a la parroquia urbana Zaruma, el 22% semestralmente y en feriados, el 20% lo hacen rara vez y el 13% visitan la ciudad una vez al año.

Tabla 55. Compañía durante el viaje

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Solo	22	8%
Familia	120	46%
Amigos	63	24%
Pareja	32	12%
Compañeros de trabajo	16	6%
Compañeros de estudio	3	1%
Grupo del Tour	5	2%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Interpretación: El 46% de los turistas prefieren visitar la parroquia urbana Zaruma en compañía de su familia, seguido del 24% que prefieren viajar con sus amigos, un 12% viaja en compañía de su pareja, el 8% viaja solo, en porcentajes menores los encuestados viajan en compañía de sus compañeros de trabajo (6%) y del grupo del tour (2%), finalmente, el 1% manifiesta viajar con sus compañeros de estudio.

Tabla 56. Duración de la visita

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1 noche	85	33%
2 a 3 noches	148	57%
Más de 4 noches	28	11%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Interpretación: El tiempo promedio de permanencias de los visitantes en la parroquia urbana Zaruma es de 2 a 3 noches con el 57% principalmente de turistas que se alojan en hoteles, le sigue el rango de 1 noche con el 33% y el 11% de los encuestados tienen una duración de estadía mayor a 4 noches.

Tabla 57. Fuentes de información relevantes para planear su visita a Zaruma

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Familia/Amigos	142	22%
Internet	150	24%
Periódico	5	1%
Televisión/Radio	14	2%
Diarios/Revistas	3	0%
Redes Sociales	142	22%
Páginas Web	64	10%
Empresas de viaje	16	3%
Folleto de tour operadores	16	3%
Guías de viaje	21	3%
Visita anterior	63	10%
Total	636	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Interpretación: Al ser una pregunta de opción múltiple el 24% de los encuestados prefieren utilizar el internet para planear su visita a la parroquia urbana Zaruma, también le dan importancia a las redes sociales y consejos de su “familia y amigos” ocupando el 22%, y el 10% hace uso de páginas web. Simultáneamente, un 10% respondió que ya había visitado antes el destino por lo que deciden regresar nuevamente para realizar turismo. Proporcionalmente en un menor porcentaje del 3% se encuentran varias opciones como la consulta mediante empresas de viaje, el uso de folletos de tour operadores y guías de viaje. Por último, un 2% se informaron a través de la televisión y radio, mientras que, el periódico es la fuente de información menos utilizadas con el 1%. Por consiguiente, los turistas prefieren utilizar el internet, redes sociales y consejos de su “familia y amigos” como fuentes de información relevantes para planear su visita.

Tabla 58. Forma de compra u organización del viaje

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Reservas directas	67	26%
Reservas a través de agencia	25	10%
Sin reserva de ningún tipo	169	65%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Interpretación: Según los datos obtenidos, el 65% de los encuestados manifiestan que a la hora de organizar su viaje a la parroquia urbana Zaruma no realizan ningún tipo de reserva, a diferencia del 26% que optan por las reservas directas y un 10% realiza sus reservas por medio de una agencia de viajes. Si bien es cierto que la mayoría de turistas para la forma de compra u organización del viaje no realizan ningún tipo de reserva, la principal razón es porque optan por utilizar el internet, redes sociales y consejos de su “familia y amigos” como fuentes de información relevantes para planear su visita.

Tabla 59. Aspectos para elegir a Zaruma como su destino turístico

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Historia interesante	156	16%
Cultura diferente a la suya	68	7%
Variedad de atractivos y actividades turísticas	124	13%
Ciudad segura	100	10%
Clima agradable	115	12%
Precios y costos del viaje	52	5%
Hospitalidad de su gente	90	9%
Gastronomía típica	144	15%
Facilidades de acceso y conectividad	36	4%
Recomendaciones sobre el destino	74	8%
Total	959	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Interpretación: Al ser una pregunta de opción múltiple el 16% de los encuestados prefieren elegir a la parroquia urbana Zaruma como su destino turístico por su historia interesante, el 15% por su gastronomía típica destacando el tigrillo y café zarumeño. Además, a un 13% le llama la atención la variedad de atractivos y actividades turísticas, el 12% menciona que eligen al destino por su clima agradable y un 10% la destaca como una ciudad segura. El 9% toma en cuenta la hospitalidad de su gente, un 8% se deja influenciar por las recomendaciones sobre el destino y el 7% corresponde a cultura diferente a la suya. Los aspectos con menor porcentaje son precios y costos del viaje con el 5% y el 4% restante toma en cuenta las facilidades de acceso y conectividad.

Tabla 60. Motivos de visita a la parroquia urbana Zaruma

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Interés en conocer y descubrir culturas diferentes a la suya	95	11%
Interés relacionado con la minería	61	7%
Conocer sitios naturales	127	14%

Ocio, recreo y vacaciones	102	11%
Visitas a parientes y amigos	55	6%
Negocios y motivos profesionales	24	3%
Eventos culturales programados	23	3%
Atractivo cultural y patrimonial	109	12%
Gastronomía	112	13%
Religión/peregrinación	15	2%
Declaratoria de Ciudad de interés turístico Nacional	35	4%
Declaratoria de Ciudad Patrimonio Cultural del Ecuador	58	7%
Declaratoria de Pueblo Mágico	68	8%
Compra de Café Zarumeño	1	0%
Rutas de ciclismo de montaña	1	0%
Estudios de biodiversidad	1	0%
Investigación sobre el café de Zaruma	1	0%
Encargo de funciones institucionales	1	0%
Trabajo	1	0%
Total	890	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Interpretación: Las principales razones que motivan al turista para visitar la parroquia urbana Zaruma tiene que ver con un 26% a la oferta de turismo cultural, seguido de un 19% que se encuentran atraídos por las declaratorias que posee el destino como ciudad de interés turístico, patrimonio cultural y pueblo mágico del Ecuador. De la misma forma, el 17% visita la ciudad por un interés relacionado al turismo de esparcimiento y un 14% representa al turismo de naturaleza. Simultáneamente, un 13% menciona que su motivo de visita es para degustar de la gastronomía típica. Finalmente, un 10% viaja a Zaruma con fines de turismo de negocios y en una minoría del 2% el motivo de visita está dirigido hacia la religión/peregrinación. Los resultados indican que los visitantes tienen un gran interés en el turismo cultural que oferta la ciudad.

A continuación, se puede visualizar el grado de interés que demuestra el turista por conocer los atractivos naturales y culturales más representativos de la parroquia urbana Zaruma:

Tabla 61. Grado de interés por conocer el centro histórico

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Interesado	7	3%
Poco Interesado	4	2%
Medio Interesado	44	17%
Interesado	58	22%
Muy interesado	148	57%

Total	261	100%
--------------	------------	-------------

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Tabla 62. Grado de interés por conocer el Santuario de la Virgen del Carmen

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Interesado	18	7%
Poco Interesado	24	9%
Medio Interesado	64	25%
Interesado	69	26%
Muy interesado	86	33%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Tabla 63. Grado de interés por conocer la Iglesia de San Francisco

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Interesado	16	6%
Poco Interesado	30	11%
Medio Interesado	72	28%
Interesado	64	25%
Muy interesado	79	30%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Tabla 64. Grado de interés por conocer el Centro de Interpretación Cultural Hospital Medalla Milagrosa

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Interesado	21	8%
Poco Interesado	31	12%
Medio Interesado	83	32%
Interesado	62	24%
Muy interesado	64	25%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Tabla 65. Grado de interés por conocer el Museo Municipal de Arte e Historia “Dr. Gonzalo Rodríguez Calderón”

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Interesado	12	5%
Poco Interesado	22	8%
Medio Interesado	67	26%
Interesado	81	31%
Muy interesado	79	30%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Tabla 66. Grado de interés por conocer el Museo Selva Indígena

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Interesado	11	4%
Poco Interesado	26	10%
Medio Interesado	65	25%
Interesado	74	28%
Muy interesado	85	33%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.**Elaboración:** Yomara Lissbeth Zeas Macas.**Tabla 67.** Grado de interés por conocer el Museo Montúfar

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Interesado	12	5%
Poco Interesado	32	12%
Medio Interesado	69	26%
Interesado	77	30%
Muy interesado	71	27%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.**Elaboración:** Yomara Lissbeth Zeas Macas.**Tabla 68.** Grado de interés por conocer la Plaza de la Independencia

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Interesado	14	5%
Poco Interesado	26	10%
Medio Interesado	62	24%
Interesado	82	31%
Muy interesado	77	30%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.**Elaboración:** Yomara Lissbeth Zeas Macas.**Tabla 69.** Grado de interés por conocer la Mina “El Sexmo”

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Interesado	12	5%
Poco Interesado	13	5%
Medio Interesado	40	15%
Interesado	71	27%
Muy interesado	125	48%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.**Elaboración:** Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Tabla 70. Grado de interés por conocer la Fiesta de Semana Santa en el Cerro “El Calvario”

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Interesado	21	8%
Poco Interesado	35	13%
Medio Interesado	63	24%
Interesado	61	23%
Muy interesado	81	31%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.**Elaboración:** Yomara Lissbeth Zeas Macas.**Tabla 71.** Grado de interés por conocer las Fiestas en honor a la Virgen del Carmen

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Interesado	33	13%
Poco Interesado	27	10%
Medio Interesado	67	26%
Interesado	70	27%
Muy interesado	64	25%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.**Elaboración:** Yomara Lissbeth Zeas Macas.**Tabla 72.** Grado de interés por conocer la Fiesta Cívica de Independencia

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Interesado	23	9%
Poco Interesado	35	13%
Medio Interesado	63	24%
Interesado	79	30%
Muy interesado	61	23%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.**Elaboración:** Yomara Lissbeth Zeas Macas.**Tabla 73.** Grado de interés por conocer la gastronomía típica

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Interesado	7	3%
Poco Interesado	11	4%
Medio Interesado	40	15%
Interesado	62	24%
Muy interesado	141	54%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.**Elaboración:** Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Tabla 74. Grado de interés por conocer el Cerro El Calvario

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Interesado	13	5%
Poco Interesado	19	7%
Medio Interesado	62	24%
Interesado	68	26%
Muy interesado	99	38%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.**Elaboración:** Yomara Lissbeth Zeas Macas.**Tabla 75.** Grado de interés por conocer el Cerro Zaruma Urcu

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Interesado	12	5%
Poco Interesado	15	6%
Medio Interesado	53	20%
Interesado	79	30%
Muy interesado	102	39%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.**Elaboración:** Yomara Lissbeth Zeas Macas.**Tabla 76.** Grado de interés por conocer el Mirador Batea Rumi (Piscina Municipal)

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Interesado	15	6%
Poco Interesado	16	6%
Medio Interesado	58	22%
Interesado	71	27%
Muy interesado	101	39%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.**Elaboración:** Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Interpretación: En resumen, los encuestados se muestran muy interesados por conocer los siguientes atractivos, más de la mitad manifiesta su interés en el centro histórico (57%), gastronomía típica (54%), mina “El Sexmo” (48%), Cerro Zaruma Urcu y Mirador Batea Rumi (piscina Municipal) (39%), Cerro El Calvario (38%), Santuario de la Virgen del Carmen y Museo Selva Indígena (33%), Fiesta de Semana Santa en el Cerro “El Calvario” (31%) e Iglesia de San Francisco (30%). De la misma forma, algunos turistas se mantienen interesados por atractivos como el Museo Municipal de Arte e Historia “Dr. Gonzalo Rodríguez Calderón” y Plaza de la Independencia (31%), Museo Montúfar y Fiesta Cívica de Independencia (30%), y Fiestas en honor

a la Virgen del Carmen (27%). Mientras que, el atractivo que les resulta menos interesante es el Centro de Interpretación Cultural Hospital Medalla Milagrosa con el 32%.

Tabla 77. Tiempo de capacidad para contratar un tour

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1 día	63	24%
2 días	131	50%
Más de 3 días	67	26%
Total	261	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Interpretación: Según los datos obtenidos, el 50% de los encuestados consideran que 2 días es el tiempo de duración adecuado para un tour en la parroquia urbana Zaruma, seguido del 26% que considera más de 3 días y finalmente el 24% determina que 1 día es suficiente.

6.2.3 Perfil del turista que visita la parroquia urbana Zaruma

6.2.3.1 Perfil sociodemográfico

El turista que visita la parroquia urbana Zaruma independientemente de que sea nacional o extranjero está representado mayormente por el sexo masculino, es relativamente joven, fundamentalmente viajando con niños, entre las edades de 25 a 44 años en cuyo estado civil predominan las personas solteras. Proviene principalmente de provincias como Guayas, El Oro y Pichincha, posee en su mayoría educación superior universitaria, su ocupación actual más habitual es la de empleado de una empresa privada y tiene un ingreso mensual que oscila entre \$601 a \$1.400

6.2.3.2 Consumo de bienes y servicios turísticos

Dentro de los componentes esenciales, el promedio de gasto turístico diario está entre \$21 a \$40, el desglose de su presupuesto está destinado mayormente a alimentos y bebidas, seguido por el servicio de alojamiento cuya forma de pago predominante es en efectivo. El medio de transporte más utilizado para viajar a la parroquia urbana Zaruma es el vehículo propio, prefiere hospedarse en hoteles. A la vez, el tipo de establecimiento de alimentos y bebidas preferido por el turista durante su visita son los restaurantes, puesto que, dentro de la parroquia urbana Zaruma según el Catastro de la Planta Turística del MINTUR, se encuentran registrados 23 restaurantes como servidores turísticos. Por otra parte, el turista prefiere visitar los diferentes atractivos naturales y culturales por cuenta propia, ya que no contrata ningún servicio turístico como guías locales o tours de alguna empresa de viajes. La principal causa de la falta de adquisición de servicios turísticos en

el destino, se debe a que cuando el turista requiere información se acerca a la Unidad de Promoción y Difusión Turística donde responden a sus inquietudes y le suministran un tríptico turístico.

6.2.3.3 Organización del viaje y variables motivacionales

La frecuencia con la que el turista visita la parroquia urbana Zaruma lo hace en su mayoría mensualmente, aunque hay un porcentaje muy similar que lo hace semestralmente y en feriados nacionales, también, prefiere viajar en compañía de su familia; el tiempo promedio de permanencia en la ciudad es de 2 a 3 noches y a la hora de organizar su viaje no realiza ningún tipo de reserva. Con respecto a las fuentes de información relevantes utilizadas para planear su visita el internet es la más destacada, seguido por las redes sociales y consejos de su “familia y amigos”. En lo que se refiere a los aspectos que juegan un papel importante en la elección de Zaruma como su destino turístico están la historia interesante, gastronomía típica (tigrillo y café zarumeño), variedad de atractivos y actividades turísticas, clima agradable y ciudad segura.

Los principales motivos de visita tienen relación con el turismo cultural que oferta la ciudad, así mismo, el visitante se encuentra atraído por las declaratorias que posee el destino como ciudad de interés turístico, patrimonio cultural y pueblo mágico del Ecuador.

Al mismo tiempo, los atractivos turísticos por los cuales se encuentra muy interesado son el centro histórico, gastronomía típica, mina “El Sexmo”, Cerro Zaruma Urcu, Mirador Batea Rumi (piscina Municipal), Cerro El Calvario, Santuario de la Virgen del Carmen, Museo Selva Indígena, Fiesta de Semana Santa en el Cerro “El Calvario” e Iglesia de San Francisco.

Finalmente, los datos indican que el turista considera que 2 días es el tiempo de duración adecuado para un tour en la parroquia urbana Zaruma, donde la propuesta de productos turísticos debe enfocarse en el turismo cultural que oferta la ciudad.

6.3 Resultados del tercer objetivo

6.3.1 Segmentación de mercado

Como se observa en la Tabla 78 el intervalo de edad que más predomina es el de 25 a 44 años con el 63% que corresponde a la cantidad de 164 encuestados, por lo tanto, este segmento ha sido identificado como el mercado meta, para la oferta del producto turístico.

Tabla 78. Segmentación de mercado

Segmento	Edad	Cantidad
1	25 a 44 años	164

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Yomara Lissbeth Zeas Macas.

Segmento 1: Empleados del sector privado con un nivel de educación superior universitaria representados mayormente por el sexo masculino, mismos que residen en provincias como Guayas, El Oro y Pichincha, en cuyo estado civil predominan las personas solteras con un ingreso mensual que oscila entre \$601 a \$800. Su promedio de gasto turístico diario está entre \$21 a \$40, el desglose de su presupuesto está destinado mayormente a alimentos y bebidas, seguido por el servicio de alojamiento cuya forma de pago predominante es en efectivo. El medio de transporte que utilizan para viajar a la parroquia urbana Zaruma es el vehículo propio, prefieren hospedarse en hoteles. De la misma forma, el tipo de establecimiento preferido para consumir sus alimentos y bebidas durante su visita son los restaurantes. Por otro lado, a la hora de visitar los diferentes atractivos naturales y culturales de la ciudad lo hacen por cuenta propia, ya que no contratan ningún servicio turístico en el destino. La frecuencia con la que visitan la parroquia urbana Zaruma en su mayoría es semestralmente y viajan en compañía de su familia; su tiempo promedio de permanencia en la ciudad es de 2 a 3 noches, aunque cuando organizan su viaje no realizan ningún tipo de reserva. Con respecto a las fuentes de información relevantes utilizadas para planear su visita el internet es la más destacada, seguido por las redes sociales. En lo que se refiere a los aspectos que juegan un papel importante en la elección de Zaruma como su destino turístico están la historia interesante, clima agradable, gastronomía típica destacando el tigrillo y café zarumeño.

La oferta de turismo cultural es el principal motivo por el cual visitan la ciudad, seguido del interés por las declaratorias que posee el destino como ciudad de interés turístico nacional, patrimonio cultural y pueblo mágico del Ecuador. Simultáneamente, los atractivos turísticos que les parecen muy interesantes son el centro histórico, Santuario de la Virgen del Carmen, Mina “El Sexmo”, Fiesta de Semana Santa en el Cerro “El Calvario”, gastronomía típica, Cerro El Calvario, Cerro Zaruma Urcu y Mirador Batea Rumi (Piscina Municipal). Para concluir, este segmento considera que 2 días es su tiempo de capacidad para contratar un tour en la parroquia urbana Zaruma.

6.3.2 *Producto turístico*

6.3.2.1 Operatividad de la ruta

El primer paso para la elaboración de la propuesta de la ruta consiste en la identificación de la línea de producto a la que va a ser enfocada, para ello se ha tomado en cuenta los motivos de visita del segmento de mercado que corresponde a turistas con un intervalo de edad entre 25 a 44 años quienes representan el 63% de los 261 elementos muestrales aplicados, para determinar el

perfil del turista que visita la parroquia urbana Zaruma. Además, los atractivos turísticos que integran dicha ruta son aquellos que les resultaron entre muy interesante e interesantes; de la misma manera, se ha considerado aspectos como la organización del viaje, estructura de consumo de bienes y servicios turísticos. Entre, las principales características que posee el área de estudio, destaca la riqueza patrimonial que dispone, hecho que le ha valido la cabecera cantonal Zaruma a la declaración como Patrimonio Cultural de la Nación desde el 17 de julio de 1990, a partir de estos elementos se ha establecido que el enfoque que se maneje sea una línea de producto cultural.

El nuevo producto nace del deseo de brindar a la parroquia urbana Zaruma otra fuente de ingreso por medio del turismo, actividad que debe ser considerada como alternativa o de apoyo a sus actividades económicas ya establecidas, poniendo al servicio del turista nacional e internacional durante el feriado de semana santa o la fiesta Cívica de Independencia celebrada mediante una agenda festiva que inicia en el mes de noviembre y culmina en diciembre de cada año, una serie de actividades vivenciales que lo hagan participe tanto de la historia y cultura de la comunidad como de la visita a los atractivos naturales y culturales más relevantes de dicha parroquia.

Por lo tanto, el nuevo producto que se va a ofertar se trata de una ruta turística que empieza desde la Plaza de la Independencia y termina en el Mirador Batea Rumi (Piscina Municipal). El itinerario tiene una duración de 2 días y 1 noche e incluye los servicios de transporte (interno), hospedaje, alimentación y guianza. El nombre de Ruta Turística “Sarahuma” se debe a que la toponimia del cantón Zaruma determina que su nombre se deriva de las voces nativas: Sara= maíz y huma = cabeza. Es decir, proviene de la contracción de estas dos voces y se la empezó a escribir con la Z tomando el vocablo castellano Zaruma. Además, su nombre se atribuye al maíz existente y al oro de las minas, cuyo color se asemeja al de una mazorca de maíz. En otras palabras, al elegir este nombre estamos valorizando el origen y el significado del nombre propio del cantón.

Todo ello le permitirá al turista apreciar y disfrutar del entorno cultural y patrimonial, conocer la forma de vida de los pobladores, los conocimientos de la actividad minera y elaboración de platos típicos como lo son el tigrillo y café zarumeño que se han transmitido de generación en generación formando parte de la cotidianidad de las familias de este sector hasta la actualidad; hospedándose en la ciudad, para que puedan disfrutar cómodamente de las actividades vivenciales, atractivos turísticos, degustar la gastronomía típica local y gozar de la hospitalidad de su población en un ambiente tranquilo y de paz.

A continuación, tenemos el itinerario para dicha ruta turística:

Tabla 79. Itinerario Ruta Turística “Sarahuma”

Día 1				
Hora	Lugar	Ubicación	Tiempo	
06h00	07h00	Check in – Hotel Zaruma Colonial	Calle Sucre	01h00
07h10	07h15	Encuentro en la Plaza de la Independencia	Centro Histórico, en la calle Rocafuerte	15 min
07h15	08h15	Desayuno en la Cafetería Central	Plaza de la Independencia	01h00
08h15	08h30	Recorrido por la Plaza de la Independencia	Centro Histórico, en la calle Rocafuerte	15 min
08h30	09h30	Visita al Museo Municipal de Arte e Historia “Dr. Gonzalo Rodríguez Calderón”	GAD Municipal de Zaruma, en la calle 9 de octubre y Plaza de la Independencia	01h00
09h30	10h00	Visita al Santuario de la Virgen del Carmen	Alado de la Plaza de la Independencia	30 min
10h00	10h30	Visita a la Tienda El Cafetal, donde se vende el famoso Café Don Marcelo	Calle Bolívar	30 min
10h30	12h00	Recorrido por el centro histórico (Comprende la observación y visita a una de las casas patrimoniales de la ciudad que se distribuyen a lo largo de las calles Sucre, Bolívar, 10 de Agosto y 9 de Octubre)	Centro Histórico de Zaruma	01h30 min
12h00	12h10	Traslado hacia el Restaurante Romería	Sector La Alborada – Vía al Cerro El Calvario	10 min
12h10	13h10	Almuerzo en el Restaurante Romería	Sector La Alborada – Vía al Cerro El Calvario	01h00
13h10	13h15	Traslado al Cerro El Calvario	Ubicado a 1 kilómetro al noreste de la ciudad	5 min
13h15	13h45	Visita al Cerro El Calvario	Ubicado a 1 kilómetro al noreste de la ciudad	30 min
13h45	13h50	Traslado hacia el Museo Montúfar	Calle Damián Meneses	5 min
13h50	14h20	Visita al Museo Montúfar	Calle Damián Meneses	30 min
14h20	14h25	Traslado a la Mina “El Sexmo”	Sector “El Sexmo	5 min
14h25	15h25	Visita a la Mina “El Sexmo” (Guianza a cargo del personal del atractivo)	Sector “El Sexmo	01h00
15h25	15h30	Traslado al Hotel Zaruma Colonial	Calle Sucre	5 min
15h30	-	Tiempo libre	Zaruma	-
19h00	20h00	Cena en el Restaurante Parrilladas El Profe Sucursal	Calle Bolívar	01h00

20h00	21h30	City by night (Centro Histórico y alrededores).	Zaruma	01h30
21h30	-	Descanso (Fin del día 1)	Zaruma	-
Día 2				
Hora		Lugar	Ubicación	Tiempo
07h30	09h00	Observación del proceso de elaboración y desayuno del tradicional tigrillo en el Restaurante 200 Millas	Avenida Honorato Márquez E/ Calle Sucre y Alonso de Mercadillo	01h30 min
09h00	09h05	Traslado hacia el Museo Selva Indígena	Avenida. Alonso de Mercadillo	5 min
09h05	09h35	Visita al Museo Selva Indígena	Avenida. Alonso de Mercadillo	30 min
09h35	09h45	Traslado al Mirador Batea Rumi	Sector del Coliseo Municipal, específicamente en la calle Pichincha Vía a Salvias	10 min
09h45	10h15	Visita y recorrido por el Mirador Batea Rumi	Sector del Coliseo Municipal, específicamente en la calle Pichincha Vía a Salvias	30 min
10h15	12h15	Ingreso a la piscina municipal (Opcional)	Sector del Coliseo Municipal, específicamente en la calle Pichincha Vía a Salvias	02h00
12h15	13h15	Check out - Hotel Zaruma Colonial	Calle Sucre	01h00
13h15	14h15	Almuerzo en el Restaurante Parrilladas El Profe Sucursal	Calle Bolívar	01h00
14h15	-	Fin del servicio	Parque central	-

Fuente: Elaboración propia.

Descripción general de los servicios turísticos

- Paquete de 2 días – 1 noche.
- Hospedaje en hotel de 2 estrellas en pleno centro histórico.
- Transporte terrestre interno (Furgoneta).
- 2 desayunos, 2 almuerzos y 1 cena.

Incluye

- Transporte interno.
- Guianza turística local.
- Botella de agua para cada día de recorrido.
- Entrada a museos y piscina municipal.
- Seguro de accidentes.

No incluye

- Transporte hacia Zaruma.
- Propinas y gastos extras.
- Entradas a bares y discotecas.
- Snacks.
- Nada que no esté especificado en este itinerario.

Recomendaciones

- Vestimenta adecuada para climas frío, templado y cálido.
- Vestimenta de baño.
- Zapatos cómodos para caminatas.
- Llevar cámara fotográfica.
- Gorras o sombreros.
- Repelente de insectos y protector solar.
- Alcohol antiséptico.
- Mascarilla.

6.3.2.2 Guión de la Ruta Turística

6.3.2.2.1 Descripción del primer día del itinerario

Este día inicia haciendo el Check in en el Hotel Zaruma Colonial de categoría 2 estrellas ubicado entre las calles Sucre y Sexmo una de las mejores zonas de la ciudad, aquí se hará la presentación del guía local Lcdo. Tito Livio Castillo Espinoza, quién nos acompañará en estos dos días de recorrido. Luego, nos trasladaremos mediante una caminata al punto de encuentro que es la Plaza de la Independencia, donde una vez concentradas todas las personas que van a participar de esta ruta turística, se procederá a servirse un desayuno en la Cafetería Central ubicada a los alrededores de la misma. Una vez nuestros turistas hayan terminado de desayunar deberán dirigirse a la plaza central, donde el guía les explicará que para la visita a los atractivos que se sitúan dentro de la zona céntrica se optará por desplazarse caminando, ya que se evita el tráfico vehicular y sobre todo van a disfrutar de conocer la ciudad de esta manera.

El primer atractivo a visitar es la Plaza de la Independencia que, en el siglo XIX, era conocida como la plaza mayor y su superficie fue irregular, esta plaza fue testigo de las celebraciones, discursos y el crecimiento de la ciudad gracias al auge minero, y hoy en día es el escenario de los acontecimientos cívicos y sociales. Posteriormente, nos trasladaremos al Museo

Municipal de Arte e Historia “Dr. Gonzalo Rodríguez Calderón” donde el encargado dará la explicación acerca de todas las colecciones de objetos de interés artístico, histórico y científico, conservados y exhibidos para la enseñanza y entretenimiento de todos los visitantes. Luego, visitaremos el Santuario de la Virgen del Carmen que tiene un estilo neogótico adaptado al gusto de la arquitectura original de Zaruma, un elegante altar tallado y forrado con pan de oro y plata, que le dan una belleza única. Continuamos el recorrido a la Tienda El Cafetal del Sr. Marcelo Valverde propietario de la marca de “Café Don Marcelo”, quien gustoso les explicará a nuestros turistas el proceso de elaboración de su exitoso artículo. Ahora bien, para recorrer todo el sector que comprende el centro histórico nos desplazaremos hasta la calle Sucre, para luego ir avanzando por la calle Bolívar, 10 de Agosto y 9 de Octubre, este lapso de tiempo comprende la observación y visita a una de las casas patrimoniales de la ciudad. En este punto es importante que el guía explique a los turistas que en la calle 9 de octubre, actualmente sólo se permite el acceso a peatones mas no a vehículos, por motivo del socavón ocasionado en la zona céntrica del cantón a causa de la minería ilegal.

El almuerzo está programado en el Restaurante Romería, por lo tanto, al final del recorrido por la calle 10 de agosto se procederá al embarque de las personas en una furgoneta y a una distancia de 10 minutos llegamos a dicho establecimiento, terminado el almuerzo nos trasladaremos hacia el Cerro El Calvario una baja montaña con una altura de 1.500 m.s.n.m, en la cima del cerro se ubica una cruz que asemeja la crucifixión de Cristo y un mirador turístico desde donde se contempla una hermosa vista panorámica de la ciudad; el fondo del río Calera, río Amarillo y la ciudad de Portovelo, así como toda la cadena montañosa que rodea a Zaruma. Utilizando el mismo vehículo nos movilizaremos hacia el siguiente atractivo que es el Museo Montúfar un lugar muy interesante propiedad del señor David de Jesús Valarezo Tinoco, quien se encargará de explicar a los visitantes acerca de la sorprendente colección de objetos y artefactos utilizados a través del tiempo, que guarda dicho museo. Desde este punto a 5 min se ubica uno de los atractivos más representativos de la ciudad que es la Mina “El Sexmo”, la cual ofrece un recorrido gratuito por el interior de una galería de más de 500 metros de largo, dura aproximadamente 30 minutos, los visitantes contarán con el servicio de guianza a cargo del personal del atractivo, para descubrir los secretos de lo que representa la extracción de los minerales, así como sentir su aroma penetrante a hierro y azufre, con el goteo constante de agua que deben soportar las personas que se dedican a esta actividad. A la vez, los visitantes tienen la

oportunidad ya sea de comprar algún recuerdo de su visita en las tiendas de souvenirs o degustar de algún platillo típico en la cafetería, dichos negocios forman parte de las instalaciones del atractivo.

Después, de esta actividad vivencial nos dirigiremos al hotel dando la opción al turista de utilizar ese tiempo libre que se determinó dentro del itinerario, ya sea para quedarse descansando en el establecimiento u optar por ir a visitar por cuenta propia algunos miradores, monumentos o espacios públicos de la parroquia urbana Zaruma.

Para las 19h00 está planificada la cena en el Restaurante Parrilladas El Profe Sucursal, acto seguido, tenemos la realización de un City by Night por el Centro Histórico y alrededores; culminada esta actividad retornamos al hotel, para descansar y dar por finalizado el primer día de esta ruta turística.

6.3.2.2.2 Descripción del segundo día del itinerario

El recorrido empieza con el desayuno en el Restaurante 200 Millas ubicado en la avenida Honorato Márquez diagonal al colegio 26 de noviembre, aquí la señora Carmita Macas enseñará a nuestros turistas el proceso de elaboración del tradicional tigrillo zarumeño que desde el 02 de abril de 2020 fue declarado como Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador, con ficha de registro en el ámbito “Patrimonio Alimentario y Gastronómico”. Desde este punto mediante una caminata nos trasladaremos al Museo Selva Indígena propiedad del señor David de Jesús Valarezo Tinoco, quien se encargará de explicar a los visitantes acerca de la variedad de animales disecados, piedras, minerales, artesanías, osamentas, arqueología y más, que contempla dicho museo.

Para desplazarse al siguiente atractivo que corresponde al Mirador Batea Rumi se utilizará nuevamente la furgoneta que está destinada para el transporte interno, la colina donde se encuentra el mirador tiene una altura de 300 m, con una forma piramidal. Este mirador cuenta con una vista espectacular, para llegar a la cima el turista tiene que recorrer una hermosa calle empedrada que poco a poco va mostrando la belleza de Zaruma, en todo el contorno del cerro se han construido barandas de cemento desde donde los visitantes pueden observar a la ciudad con una perspectiva de 360°. Otra actividad opcional para los turistas en este atractivo es el ingreso a la piscina municipal, que actualmente es administrada por la señora Freda Aguilar propietaria del Complejo Oro y Sol.

Una vez concluida la visita a dicho mirador nos dirigiremos al hotel para realizar el respectivo Check out, luego se tiene previsto el almuerzo en el Restaurante Parrilladas El Profe

Sucursal, culminado el servicio de alimentación nos trasladaremos a la Plaza de la Independencia o también conocida como parque central, para la despedida y dar por finalizado el servicio.

6.3.2.3 Plan de Acción de la Ruta Turística Sarahuma

6.3.2.3.1 *Producto*

El producto turístico ofrecido proporciona características que satisfacen las necesidades y deseos del segmento de mercado identificado. La parroquia urbana Zaruma como tal debe adaptar sus atributos, características y servicios a la evolución de la demanda de los turistas, lo que le permitirá convertirse en un destino turístico potencial a nivel nacional. Cabe señalar que Zaruma es una zona turística que trabaja por un continuo desarrollo, lo que permite atraer a los visitantes que buscan la oferta de turismo cultural principalmente.

La ventaja competitiva de este circuito se basa en los atractivos principales que son Cerro El Calvario, piscina municipal; así como recorridos por varios atractivos culturales como la plaza central, museos, mina “El Sexmo”, miradores, tienda El Cafetal donde se vende el famoso Café Don Marcelo e iglesia central, y otros atractivos que complementan la oferta del destino para un mejor disfrute de los visitantes.

A continuación, en la Tabla 80 se detalla una breve descripción de los atractivos contemplados dentro del itinerario para dicha ruta, con su ubicación, las actividades que se pueden realizar en el lugar y algunas recomendaciones para la visita a los mismos:

Tabla 80. Descripción de los atractivos turísticos de la Ruta Turística “Sarahuma”

N°	Atractivo	Ubicación	Actividades	Recomendaciones
1	Plaza de la Independencia	Centro Histórico, en la calle Rocafuerte	- Fotografía - Aprendizaje de la historia - Vista panorámica	- Zapatos cómodos - Ropa ligera - Cámara fotográfica - Celular
2	Santuario de la Virgen del Carmen	Alado de la Plaza de la Independencia	- Fotografía - Aprendizaje de la historia - Observación de arquitectura - Recorrido	- Zapatos cómodos - Ropa ligera - Cámara fotográfica - Celular - Hacer silencio
3	Museo Municipal de Arte e Historia “Dr. Gonzalo Rodríguez Calderón”	GAD Municipal de Zaruma, en la calle 9 de octubre y Plaza de la Independencia	- Fotografía - Aprendizaje de la historia - Observación de colecciones	- Zapatos cómodos - Ropa ligera - Cámara fotográfica - Celular
4	Tienda El Cafetal, donde se vende el famoso Café Don Marcelo	Calle Bolívar	- Fotografía - Aprendizaje del emprendimiento - Compras	- Ropa ligera - Cámara fotográfica - Celular - Efectivo
5	Centro Histórico	Calles Sucre, Bolívar, 10 de Agosto y 9 de Octubre	- Fotografía - Aprendizaje de la historia - Observación de arquitectura de las casas patrimoniales - Visita interna a una casa patrimonial - Recorrido - Compras - Degustación gastronómica	- Zapatos cómodos - Ropa ligera - Gorra o sombrero - Bloqueador solar - Cámara fotográfica - Celular - Botella de agua - Efectivo
6	Cerro El Calvario	Ubicado a 1 kilómetro al noreste de la ciudad	- Caminata - Fotografía - Aprendizaje de la historia - Vista panorámica - Observación de flora y fauna	- Zapatos cómodos - Ropa ligera - Gorra o sombrero - Bloqueador solar - Cámara fotográfica - Celular - Botella de agua

7	Museo Montúfar	Calle Damián Meneses	<ul style="list-style-type: none"> - Fotografía - Recorrido - Observación de una sorprendente colección de artefactos utilizados a través del tiempo y más 	<ul style="list-style-type: none"> - Ropa ligera - Cámara fotográfica - Celular - Efectivo
8	Mina “El Sexmo”	Sector Sexmo	“El <ul style="list-style-type: none"> - Fotografía - Aprendizaje de la historia - Recorrido - Compras - Degustación gastronómica 	<ul style="list-style-type: none"> - Ropa ligera - Llevar medias o calcetines - Cámara fotográfica - Celular - Efectivo
9	Museo Selva Indígena	Avenida. Alonso de Mercadillo	<ul style="list-style-type: none"> - Fotografía - Recorrido - Observación de una variedad de animales disecados, piedras, minerales, artesanías, osamentas, arqueología y más. - Compras 	<ul style="list-style-type: none"> - Ropa ligera - Cámara fotográfica - Celular - Efectivo
10	Mirador Batea Rumi (Piscina Municipal)	Sector del Coliseo Municipal, específicamente en la calle Pichincha Vía a Salvias	<ul style="list-style-type: none"> - Fotografía - Aprendizaje de la historia - Vista panorámica - Natación 	<ul style="list-style-type: none"> - Ropa ligera - Traje de baño - Bloqueador solar - Cámara fotográfica - Efectivo

Fuente: Elaboración propia.

6.3.2.3.2 Precio

El éxito o fracaso del producto turístico pueden ser determinados a través de la fijación de precio, la misma que dependerá de dos factores importantes como son: la demanda y los costos de operación. Cuantos más gastos realicen los turistas, evidentemente, mejor será para la ruta pues se incrementará la rentabilidad de las empresas locales y el beneficio económico de la parroquia urbana Zaruma. Por otro lado, los turistas tienden a relacionar un precio alto con mayor calidad y un precio bajo con menor calidad, por lo que es importante tomar en cuenta el impacto que genera el precio de un producto a la hora de elegirlo.

Para establecer el precio se tomó en cuenta a los mejores prestadores de servicios tanto hoteleros como de alimentos y bebidas, con el fin de brindar un servicio de calidad y confort de acuerdo a las posibilidades del entorno. A continuación, en la Tabla 81 se ha realizado la identificación de gastos que implica la ruta:

Tabla 81. Presupuesto del Itinerario (8 Pax + 1 guía)

Turismo Cultural – Producto Turístico			
Costos y Gastos de Operación			
Rubro	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Costos de Operación			
Hospedaje	1	15,00	120,00
Transporte - Furgoneta	2	5,00	80,00
Alimentación			
Desayuno	9	2,50	22,50
Desayuno típico	9	6,00	54,00
Almuerzo	18	3,00	54,00
Cena	9	3,50	31,50
Botellas de agua	2	0,25	4,50
Entrada a atractivos			
Museo Selva Indígena	8	3,00	24,00
Museo Montúfar	8	3,00	24,00
Piscina Municipal	8	1,00	8,00
Subtotal Costos de Operación			\$422,50
Gastos Administrativos			
Guía local (dos días)	1	50,00	100,00
Seguro de accidentes	8	5,00	40,00
Subtotal Gastos Administrativos			\$140,00
Suma Total			\$562,50
Imprevistos 5%			\$28,12
Utilidad 25%			\$140,62
Presupuesto Total			\$731,24
Valor por persona 2 días una noche		Valor por grupo (8 pax) 2 días una noche	
\$91		\$731	

Fuente: Elaboración propia.

Incluye

- Alojamiento
- Alimentación
- Transporte
- Botella de agua para cada día de recorrido
- Entradas a museos y piscina municipal
- Guianza turística local
- Seguro de accidentes

No incluye

- Transporte hacia Zaruma
- Entradas a bares y discotecas
- Propinas
- Consumos extras

Estos precios tienen un margen de utilidad del 25% del costo neto, lo que permite fijar un precio bastante asequible en comparación a otros productos turísticos existentes en el mercado actual.

6.3.2.3.3 Plaza

El lugar donde se negociará y venderá el producto turístico será en la oficina de la Unidad de Promoción y Difusión Turística del GAD Municipal de Zaruma, al mismo tiempo en la operadora turística “Oro Adventure Tour Operator”, ubicada en el parque de la Independencia junto al Banco de Machala. Además, se cree conveniente realizar alianzas con las diferentes agencias de viajes y tour operadores de las principales ciudades de donde proviene el segmento de mercado identificado, como son las ciudades de Guayaquil, Machala y Quito para ofertar entre sus productos la Ruta Turística “Sarahuma”.

6.3.2.3.4 Promoción

La promoción contempla algunas actividades cuyo propósito es comunicar la presencia de un producto turístico en un lugar determinado y de esta manera convencer al consumidor para que lo adquiera. Así mismo la promoción se encarga de mostrar una mejor imagen del destino y posicionarlo dentro del mercado.

El principal medio para la promoción y difusión de la Ruta Turística “Sarahuma” son las redes sociales oficiales de Facebook e Instagram de la Unidad de Promoción y Difusión Turística

del GAD Municipal de Zaruma, que nos permitirán anunciar el nacimiento de este nuevo producto turístico a un bajo costo, siendo los medios más utilizados por los turistas, según lo determinó la encuesta. De hecho, Facebook es utilizado para la promoción de destinos turísticos al contar con un mayor número de seguidores; mientras que, Instagram genera una mayor interacción con los usuarios a nivel mundial.

Además, dentro de la promoción para que el producto esté al alcance del consumidor se considera los siguientes puntos:

Promesa de Venta: Conozca Zaruma ciudad de interés turístico nacional, patrimonio cultural y pueblo mágico del Ecuador, sea parte de su historia, patrimonio y gastronomía a través de actividades vivenciales, la visita a sus atractivos en un ambiente tranquilo y de paz.

Slogan: Visita Zaruma ciudad patrimonio.

Marca Turística

Actualmente el GAD Municipal de Zaruma, como gobierno y principal autoridad de la ciudad tiene algunos logotipos que han tenido una buena acogida y por ello siguen siendo utilizados en la promoción turística. De hecho, el segmento de mercado se encuentra más motivado por la declaratoria de Zaruma como Pueblo Mágico; además, por la existencia de souvenirs con estas marcas, se ha decidido adaptarse a las mismas y no crear uno nuevo. No obstante, se espera que cada una de estas marcas correspondientes a las figuras 5, 6, 7, 8 y 9 se posicionen en la mente de los visitantes.



Figura 5. Marca turística “Zaruma ciudad patrimonio”

Fuente: Unidad de Promoción y Difusión Turística del GAD Municipal de Zaruma.



Figura 6. Marca turística “Visita Zaruma ciudad patrimonio”

Fuente: Unidad de Promoción y Difusión Turística del GAD Municipal de Zaruma.



Figura 7. Marca turística “Visita Zaruma ciudad patrimonio”

Fuente: Unidad de Promoción y Difusión Turística del GAD Municipal de Zaruma.



Figura 8. Marca turística “Pueblos Mágicos Zaruma Ecuador”

Fuente: Unidad de Promoción y Difusión Turística del GAD Municipal de Zaruma.



Figura 9. Marca turística “Pueblos Mágicos Zaruma Ecuador”

Fuente: Unidad de Promoción y Difusión Turística del GAD Municipal de Zaruma.

6.3.2.4 Mapas de la Ruta Turística “Sarahuma”

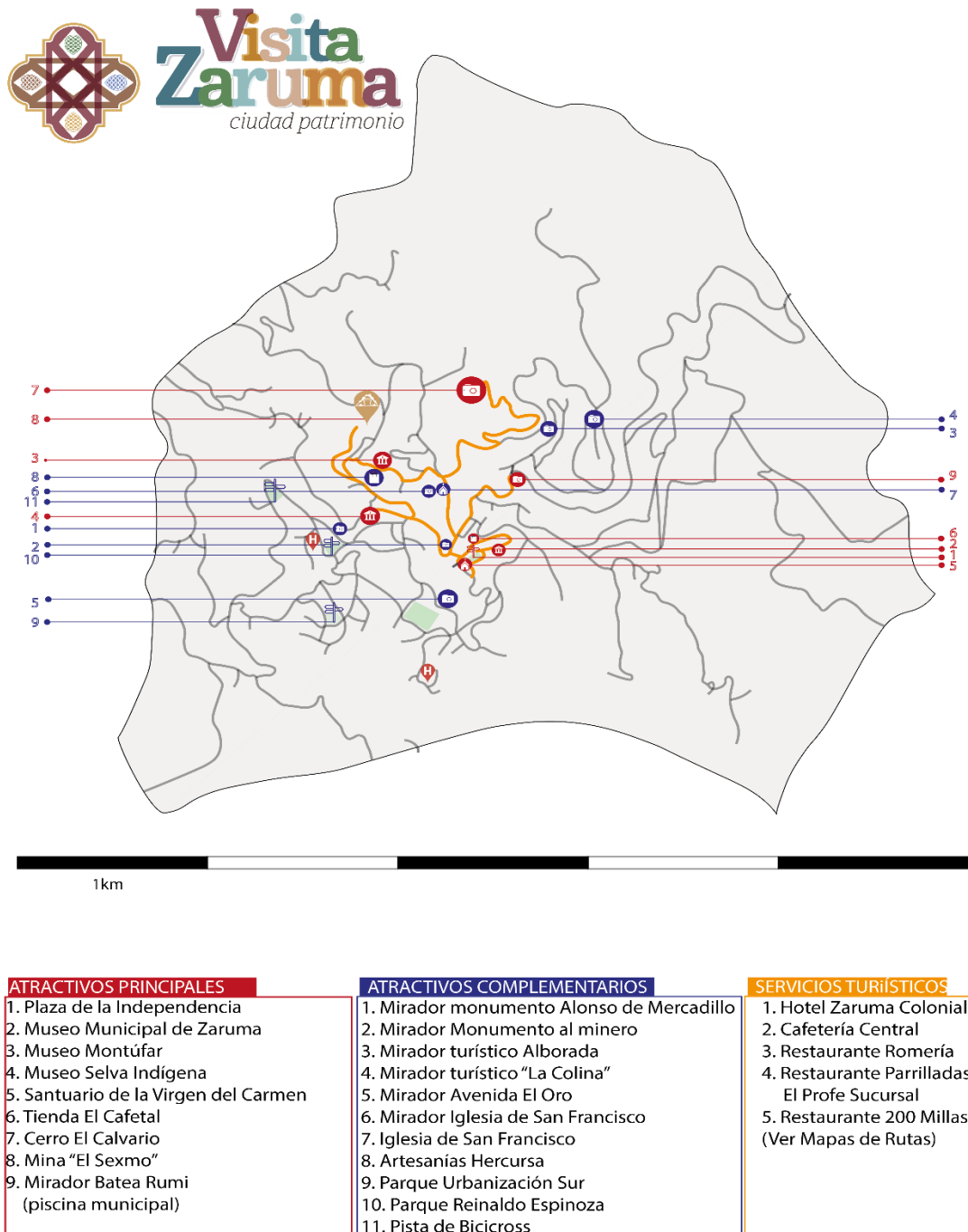


Figura 10. Mapa General de la Ruta Turística “Sarahuma”

Fuente: Elaboración propia.



- | | |
|--------------------------------------|---|
| 1. Hotel Zaruma Colonial | 9. Museo Montufar |
| 2. Plaza de la Independencia | 10. Mina "El Sexmo" |
| 3. Cafetería Central | 11. Restaurante Parrilladas "El Profe" Sucursal |
| 4. Museo Municipal | |
| 5. Santuario de la Virgen del Carmen | |
| 6. Tienda El Cafetal | |
| 7. Restaurante Romería | |
| 8. Cerro El Calvario | |

Figura 11. Mapa de la Ruta Turística "Sarahuma" – Día 1

Fuente: Elaboración propia.



1. Hotel Zaruma Colonial
2. Restaurante "200 millas"
3. Museo Selva Indígena
4. Mirador Batea Rumi
5. Piscina municipal
6. Restaurante Parrilladas El Profe Sucursal

Figura 12. Mapa de la Ruta Turística "Sarahuma" – Día 2

Fuente: Elaboración propia.

7. Discusión

En el presente estudio se evidencia que el diagnóstico turístico realizado en la parroquia urbana Zaruma sirvió para contextualizar el territorio, es decir, se estudió y recopiló información con relación a los seis elementos que componen el sistema turístico, que según Ricaurte (2009), “agrupan a todos los actores sociales del turismo, así como a los atractivos, servicios turísticos y básicos que son necesarios para el funcionamiento de la actividad” (p. 16). Para la entrevista a los informantes clave se tomó en cuenta la Ficha de Caracterización de la Demanda empleada por Carla Ricaurte en su Manual para Diagnóstico Turístico Local, pero se le sumaron cuatro preguntas abiertas, para obtener una mayor riqueza de detalle en la información sobre la situación actual del turismo y los motivos de visita hacia la comunidad.

Mientras que, para la caracterización de atractivos y recursos turísticos no se consideró la ficha que utiliza Ricaurte porque es un formato desactualizado correspondiente al año 2004, por lo tanto, se optó por la ficha para el levantamiento de atractivos turísticos del MINTUR año 2018, ya que establece los lineamientos técnicos para la identificación, clasificación y valoración de los atractivos que presenten las mejores condiciones para el desarrollo de productos turísticos. Después, de realizar la actualización del inventario de atractivos turísticos naturales y culturales, se deduce que un 82% corresponde a jerarquía III y el 18% restante a jerarquía II; se evidencia que la mayoría de estos atractivos turísticos son manifestaciones culturales de jerarquía III, lo cual les da una importancia y valorización muy alta dentro de la actividad turística, al respecto el Ministerio de Turismo (2018), menciona que los atractivos con categoría III tienen rasgos excepcionales, capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros, además, presentan las condiciones adecuadas para el desarrollo de productos turísticos enfocados al mercado nacional e internacional. (p. 15) Los resultados obtenidos en el primer objetivo específico presentan similitudes con el estudio previo de Lapo y Quituisaca (2019) quienes determinan que la parroquia urbana del cantón Zaruma contiene en su mayoría toda la oferta de atractivos culturales – patrimoniales de la ciudad, destacando entre uno de ellos el centro histórico, siendo el que atrae la mayor afluencia turística motivada por conocer los atractivos que se ubican de forma contigua al mismo, esta área urbana abarca las facilidades turísticas requeridas para la ejecución del turismo. (p. 170) Con respecto a lo manifestado por estos autores si bien es cierto que el centro histórico abarca un buen número de atractivos, pero para la actualización del inventario del presente estudio se tomó en cuenta todos

los atractivos que se ubican dentro del área, sin importar si se encuentran o no dentro de la planificación de la Unidad de Promoción y Difusión Turística del GAD Municipal de Zaruma.

En la “Metodología del estudio de perfil y satisfacción del turista” el CESTUR (2012), caracteriza el perfil sociodemográfico en función a la nacionalidad, lugar de residencia, género, edad y nivel de educación. Pero, en el presente estudio también se consideró otras variables como estado civil, ocupación actual e ingreso mensual, puesto que permite ampliar más la información. Otro ámbito que presenta esta metodología es la estructura de consumo que determina el conjunto de bienes y servicios turísticos consumidos en el destino, la planeación y organización del viaje describe el propósito del mismo, actividades realizadas en el destino turístico, duración de la estancia, compañía de viaje, tipo de hospedaje, transporte utilizado para llegar al destino, visitas anteriores al destino, entre otros. Igualmente, en la presente investigación se presenta los resultados obtenidos en tres ámbitos que son: estudio del perfil sociodemográfico, estructura de consumo de bienes y servicios turísticos, organización del viaje y variables motivacionales. Es importante mencionar que algunas preguntas que plantea dicha metodología tuvieron que ser adaptadas de acuerdo a la realidad del territorio.

El estudio del perfil del turista revela que la parroquia urbana Zaruma tiene una alta influencia de turistas nacionales representados mayormente por el sexo masculino, es relativamente joven, fundamentalmente viajando con niños, entre las edades de 25 a 44 años en cuyo estado civil predominan las personas solteras. Proviene principalmente de provincias como Guayas, El Oro y Pichincha, posee en su mayoría educación superior universitaria, su ocupación actual más habitual es la de empleado de una empresa privada y tiene un ingreso mensual que oscila entre \$601 a \$1.400. Sin embargo, existen otros estudios como la tesis de “Análisis del perfil y grado de satisfacción del turista cultural que visita el Centro Histórico de Quito”, donde Molina (2018), determinó un perfil del turista joven representado en su mayoría por el género femenino entre las edades de 18 a 35 años, cuya ocupación actual más habitual es la de estudiante, por lo cual posee un ingreso mensual bajo a diferencia del turista que visita la parroquia urbana Zaruma.

En cuanto al consumo de bienes y servicios turísticos tanto en la presente investigación como en el estudio de Molina (2018) el desglose de su presupuesto está destinado mayormente a alimentos y bebidas, a la vez, la base del promedio de gasto turístico diario va desde \$20 y en ambos estudios del perfil del turista se evidencia que estos prefieren realizar la visita a los atractivos por su cuenta, ya que no contratan servicios turísticos como guías particulares o excursiones de

alguna empresa de viajes. Esta falta de adquisición de servicios turísticos en ambos casos es justificable, puesto que, en Quito los atractivos turísticos se encuentran contiguos al centro histórico y en Zaruma cuando el turista requiere información se acerca a la Unidad de Promoción y Difusión Turística del GAD Municipal donde responden a sus inquietudes y le suministran un tríptico turístico de la ciudad.

Por otra parte, se determinan algunas diferencias como el medio de transporte más utilizado, por ejemplo, en Quito el transporte público es el preferido, por sus bajos costos y por la falta de estacionamiento en el destino; mientras que, para viajar a la parroquia urbana Zaruma el turista opta por su vehículo propio y la mayor ventaja es que el destino cuenta un parqueadero Municipal que brinda el servicio de estacionamiento las 24 horas del día a propios y turistas. El establecimiento preferido para alojarse en el destino tomando en consideración la situación ocupacional de ambos perfiles varía, el estudiante universitario prefiere alojarse en casa de familiares o amigos, para evitar los gastos de alojamiento; en cambio, el empleado privado prefiere hospedarse en hoteles ya que está dentro de sus posibilidades económicas.

Conocer las fuentes de información relevantes utilizadas para planear la visita es fundamental porque nos ayuda a determinar los medios de promoción del producto turístico, en esta investigación los turistas señalan el internet como principal fuente de información, seguido por las redes sociales y consejos de su “familia y amigos”, algo similar se evidencia en el artículo “El turista cultural en ciudades patrimonio de la humanidad de Latinoamérica. El caso de Cuenca (Ecuador)”, donde los autores Pérez, Torres, Muñoz y López (2018) señalan que el turista se basa en la recomendación de amigos y familiares; la experiencia propia de una visita previa y la información encontrada en internet; todo lo mencionado anteriormente indica que las personas que han visitado dichos lugares tienen un significativo grado de satisfacción y que, por ende, los recomiendan; sin dejar de lado la información suministrada por medio de las TIC's (tecnologías de la información y la comunicación) que son elementos clave en la promoción de destinos turísticos.

Para la elaboración de la propuesta del producto turístico a partir del estudio de la demanda, se realizó una segmentación de mercado por edad, de los 261 elementos muestrales aplicados el intervalo de edad que más predomina es el de 25 a 44 años con el 63% que corresponde a la cantidad de 164 encuestados, por ende, este segmento ha sido identificado como el mercado meta, para la oferta del producto turístico en la parroquia urbana Zaruma. Según mencionan Ferrell y Hartline (2012), la segmentación de mercado se define como el proceso de dividir el mercado total para un

producto en particular o una categoría de productos en segmentos o grupos relativamente homogéneos. Para ser eficaz, la segmentación se debe crear grupos donde sus miembros tengan aficiones, gustos, necesidades, deseos o preferencias similares, pero donde los grupos mismos sean diferentes entre sí. (p. 167) Dentro de la presente investigación el método de segmentación llega a consolidarse como una estrategia de marketing porque permite direccionar los recursos para atraer a la audiencia correcta, con el fin de adaptarse eficazmente a sus necesidades y motivos de visita, logrando aumentar su satisfacción y generando una experiencia única con el nuevo producto turístico. Se comprueba entonces que el nuevo producto turístico a ofertar es una ruta turística con enfoque a una línea de producto cultural, que empieza desde la Plaza de la Independencia y termina en el Mirador Batea Rumi (Piscina Municipal), la cual ha sido incluida en un paquete turístico para comercializarse. El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2011), señala que un producto cultural se funda y destaca por su fuerte vínculo con la comunidad local; además, que está compuesto por cinco elementos básicos: recursos y atractivos turísticos, planta turística, servicios complementarios, infraestructura y equipamiento urbano. (p. 27) Por ende, el desarrollo de la ruta es factible, ya que Zaruma cuenta con esos cinco elementos básicos y tiene una buena demanda turística que se encuentra principalmente motivada por la oferta de turismo cultural del destino.

8. Conclusiones

- En el área urbana se conglomeran una buena oferta de atractivos turísticos mayormente culturales, servicios de alojamiento, restauración, diversos espacios públicos y servicios complementarios, que permiten que la comunidad receptora considere al turismo como un instrumento importante para el desarrollo socioeconómico de la ciudad.
- En la parroquia urbana Zaruma la demanda varía, de lunes a viernes es baja comparado con los fines de semana y feriados donde se observa mayor flujo de turistas, lo cual provoca un colapso en la capacidad hotelera.
- La infraestructura básica del área de estudio en cuanto al tema de transporte, accesibilidad, comunicaciones y energía se considera una fortaleza, no obstante, tiene una debilidad en el servicio de agua potable, lo cual afecta directamente a la comunidad y prestadores de servicios turísticos.
- El estudio del perfil del turista suministra una amplia información útil para el gobierno local, el territorio e incluso la empresa privada, con respecto a mejorar los servicios turísticos y, de esta forma, impactar positivamente en la experiencia de los visitantes.
- La propuesta del producto turístico permite que operadores nacionales identifiquen a Zaruma como un destino competitivo y que este pueda posicionarse dentro del mercado nacional y marque la diferencia frente a otras localidades con características similares.
- El desarrollo de la Ruta Turística “Sarahuma” en la comunidad, conlleva varios beneficios como la revalorización del patrimonio cultural y natural, incremento del flujo de visitantes, la reactivación de la economía local, ocupación de las plazas disponibles en temporada baja de los servicios de alojamiento y restauración.
- Esta ruta ha sido diseñada, en función del perfil del turista el cual ha sido analizado en tres ámbitos que corresponden a: perfil sociodemográfico, estructura de consumo de bienes y servicios turísticos, organización del viaje y variables motivacionales; lo cual va a permitir un incremento en la satisfacción del visitante y en la imagen del destino Zaruma.

9. Recomendaciones

- Al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Zaruma, implementar estrategias para el mejoramiento del sistema de abastecimiento de agua potable del área urbana, ya que los constantes cortes del servicio han provocado que la mayoría de hogares y establecimientos turísticos tengan una cisterna para el almacenamiento del líquido vital, lo cual se convierte en una debilidad en cuanto a infraestructura básica, para mejorar el servicio turístico.
- Se recomienda a las operadoras de turismo revisar el estudio del perfil del turista, para la creación o mejoramiento de los productos turísticos en la ciudad de Zaruma.
- Se recomienda al personal de la Unidad de Promoción y Difusión Turística del GAD Municipal de Zaruma, tomar en consideración la Ruta Turística “Sarahuma” como un nuevo producto turístico, para ofertarlo principalmente en temporada baja a tarifas preferenciales, con la finalidad de actuar en la estacionalidad de la actividad turística del destino.
- Se recomienda a la Carrera de Turismo de la Universidad Nacional de Loja, que a través de sus procesos de vinculación con la sociedad apoye en el tema turístico a la parroquia urbana Zaruma, para ayudar a fortalecer los procesos y contribuir al desarrollo turístico local.
- Como futuras líneas de investigaciones se plantea la ampliación del estudio del perfil del turista y sus motivaciones, en las 9 parroquias rurales que componen al cantón Zaruma, con el objetivo de poder identificar nexos comunes y rasgos diferenciadores entre los visitantes, para tener un estudio completo del perfil del turista del cantón.
- Para comprender mejor las implicaciones de estos resultados, los estudios futuros podrían identificar las necesidades existentes en cuanto a facilidades y señalización que pongan en valor los atractivos turísticos del recorrido, además de acciones que fortalezcan a la comunidad receptora en temas de capacitación, fomento de inversiones, mejora competitiva, innovación y calidad, entre otros. Para que el destino se desarrolle turísticamente.
- A la comunidad educativa realizar la priorización de intervención de circuitos, en base al posicionamiento o relevancia actual, además de la cantidad y categoría de centros turísticos, jerarquía de atractivos y conectividad del cantón Zaruma, para que se incluyan los demás recursos naturales y culturales, y ampliar la oferta del destino.

10. Bibliografía

- Caldevilla, D., García, E., y Barrientos, A. (2019). La importancia del turismo cultural como medio de dignificación del turista y de la industria. *Mediaciones Sociales*, 18, 59-69. <https://dx.doi.org/10.5209/meso.65117>
- Calle, M. P., y Sánchez, L. M. (2020). Análisis turístico y patrimonial del centro urbano de Zaruma-Ecuador. *Revista ESPACIOS*, 41(22), 282-294. <http://www.revistaespacios.com/a20v41n22/a20v41n22p19.pdf>
- Carvache, W., Torres, M., y Carvache, M. (2017). Análisis del perfil y satisfacción del turista que visita montaña-Ecuador. *Cuadernos de Turismo*, (39), 113-129. <https://doi.org/10.6018/turismo.39.290461>
- Centro de Estudios Superiores en Turismo [CESTUR]. (2012). *Metodología del Estudio de Perfil y Satisfacción del Turista*. Secretaría de Turismo. <https://fddocuments.ec/reader/full/metodologia-del-estudio-de-perfil-y-satisfaccion-del-turista>
- Cohen, E. (1974). Who is a tourist?: A conceptual clarification [¿Quién es un turista?: Una aclaración conceptual]. *The sociological review*, 22 (4), 527-555. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1974.tb00507.x>
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo [PromPerú]. (2015). *Perfil del Turista Extranjero 2015*. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1184122/5. Perfil del Turista Extranjero 2015.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador 2008. (2008, 20 de octubre). Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador de 2007-2008. Registro Oficial 449. https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2011). *Guía metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sustentable*. Patrimonia Consultores. <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2015/01/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf>
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., y Wanhill, S. (1993). *Tourism: Principles and Practice* [Turismo: Principios y práctica]. Pitman Publishing. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(94\)90115-5](https://doi.org/10.1016/0261-5177(94)90115-5)

- Chan, N. (2005). *Circuitos Turísticos-Programa y Cotización*. Ediciones turísticas. <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/110-circuitos-turc3adsticos--programacic3b3n-y-cotizacic3b3n.pdf>
- de la Colina, J. M. (2021). *El Concepto del Producto Turístico*. Universidad para la Cooperación Internacional. [https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo Turistico - LS2.2. Concepto de Producto Turistico.pdf](https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.2_Concepto_de_Producto_Turistico.pdf)
- Diario Digital Machala Móvil. (2020, 25 de noviembre). Zaruma celebra su Bicentenario de Independencia con actos solemnes en honor a sus héroes [Fotografía]. *Diario Digital Machala Móvil*. <https://machalamovil.com/zaruma-celebra-su-bicentenario-de-independencia-con-actos-solemnes-en-honor-a-sus-heroes/>
- Diario El Telégrafo. (2015, 30 de agosto). Zaruma se inunda todos los días con el exquisito aroma a café [Fotografía]. *Diario El Telégrafo*. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/2015/1/zaruma-se-inunda-todos-los-dias-con-el-exquisito-aroma-a-cafe>
- Diario El Universo. (2019, 18 de julio). Zaruma vive fiestas junto a la Virgen del Carmen [Fotografía]. *Diario El Universo*. <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/07/18/nota/7429812/zaruma-vive-fiestas-junto-virgen-carmen/>
- Entorno Turístico. (2018, 20 de febrero). *Tipos de turistas que existen*. <https://www.entornoturistico.com/tipos-de-turistas-que-existen/>
- Ferrell , O., y Hartline, M. (2012). *Estrategia de marketing*. Cengage Learning. <http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Estrategia%20de%20Marketing.pdf>
- Fiestas de Zaruma. (2018, 29 de marzo). En Zaruma se conservan las tradiciones religiosas. El Viernes Santo [Publicación]. Facebook. <https://www.facebook.com/FIESTAS-DE-ZARUMA-106584199390439/photos/1593689110679933>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Zaruma. (2014). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Zaruma, El Oro*. http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/PDOT_Zaruma%2015nov2014_15-11-2014.pdf

- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Zaruma. (2018). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Zaruma 2018 - 2021*. <https://www.zaruma.gob.ec/pdyot>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Zaruma. (2019). *Catastro Turístico del Cantón Zaruma*. Unidad de Promoción y Difusión Turística del GAD Municipal de Zaruma.
- Gobierno Municipal de Zaruma. (2021, 26 de noviembre). Fiesta Cívica de Independencia [Publicación]. Facebook. <https://www.facebook.com/GADZaruma/photos/pcb.1850786461773425/1850722518446486/>
- Goodall, B., y Ashworth, G. (1988). *Marketing in the Tourism Industry, The Promotion of Destination Regions* [El Marketing en la Industria del Turismo, La Promoción de las Regiones de Destino]. Routledge.
- Guartatanga, D. G., y Rivera, M. S. (2021). *Planificación de desarrollo turístico para el fortalecimiento de la declaratoria de Pueblos Mágicos cantón: Zaruma, provincia El Oro* [Tesis de pregrado, Universidad del Azuay]. Dspace de la Universidad del Azuay. <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/10837>
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural [INPC]. (2014). *Patrimonio Cultural Material. El Oro - Zamora Chinchipe – Loja*. Gráficas Hernández. <https://site.inpc.gob.ec/pdfs/Publicaciones/atrimcultmaterial-R7.pdf>
- Lapo, J. E., y Quituisaca, M. A. (2019). Diagnóstico de los elementos internos del sistema turístico en la parroquia urbana de Zaruma, Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 15(2), 170-179. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/15602>
- Ley de Patrimonio Cultural. (2004, 19 de noviembre). Congreso Nacional - Comisión de Legislación y Codificación. Registro Oficial 465. http://www.patrimonio.quito.gob.ec/images/lotaip2015/enero/ley_patrimonio_cultural.pdf
- Ley de Turismo. (2014, 29 de diciembre). Congreso Nacional. Registro Oficial 733. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Ley Orgánica de Cultura. (2016, 30 de diciembre). Asamblea Nacional. Registro Oficial 913. https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2017/08/a2_LEY_ORGANICA_DE_CULTURA_julio_2017.pdf

- Marante, G. (2020). *Análisis del perfil del turista que viaja a La Palma y su comparativa con el de Tenerife* [Tesis de pregrado, Universidad de La Laguna]. RIULL. <http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/21465>
- Maslow, A. (1970). *Motivation and Personality* [Motivación y Personalidad]. Harper & Row. <https://www.eyco.org/nuovo/wp-content/uploads/2016/09/Motivation-and-Personality-A.H.Maslow.pdf>
- Ministerio Coordinador de Patrimonio. (2012). *Introducción al Patrimonio Cultural*. Noción. <https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2017/04/libro-introduccion-al-patrimonio-cultural.compressed-ilovepdf-compressed.pdf>
- Ministerio de Turismo [MINTUR]. (2018). *Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos*. <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRACTIVOS-TURISTICOS.pdf>
- Ministerio de Turismo [MINTUR]. (2021). *Catastro de la Planta Turística - Provincia de El Oro*.
- Ministerio de Turismo [MINTUR]. (2021). *Catastro Nacional de Guías de Turismo Continente*.
- Molina, M. N. (2018). *Análisis del perfil y grado de satisfacción del turista cultural que visita el Centro Histórico de Quito* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. Repositorio PUCE. <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/15135>
- Moreno, E. (2020). *Análisis estadístico del perfil turista en España a nivel provincial* [Tesis de pregrado, Universitat Jaume I, España]. Repositori Universitat Jaume I. <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/194540>
- Moutinho, L. (1987). Consumer behaviour in tourism [Comportamiento del consumidor en el turismo]. *European journal of marketing*, 21(10), 5-44. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000004718>
- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Definiciones de turismo de la OMT*. OMT, Madrid. <https://doi.org/10.18111/9789284420858>
- Organización Mundial del Turismo [OMT]. (2020). *Informe de políticas: La COVID-19 y la transformación del turismo*. https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_covid-19_and_transforming_tourism_spanish.pdf

- Pat, L. A., y Calderón, G. (2012). Caracterización del perfil turístico en un destino emergente, caso de estudio de ciudad del Carmen, Campeche. México. *Gestión turística*, (18), 47-70. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=223326490002>
- Pérez, J. C., Torres, L., Muñoz, G. A., y López, T. (2018). El turista cultural en ciudades patrimonio de la humanidad de Latinoamérica. El caso de Cuenca (Ecuador). *Turismo y Sociedad*, 22, 105-124. <https://doi.org/10.18601/01207555.n22.06>
- Pineda, A. P., Sojos, G. L., y Calle, M. P. (2019). Análisis del Sistema Turístico de la Parroquia Casacay, Pasaje, Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 15(2), 162-169. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2019000200162>
- Ricaurte, C. (2009). *Manual para el diagnóstico turístico local. Guía para planificadores*. Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL). <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/8300>
- Rogel, A. C. (2019). *Diagnóstico turístico de la parroquia salvias del cantón Zaruma para el fortalecimiento del turismo* [Examen Complexivo Turismo, Universidad Técnica de Machala]. Repositorio Digital de la UTMACH. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/13487>
- Salazar, D., Guerrero, M., Núñez, J., Zambrano, N., y Tixilema, E. (2018). Perfil del turista en función de sus motivaciones, gustos y preferencias. *Ciencia Digital*, 2(4), 50-61. <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v2i4.209>
- Sancho, A. (2019). *Introducción al turismo*. Organización Mundial del Turismo (OMT). <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Universidad Técnica Particular de Loja [UTPL]. (2020). *Pueblos Mágicos en Ecuador*. Blog - Noticias UTPL. <https://noticias.utpl.edu.ec/pueblos-magicos-en-ecuador>
- UNL, PNUD y SNGR. (2012). *Identificación del Territorio del Cantón Zaruma*. <https://1library.co/document/y938pery-identificacion-del-territorio-del-canton-zaruma.html>
- Zambrano, C. A., García, L. J., Rodríguez, C. P., Lombana, O. I., y Menchero, M. (2017). *Cinco miradas al turismo cultural*. Universidad EAN. <http://hdl.handle.net/10882/9033>

11. Anexos

Anexo 1. Ficha de Diagnóstico Turístico de Comunidades

FICHA 1

CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE COMUNIDADES

1. DATOS GENERALES

1.1 Ubicación de la comunidad

NOMBRE DE PROVINCIA
NOMBRE DE CANTÓN
NOMBRE DE PARROQUIA
NOMBRE DE COMUNIDAD

1.2 Número aproximado de habitantes en el conglomerado urbano.
(Esta información la puede encontrar en la página Web del INEC)

Fuente _____

2. OFERTA DE SERVICIOS

2.1 Alojamiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de alojamiento existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alojamiento, sírvase llenar el Apéndice No. 1).

1. HOTELS	#	5. MOTELS	#
2. HOSTERIAS	<input type="text"/>	6. HOSPEDERIAS COMUNITARIAS	<input type="text"/>
3. HOSTALES	<input type="text"/>	7. CAMPING	<input type="text"/>
4. PENSIONES	<input type="text"/>	8. OTRO _____	<input type="text"/>

2.2 Alimentación

Identifique el tipo y número de establecimientos de alimentos y bebidas existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alimentación, sírvase llenar el Apéndice No. 2).

1. RESTAURANTES	#		4. BARES	#	
2. CAFETERIAS			5. CANTINAS		
3. FUENTES DE SODA			6. KIOSKOS DE COMIDA		
			7. OTROS _____		

2.3 Esparcimiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de esparcimiento existentes en la comunidad.

1. DISCOTECAS	#		3. INSTALACIONES DEPORTIVAS	#	
2. CINES/ TEATROS			4. BINGOS		
			5. OTROS		

2.4 Otros servicios

Identifique el tipo y número de establecimientos de otros servicios existentes en la comunidad.

1. AGENCIAS DE VIAJE	#		4. GUÍAS DE TURISMO	#	
2. OPERADORAS			5. BANCOS		
3. INFORMACIÓN AL TURISTA			6. CAJEROS AUTOMÁTICOS		
			7. OTROS		

3. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS

TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

3.1. Distancias

Identifique las distancias que hay desde el punto de partida (centro turístico más cercano o ciudad principal) hasta la parroquia, así como el tiempo de recorrido y medio de transporte.

Distancia a la cabecera parroquial (Km): _____

Distancia a la cabecera cantonal (km): _____

	1	2	3	4	5	6	7	8
Bus								
Camioneta								
Lancha								
Canoa								
Avión								
Avioneta								
Bestia								
Caminando								

3.2. Principales vías de acceso a la comunidad:

1. PAVIMENTADA/ ASFALTADA	<input type="checkbox"/>	6. FLUVIAL	<input type="checkbox"/>
2. ADOQUINADA	<input type="checkbox"/>	7. MARÍTIMA	<input type="checkbox"/>
3. EMPEDRADA	<input type="checkbox"/>	8. AÉREA	<input type="checkbox"/>
4. LASTRADA	<input type="checkbox"/>	9. SENDERO	<input type="checkbox"/>
5. DE TIERRA (CARROSABLE)	<input type="checkbox"/>	10. OTRO _____	

3.3. Para llegar a la comunidad (o dentro de ella) existe señalización:

a) VIAL

1. Sí	<input type="checkbox"/>
2. No	<input type="checkbox"/>

b) TURÍSTICA

1. Sí	<input type="checkbox"/>
2. No	<input type="checkbox"/>

3.4. En la comunidad se hace uso de los siguientes transportes públicos (puede marcar más de una opción):

1. BUS	<input type="checkbox"/>	5. CANOA	<input type="checkbox"/>
2. CAMIONETA	<input type="checkbox"/>	6. AVIÓN	<input type="checkbox"/>
3. TAXIS	<input type="checkbox"/>	7. AVIONETA	<input type="checkbox"/>
4. LANCHA	<input type="checkbox"/>	8. NINGUNO	<input type="checkbox"/>
		9. OTRO _____	

3.5. En la comunidad existen las siguientes terminales o estaciones de transporte (puede marcar más de una opción):

1. BUS	<input type="checkbox"/>	5. MARÍTIMO	<input type="checkbox"/>
2. CAMIONETA	<input type="checkbox"/>	6. FLUVIAL	<input type="checkbox"/>
3. CAMIONES	<input type="checkbox"/>	7. LACUSTRE	<input type="checkbox"/>
4. TAXIS	<input type="checkbox"/>	8. AÉREO	<input type="checkbox"/>
		9. OTRO _____	

3.6. Descripción del transporte público terrestre que presta servicio a la comunidad

NOMBRE DE LA COOPERATIVA	ESTACIÓN/ TERMINAL	TIPO DE TRANSPORTE (MARQUE CON UNA X)		FRECUENCIA DEL SERVICIO	TIPO DE VEHÍCULO
		LOCAL	INTER-CANTONAL		

3.7. Si no existe medio de transporte público, señale la distancia a la que se puede abordar cualquier tipo de transporte motorizado

_____ Km.

COMUNICACIONES

3.8. Existe servicio telefónico en la comunidad: Marque con una X

1. Sí
2. No

3.9. La oficina de teléfonos más cercana se encuentra a _____ Kms.

3.10. Existe señal de servicio telefónico celular en la comunidad:

1. Sí
2. No

3.11. En la comunidad existen _____ cabinas de servicio telefónico para uso público.

3.12. En la comunidad existen _____ cibercafés o establecimientos de uso público de Internet.

3.13. Existe oficina de correos en la comunidad:

1. Sí
2. No

SANIDAD

3.14. Existe red de agua entubada:

1. Sí % de la población con agua entubada _____
2. No

3.15. Se trata con cloro el agua en la fuente de distribución:

1. Sí
2. No

3.16. Fuente principal de abasto / Qué tipo de agua se consume:

- | | | | |
|----------------------------|--------------------------|----------------------------|--------------------------|
| 1. RED PÚBLICA | <input type="checkbox"/> | 6. POZO | <input type="checkbox"/> |
| 2. PILA O LLAVE PÚBLICA | <input type="checkbox"/> | 7. RÍO, VERTIENTE, ACEQUIA | <input type="checkbox"/> |
| 3. OTRA FUENTE POR TUBERÍA | <input type="checkbox"/> | 8. AGUA LLUVIA | <input type="checkbox"/> |
| 4. CARRO REPARTIDOR | <input type="checkbox"/> | 9. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |
| 5. TRICICLO | <input type="checkbox"/> | | |

3.17. Existe sistema de alcantarillado en la comunidad: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

1. Sí % de la población con alcantarillado _____
 2. No

3.18. En dónde elimina las excretas la mayoría de la población: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

1. EXCUSADO Y ALCANTARILLADO
 2. LETRINA
 3. AIRE LIBRE, RÍO, ESTERO
 4. POZO SÉPTICO
 5. POZO CIEGO
 6. OTRO _____

3.19. Cómo elimina la basura la mayoría de la población:

1. CARRO RECOLECTOR
 2. SE QUEMA
 3. SE ENTIERRA
 4. OTRO _____

3.20. Existen establecimientos de salud en la comunidad:

1. Sí
 2. No

3.21. Instancias y/o establecimientos de salud que existen: Puede marcar más de una casilla si es necesario.

	Cuantos		Cuantos
1. PARTERAS CAPACITADAS	<input type="checkbox"/>	9. HOSPITAL PÚBLICO	<input type="checkbox"/>
2. PARTERAS NO CAPACITADAS	<input type="checkbox"/>	10. DISPENSARIO PÚBLICO	<input type="checkbox"/>
3. PROMOTORES DE SALUD	<input type="checkbox"/>	11. UNIDAD MÓVIL	<input type="checkbox"/>
4. CURANDERO TRADICIONAL	<input type="checkbox"/>	12. CONSULTORIO PRIVADO	<input type="checkbox"/>
5. SHAMAN	<input type="checkbox"/>	13. CLÍNICAS	<input type="checkbox"/>
6. BOTIQUÍN COMUNITARIO	<input type="checkbox"/>	14. HOSPITAL PRIVADO	<input type="checkbox"/>
7. SUB-CENTRO DE SALUD	<input type="checkbox"/>	15. FARMACIA	<input type="checkbox"/>
8. CENTRO DE SALUD	<input type="checkbox"/>	16. OTRO	<input type="checkbox"/>

3.22. Si no hay establecimientos de salud en la comunidad.

1. A cuál establecimiento asisten para atender su salud _____
 2. Parroquia o cabecera cantonal a la cuál pertenece el establecimiento de salud _____
 3. Distancia del establecimiento al cuál asisten (Km). _____

ENERGÍA

3.23. Existe servicio de energía eléctrica en la comunidad:

1. Sí
2. No

3.24. Distancia al lugar más cercano con energía eléctrica: _____ Km.

3.25. Qué porcentaje de la población tiene energía eléctrica: _____.

3.26. Existen gasolineras en la comunidad

1. Sí ¿Cuántas? _____
2. No

3.27. Distancia a la gasolinera más cercana: _____ Km.

4. GOBERNANZA

4.1. De qué instituciones recibe o ha recibido apoyo la comunidad para su desarrollo: nombre a las instituciones involucradas, el periodo en que se recibió el apoyo de las mismas. Puede obtener información en municipios, juntas parroquiales o el líder de la comuna.

INSTITUCIÓN	NOMBRE	DESDE	HASTA	ACTIVIDAD
1 NACIONALES				
2 INTERNACIONALES				

4.2. Existen planes de desarrollo en la comunidad. Si es así, nombre el plan y el año en que se empezó o empezara a ejecutar.

1. Sí
- | PLAN | AÑO |
|------|-----|
| | |
| | |
| | |
| | |

2. No

4.3. Qué tipo de organizaciones tiene la comunidad (marque con una x):

TIPO DE ORGANIZACIÓN		
1.	JUNTA PARROQUIAL	<input type="checkbox"/>
2.	COMITÉ DE BARRIO	<input type="checkbox"/>
3.	DIRECTIVA COMUNITARIA	<input type="checkbox"/>
4.	COMITÉ DE DESARROLLO	<input type="checkbox"/>
5.	COOPERATIVAS	<input type="checkbox"/>
6.	ORGANIZACIÓN DE MUJERES	<input type="checkbox"/>
7.	COMITÉ DE PADRES DE FAMILIA	<input type="checkbox"/>
8.	ORGANIZACIONES RELIGIOSAS	<input type="checkbox"/>
9.	CLUBES	<input type="checkbox"/>
10.	ASOCIACIONES DE TURISMO	<input type="checkbox"/>
11.	OTRAS	<input type="checkbox"/>

5. COMUNIDAD RECEPTORA

5.1. A qué actividades económicas principales se dedica la población (Para contestar esta pregunta se puede consultar en el INEC. Llene las casillas con porcentajes):

1. AGRICULTURA, CAZA, AVICULTURA, PESCA, GANADERÍA	<input type="checkbox"/>	6. SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES	<input type="checkbox"/>
2. EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS	<input type="checkbox"/>	7. TRANSPORTE Y COMUNICACIÓN	<input type="checkbox"/>
3. INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	<input type="checkbox"/>	8. ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS	<input type="checkbox"/>
3.1 ARTESANÍAS	<input type="checkbox"/>	9. COMERCIO	<input type="checkbox"/>
4. ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	<input type="checkbox"/>	10. TURISMO, HOTELES Y RESTAURANTES	<input type="checkbox"/>
5. CONSTRUCCIÓN	<input type="checkbox"/>	11. ACTIVIDADES NO ESPECIFICADAS _____	<input type="checkbox"/>

Fuente: _____

5.2. ¿Cuáles son las tres actividades productivas más rentables de la comunidad? Nómbrelas.

1. _____
2. _____
3. _____

Fuente: _____

5.3. Tipo de empleo turístico (Sólo para comunidades que prestan servicios turísticos). Para contestar esta pregunta se encuestó a _____ personas.

	Porcentaje%
1. EMPLEOS FORMALES EN TURISMO (PERSONAL CON CONTRATO VERBAL O ESCRITO, ESTABLECIMIENTOS CON DOCUMENTOS EN REGLA)	<input type="checkbox"/>
2. EMPLEOS INFORMALES EN TURISMO (VENEDORES INFORMALES, PRESTADORES DE SERVICIOS SIN DOCUMENTOS EN REGLA O SIN PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO)	<input type="checkbox"/>

5.4. Tipo de actividad en la que participa la comunidad: puede marcar más de uno si así fuere el caso.

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| 1. TRABAJO EN GRUPO | <input type="checkbox"/> |
| 2. MINGA | <input type="checkbox"/> |
| 3. ASAMBLEA COMUNITARIA | <input type="checkbox"/> |
| 4. OTRAS | <input type="checkbox"/> |

Comentarios:

5.5. Ha participado la Comunidad o la Directiva Comunitaria en la elaboración de los Planes Estratégicos locales con:

- | | | |
|------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | Si | No |
| 1. MUNICIPIO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. GOBIERNO PROVINCIAL | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

5.6. Destrezas para turismo encontradas en la comunidad. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).

- | | |
|---------------------------------------|----------------------|
| | # de personas |
| 1. INGLÉS | <input type="text"/> |
| 2. CAPACIDAD O EXPERIENCIA EN GUIANZA | <input type="text"/> |
| 3. COCINA | <input type="text"/> |
| 4. CONTABILIDAD / ADMINISTRACIÓN | <input type="text"/> |
| 5. OTRA _____ | <input type="text"/> |

5.7. Actitud de la comunidad hacia la actividad turística. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).

Para contestar esta pregunta se encuestó a _____ - personas.

- | | |
|---|----------------------|
| | % relativo |
| 1. El turismo es considerado como un instrumento importante de desarrollo (es considerado en planes, políticas, hay asociaciones de prestadores de servicios turísticos, etc.) | <input type="text"/> |
| 2. El turismo es una actividad económica alterna y estacional (La comunidad se dedica a la actividad turística solamente durante temporada alta, en temporada baja se dedica a otras actividades) | <input type="text"/> |
| 3. Indiferencia hacia el desarrollo local de la actividad turística (La comunidad no contesta preguntas relacionadas al turismo, no opinan) | <input type="text"/> |
| 4. Rechazo hacia el desarrollo de la actividad turística en la comunidad (La comunidad rechaza el desarrollo turístico, considera que es peligroso, no cree que solucione sus problemas económicos) | <input type="text"/> |

5.8. Problemas sociales que según el encuestador pueden afectar al desarrollo turístico de la comunidad. Se pueden identificar también necesidades de capacitación de acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta (5.6).
Comentarios:



Auxiliar de campo:
Fecha:

Anexo 2. Modelo de entrevista

Datos Generales:

Nombre: _____

Edad: _____ **Profesión:** _____

Cargo/Función: _____ **Tiempo Laboral:** _____

Preguntas:

1. Existe llegada de turistas hacia la parroquia urbana Zaruma

Sí ()

No ()

2. La comunidad tiene una demanda diaria aproximada de: (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave; escribir en números el resultado).

- _____ Visitantes de lunes a viernes
- _____ Visitantes los días sábado
- _____ Visitantes los días domingo
- _____ Visitantes los días feriados

3. ¿Con qué frecuencia llegan turistas? Frecuencia de la demanda que posee la comunidad (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave).

Permanente (todo el año) () Estacional (sólo por temporadas) ()

Esporádica (de vez en cuando) () Inexistente (No llegan turistas) ()

4. ¿Qué forma de viaje tienen las personas que arriban a la parroquia? Forma de viaje. Marcar con una x la respuesta correcta (puede hacer un cálculo en porcentaje con base en encuesta o preguntas a informantes clave).

Independiente () Organizado (Paquetes, "Tours") ()

5. Tipo de demanda que posee la comunidad. (Si dispone de datos cuantitativos, marque la respuesta en porcentajes, si no, puede marcar con X).

A) Con respecto al origen

- _____ Internacional
- _____ Nacional
- _____ Regional

A) Con respecto al tiempo de estadía

- _____ Turistas
- _____ Excursionistas

6. El gasto promedio diario de los visitantes es: (escriba la respuesta en dólares).

USD

Turistas

Excursionistas

7. Indique tres razones principales por las cuales es visitada la comunidad

1 _____

2 _____

3 _____

8. Los servicios turísticos que consumen los visitantes son:

Alojamiento

Restaurantes

Kioskos de comida

Bares

Servicios de guianza local

Ninguno

Otro: _____

9. ¿Actualmente cómo se encuentra la actividad turística en Zaruma?

10. ¿En los últimos años se ha incrementado o disminuido la actividad turística?

11. ¿Qué meses son los de temporada alta y baja en la parroquia urbana Zaruma?

12. ¿Qué actividades turísticas se puede realizar en la parroquia urbana Zaruma?

Anexo 3. Entrevista a actores clave del sector turístico de la ciudad





Anexo 4. Ficha para el levantamiento de atractivos turísticos del MINTUR

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

4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO							SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>																																													
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):																																																									
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		h/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:	Long.:																																																
Observaciones: <input type="text"/>																																																									
4.2 Vías de Acceso (M) <input type="checkbox"/>																																																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2"></th> <th>Tipo de vía</th> <th>Coordenada de inicio</th> <th>Coordenada de fin</th> <th>Distancia (km)</th> <th>Tipo de material</th> <th>Estado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">a. Terrestre (M)</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>a. Primer orden <input type="checkbox"/></td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td><input type="text"/></td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>b. Segundo orden <input type="checkbox"/></td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td><input type="text"/></td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>c. Tercer orden <input type="checkbox"/></td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td><input type="text"/></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>														Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado	a. Terrestre (M)	<input type="checkbox"/>	a. Primer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	<input type="text"/>		<input type="checkbox"/>	b. Segundo orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	<input type="text"/>		<input type="checkbox"/>	c. Tercer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	<input type="text"/>																	
		Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado																																																		
a. Terrestre (M)	<input type="checkbox"/>	a. Primer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	<input type="text"/>																																																			
	<input type="checkbox"/>	b. Segundo orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	<input type="text"/>																																																			
	<input type="checkbox"/>	c. Tercer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	<input type="text"/>																																																			
Observaciones: <input type="text"/>																																																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="3">b. Acuático (U)</th> <th rowspan="3"><input type="checkbox"/></th> <th>Marítimo</th> <th>Puerto / Muelle de partida</th> <th><input type="text"/></th> <th rowspan="3">Estado</th> <th>Puerto / Muelle de Llegada</th> <th><input type="text"/></th> <th rowspan="3">Estado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lacustre</td> <td>Puerto / Muelle de partida</td> <td><input type="text"/></td> <td>Puerto / Muelle de Llegada</td> <td><input type="text"/></td> </tr> <tr> <td>Fluvial</td> <td>Puerto / Muelle de partida</td> <td><input type="text"/></td> <td>Puerto / Muelle de Llegada</td> <td><input type="text"/></td> </tr> </tbody> </table>												b. Acuático (U)	<input type="checkbox"/>	Marítimo	Puerto / Muelle de partida	<input type="text"/>	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	<input type="text"/>	Estado	Lacustre	Puerto / Muelle de partida	<input type="text"/>	Puerto / Muelle de Llegada	<input type="text"/>	Fluvial	Puerto / Muelle de partida	<input type="text"/>	Puerto / Muelle de Llegada	<input type="text"/>																											
b. Acuático (U)	<input type="checkbox"/>	Marítimo	Puerto / Muelle de partida	<input type="text"/>	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	<input type="text"/>	Estado																																																	
		Lacustre	Puerto / Muelle de partida	<input type="text"/>		Puerto / Muelle de Llegada	<input type="text"/>																																																		
		Fluvial	Puerto / Muelle de partida	<input type="text"/>		Puerto / Muelle de Llegada	<input type="text"/>																																																		
Observaciones: <input type="text"/>																																																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th>c. Aéreo (U)</th> <th><input type="checkbox"/></th> <th>Nacional:</th> <th><input type="checkbox"/></th> <th>Internacional:</th> <th><input type="checkbox"/></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="6">Observaciones: <input type="text"/></td> </tr> </tbody> </table>												c. Aéreo (U)	<input type="checkbox"/>	Nacional:	<input type="checkbox"/>	Internacional:	<input type="checkbox"/>	Observaciones: <input type="text"/>																																							
c. Aéreo (U)	<input type="checkbox"/>	Nacional:	<input type="checkbox"/>	Internacional:	<input type="checkbox"/>																																																				
Observaciones: <input type="text"/>																																																									
4.3 Servicio de transporte (M) <input type="checkbox"/>																																																									
<table border="1"> <tbody> <tr> <td>a. Bus <input type="checkbox"/></td> <td>b. Buseta <input type="checkbox"/></td> <td>c. Transporte 4x4 <input type="checkbox"/></td> <td>d. Taxi <input type="checkbox"/></td> <td>e. Moto taxi <input type="checkbox"/></td> <td>f. Teleférico <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>g. Lancha <input type="checkbox"/></td> <td>h. Bote <input type="checkbox"/></td> <td>i. Barco <input type="checkbox"/></td> <td>j. Canoa <input type="checkbox"/></td> <td>k. Avión <input type="checkbox"/></td> <td>l. Avioneta <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>m. Helicóptero <input type="checkbox"/></td> <td>n. Otro <input type="checkbox"/></td> <td colspan="4">Especifique</td> </tr> </tbody> </table>												a. Bus <input type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input type="checkbox"/>	d. Taxi <input type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>	g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>	m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique																															
a. Bus <input type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input type="checkbox"/>	d. Taxi <input type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>																																																				
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>																																																				
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique																																																							
Observaciones: <input type="text"/>																																																									
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>																																																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio</th> <th rowspan="2">b. Estación / terminal</th> <th colspan="4">c. Frecuencia</th> <th rowspan="2">d. Detalle (Traslado origen / destino)</th> </tr> <tr> <th>Diaria</th> <th>Semanal</th> <th>Mensual</th> <th>Eventual</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><input type="text"/></td> <td><input type="text"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="text"/></td> </tr> <tr> <td><input type="text"/></td> <td><input type="text"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="text"/></td> </tr> <tr> <td><input type="text"/></td> <td><input type="text"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="text"/></td> </tr> <tr> <td><input type="text"/></td> <td><input type="text"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="text"/></td> </tr> <tr> <td><input type="text"/></td> <td><input type="text"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="text"/></td> </tr> </tbody> </table>												a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)	Diaria	Semanal	Mensual	Eventual	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)																																																			
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual																																																				
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>																																																			
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>																																																			
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>																																																			
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>																																																			
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>																																																			
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>																																																									
<table border="1"> <tbody> <tr> <td>General <input type="checkbox"/></td> <td>Discapacidad Física <input type="checkbox"/></td> <td>Discapacidad Visual <input type="checkbox"/></td> <td>Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/></td> <td>Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/></td> <td>d. No es accesible <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="6">Observaciones: <input type="text"/></td> </tr> </tbody> </table>												General <input type="checkbox"/>	Discapacidad Física <input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>	Observaciones: <input type="text"/>																																							
General <input type="checkbox"/>	Discapacidad Física <input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>																																																				
Observaciones: <input type="text"/>																																																									
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>																																																									
<table border="1"> <tbody> <tr> <td>a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/></td> <td>Estado (U)</td> <td>Bueno <input type="checkbox"/></td> <td>Regular <input type="checkbox"/></td> <td>Malo <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="5">Observaciones: <input type="text"/></td> </tr> </tbody> </table>												a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>	Observaciones: <input type="text"/>																																								
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>																																																					
Observaciones: <input type="text"/>																																																									

5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS										SI	NO	S/I
5.1 Planta turística (M)										<input type="checkbox"/>		
a. En el Atractivo					<input type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado cercano					<input type="checkbox"/>	
Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas			
Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>							
Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas			
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>							
Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados						
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0		Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0						
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0		Internacionales	<input type="checkbox"/>	0						
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0		Operadoras	<input type="checkbox"/>	0						
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>							
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	
<input type="checkbox"/>		0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>							
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo										<input type="checkbox"/>		
Categoría (M)	Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)					
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	I-Tur	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardiana <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de vigilancia para salvavidas <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="text"/>								
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/>								
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>			
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>				Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>		
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>			Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	
Especifique: <input type="text"/>					Especifique: <input type="text"/>			
Observaciones: <input type="text"/>								
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>								
6.1 Atractivo (U) <input type="checkbox"/>								
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>					
Observaciones: <input type="text"/>								
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)								
6.1.1.1 Naturales (M)			6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)					
a. Erosión <input type="checkbox"/>			a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>			
b. Humedad <input type="checkbox"/>			d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>			
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>			g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>			
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>			j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>			
e. Clima <input type="checkbox"/>			m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>			
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text"/>							
Observaciones: <input type="text"/>								

6.2 Entorno (U) <input type="checkbox"/>			
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="text"/>			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text"/>		
Observaciones: <input type="text"/>			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>			
a. Declarante: <input type="text"/>	b. Denominación: <input type="text"/>	b. Fecha de declaración: <input type="text"/>	c. Alcance: <input type="text"/>
Observaciones: <input type="text"/>			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
7.1 Servicios Básicos <input type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>	
Agua: <input type="checkbox"/>	Agua <input type="checkbox"/>		
Especifique:	Especifique:		
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>	Energía eléctrica <input type="checkbox"/>		
Especifique:	Especifique:		
Saneamiento: <input type="checkbox"/>	Saneamiento: <input type="checkbox"/>		
Especifique:	Especifique:		
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>	Disposición de desechos <input type="checkbox"/>		
Especifique:	Especifique:		
Observaciones: <input type="text"/>			

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

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

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

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

14. ANEXOS**a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)**

--	--

Fuente: [texto](#)**b. Ubicación gráfica del Atractivo**

--

Fuente: [texto](#)**FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)**

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

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	0
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	0
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	0
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	0
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	0
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
TOTAL		100	0

- () Postgrado
- () Doctorado
- () Postdoctorado

7. ¿Cuál es su ocupación actual?

- () No trabaja
- () Cuenta propia (no emplea personas)
- () Empleado público
- () Empleado privado
- () Empresario (emplea personas)
- () Ama de casa
- () Jubilado/Pensionado

Otra (especifique) _____

8. ¿Cuál es su ingreso mensual?

- () Menos de \$425 (Salario básico unificado al 2022)
- () Entre \$426 a \$600
- () Entre \$601 a \$800
- () Entre \$801 a \$1.000
- () Entre \$1.100 a \$1.400
- () Entre \$1.500 a \$1.700
- () Entre \$1.800 a \$2.000
- () Más de \$2.001

- **Estudio de la estructura de consumo de bienes y servicios turísticos.**

9. ¿Cuál es el promedio de gasto diario en su visita?

- () Menos de \$20
- () \$21 a \$40
- () \$41 a \$60
- () \$61 a \$80
- () \$81 a \$100
- () \$101 a \$120
- () Más de \$120

10. ¿Qué componentes son esenciales durante su visita?

- () Viajes combinados (paquetes turísticos)
- () Alojamiento
- () Alimentos y bebidas
- () Transporte
- () Ocio, cultura y actividades deportivas
- () Compras
- () Otros (Especifique) _____

11. ¿Cuál es la forma de pago que considera más efectiva en su visita?

- () Efectivo
- () Tarjeta de crédito
- () Cheque
- () Débito bancario
- () Transferencias bancarias

Otro (Especifique) _____

12. ¿Qué medio de transporte utiliza para visitar la parroquia urbana Zaruma?

- () Transporte aéreo
- () Transporte público
- () Vehículo propio
- () Vehículo rentado

13. ¿Dónde se hospeda?

- () No se hospeda (Visita de 1 día)
- () Hotel
- () Hostal
- () Hostería
- () Apartamento rentado
- () En casa de un familiar o amigo

Otro (Especifique) _____

14. ¿En qué tipo de establecimiento consume sus alimentos y/o bebidas durante su visita?

- () Restaurante
- () Cafetería

- Fuentes de Soda
- Bar
- Puesto Ambulante
- Mercado

Otro (Especifique) _____

15. ¿Cuál de los siguientes servicios turísticos contrata en el destino?

- Ninguno
 - Visita guiada (Recorrido en un atractivo determinado)
 - Guía de Turismo Local
 - Tour de una agencia de viajes o tour operador
- **Estudio de organización del viaje y variables motivacionales**

16. ¿Con qué frecuencia usted viaja?

- Mensualmente
- Semestralmente
- Anualmente
- Feriados
- Rara vez

17. Cuando usted, viaja, ¿En compañía de quién suele hacerlo?

- Solo
- Familia
- Amigos
- Pareja
- Compañeros de trabajo
- Compañeros de estudio
- Grupo del Tour

18. ¿Cuánto dura su visita?

- 1 noche
- 2 a 3 noches
- Más de 4 noches

19. ¿Qué fuentes de información relevantes utiliza, para planear su visita a la parroquia urbana Zaruma?

- () Familia/Amigos
- () Internet
- () Periódico
- () Televisión/Radio
- () Diarios/Revistas
- () Redes Sociales
- () Páginas Web
- () Empresas de viaje
- () Folleto de tour operadores
- () Guías de viaje
- () Visita anterior

20. ¿Cuál es su forma de compra u organización del viaje?

- () Reservas directas
- () Reservas a través de agencia
- () Sin reserva de ningún tipo

21. ¿Qué aspectos toma en cuenta para elegir a la parroquia urbana Zaruma como su destino turístico?

- () Historia interesante
- () Cultura diferente a la suya
- () Variedad de atractivos y actividades turísticas
- () Ciudad segura
- () Clima agradable
- () Precios y costos del viaje
- () Hospitalidad de su gente
- () Gastronomía típica
- () Facilidades de acceso y conectividad
- () Recomendaciones sobre el destino

22. ¿Por qué motivos visita la parroquia urbana Zaruma? (Realidad de la visita)

- () Interés en conocer y descubrir culturas diferentes a la suya
- () Interés relacionado con la minería
- () Conocer sitios naturales

- () Ocio, recreo y vacaciones
- () Visitas a parientes y amigos
- () Negocios y motivos profesionales
- () Eventos culturales programados
- () Atractivo cultural y patrimonial
- () Gastronomía
- () Religión/peregrinación
- () Declaratoria de Ciudad de interés turístico Nacional
- () Declaratoria de Ciudad Patrimonio Cultural del Ecuador
- () Declaratoria de Pueblo Mágico
- () Otros motivos (Especifique) _____

23. Marque los atractivos turísticos que le gustan conocer, en función de su grado de interés por ellos. Utilice la siguiente escala:

5: Muy interesado; 4: Interesado; 3: Medio Interesado; 2: Poco Interesado; 1: Nada Interesado

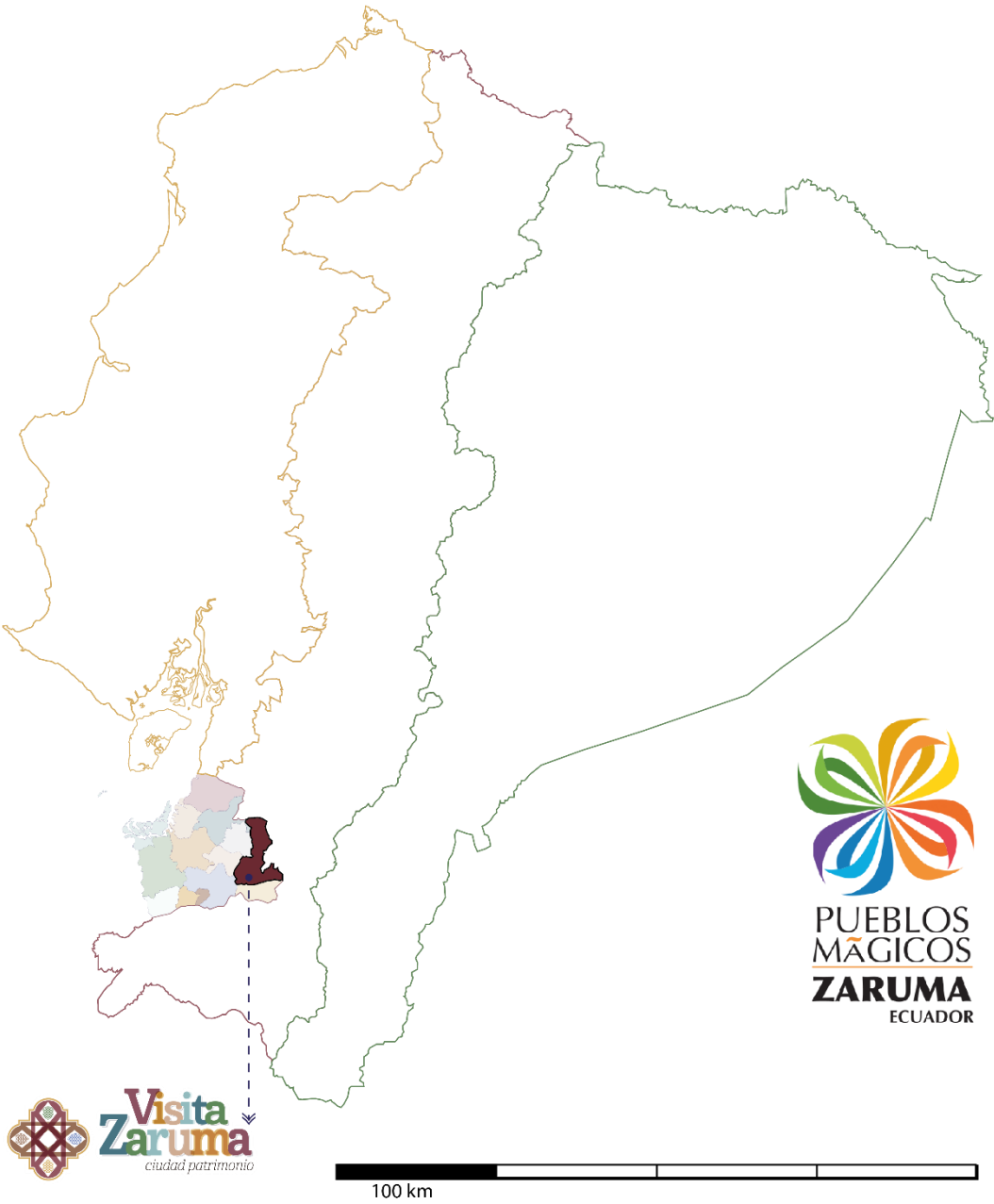
Atractivos Turísticos	1	2	3	4	5
Centro Histórico					
Santuario de la Virgen del Carmen					
Iglesia de San Francisco					
Centro de Interpretación Cultural Hospital Medalla Milagrosa					
Museo Municipal					
Museo Selva Indígena					
Museo Montúfar					
Plaza de la Independencia					
Mina “El Sexmo”					
Fiesta de Semana Santa en el Cerro “El Calvario”					
Fiestas en honor a la Virgen del Carmen					
Fiesta Cívica de Independencia					
Gastronomía típica					
Cerro El Calvario					
Cerro Zaruma Urcu					
Mirador Batea Rumi (Piscina Municipal)					

24. ¿Cuántos días estaría usted en la capacidad de contratar un tour?

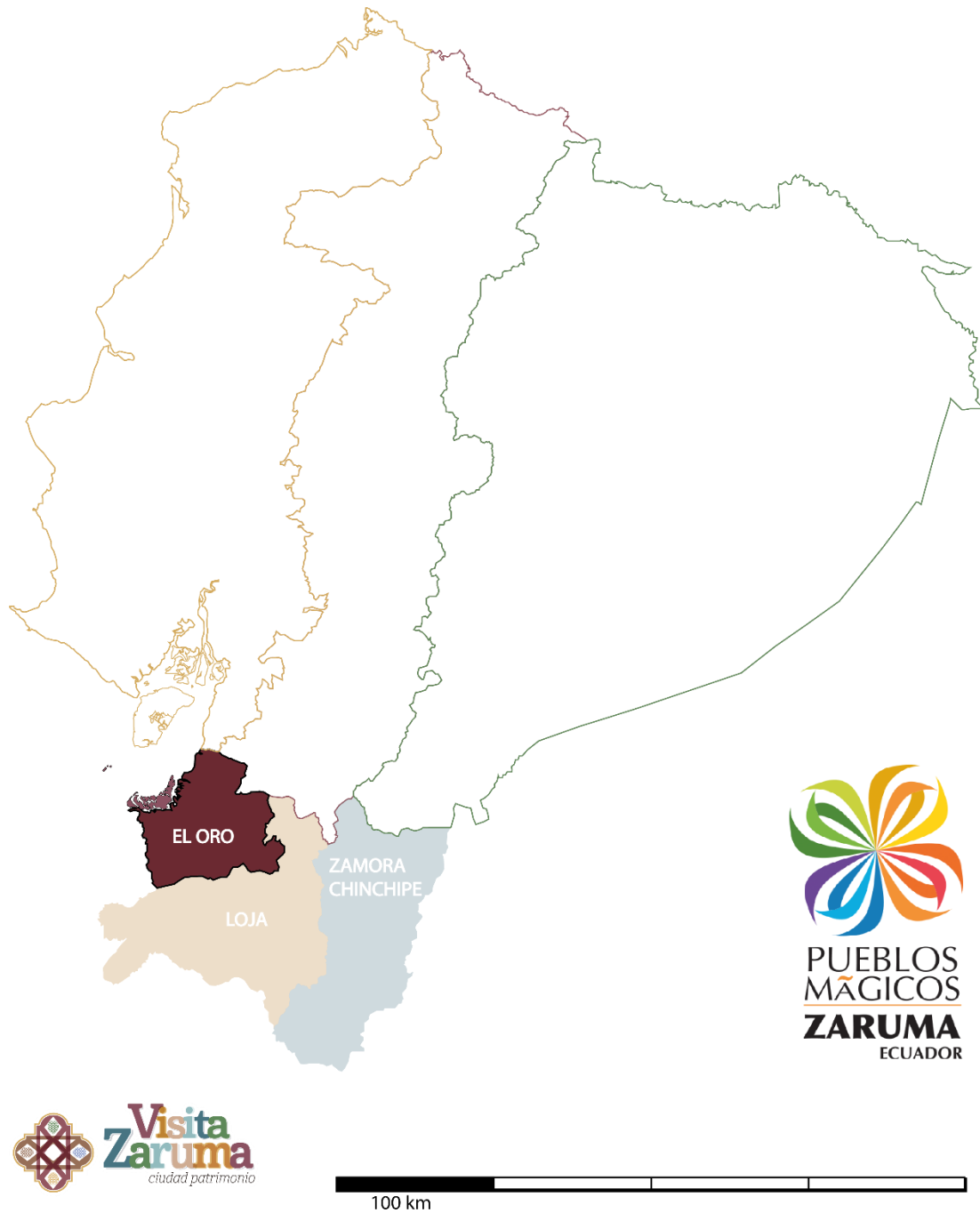
- () 1 día
- () 2 días
- () Más de 3 días

¡Gracias por su colaboración!

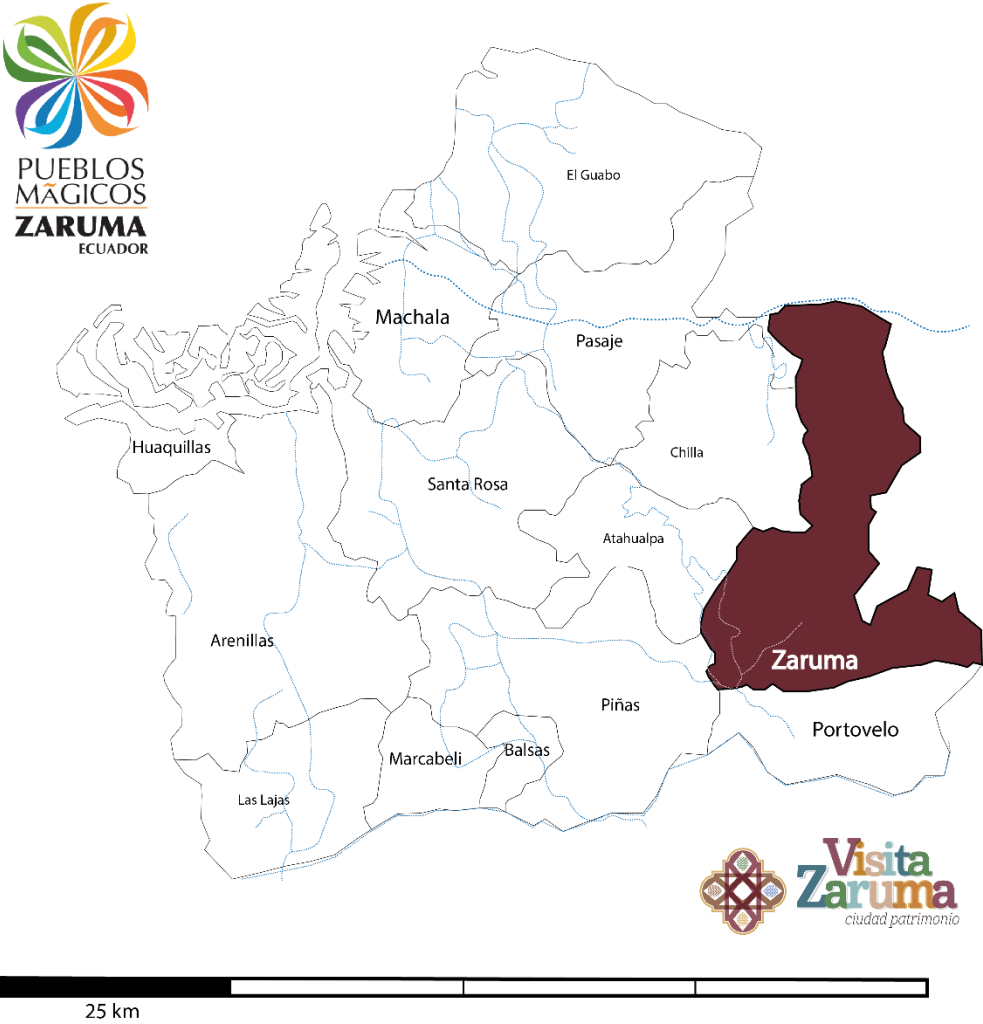
Anexo 6. Mapa de geolocalización por cantones de la provincia de El Oro



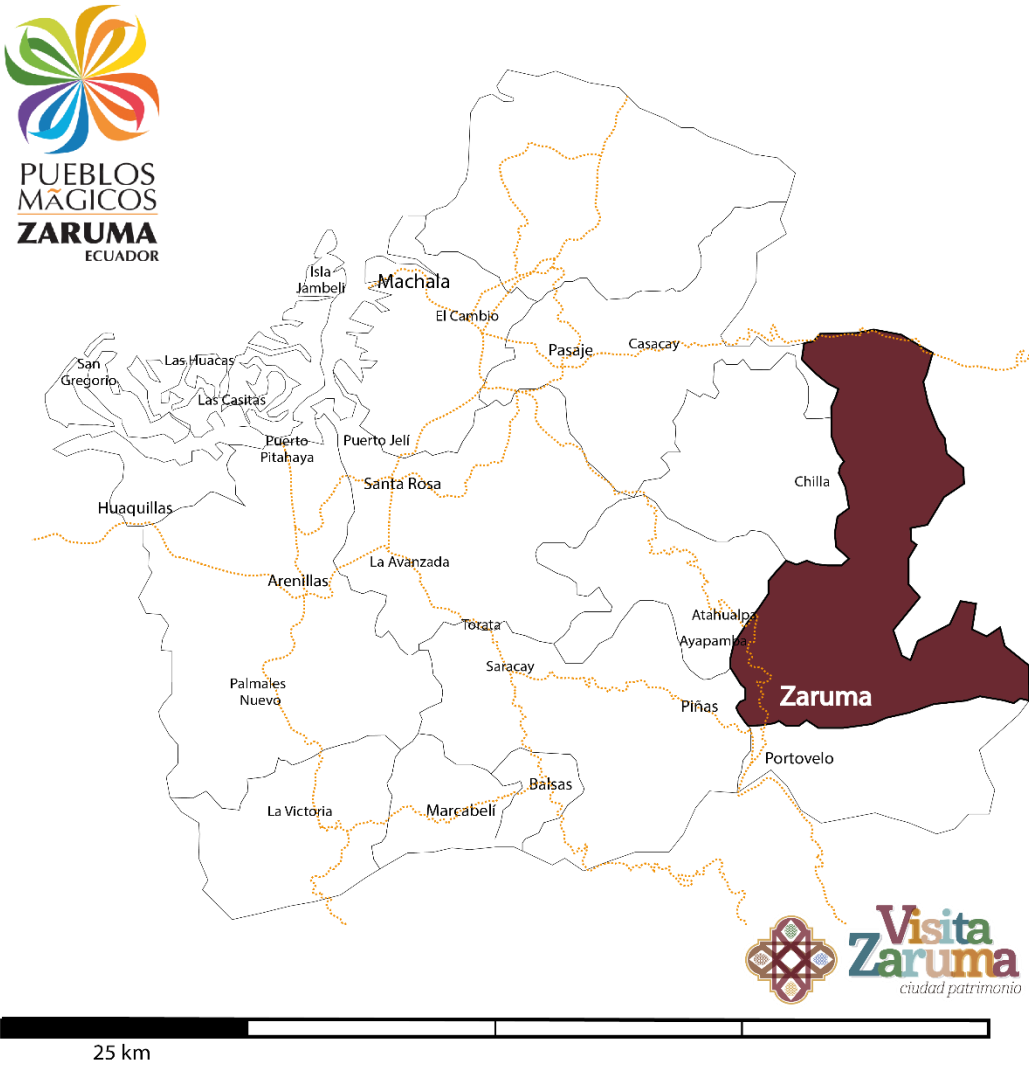
Anexo 7. Mapa de ubicación de la Región Zonal 7



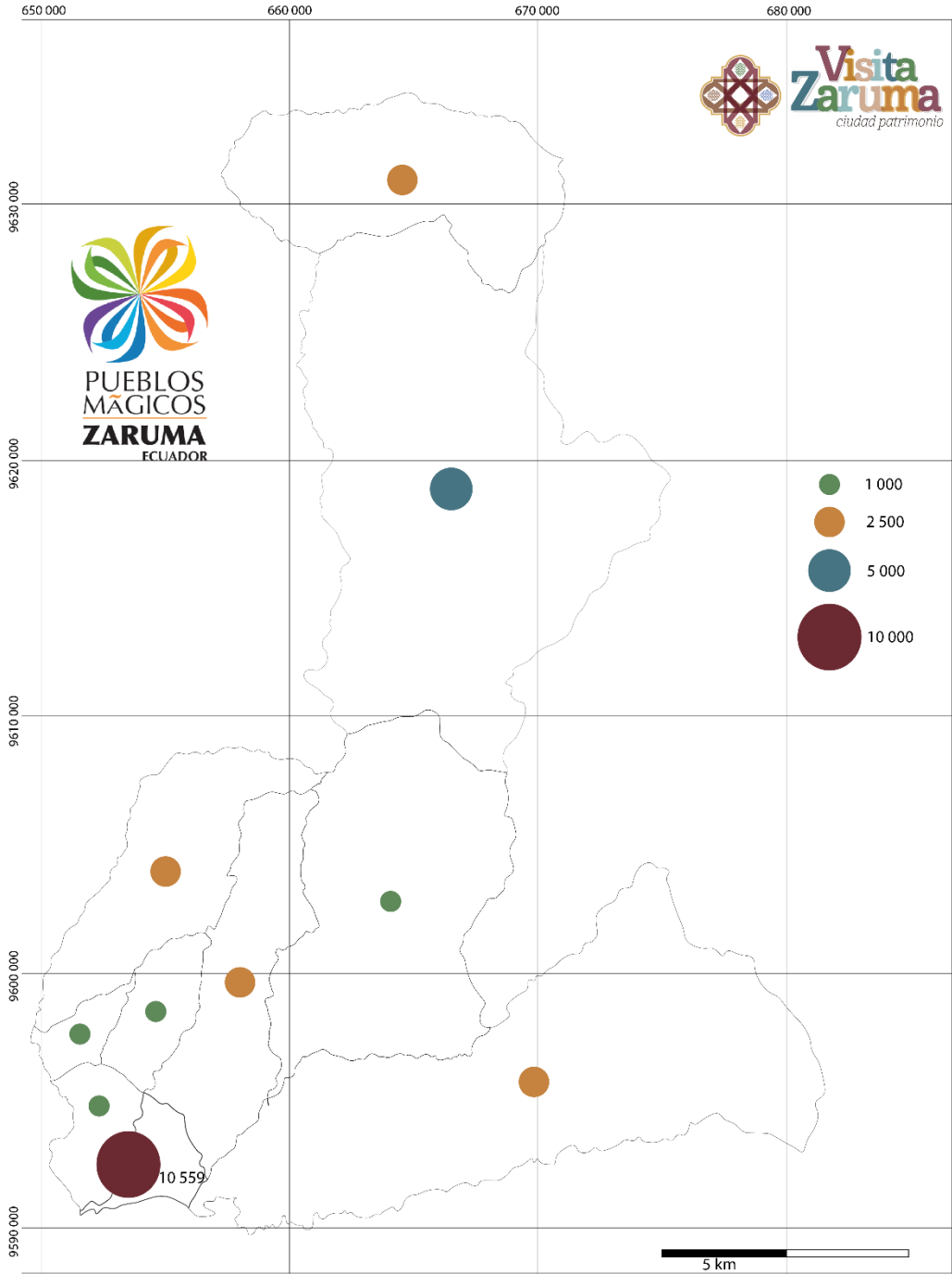
Anexo 8. Mapa de afluentes de agua de la provincia de El Oro



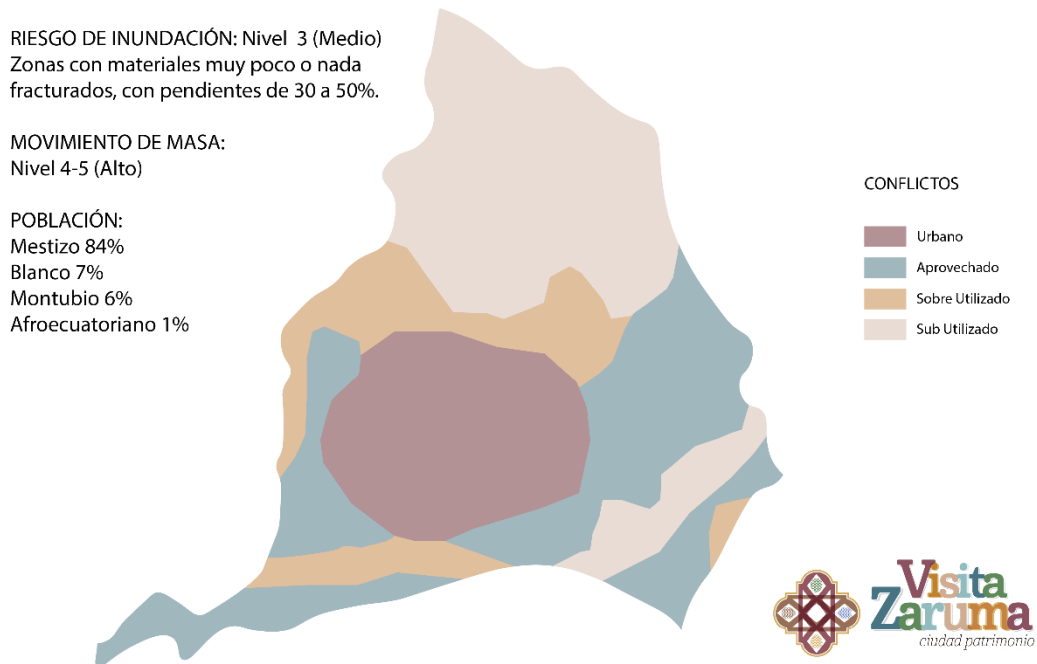
Anexo 9. Mapa de viabilidad de la provincia de El Oro



Anexo 10. Mapa de la densidad poblacional del cantón Zaruma



Anexo 11. Mapa de características del suelo de la parroquia urbana Zaruma



Anexo 12. Certificación de traducción del Abstract



Mg. Yanina Quizhpe Espinoza
Licenciada en Ciencias de Educación mención
Inglés
Magister en Traducción y mediación cultural

Celular: +593989805087
Email: yaniges@icloud.com
Loja, Ecuador 110104

Loja, 23 de junio, 2022

Yo, Lic. Yanina Quizhpe Espinoza, con cédula de identidad 1104337553, docente del Instituto de Idiomas de la Universidad Nacional de Loja, y con licencia como traductora registrada en el Ministerio de trabajo del Ecuador **MDT-3104-CCL-252640**, certifico:

Que tengo el conocimiento y dominio de los idiomas español e inglés y que la traducción del resumen de trabajo de integración curricular o de titulación; **Análisis del Perfil del Turista en la Parroquia Urbana Zaruma, Patrimonio Cultural y Pueblo Mágico del Ecuador**, cuya tutoría de la estudiante Yomara Lissbeth Zeas Macas, con cédula 0706965290, es verdadero y correcto a mi mejor saber y entender.

Atentamente

YANINA
BELEN
QUIZHPE
ESPINOZA

Firmado
digitalmente por
YANINA BELEN
QUIZHPE ESPINOZA
Fecha: 2022.06.23
21:19:48 -05'00'

Yanina Quizhpe Espinoza.

Traductora