



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja
Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Maestría en Turismo Mención en Gestión e Innovación de Destinos

**Modelo de gestión para optimizar los recursos turísticos en la
parroquia San Carlos de las Minas, cantón Zamora, provincia
Zamora Chinchipe.**

**Trabajo de Titulación previo a la
obtención del título de Magister en Turismo
Mención en Gestión e Innovación de Destinos**

AUTOR:
Yabiles Sofia Ordoñez Ochoa

DIRECTOR:
Ing. Jhohana Mercedes Larrea Silva. Mg. Sc.

Loja - Ecuador
2023

Loja, 20 de enero de 2023

Ing. Jhohana Mercedes Larrea Silva Mg. Sc.

DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo proceso del Trabajo de Titulación denominado: “**Modelo de gestión para optimizar los recursos turísticos en la parroquia San Carlos de las Minas, cantón Zamora, provincia Zamora Chinchipe**” previa a la obtención del título de **Magister en Turismo Mención: Gestión e Innovación de Destinos**, de autoría de la maestrante: **Ing. Yabiles Sofia Ordoñez Ochoa**, con cedula de identidad Nro. **1900724467** 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 electrónicamente por:
**JHOHANA
MERCEDES LARREA
SILVA**

Ing. Jhohana Mercedes Larrea Silva Mg. Sc.

DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Autoría

Yo, **Yabiles Sofia Ordoñez Ochoa**, declaro ser autor/a del presente Trabajo de Titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido de la misma. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Titulación en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.



Firma:

Cédula de Identidad: 1900724467

Fecha: 20 de enero del 2023

Correo electrónico: yabiles.ordonez@unl.edu.ec

Teléfono o Celular: 0939933111

Carta de autorización por parte del autor/a- para la consulta, producción parcial o total, y/o publicación electrónica de texto completo, del Trabajo de Titulación-

Yo, **Yabiles Sofia Ordoñez Ochoa**, declaro ser autora del Trabajo de Titulación denominado: **“Modelo de gestión para optimizar los recursos turísticos en la parroquia San Carlos de las Minas, cantón Zamora, provincia Zamora Chinchipe”** como requisito para optar el título de **Magister en Turismo Mención: Gestión e Innovación de Destinos**, 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, a los 20 días del mes de enero de 2023 en la ciudad de Loja.



Firmado electrónicamente por:
**YABILES SOFIA
ORDONEZ OCHOA**

Firma:

Autora: Ing. Yabiles Sofia Ordoñez Ochoa

Cédula: 1900724467

Dirección: San Carlos de las Minas

Correo electrónico: yabiles.ordonez@unl.edu.ec

Celular: 0939933111

DATOS COMPLEMENTARIOS

Directora de Tesis: Ing. Jhohana Mercedes Larrea Silva Mg. Sc.

Dedicatoria

Este trabajo lo dedico a mis padres Fufina y Ángel, por su apoyo incondicional y su amor absoluto.

A mi familia que siempre está presente en cada meta por cumplir.

A mis amigos, no solo por acompañarme en esta nueva travesía, si no por sacarme una sonrisa en el proceso.

También a todas las personas quienes han permitido que culmine esta etapa de mi vida.

Yabiles Sofia Ordoñez Ochoa

Agradecimiento

Agradezco en primer lugar a Dios por haberme permitido realizar este proyecto acompañada de entusiasmo, sabiduría y salud, por la vida y la oportunidad de crecer día a día con tropiezos y sonrisas,

A mis padres Fufina y Ángel por ser mi apoyo, mi vela de noche, y por el apoyo incondicional que recibí durante el periodo de estudios y elaboración de mi proyecto.

A mis amigos de las Universidad Nacional de Loja, Facultad Jurídica Social y Administrativa Gaby, Rosita, Peter, Vivi, Pablito, Javi, Yoss, Ale, y Carlitos por ese respaldo y motivación a seguir y culminar mi proyecto de investigación.

A mi directora la Magister Jhohana Larrea Silva, quien ha sido mi amiga, y quien con paciencia me supo guiar para culminar mi proyecto de investigación y a mis docentes, por sembrar la semilla del conocimiento y por darme la llave hacia nuevos senderos del mundo.

Yabiles Sofia Ordoñez Ochoa

Índice de contenidos

Portada.....	i
Certificación	ii
Autoría.....	iii
Carta de autorización.....	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de contenidos.....	vii
Índice de Figuras.....	x
Índice de Tablas	x
Índice de Anexos	xi
1. Título	1
2. Resumen.....	2
2.1. Abstract.....	2
3. Introducción	3
4. Marco teórico	5
4.1. Marco Conceptual.....	5
4.1.1. Turismo	5
4.1.2. Recursos Turísticos	8
4.1.1. Gestión Turística	10
4.1.2. ¿Qué es un Modelo?.....	11
4.2. Marco Referencial	12
5. Metodología	14
5.1. Área de estudio	14
5.2. Método de estudio	15
5.2.1. Método deductivo.....	15

5.2.2.	Método Análisis Síntesis	15
5.2.3.	Método Etnográfico.....	15
5.2.4.	Método Sistemático.....	15
5.3.	Enfoque de la investigación.....	15
5.4.	Tipo de Investigación	15
5.5.	Diseño de la investigación.....	16
5.6.	Población y Muestra	16
5.7.	Metodología por Objetivos.....	17
5.7.1.	Objetivo 1.- Definir la situación turística actual de la parroquia San Carlos de las Minas	17
5.7.2.	Objetivo 2.- Formular una propuesta adecuada para el desarrollo turístico de la parroquia San Carlos de las Minas.....	18
5.7.3.	Objetivo 3.- Plantear un modelo de gestión que permite el desarrollo turístico en la parroquia San Carlos de las Minas, Zamora, Zamora Chinchipe.....	18
6.	Resultados	20
6.1.	Situación turística actual de la parroquia San Carlos de las Minas.....	20
6.1.1.	Análisis Previo	20
6.1.2.	Diagnóstico turístico del territorio	41
6.2.	Análisis de los datos.....	47
6.2.1.	Análisis de los resultados de las encuestas.....	47
6.2.2.	Análisis de resultados en general	49
6.2.3.	Segmento de Mercado.....	53
6.2.3.	Análisis FODA.....	54
6.2.4.	FODA estratégico.....	56
6.2.5.	Análisis de Encuesta a Actores locales	59
6.2.5.	Diseño del producto turístico	62
6.3.	Modelo de gestión que permite el desarrollo turístico en la parroquia San Carlos de las Minas, Zamora, Zamora Chinchipe.	68

6.3.1.	Plan de Acción	68
6.3.2.	Modelo de Gestión Turística	77
7.	Discusión	78
8.	Conclusiones	80
9.	Recomendaciones	81
10.	Bibliografía.....	82
11.	Anexos.....	86

Índice de Figuras

Figura 1 Mapa Político de la parroquia San Carlos de las Minas	14
Figura 2 Mapa del Cantón Zamora	20
Figura 3 Ubicación macro y límites fronterizos parroquiales.	21
Figura 4 Cobertura Vegetal y Uso de suelo	23
Figura 5 Hidrología de SCM.....	29
Figura 6 Historia de San Carlos de las Minas	32
Figura 7 Mapa del Yawi Sumak.....	39
Figura 8 Grafica de prueba de normalidades	59
Figura 9 Perfil del Turista de San Carlos de las Minas.....	63

Índice de Tablas

Tabla 1 Actividades del Turismo Rura.....	6
Tabla 2 Dimensiones del Turismo Rural.....	7
Tabla 3 Tipos de Recursos Turísticos	8
Tabla 4 Dimensiones del Producto turístico.....	9
Tabla 5 Proyección de las Estadísticas del GEOVIT-Zamora	16
Tabla 6 Límites de la Parroquia	21
Tabla 7 Usos del Suelo y Cobertura Vegetal de la Parroquia San Carlos de las Minas.....	22
Tabla 8 Especies de Flora.....	25
Tabla 9 Especies de Aves por dominancia de Orden	26
Tabla 10 Especies de mastofauna.....	27
Tabla 11 Afluentes de la Parroquia SCM.....	28
Tabla 12 Proceso y Problemas ambientales	31
Tabla 13 Población por edades.....	34
Tabla 14 Autoidentificación étnica	34
Tabla 15 Asociaciones de la Parroquia SCM.....	36
Tabla 16 Establecimientos educativos de la Parroquia	37
Tabla 17 Fiestas de San Carlos de las Minas	38
Tabla 18 Resumen de los Recurso de la parroquia SCM	41
Tabla 19 Establecimientos que ofrecen el servicio de alimentación.....	43
Tabla 20 Conectividad.....	44
Tabla 21 Tendencias de Turismo Rural 2022	47

Tabla 22 Determinantes respecto al viaje y promoción	47
Tabla 23 Determinantes sociológicos de los encuestados.....	49
Tabla 24 Análisis FODA.....	54
Tabla 25 Análisis FODA Estratégico.....	56
Tabla 26 Prueba de normalidades	59
Tabla 27 Correlación de las variables	60
Tabla 28 Determinantes de Variables y producto turístico	60
Tabla 29 Itinerario de la Ruta Turística.....	66
Tabla 30 Instrucciones para aplicación de Ruta.....	67
Tabla 31 Áreas de acción, y Objetivos específicos	69
Tabla 32 Líneas estratégicas y presupuesto	71
Tabla 33 Cronograma del Plan de acción.....	75
Tabla 34 Matriz de operacionalización de variables	87
Tabla 35 Fotografías de Entrevistas	89
Tabla 36 Ficha N° 001 Iglesia Matriz “Virgen de Lourdes”	90
Tabla 37 Ficha N° 002 Parque Central de SCM.....	90
Tabla 38 Ficha N° 003 Museo Antropológico Minero.....	91
Tabla 39 Ficha N° 004 Cascadas San Gregorio.....	92
Tabla 40 Ficha N° 005 Yacimientos de Nambija	93
Tabla 41 Encuesta a Actores Locales.....	101

Índice de Anexos

Anexo 1 Oficio de designación de Director de tesis.....	86
Anexo 2 Matriz de resultado de operacionalización de variables.....	87
Anexo 3 Fotografías de entrevistas.....	89
Anexo 4 Fichas resumen de los atractivos turísticos Mintur 2018	90
Anexo 5 Entrevista para diagnóstico	94
Anexo 6 Cuestionario de la Encuesta para conocer la demanda turística de la parroquia de San Carlos de las Minas	96
Anexo 7 Encuesta Focalizada a Actores Turísticos	101
Anexo 8 Certificado de Integración curricular de titulación.....	102
Anexo 9 Certificación de traducción de Abstract	103

1. Título

Modelo de gestión para optimizar los recursos turísticos en la parroquia San Carlos de las Minas, cantón Zamora, provincia Zamora Chinchipe

2. Resumen

La gestión de un destino turístico se da según las necesidades y la situación, es un medio para regular procesos y articular a los actores turísticos, por ello los modelos de gestión turística tienen tres aspectos prioritarios que son la planificación y desarrollo del destino, desarrollo de productos y servicios turísticos, y promoción y comunicación del destino turístico. La presente Investigación plantea un modelo de gestión para optimizar los recursos turísticos en la parroquia de San Carlos de las Minas, ya que se evidenció que la gestión turística es empírica, para lo cual se estableció como objetivos específicos: análisis de la situación turística actual, formulación de una propuesta adecuada para el desarrollo turísticos y finalmente el modelo de gestión turístico para la parroquia. El enfoque es descriptivo que sirvió para el diagnóstico donde se realizó por medio de revisión bibliográfica, entrevistas, encuestas, análisis y síntesis, y correlacional analizando la información obtenida por medio SPSS. Se propone un modelo de gestión de turismo rural para la organización del destino, en donde se establecieron objetivos para definir estrategias de las áreas de acción que fomenten el fortalecimiento administrativo turístico.

Palabras claves: Turismo rural, gestión turística, actores turísticos y productos turísticos.

2.1. Abstract

The management of a tourist destination is given according to the needs and the situation. It is a means to regulate processes and articulate the tourist actors. Therefore, the models of tourist management have three priority aspects which are the planning and development of the destination, development of tourist products and services, as well as promotion and communication of the tourist destination. This research aims at a management model to optimize tourism resources in San Carlos de las Minas parish, since it was evidenced that tourism management is empirical. Thus, the specific objectives were established: analysis of the current tourism situation, formulation of an adequate proposal for tourism development and finally the tourism management model for the parish. The approach is descriptive which was used for the diagnosis through bibliographic review, interviews, surveys, analysis and synthesis, and correlational by analyzing the information obtained through SPSS. A rural tourism management model is proposed for the organization of the destination. For which, actions were selected to define strategies for the areas of action that promote the tourist administrative strengthening.

Keywords: Rural tourism, tourism management, tourism actors and tourism products.

3. Introducción

Ecuador es un país megadiverso y pluricultural, lo componen 4 regiones en las cuales se encuentran una gran variedad en flora (existe un 10% de todas las especies de plantas que hay en el planeta) y en fauna (cuenta con el 8 por ciento de las especies de animales y el 18 por ciento de las de aves del planeta). En lo cultural existen 14 nacionalidades y 18 pueblos indígenas distribuidos por todo el país, los cuales comparten diferentes tradiciones y costumbres.

La región Amazónica comprende el 48% del territorio ecuatoriano, la principal actividad económica es la extracción de petróleo, oro y cobre, causa de constantes conflictos sociales y daños ambientales. En la provincia Zamora Chinchipe, en el cantón Zamora, la parroquia de San Carlos de las Minas, en su Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial PDyOT, (2019) se ha identificado en el turismo la inexistente conexión ente el GAD y actores privados del sector turístico, lo que se refuerza en la infraestructura deficiente en las zonas turísticas, la deficiente información y publicidad del cantón en el ámbito turístico, la incipiente capacitación e involucramiento de la sociedad civil y restos de sectores en el tema turismo.

En Ecuador, OSTELEA, (2020) menciona que el turismo rural en Ecuador es un sector clave para la dinamización socioeconómica de muchos territorios. Ante la reciente crisis sanitaria del COVID19, la frecuencia de las actividades apunta a que el turismo rural, podría ser uno de los primeros nichos turísticos en recuperarse, se debería plantear una buena organización y gestión, debido a que el país en muchos de los pueblos no cuenta con las condiciones necesarias para atender las necesidades de los turistas.

El turismo a nivel nacional actualmente toma un papel importante, se está destinado grandes inversiones en promoción a nivel nacional e internacional, para atraer turistas y recuperar e incluso superar las estadísticas pre pandemia. En cuanto a la provincia de Zamora Chinchipe es pionera en la extracción de oro, lo cual atrae el turismo de negocios y mueve el turismo en temporadas como el carnaval, fiestas cantonales y provinciales, pues al poseer excelentes condiciones climáticas lo hace ideal para practicar el turismo de naturaleza.

En este sentido es importante que el turismo rural sea una claramente definido y se de la importancia en la parroquia, en donde la población de las áreas rurales es aquellas que integran este turismo, siendo integrantes de los actores turísticos y participando activamente en las actividades turísticas que ofrece el destino.

Las instituciones públicas que están a cargo de la promoción y turística no tienen el alcance que deberían, muchas áreas rurales tienen mucho potencial y no ha sido explotado debidamente, pues al poseer recursos naturales y culturales, pero no los aprovechan como en el caso de la parroquia San Carlos de las Minas la que posee una excelente estructura turística para poder recibir turista, por lo cual este proyecto plantea el desarrollo de la población local mediante la eficiente gestión turística que incluye alternativas de destinos gastronómicos, culturales, de naturaleza, y aventura.

Por todo lo antes mencionado es importante establecer estrategias que permitan realizar una planificación y coordinación integrando a los actores y autoridades, respondiendo a los problemas existentes. Siendo competitivos manejando responsablemente los recursos turísticos que brinda la zona, para lo cual se estableció como objetivo de este estudio diseñar de un Modelo de Gestión para el Desarrollo Turístico en la parroquia San Carlos de las Minas, que brinde los parámetros y directrices necesarias para el efectivo mejoramiento del turismo.

El alcance de este proyecto será la aplicación y desarrollo de cada una de las actividades para la gestión y evaluación del modelo de gestión turístico. Las limitaciones que se presentaron fueron al momento de recolectar la información ya que no existen datos actualizados sobre los turistas que visitan la parroquia, para lo cual se tomó información de años anteriores y también las condiciones climáticas limitaron la aplicación de encuestas a los turistas.

Este trabajo se divide en cuatro puntos, en la primera parte se describen el marco teórico y referencial. Después se desarrolla la metodología, los instrumentos de investigación empleados en el trabajo de campo, luego se plantean los resultados en base al cumplimiento de los objetivos específicos. Por último, se redacta la discusión, conclusiones y recomendaciones del presente proyecto.

4. Marco teórico

4.1. Marco Conceptual

4.1.1. Turismo

Turismo según la Organización Mundial del Turismo OMT, (1994) citado por Sancho, (2019) *“el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”* así mismo este concepto se refuerza por otro autor que menciona que el turismo consiste en llevar a cabo una estancia o viaje hacia distintos lugares por un periodo menor a un año, estas estancias han sido de mayor importancia para los países económicamente durante el último medio siglo de historia. (Vizcaíno Ponferrada, 2015)

4.1.1.1. Turista

Crespo Jareño, (2019) (cita a Dolnicar, (2008)) el cual indica que cada turista es diferente, por lo que los destinos que prefiere son diferentes, pero, estos pueden tener características comunes con otros, por ello Sandoval et. al, (2018) expresa que es muy relevante conocer los gustos, preferencias y hábitos de viaje del turista, de manera de incorporar criterios técnicos en la planificación de la inversión pública y privada, y en la creación, innovación o especialización de productos turísticos, segmentando el mercado que implica que personas con similares características sean agrupada, García & Mendoza, (2018) emplea motivaciones, la valoración que tienen del destino desde el punto de vista de la sostenibilidad, y los recursos turísticos constituyen la base fundamental para el desarrollo turístico sostenible para este.

4.1.1.2. Turismo Rural

Oyarvide Ramírez et al. (2016) menciona que el turismo rural hace referencia a todas aquellas actividades turísticas con características tradiciones diferentes al estilo de vida urbanos, estas pueden desarrollarse en el ámbito rural y resultan de interés para los habitantes de las ciudades. En el sentido de ideas, *“En otras situaciones se lo asimila a turismo de naturaleza, dado que una buena parte de las actividades recreativas que se incluyen en los productos de turismo rural son actividades que se disfrutan por realizarse en un ámbito natural”* (C. A. Varisco, 2016).

De acuerdo a la misma línea de investigación Bayas-Escudero & Mendoza-Torres (2018) (citado por Flores y Barroso M, 2012) describen al turismo rural como un tipo de estrategia que ayuda a dinamizar los procesos en el desarrollo sostenible de los recursos por la interacción entre

el ambiente y la población en general. Lo cual lo hace esencial para que un pueblo aproveche sus recursos y aplique esta modalidad de turismo.

En este sentido, autores como Blanco & Heinrichs (2015) expresa que dependiendo de las distintas leyes y normas vigentes, así como de las condiciones y necesidades específicas de los territorios rurales, el turismo en el espacio rural puede comprender una amplia gama de actividades, como se puede observar en la **Tabla 1**.

Tabla 1

Actividades del Turismo Rural

Las relacionadas con las actividades productivas en las fincas agropecuarias y de la agroindustria, y sus productos
Actividades al aire libre para disfrutar de la naturaleza con todos los sentidos
Actividades físicas/deportivas, en un ambiente natural, generalmente en lugares alejados de los centros poblados
Actividades con el fin de mejorar el estado físico y mental del visitante
Actividades para el aprendizaje
Actividades de observación de la flora y fauna
Actividades con el fin de conocer tradiciones y la vida diaria de la población local
Actividades de caza o pesca
Actividades de arte y patrimonio
Actividades de negocios, como reuniones empresariales, seminarios, etc.

Nota. Se muestra las actividades del turismo rural, tomado de (M. Blanco & Heinrichs, 2015)

4.1.1.3. Tipos de turismo rural que se desarrollan

Galán & Fuller (2015) cita a (Hernández Asensio y Pérez Galán, 2012) argumentan que en la incorporación a la agenda del desarrollo de nuevas formas de turismo rural incluye el agroturismo, el ecoturismo y el turismo comunitario o vivencial como algunas de las más extendidas en América Latina, los miso que lo podemos definir a continuación:

Agroturismo es descrito por Peralta & LI (2017) como una actividad que brinda a los productores y comunidades rurales, la oportunidad de vincular el desarrollo agropecuario mediante una visión comercial y turística, permitiendo el desarrollo de actividades recreativas a través de la prestación de servicios como la gastronomía, alojamiento, paseos guiados, muestra de actividades rurales cotidianas y venta de productos artesanales, y esto provee a los productores de un ingreso que impacta positivamente en su economía. Es una estrategia de desarrollo territorial para la reactivación de las zonas rurales, dando valor y jerarquía a la identidad local y a los procesos productivos.

Ecoturismo según Rebollo Soto (2019) menciona a Conservation International que lo define como un viaje responsable que promueve conservación de la naturaleza y sostiene el bienestar de la comunidad local.

Turismo comunitario es un modelo de gestión de base local el cual se observa en comunidades u organizaciones organizadas, tanto en grupos de individuos de etnias ancestrales, como de poblaciones que no se consideran como tal, en esta modalidad lo principal no es la generación de beneficios económicos, sino que se busca, de forma similar, generar impactos positivos en los entornos naturales y culturales, y con ello incidir en el buen vivir de todos los comuneros. (Cabanilla, 2018)

4.1.1.4. Dimensiones del Turismo Rural

Varisco (2016) argumenta que los límites de estas dimensiones son artificiales y difusos, pero se intenta reflejar los temas centrales de una investigación que parte de un aspecto particular y muchas veces de una disciplina específica, aunque cuanto más profundiza el análisis más se acerca a la concepción de complejidad, esto se puede observar en la **Tabla 2**.

Tabla 2

Dimensiones del Turismo Rural

Dimensión	Concepto	Indicadores
CULTURAL	Esta dimensión se caracteriza por el deseo de los visitantes de conocer la cultura rural, y cuando se habla de cultura no todo ese bagaje cultural se reivindica, protege y se transmite de generación en generación, sino aquello que se considera patrimonio, y que, en un sentido social, se brinda en herencia como anclaje del sentido de pertenencia a un grupo.	<ul style="list-style-type: none"> -La lengua - Las creencias - Saberes ancestrales - Costumbre heredados, - Formas de comunicación
ECONOMICA	Permite analizar determinantes y repercusiones, es decir, la interacción del sistema con su contexto económico.	<ul style="list-style-type: none"> -Generación de ingresos -Puestos de trabajo -Alternativas de empleo
SOCIAL	Permite analizar la relación entre los actores del turismo rural en tanto grupos con diferentes intereses, niveles de poder y estrategias.	<ul style="list-style-type: none"> -La inserción de los jóvenes y las mujeres en la actividad, -Motivación de los productores -Relación turistas – anfitriones -Mejoramiento de calidad de vida de los residentes
AMBIENTAL	En esta dimensión optamos también por considerar lo ambiental en un sentido restringido, asociado a ecosistemas naturales transformados por la actividad humana.	<ul style="list-style-type: none"> -Mantenimiento, conservación y mejora de las zonas naturales -Mitigación sobre acciones de contaminación -Uso del suelo

POLÍTICA	La ordenación del territorio se relaciona con las políticas públicas de intervención en el espacio rural en función de un proyecto político nacional.	-Políticas públicas tendientes a favorecer el desarrollo rural -Ordenanzas -Decretos
-----------------	---	--

Nota. Se muestra las dimensiones del turismo rural y su indicadores. Fuente: (C. A. Varisco, 2016)

4.1.2. Recursos Turísticos

Arandis-i-Agramunt (2019) en su investigación expresa que la acepción recurso y recurso turístico se usa en algunos casos de modo indistinto, para referirse a la materia prima que todavía no ha sido transformada para el disfrute turístico, esto a su vez Fernández Quero & Navarro Valverde (2020) cita a (Navarro Valverde, 2015) sostiene que se entiende por recurso turístico a todo elemento natural, toda actividad humana o todo resultado de esta actividad humana que puede mover y generar un des-plazamiento por motivos de ocio o ser altamente potencial. En Ecuador se lo define como *“un elemento natural o cultural que puede motivar el desplazamiento, pero no se encuentran todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo”* (MINTUR, 2017).

4.1.2.1. Tipos de Recursos Turísticos

Es importante observar que la mayoría de los recursos culturales y naturales que constituyen la materia prima del turismo son bienes públicos. La participación de la comunidad receptora en los procesos de puesta en valor turística del patrimonio local hace posible su apropiación y el refuerzo del sentimiento de identidad. (C. Varisco, 2015)

La clasificación se ha dado por varios autores, los cuales se los ha diferenciado por criterios, a continuación, en la **Tabla 3** se puede observar las diferentes clasificaciones:

Tabla 3

Tipos de Recursos Turísticos

Criterio	Autor	Elementos
Según el potencial turístico	Clawson y Knetsch (1966)	USUARIOS-RECURSO Recursos orientados hacia el usuario Recursos intermedios Esparcimiento basado en el recurso Resource-based
Según la naturaleza de los recursos	Pierre Defert (1972)	Hidromo- relacionados con el agua Phitomo- todo menos agua Litomo- construidos por el hombre. Antropomo- el elemento fundamental es el hombre Mnémone- asociados a un hecho
	Callizo Soneiro (1991)	Naturales Relacionado con los hechos

	Busó & Esther (2017)	Con capacidad por sí mismos Su ubicación
Según su calidad de patrimonio turístico	Organización de los Estados Americanos (OEA, 1990)	Sitios naturales Museos y manifestaciones culturales Folklore Relaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas Acontecimientos programados.
Criterio Mixto	Bukart y Medlik (1986)	Básicos Complementarios
Según la atracción al viajero	Leal (2013)	Recursos naturales Recursos histórico-patrimoniales Recursos etnográficos-culturales

Nota. Se muestra la clasificación de los recursos turísticos. Fuente: Amaiquema Illescas (2015), Cohen y Benseny (2016), Roselló Busó (2017), P. Blanco et al. (2015) y Carvajal Zambrano & Angel Lemoine Quintero (2018)

4.1.2.2. Turismo Rural como factor de desarrollo turístico

León Abarca y Reyes Vargas (2020) argumenta que el turismo ha sido un factor importante para el crecimiento de las economías locales y un eje para el desarrollo de los territorios a nivel urbano y rural, por eso se menciona que el turismo en áreas naturales ha generado expectativas y ha influido en los cambios de manera sostenible de las poblaciones relacionadas en las áreas donde se desarrollan, así mismo las organizaciones no gubernamentales internacionales manifiestan que es una solución a la pobreza; y otras ven al turismo y territorio como una simbiosis, donde se articulan actores, prácticas y espacios; no ven a los territorios como solo proveedores de atractivos o recursos, sino que ven interrelaciones entre la participación local, la distribución de ingreso, características territorial, equidad, género entre otros.

4.1.2.3. Dimensiones del Recurso Turístico

Las dimensiones según Jean et al. (2019) expresa que posibilita conocer la potencialidad de los recursos turísticos, y las posibles oportunidades que estratégicamente puedan aprovecharse para la realización de acciones que consideren el desarrollo sustentable del área en un marco temporal a corto, mediano y largo plazos, esto se observa en la **Tabla 4**.

Tabla 4

Dimensiones del Producto turístico

Dimensión	Concepto	Indicadores
Recursos básicos potenciales y	Aquellos que dependen fundamentalmente, de la existencia de recursos naturales y culturales, así como de actividades recreativas suficientemente interesantes	- Singularidad - Imagen turística real - Estado de conservación

reales (Recursos naturales Recursos culturales)	que tienen capacidad propia para atraer la visita de turistas nacionales y/o extranjeros a un lugar determinado, como los Recursos Naturales y culturales	- Flujo turístico
Recursos complementarios	Son aquellos que constituyen el soporte y servicios que facilitan el aprovechamiento de los recursos básicos y pueden caracterizarse por la planta turística, que incluye todos los establecimientos administrados por el sector público o privado, que se dedican a prestar servicios turísticos	- Planta turística - Infraestructura - Superestructura Actores del sector turístico (Estatales y Privado) Actores del sector turístico (comunidad local) Proceso y gestión turística

Nota. Se muestra las dimensiones que componen al producto turísticos. Fuente: (Jean et al., 2019)

4.1.2.4. Atractivos Turísticos

Carvajal Zambrano & Angel Lemoine Quintero (2018) mencionan que se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para influenciar en el proceso de decisión del turista provocando su visita desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio, transformándolo de esta manera en un destino turístico. En este sentido el Ministerio de Turismo del Ecuador, (2017) lo define como el resultado de un registro valorado que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio turístico. Es un elemento base para la gestión, planificación, ejecución y evaluación turística del territorio.

4.1.2.5.Producto Turístico

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR, (2014) define al producto turístico como un conjunto de componentes tangibles e intangibles que integran recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística por parte de quien lo consume, y de la misma forma la Organización Mundial del Turismo OMT, (2022) tiene el mismo concepto añadiendo que un producto turístico se desarrolla en torno a un elemento específico de interés, el que representa la esencia del plan de comercialización de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Y este se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vida.

4.1.1. Gestión Turística

“Se puede llegar a considerar el ente gestor u organismo de gestión del destino que, desde una aproximación holística, toma decisiones o influye en las decisiones de todos los aspectos

derivados del complejo desarrollo turístico” (Moreno Melgarejo, 2013). En la opinión de Damian & Suárez–Barraza (2015) el sector turismo es uno de los más dinámicos dentro de la economía, debe gestionar los procesos que realiza de manera particular, debido a la complejidad que encierra la relación: sociedad, cultura, economía, finanzas, entre otros factores. Así como se caracteriza por no poder ser almacenado: la entrega se hace directamente al cliente, incluyendo aspectos tangibles e intangibles, la intensiva utilización de mano de obra, alta velocidad de respuesta, necesita tener una buena gestión para la toma de decisiones y así ofrecer un buen servicio.

Desde la posición de Vilema Herrera (2019) la gestión turística debe ser flexible para que se adapte a la realidad del destino, si bien es cierto, puedan darse similitudes entre diferentes territorios, con características semejantes, cada sitio es un mundo diferente con un desenvolvimiento propio y autóctono. El desempeño de planificación, administración de los recursos varía acorde al nivel de conocimiento de sus líderes locales, así como el nivel de adaptación a las diferentes circunstancias que surgen en la actividad turística, inclusive no todas las comunidades presentan interés de formar parte de ella.

4.1.2. ¿Qué es un Modelo?

“El modelo representa un intento de simplificar a través de la identificación de las variables clave una realidad compleja y entender la relación que existe entre dichas variables” (Naranjo et al., 2019). Así mismo Huertas López et al. (2020) plantea que un modelo es concebido como una representación posible de una cosa o evento de carácter general que se presenta en organizaciones y que requiere de procesos de administración de recursos materiales, financieros y humanos para el alcance de los objetivos estratégicos planteados, mejorando y optimizando procesos administrativos, procedimientos de control a través de la incorporación de innovaciones tecnológicas para el incremento rentable de productos y servicios.

4.1.2.1. Modelo de Gestión Turístico

Naranjo Lluport, y otros, (2019) menciona a la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo-SENPLADES, 2013 el cual define que un modelo de gestión turística recoge un conjunto de proposiciones relativas a las variables a tener en cuenta a la hora de aplicar los conocimientos y su influencia. Es decir, considera todas las variables existentes y las utiliza como base para formar una guía que indique cómo realizar los pasos, basados en el sistema turístico, presentan forma interna y dinámica funcional especificada dentro de la administración de una organización. Dicho con la palabra de Villacreses Ponce (2020) un modelo de gestión turística es

una herramienta de coordinación para todas las organizaciones involucradas en este caso tanto el sector privado como el sector público que trabajan coordinadamente con la finalidad de promover un turismo sostenible y el bienestar común.

4.2. Marco Referencial

El presente trabajo se sustenta en base a las siguientes investigaciones:

De tesis de Posgrado de la Ing. Leonor Mercedes Villacreses Ponce que desarrolló un **Modelo de Gestión para el Desarrollo Turístico en la Parroquia Rural Santa Marianita del Cantón Manta, en el año 2020**, en este trabajo tuvo por objetivo diseñar un Modelo de Gestión para el desarrollo turístico en la Parroquia Rural Santa Marianita del Cantón Manta, que promueva el crecimiento y mejore las condiciones de vida de sus habitantes, atendiendo así a la problemática de falta de promoción y atención por parte de las autoridades locales. La metodología de investigación empleada es bibliográfica, documental y de campo; de tipo descriptiva, con enfoques cualitativos y cuantitativos, para lo cual se realizó un diagnóstico turístico de los elementos de gestión, un análisis PESTA y la aplicación de instrumentos de investigación como la encuesta a una muestra de 337 habitantes y las entrevistas aplicadas a dirigentes de la parroquia y directivos de turismo del Cantón. Como resultado se planteó un modelo de gestión que busca mejorar la afluencia de turistas en la Parroquia Santa Marianita mediante la implementación de estrategias basadas en un diagnóstico de los factores internos y externos, y direccionadas con la organización oportuna coincidiendo con los criterios de (Mujica, Marín, Smith, & Lovera, 2018). (Villacreses Ponce, 2020)

En la tesis de posgrado de Keila Estefania Vilema Herrera que desarrolló el **Modelo de gestión de turismo rural para la Comunidad Cerrito de Los Morreños, Isla Chupadores del Golfo de Guayaquil en el año 2019**, la presente investigación plantea un modelo de gestión de turismo rural para la comunidad Cerrito de los Morreños, en vista que la gestión hasta el momento ha sido empírica. El carácter exploratorio del estudio se centra en analizar y determinar mediante revisión bibliográfica, entrevistas y focus group, los elementos o dimensiones que deben ajustarse a un modelo de gestión para destinos rurales y a la realidad del destino. De ahí que los modelos deben ser flexibles y adaptables al entorno de estudio y a las necesidades del mismo. Como resultado se propuso un modelo de gestión de turismo rural – comunitario por la autogestión que realiza la organización comunitaria del destino, en donde se seleccionaron dimensiones para

definir estrategias de acción que fomenten el fortalecimiento administrativo turístico de la comunidad. (Vilema Herrera, 2019)

En el artículo científico de Nelson García Reinoso que desarrolló un **Modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de las comunidades Manabitas, Ecuador**, en el año 2017, en esta investigación se identifican, analizan y clasifican las variables que caracterizan a los modelos de gestión turística, las cuales constituyen indicadores determinantes que deben incorporarse al diseño. Para encausar esta investigación se establecieron los siguientes objetivos específicos, fundamentar las bases teóricas que sustenten la investigación, determinar los indicadores básicos que caracterizan la gestión turística del territorio y diseñar un modelo de gestión que fomente el desarrollo turístico de las comunidades manabitas. La metodología propuesta establece tres fases: 1) Diagnóstico turístico situacional del territorio, 2) Análisis de la gestión turística, 3) Formalización de un plan estratégico, donde se determine los procesos de planificación, se identifique las competencias y funciones de los entes involucrados de actividades que vinculen a la comunidad con el Gobierno Provincial de Manabí, se registre las inversiones, proyectos y financiación y se establezca un programa de monitoreo y evaluación. Como resultado se pudo en primer lugar lograr la comprensión de la realidad turística post terremoto desde el punto de vista social, institucional, económica, junto con la determinación de una planificación estratégica y lineamientos para la adecuada gestión a través de la gobernanza, la adopción de adecuadas políticas turísticas y su cumplimiento, la identificación de estrategias que contribuyan al desarrollo turístico post terremoto en la provincia de Manabí. (García Reinoso, 2017)

Del artículo científico del Mgs, Jhonny P. Bayas-Escudero y Ing. María C. Mendoza-Torres que desarrollaron **el Modelo de gestión para el turismo rural en la zona centro de Manabí, Ecuador en el año 2018**. El objetivo de esta investigación fue diseñar un modelo de gestión turística para fomentar el turismo rural en la zona centro de la provincia de Manabí, para lo cual se plantearon tres fases: la primera se refirió al diagnóstico de la gestión turística y en la segunda fase se fundamentó en determinar los indicadores de gestión sostenible, y como última fase se estructuró el modelo de gestión, posteriormente se detalló la operatividad de los actores en los destinos turísticos para llevar a cabo la evaluación y control de las actividades y proceso a ejecutar; estableciendo el método de expertos con la intención de proporcionar óptimos resultados en la adecuada planificación durante la gestión de cada destino turístico rural. (Bayas Escudero & Mendoza Torres, 2018)

5. Metodología

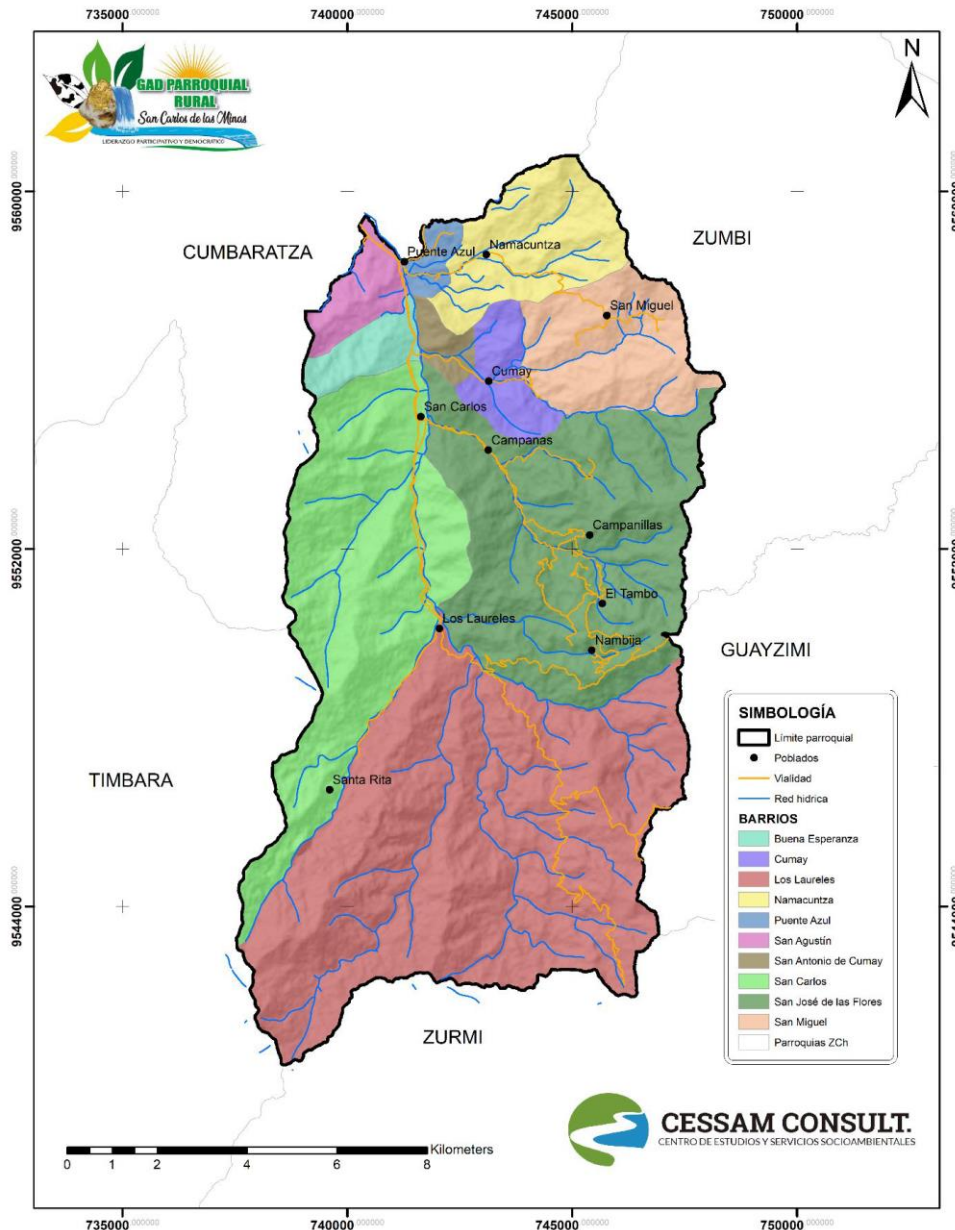
5.1. Área de estudio

La parroquia de San Carlos de las Minas (SCM) está ubicada al sur del Ecuador es parte del cantón Zamora, provincia Zamora Chinchipe, en la **Figura 1**

Mapa Político de la parroquia San Carlos de las Minas encuentra el mapa político de la parroquia.

Figura 1

Mapa Político de la parroquia San Carlos de las Minas



Nota. La figura muestra el territorio de la parroquia SCM. Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial Parroquial (2019)

5.2. Método de estudio

5.2.1. Método deductivo

Fue empleado para determinar las conclusiones de la presente investigación, realizando previamente un análisis de todo el trabajo realizado previamente.

5.2.2. Método Análisis Síntesis

En este caso el análisis se usó para poder desarticular las partes de la investigación y la síntesis se aplicó para fusionar y dar sentido a la investigación.

5.2.3. Método Etnográfico

Este método se tomó para determinar el área de estudio y seguidamente aplicar encuestas y entrevistas a la población.

5.2.4. Método Sistemático

Este es un proceso que permite relacionar hechos aparentemente aislados y se formula una teoría unificada de los diversos elementos que componen la investigación. Como menciona la definición esta va a permitir relacionar las variables y así hacer una propuesta para la parroquia.

5.3. Enfoque de la investigación

El presente estudio tuvo un enfoque cualitativo – cuantitativo, en el primero sirvió para conocer las características, fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del sector turístico, mediante la descripción de las cualidades se procedió a realizar un diagnóstico turístico lo que permitió determinar conclusiones que sirvieron de base para luego elaborar propuestas turísticas rurales sostenibles para esta comunidad; también fue cuantitativo, ya que se cuantificó los datos de encuesta y otros instrumentos con la finalidad de dar solución a la problemática estudiada.

5.4. Tipo de Investigación

La presente investigación es de tipo descriptivo-correlacional, la descripción de la investigación tiene como objetivo principal la recopilación de datos e información sobre las características, propiedades, aspectos o dimensiones de las personas, lo mismo que servía para el diagnóstico que se realizó por medio de encuestas y análisis u síntesis.

En cuanto a la correlación en el nivel cuantitativo se empleó el análisis de la información obtenida por medio de SPSS. En el enfoque cualitativo se realizó la propuesta para la población, en

donde se proponen las relaciones que se pueden generar entre las categorías que surgen en los discursos de los participantes.

5.5. Diseño de la investigación

Muestreo intencional o de juicio, el tamaño de muestra como la selección de los elementos que la integran están sujetos al juicio del investigador sobre lo que él cree que pueden aportar al estudio, del cual se requiere suficiente conocimiento y experiencia sobre el tema.

5.6. Población y Muestra

Para el estudio de demanda se estableció el tamaño de la muestra tomando como universo de estudio los turistas que llegan al cantón Zamora utilizando herramientas del GEOVIT proyectado al 2022, para lo cual se aplicó la fórmula de poblaciones finitas ($N \leq 500.000$ personas).

La proyección de los turistas de las estadísticas de GEOVIT en la **Tabla 5** que llegan al cantón Zamora son:

Turistas en el año 2017= 82.489

Turistas en el año 2018= 83.409

Para obtener la tasa de crecimiento se aplicó la fórmula de proyección de turistas $i = (P_n/P_0)^{(1/n)} - 1$ dando como resultado lo siguiente:

Tasa de crecimiento = 1,12%

Tabla 5

Proyección de las Estadísticas del GEOVIT-Zamora

Nº	Año	No. Habitantes
0	2017	82,489
1	2018	83,409
2	2019	84,339
3	2020	85,280
4	2021	86,231
5	2022	87,193

Nota. Datos tomados de GEOVIT

Tamaño de la muestra

Consiste en determinar el tamaño de la muestra en base a fórmula para poblaciones finitas. En el caso de poblaciones finitas ($N \leq 500.000$ personas), la fórmula de tamaño muestral es la siguiente:

POBLACIONES FINITAS ($N \leq 500.000$)

Formula

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

Donde:

n= tamaño de la muestra

z = Valor z para coeficiente de confianza (0.93) (Z = 1.81)

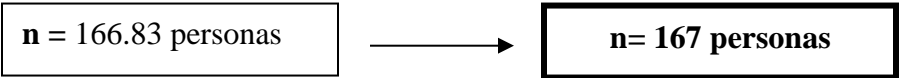
N = Tamaño poblacional (N= 87.193)

P= Probabilidad de éxito (p = 0.50)

Q = Probabilidad de fracaso (q = 0.50)

E = Error máximo permitido (e = 0.07)

Aplicando la fórmula de poblaciones finitas con los valores antes mencionados queda un tamaño muestral de:



Por razones de tiempo y la dificultad de encontrar a las personas por realizarse la investigación en temporada invernal se ha tomado el 7% del margen de error, el mismo que para poder culminar el proyecto de investigación dentro del período establecido, se ha decidido encuestar a:

$$n^* = 167 \text{ personas}$$

Donde n* es el tamaño de muestra ajustado por tiempo

5.7. Metodología por Objetivos

Para el cumplimiento de los objetivos planteados en el proyecto se planteó la siguiente metodología por objetivos:

5.7.1. *Objetivo 1.- Definir la situación turística actual de la parroquia San Carlos de las Minas*

En este objetivo se realizó un diagnóstico previo del área de estudio en base a Blanco y Heinrichs (2014) en donde se realizó el análisis multidimensional del territorio, que analiza las dimensiones geográfica-ambiental, socioeconómica y político-institucional, por medio de este análisis, se realizó entrevistas formales o informales con actores claves en el tema, revisión bibliográfica en este caso en los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia

y cantón, revisión de datos estadísticos disponibles del Ministerio de Turismo, Geovit, INEC. Luego se realizó un diagnóstico situacional en el que se analizó de forma descriptiva analítica la oferta, para lo cual se realizó las Fichas del Ministerio de Turismo del 2018, demanda, competencias y tendencia, aplicando encuestas, entrevistas, revisión de fuentes bibliográfica, observación de campo, y conversaciones informales con la población local.

5.7.2. *Objetivo 2.- Formular una propuesta adecuada para el desarrollo turístico de la parroquia San Carlos de las Minas.*

Se empezó analizando los datos por medio de SPSS para luego plantear un FODA simple y un FODA estratégico basado en la información del diagnóstico del objetivo 1 lo que permitió establecer la propuesta de desarrollo turístico. En base a los objetivos estratégicos establecidos, se aplicó la técnica de muestreo intencionado la cual consiste en la opinión del investigador para construir una muestra de sujetos en este caso estará integrado por actores turísticos locales que aporten con diferentes opiniones por medio de encuestas focalizadas, lo que permitió elaborar finalmente una propuesta en base a la metodología para productos turísticos adaptada Gómez Ceballos (2014) que consta del siguiente esquema:

1. Proceso de identificación de la demanda
 2. Diseño del producto
- Etapa 1
- Identificación de los Recursos/ Atractivos turísticos
- Etapa 2
- Generación y selección de ideas
 - Actividades a realizar
 - Definición y prueba del concepto de producto
- Etapa 3
- Producto turístico
 - Integración de la oferta turística

5.7.3. *Objetivo 3.- Plantear un modelo de gestión que permite el desarrollo turístico en la parroquia San Carlos de las Minas, Zamora, Zamora Chinchipe.*

En este objetivo se estableció líneas de acción que permitieron cumplir las propuestas de desarrollo turístico para lo cual se utilizó la metodología adaptada de M. Blanco & González, (2014) empleando la Fase IV: Formulación del Plan de acción turística, en esta etapa se definió un

conjunto de variables para el cumplimiento de la propuesta en el objetivo 2. Con criterios de sostenibilidad y participación social, se definió iniciativas necesarias para el desarrollo turístico, los componentes que se integraron a la propuesta son: Identidad singular del destino turístico, objetivos, áreas de acción, estrategias, desarrollo de las acciones, cronograma de ejecución, estimación presupuestaria y posibles vías de financiación. Se establecieron los componentes del documento de planificación, tomando como soporte el análisis FODA realizado en la etapa anterior.

Se adaptó a este proyecto la fase 5, en la que se realizó la Propuesta de Gestión del Plan, aquí se definió la forma en que se va operar, quiénes se van a encargar de la implementación del Plan y de donde van a salir los recursos necesarios para ejecutar las distintas actividades acordadas. Por lo cual se tomó los tres pasos para definir el modelo de gestión turística:

1. Definir un órgano gestor para la implementación del plan de acción turística anteriormente formulado.
2. Definir el soporte jurídico necesario a este órgano gestor.
3. Determinar los principios y valores que definan el trabajo del órgano gestor.

6. Resultados

6.1. Situación turística actual de la parroquia San Carlos de las Minas

6.1.1. Análisis Previo

6.1.1.1. Descripción geográfica-ambiental

a. Ubicación geográfica

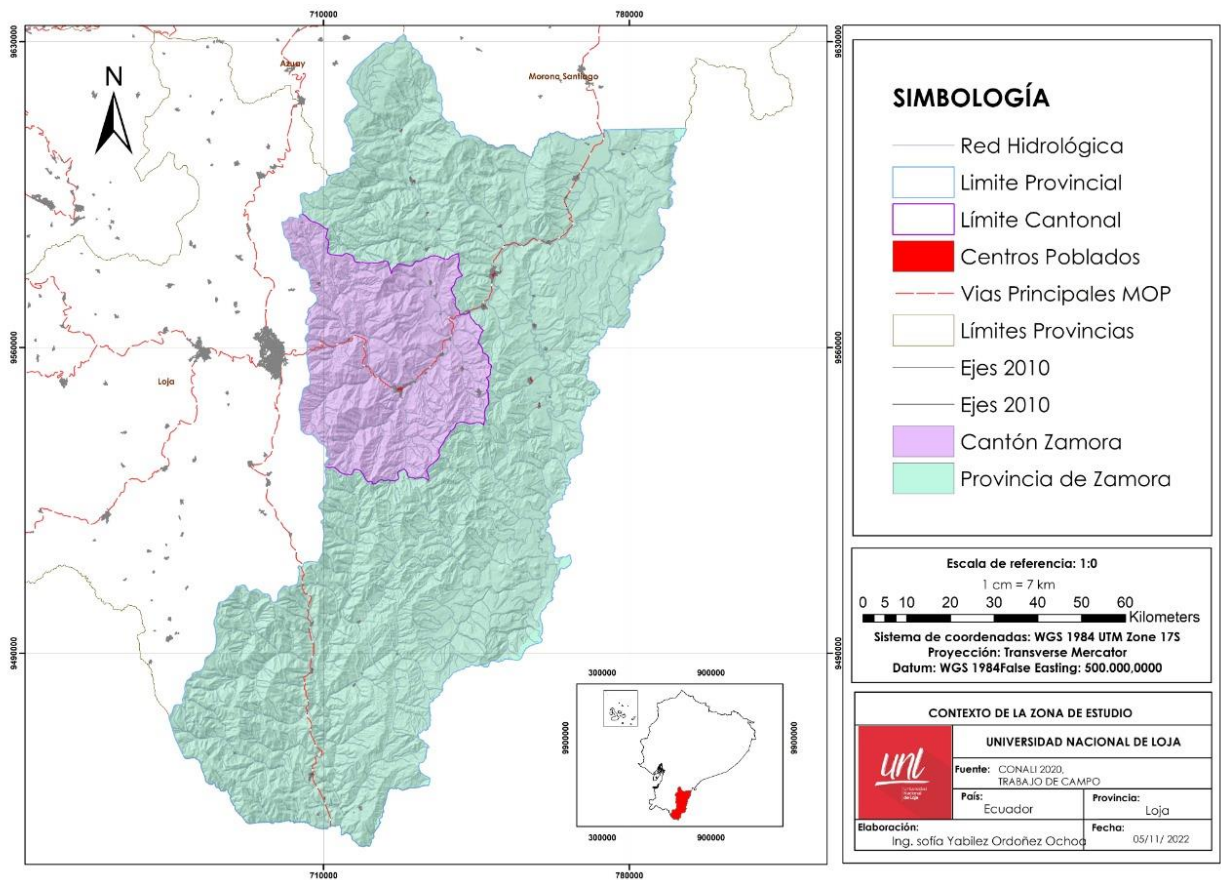
La parroquia de San Carlos de las Minas está ubicada al sur del Ecuador, es parte del cantón Zamora, provincia Zamora Chinchipe, en la **Figura 2**

Mapa del Cantón Zamora se puede observar la ubicación del cantón Zamora y en la **Figura 3**

Ubicación macro y límites fronterizos parroquiales. se encuentra el mapa de la parroquia.

Figura 2

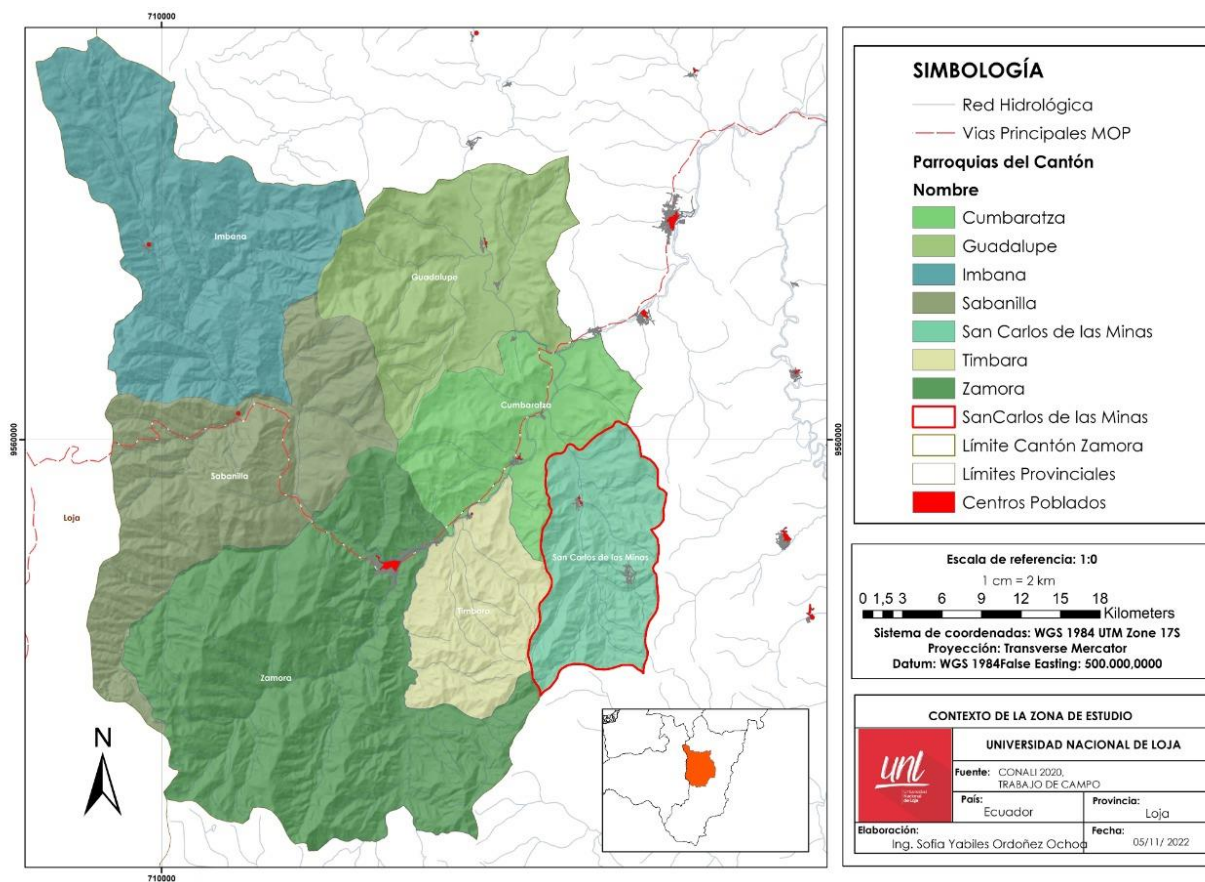
Mapa del Cantón Zamora



Nota. Se observa la ubicación del cantón Zamora. Fuente: ArcGIS.

Figura 3

Ubicación macro y límites fronterizos parroquiales.



Nota. Mapa de la parroquia de SCM empleando ArcGIS

Sus límites son representados en la **Tabla 6**

Límites de la Parroquia:

Tabla 6

Límites de la Parroquia

Norte	Parroquias Cumbaratza del cantón Zamora y Zumbi del cantón Centinela del Cóndor;
Sur	Parroquia Zurmi del cantón Nangaritza
Este	parroquias Zumbi del cantón Centinela del Cóndor y Guayzimi del cantón Nangaritza
Oeste	parroquias de Cumbaratza y Timbara del cantón Zamora

Nota. Se puede observar los límites de la parroquia SCM. Fuente: (PDyOT, 2019).

b. Área total del territorio y uso de suelos

El territorio de San Carlos de las Minas, tiene una superficie de 14,895.51 ha (148,98 Km²) que corresponde a un 7,84 % del territorio del Cantón Zamora y a un 1.41 % del territorio de la Provincia de Zamora Chinchipe. La parroquia tiene un fuerte enlace al desarrollo minero subterráneo y aluviales como lo es en sus ríos, comúnmente combinado con usos para ganadería; su uso se extiende desde el desarrollo de actividades agro productivas como es la ganadería y las actividades netamente mineras. En la **Figura 4**

Cobertura Vegetal y Uso de suelo se puede visualizar el mapa y para el análisis de cobertura vegetal se tomó la información del Ministerio del Ambiente 2018, es analizado y descrito en la **Tabla 7**

Usos del Suelo y Cobertura Vegetal de la Parroquia San Carlos de las Minas de la siguiente forma:

Tabla 7

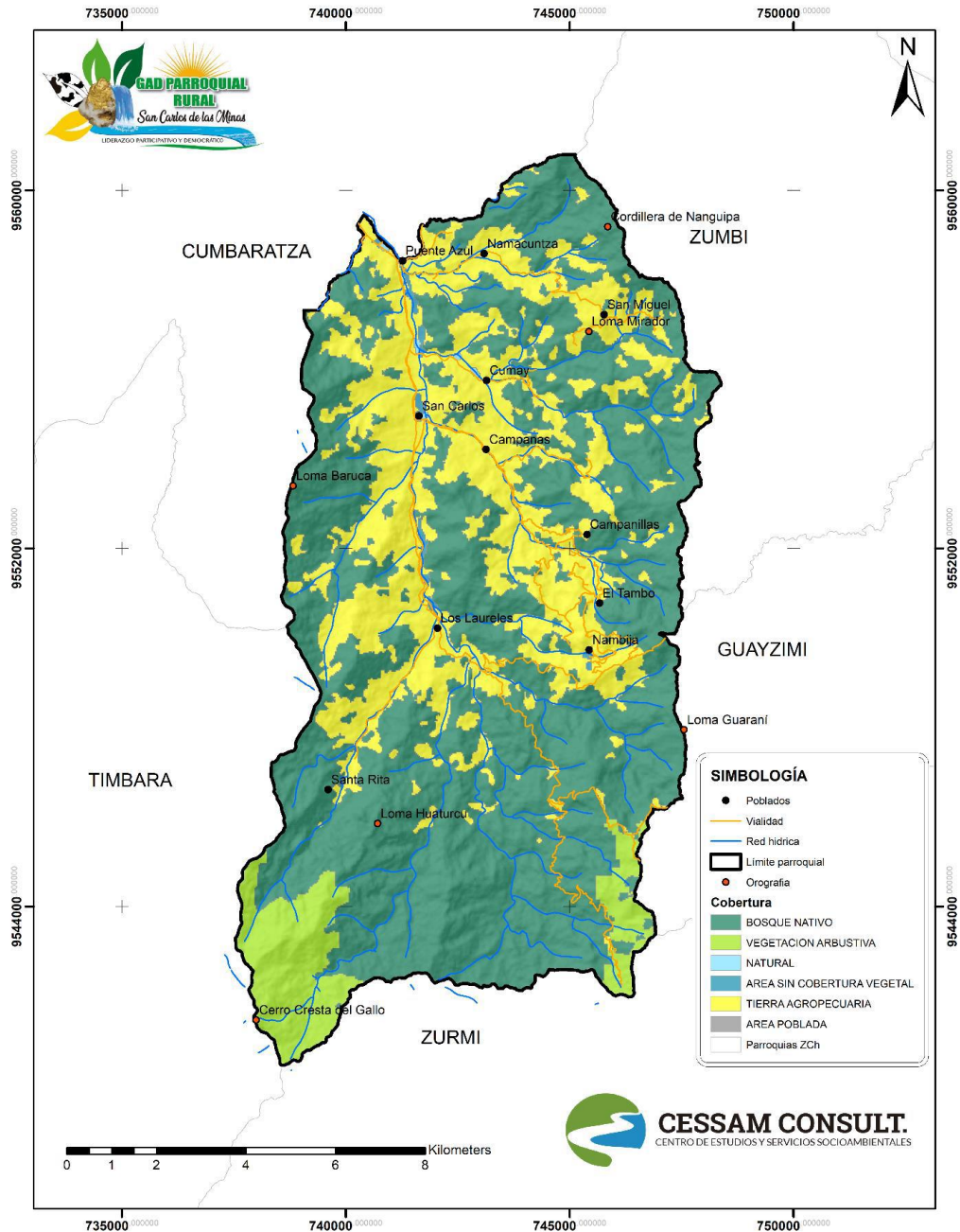
Usos del Suelo y Cobertura Vegetal de la Parroquia San Carlos de las Minas

Cobertura Vegetal	Descripción
Área poblada	También conocida como zona urbana, este territorio es donde se ubican los principales asentamientos humanos en toda la parroquia, el área dedicada a este uso es de 1.53 ha lo que corresponde al 0.01 % de la parroquia.
Bosque nativo	Es el más grande uso de suelo que se encuentra presente en la parroquia, son 9349.09 Ha, que representan al 62.76 % de su territorio, se ubica sobre los flancos de la Cordillera de Nanguipa al este, Loma Baruca hacia el Oeste y Sur de la parroquia hacia el Cerro Cresta del Gallo.
Área sin cobertura vegetal	Representado por 50.21 ha se distribuye principalmente sobre los bancos aluviales del sistema hídrico de la parroquia lo que nos indica que son suelos removidos, para minería aluvial, este tipo de uso de suelo representa al 0.34 % de la parroquia.
Natural	Este uso de suelos son 17.84 ha las dedicadas a este tipo de uso y representa al 0.12 % del territorio parroquial, se distribuye en la parroquia en zonas explotadas y recuperadas por minería aluvial, que posteriormente son utilizadas para otros usos productivos.
Tierra agropecuaria	Este ocupa el 2 lugar en tamaño para la parroquia con 4497.02 ha lo que representa al 30.19 %, se distribuye en lugares accesibles con vías rurales, asentamientos humanos, principalmente con pastos cultivados para la ganadería.
Vegetación arbustiva	Se caracteriza por la presencia de especies que se desarrollan en cotas altas, para el caso del territorio de San Carlos de las Minas, tenemos este tipo de cobertura en el extremo sur hacia el este y el oeste, en el Cerro Cresta del Gallo con un área de 979.81 ha, lo que representa al 6.58 % del territorio parroquial.

Nota. En la tabla se puede observar la descripción de la cobertura vegetal que posee SCM. Fuente: (PDyOT, 2019)

Figura 4

Cobertura Vegetal y Uso de suelo



Nota. Esta figura muestra en donde específicamente están los tipos de cobertura vegetal. Fuente: (PDyOT, 2019)

c. Condiciones climáticas

La parroquia San Carlos de las Minas cuenta con algunos climas, dependiendo de la ubicación, ya que su topografía es muy irregular, pero de forma general cuenta con un clima húmedo subtropical cuya temperatura media anual está entre 21,6° C, hay precipitaciones durante

todo el año, hasta los meses más secos aún tiene mucha lluvia, las precipitaciones medias están alrededor de 2136 mm.

d. Paisajes

San Carlos de las Minas es una parroquia que se encuentra en la selva amazónica, por lo que la hace rica en flora y fauna, al estar rodeada de montañas con verde vegetación la hace un lugar ideal para desestresarse, cuenta con una variedad de recursos naturales como cascadas, quebradas, aves endémicas, y mucho más, en lo cultural se encuentran las minas de Nambija, la iglesia, el parque, un museo entre otras.

Este lugar se caracteriza por tener una población pequeña de alrededor de 2500 personas, distribuidas en los 10 barrios que lo componen, en su cabecera parroquial su calle principal esta asfaltada, algunas calles son adoquinas las cuales mejoran la fachada de esta parroquia.

e. Flora y fauna

Flora

La parroquia se encuentra próxima a la región de la Cordillera del Cóndor considerada en la actualidad uno de los ecosistemas más diversos de la Tierra, con especies endémicas y consideras en extinción.

Dado que esta cordillera posee una de las floras más ricas del planeta, con una alta concentración de especies aún no descritas, es acertado concluir que en la Parroquia San Carlos de las Minas exista una riqueza considerable de especies.

Cuenta con bosque siempre verde piemontano se ubica entre los 800 y 1300 m de altitud, bosque siempre verde montano bajo el que se ubican entre los 1300 a1800 m de altitud, con un mayor número de vegetación que son los Podocarpus sp., y bosque de neblina montano se ubica en la parte más alta de la parroquia aproximadamente desde los 1800 a 2800 m de altitud, aquí las orquídeas, helechos y bromelias son muy numerosas en especies e individuos, registrándose su más alta diversidad. En la **Tabla 8**

Especies de Florase representan algunas especies características de la vegetación de la parroquia.

Tabla 8

Especies de Flora

Nombre Científico	Nombre Común
Iriartea deltoidea	Chonta
Oenocarpus bataua	Chonta
Otoba glycyarpa	Sangre
Leonia glycyarpa	Achojcha
Podocarpus sp.	Romerillo
Clarisia racemosa	Pituca

Focus máxima	Guambo
Ocotea sp.	Canelón
Virola calophylla	Sangre
Artocarpus altilis	Árbol de Pan
Cecropia andina	Guarumo
Vismia confertiflora	Achotillo
Pouteria caimito	Yarazo
Inga edulis	Guabo
Platymiscium pinnatum	Caoba
Platymiscium sp.	Almendro
Sapium marmieri	Higuerón
Dacryodes occidentalis	Copal
Dendropanax macropodus	Platanillo
Schefflera morototoni	Platanillo
Podocarpus sp.	Romerillo
Anthurium grex-arium	Anturio
Geonoma weberbaueri	Palma
Cecropia montana	Guarumo
Bejaria zamorae	Especie Endémica de Esta Región
Heliconia spp.	Platanillo
Epidendrum neolehmannia	Orquídea
Lepanthes auriculata	Orquídea
Ceroxylon Parvifrons	Palma De Cera
Oreopanax Andreanus	-
Anthurium Corrugatum	Anturio
Alnus Acuminata	Aliso
Piper Sp.	Pimienta
Chusquea Falcata	Chincha

Nota. En la tabla se puede observar las principales especies de flora. Fuente: (PDyOT, 2012)

Fauna

Avifauna

El Plan de Manejo para la Reserva Amuicha Entsa reporta un total de 83 especies de aves, pertenecientes a 29 familias y 12 órdenes. Este número de especies representa el 5 % del total de aves registradas para el Ecuador Continental y el 15% del total de especies reportadas para las estribaciones de la Cordillera Oriental.

En San José Alto, específicamente, se registró un total de 66 especies de aves pertenecientes a 26 familias de 11 órdenes. La abundancia relativa (número de individuos por especie) total para San José Alto fue de 191 individuos de aves. En la **Tabla 9**

Especies de Aves por dominancia de Ordense representan las especies de aves por dominancia de orden.

Tabla 9

Especies de Aves por dominancia de Orden

Orden	Representatividad	Especie
Passeriforme	53 %	Mosqueros Saltarines Hormigueros
Psittaciforme	18%	Loros Guacamayos
Galliformes	1%	Pavas
Trogoniformes	1%	Trogones Quetzales
Strigiformes	1%	búhos

Nota. En la tabla se observa las principales especies con su representatividad. Fuente: (PDyOT, 2019)

La parroquia alberga un interesante grupo de aves migratorias, tanto boreales, así como australes, su ubicación estratégica en el piedemonte de las cordilleras de Tunantza que forma parte del corredor del Parque Nacional Podocarpus donde hay más que 560 especies de aves.

Mastofauna

La información de mamíferos que se presenta en la **Tabla 10**

Especies de mastofauna se basa en información proveniente del Estudio de Alternativas de Manejo del Área Ecológica de Conservación Parroquial Amuicha Entsa donde se realizó un análisis cuantitativo y cualitativo, de la mastofauna del área, en octubre del 2012, donde se registraron 10 órdenes, 21 familias y 42 especies.

Tabla 10

Especies de mastofauna

Mayor abundancia	Cebus albifrons Saimiri sciureus
Especies registradas como únicas y susceptibles a sufrir cambios	Pecarí tajacu Puma concolor Leopardus pardalis Dasypusno vemcinctus Desmodus rotundus Platyrrhinus infuscus Didelphis marsupialis Sylvilagus brasiliensis Tamandua tetradactyla Bradypus variegatus Cyclopes didactylus Lagothrix poeppigii Aotus vociferans Tapirus terrestres Dasyprocta fuliginosa Tremarctos ornatus.

Nota. En la tabla se observa las principales especies de mastofauna. Fuente: (PDyOT, 2019)

Reptiles y Anfibios

Se han registrado un total de 74 individuos correspondientes a dos órdenes, seis familias, siete géneros y 12 especies de herpetofauna. La clase Amphibia compuesta por 10 especies, siendo la familia Craugastoridae con un solo género (Pristimantis) la que presentó el valor de riqueza más alto, con cinco especies, equivalentes al 53 % del total registrado.

Constan además la clase Reptilia, compuesta por dos especies correspondientes a las familias Colubridae y Polychrotidae. Se han reportado además 7 especies del orden Squamata, de ellos 5 de la familia Colubridae, 1 Viperidae y un Hoplocercidae (Enyalioides cofanorum).

f. Recursos hídricos

La red hídrica de la parroquia San Carlos de las Minas tiene como afluente principal al Río Nambija, que fluye de Sur a Norte hasta su desembocadura en el río Zamora, atraviesa y divide al territorio parroquial en dos zonas biogeográficas y a la vez constituye un puente para las especies acuíferas en el mismo sentido, en la **Tabla 11**

Afluentes de la Parroquia SCMy

Figura 5

Hidrología de SCMse aprecian sus principales afluentes son:

Tabla 11

Afluentes de la Parroquia SCM.

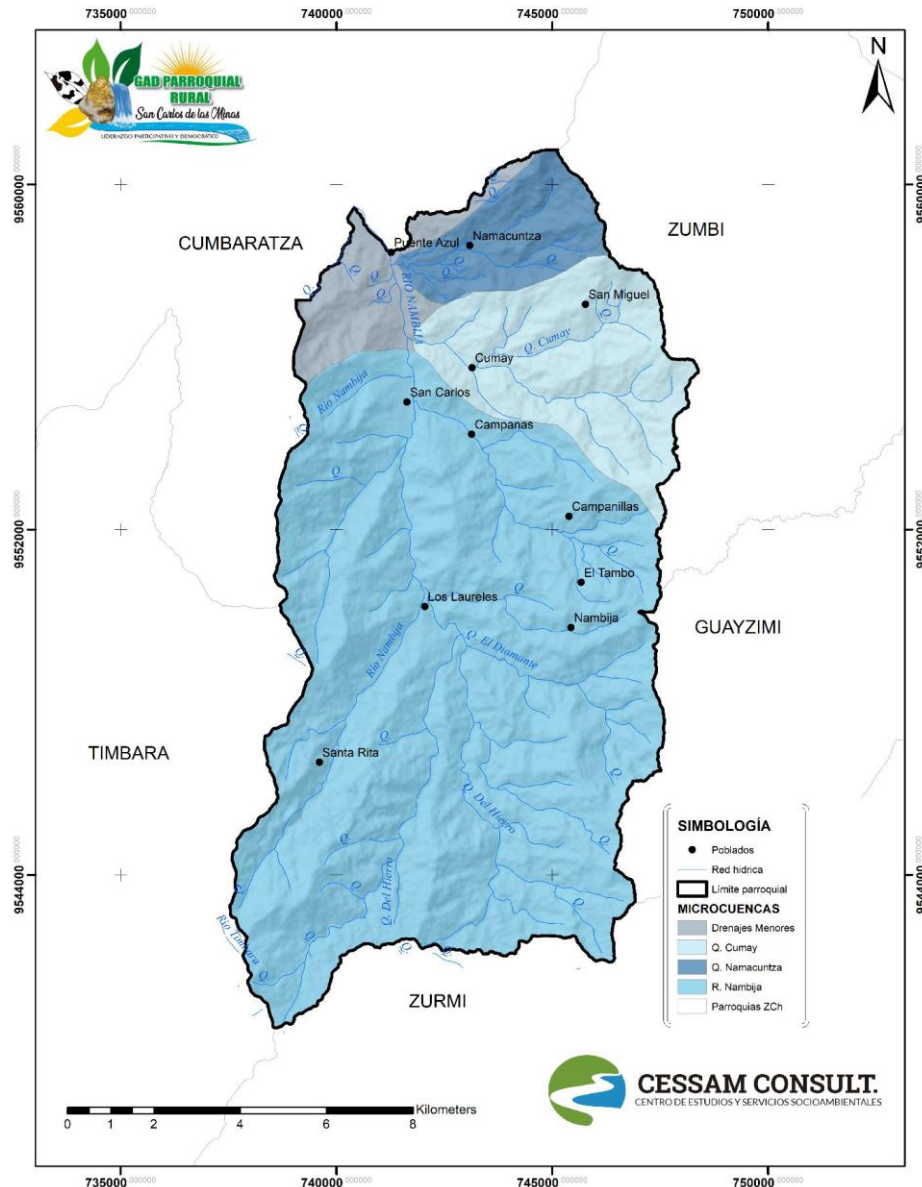
Red hídrica
Quebrada del Oro
Quebrada del Fierro
Quebrada Cumay
Quebrada de Namacuntza

Quebrada de Congui

Nota: Principales fuentes hídricas de SCM. Fuente: (PDyOT, 2019)

Figura 5

Hidrología de SCM



Nota. En la figura se observa las fuentes hídricas de la parroquia. Fuente: (PDyOT, 2019)

g. Conservación de los recursos naturales

La Parroquia San Carlos de las Minas hacia el Sur posee bosques aún en pie, permitiendo la conectividad entre los remanentes hacia el centro norte de la misma. En ese sentido, son algunas las iniciativas que se llevan adelante desde el GAD Parroquial además de otras instituciones como el GAD Provincial. La parroquia San Carlos de las Minas se encuentra formando parte del Área de Conservación Parroquial “Amuicha Entsa”, Bosque y Vegetación Protector Cuenca Alta del río Nangaritza, también forma parte de otras dos áreas especiales para la conservación de la

biodiversidad los mismo que son la Reserva de Biosfera Podocarpus – El Cóndor y Área de Conservación y Uso Sustentable de la Biodiversidad Yawi Sumak.

A continuación, haremos una descripción del área a la cual está directamente relacionada **Área de Conservación Parroquial “Amuicha Entsa”**

Amuicha Entsa, en shuar significa “agua eterna”, creada desde sus inicios como una estrategia conjunta, con las parroquias vecinas de Timbara y Cumbaratza, para conservar las reservas futuras de agua para estas parroquias. En San Carlos de las Minas esta reserva corresponde a 1910.18 ha, en el extremo Sur Oeste de la parroquia, donde aún se encuentran bosques nativos aun en pie, pero además de estar dentro de la parroquia, se encuentra apegada al límite oeste de la parroquia en toda su extensión, además que dentro de esta reserva se encuentra un serie de recursos naturales como lo son las Cascadas San Gregorio que se encuentran adecuando para que se pueda realizar un buen turismo y dentro de ellas se han encontrado un diversidad de flora y fauna endémica.

h. Principales procesos y problemas ambientales

A continuación, en la **Tabla 12**

Proceso y Problemas ambientales se detallan los procesos y problemas ambientales que se presenta en la parroquia.

Tabla 12

Proceso y Problemas ambientales

Principales procesos y problemas ambientales	Descripción
Movimiento de masas	En el territorio Parroquial existen algunos centros poblados ubicados en zonas de alta peligrosidad, debido a su topografía y zonas de alta pluviosidad, estos son: Santa Rita, Asentamiento Minero, El Tambo y Campanillas. Son tres centros poblados y un asentamiento minero los que se encuentran ubicados en zonas de alto riesgo.
Las zonas inundables	En el territorio parroquial bajo la categoría alta de inundaciones tiene un porcentaje de 15.85% que corresponde a las zonas bajas de la llanura aluvial de toda la microcuenca del río Nambija y sus afluentes además de zonas bajas o pies de montaña, corresponden a 1197.18 Ha. Existen eventos registrados referente de zonas inundadas en la Parroquia San Carlos de las Minas, como el colapso del puente de la cabecera parroquial paso a Campanas en diciembre de 2016. Además del colapso del puente en San Carlos de las Minas, existen otras afectaciones como desbordamientos del río Nambija inundando las zonas bajas con pendientes planas a onduladas, afectando áreas de cultivos, pastizales, colapso de alcantarillas, puentes pequeños en las vías de la parroquia, además de bancos aluviales en explotación por los mineros artesanales del sector.
Biológicos (COVID-19)	En SCM se tienen registrados 27 confirmados, mientras que descartados tenemos en total 53 registros. El grupo de edad con más casos en San Carlos de las Minas es de 20 a 49 años, no se registran fallecidos.

Nota. En la tabla se observa la descripción de los problemas ambientales de la parroquia. Fuente: (PDyOT, 2019)

6.1.1.2. Descripción Socioeconómica

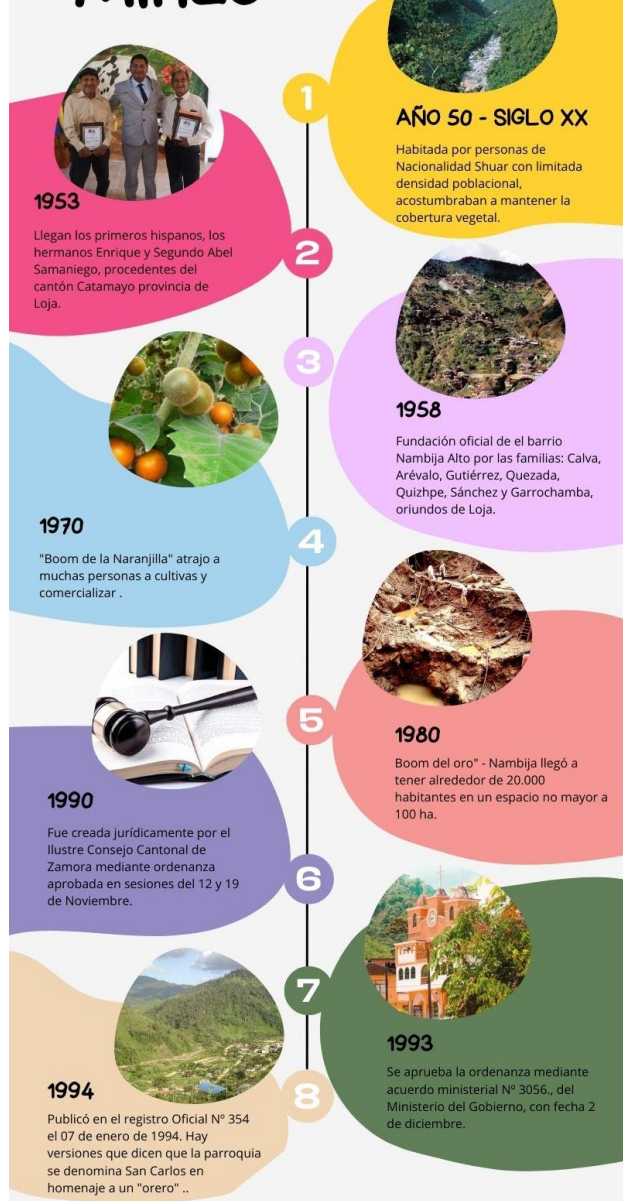
a. Historia

La historia de San Carlos de las Minas la puede observar en la **Figura 6**
Historia de San Carlos de las Minas:

Figura 6

Historia de San Carlos de las Minas

Historia de San Carlos de las Minas



Nota. En la figura se realizó una infografía sobre la historia de San Carlos de la Minas

b. Estructura demográfica

La población de la parroquia San Carlos de las Minas de acuerdo con las proyecciones poblacionales presentadas por el INEC (Censo de Población y Vivienda 2010), para el 2022, es de 2.448 habitantes integrados de la siguiente manera: 1437 hombres (54,00 %) y 1011 mujeres (46,00 %), distribuidos en los diferentes barrios de la parroquia. En la **Tabla 13**

Población por edades se describen como se distribuyen la población por edad.

Tabla 13*Población por edades*

Predominio de la población	Edad	Representatividad
Población infanto - juvenil	Entre 0 a 14 años y de 15 a 24 años	51,56 % es decir 1262 habitantes, 680 hombres y 582 mujeres.
Etapa juvenil y de adultez	Entre los 25 y 64 años de edad	42,79 % es decir 1047 personas, 542 hombres y 505 mujeres.
grupo de la tercera edad	mayores a 65 años de edad	5,65% es decir 136 habitantes, 93 hombres y 43 mujeres.

Nota. En la tabla se observa cómo se divide la población con edad. Fuente: (PDyOT, 2019)

- **Autoidentificación étnica**

La Parroquia San Carlos de las Minas se identifican de la siguiente manera, ver **Tabla 14**
Autoidentificación étnica

Tabla 14*Autoidentificación étnica*

Etnia	Representatividad
Mestizos	95,48 % corresponde a 2337 personas
Indígenas pertenecientes al Pueblo Saraguro	3,59 % corresponde a 88 personas
Blancos	0,94 % 23 corresponde a personas

Nota. En la tabla se representan como se identifican la población de SCM. Fuente: (PDyOT, 2019)

- **Pobreza por Necesidades básicas insatisfechas (NBI)**

En la parroquia San Carlos de las Minas el 87,21 % de la población es pobre. Lo que significa que, en la parroquia las necesidades básicas no han sido cubiertas.

c. Principales procesos demográficos

- **Analfabetismo**

De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda realizado en el 2010, la tasa de alfabetismo en la parroquia San Carlos de las Minas es de 4,25 %, es decir 91 personas mayores de 15 años de edad no sabían leer ni escribir. Actualmente, con base a datos levantados en territorio, la tasa de analfabetismo en la parroquia ha disminuido en 1,45 %, es decir corresponde al 2,80 % (78 personas hoy en día no saben leer ni escribir, principalmente mayores de 60 años).

- **Movilidad Humana**

Según los datos levantados en territorio, en la Parroquia San Carlos de las Minas 40 personas han migrado hacia el exterior, específicamente a Estados Unidos y España. El motivo

para esta movilidad es la búsqueda de fuentes de trabajo para mejorar las condiciones de vida. Así mismo, 82 personas han viajado a otras provincias del país como Loja y Zamora, esto se debe principalmente por motivos de trabajo, seguido de unión familiar y estudios.

d. Principales fuentes de ingresos de la población.

La principal actividad de la población Económicamente Activa de la Parroquia San Carlos de las Minas es la Explotación de minas y canteras con un 44.83 % de la población dedicada a esta actividad que se ha convertido en la base de la economía parroquial. Sin embargo, debe considerarse que un porcentaje mayor de la población está involucrada de diversas formas en la cadena productiva minera, ya sea en calidad de trabajadores, inversionistas o como vendedores de bienes y servicios. Una segunda actividad productiva en la parroquia es la Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca. La Actividad Comercial se encuentra en tercer lugar; esta actividad se desarrolla en la forma de pequeños almacenes y tiendas, los mismos que sirven para dinamizar la economía y que se encuentran asentados principalmente en el centro de los barrios.

e. Estructura económica

- Sector Primario de la Parroquia San Carlos de las Minas

Es el sector económico preponderante en la Parroquia San Carlos de las Minas; está caracterizado principalmente por la explotación de minas y canteras, en otras palabras, la actividad minera, seguida de la actividad agropecuaria, siendo indispensable para estas conocer el estado de las concesiones mineras de la actividad en sí, además de la capacidad de uso de la tierra.

- Sector Secundario de la Parroquia San Carlos de las Minas

Este sector está ligado fuertemente a la actividad agropecuaria. Se trata además de una actividad de emprendimientos familiares, enfocados a productos derivados de la ganadería, principalmente el queso, el mismo que es comercializado los fines de semana en los mercados de Zamora y Loja. También ha logrado identificar otras actividades que podrían considerarse pertenece al sector secundario a menor escala, como es la elaboración de derivados de la caña además de artesanías.

- Sector Terciario de la Parroquia San Carlos de las Minas

De entre los varios servicios de la parroquia destaca el comercio, actividad desarrollada principalmente por las mujeres y que se registra en las zonas céntricas de los barrios, siendo las principales las tiendas de abarrotes, bazares. En la parte turística, cuenta con una serie de atractivos

que van desde los naturales, culturales y gastronómicos, aunque de momento se carece de servicios turísticos.

f. Tipo de empresas y emprendimientos, cadenas, clústeres, etc.

Las principales organizaciones de la Parroquia San Carlos de las Minas, se detallan en la **Tabla 15**

Asociaciones de la Parroquia SCMa continuación:

Tabla 15

Asociaciones de la Parroquia SCM

Asociaciones
Asociación de participación Social “San Carlos”
Asociación de Pequeños Mineros Autónomos “Cuenca de los ríos Nambija y Quebrada Campana”
Asociación Agropecuaria “Atahualpa
Asociación de discapacitados “La Esperanza Florece”
Asociación de Agricultores “San Carlos”
Asociación de Trabajadores Autónomos de Nambija
Asociación de Pequeños Mineros de Nambija
Asociación “Nambija de mi Tierra”
Asociación “Nuevos Horizontes de Indígenas Saraguros”

Nota. En la tabla se observa las asociaciones que son parte de SCM. Fuente: (PDyOT, 2019)

g. Uso de tecnología e innovaciones

Los servicios de telefonía convencional dan servicio únicamente en un 36.2 %, dicho servicio es proporcionado por la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT E.P. El servicio de telefonía celular cubre prácticamente toda la parroquia con un 97.5 % por las operadoras CNT, Claro y Movistar.

En la parroquia San Carlos de las Minas uno de los proveedores de telefonía fija e Internet es la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), también presta los servicios la empresa privada NETTPLUS, servicios que actualmente dificultan la conexión por la baja intensidad de la señal y limitada cobertura del servicio.

Actualmente se cuenta con un INFOCENTRO comunitario localizado en las instalaciones de la Junta Parroquial de San Carlos ubicado en la cabecera parroquial, sitio donde los habitantes de esta parroquia pueden acceder a los servicios de internet con fines educativos e investigativos y administrativos. Los horarios de atención del Infocentro son de lunes a viernes 08h00-13h00 y de 14h00-17h00.

h. Recursos humanos

De acuerdo con la información que se registra dentro del Ministerio de Educación hasta el año 2019 dentro de sus registros administrativos, en la Parroquia San Carlos de las Minas existen centros educativos que incluye los niveles EGB, Educación Básica.

De acuerdo con el Nuevo Modelo de Gestión Educativa, implementado por parte del Ministerio de Educación a partir del 2010, el cual garantiza y asegura el cumplimiento del derecho a la educación, influencia de manera directa sobre el acceso universal con equidad a una educación de calidad y calidez, atendiendo las realidades locales y culturales, en la **Tabla 16**

Establecimientos educativos de la Parroquia se muestra la siguiente información:

Tabla 16

Establecimientos educativos de la Parroquia

Código Institución	Institución Educativa	Barrio	Nivel De Educación	Docentes	Estudiantes
19H00004	Escuela de Educación Básica Edelberto Bonilla	Los Laureles	Educación Básica	1	10
19H00107	Escuela de Educación Básica Bernardo Valdivieso	Sector Nambija	Inicial y EGB	10	100
19H00110	Colegio de Bachillerato Monseñor Jorge Mosquera Barreiro	Barrio San Carlos	EGB y Bachillerato	11	139
19H00113	Escuela de Educación Básica Víctor Manuel Peñaherrera	Barrio San Carlos	Inicial y EGB	10	126
19H00114	Escuela de Educación Básica Carlos Lara	Barrio Namacuntza	Educación Básica	1	14

Nota. En la tabla se observa las instituciones y su ubicación. Fuente: (PDyOT, 2019)

i. Acceso a mercados

La parroquia tiene un mercado local, ya que sus productos circulan internamente y los mismo que se puede expandir al mercado regional.

j. Cultura y tradiciones

Entre las principales fiestas que se realizan en San Carlos de las Minas se encuentran en la

Tabla 17

Fiestas de San Carlos de las Minas**17:**

Tabla 17*Fiestas de San Carlos de las Minas*

Fechas	Celebración	Lugar de celebración	Origen
7 de enero	Fiesta de parroquialización	Toda la parroquia	Creación de la parroquia creada mediante Acuerdo Ministerial No. 3056 del Ministerio de Gobierno, con fecha 2 de diciembre de 1993 y publicada en el Registro Oficial No.354 del 7 de enero de 1994.
Febrero	Fiesta de la Virgen de Lourdes	Toda la parroquia	Se celebra porque primero San Carlos fue declarada parroquia eclesiástica, luego fue declarada parroquia civil.
Junio	Fiesta de San Antonio de Padua	Puente Azul	Se celebró porque la iglesia fue donada por un padre Sereno de origen polaco.
Julio	El señor de los Milagros	Toda la parroquia	Uno de los fundadores la parroquia Sr. Francisco Chamba trajo de Loja las fiesta, para lo cual hizo elaborar una escultura del Señor de los Milagros.
Octubre	Fiesta de nuestra Señora del Rosario	Toda la parroquia	
Diciembre	Fiesta del Divino Niño	Buena Esperanza y San Antonio de Cumay	Tradiciones traídas por los colonos.

Nota. En la tabla se observa las principales fiestas de la parroquia. Fuente: (PDyOT, 2019)

k. Conflictos sociales

En el territorio no existe potenciales o presencia de conflictos sociales, el principal problema que se destaca es la falta de un equipo técnico, al no contar con un profesional especializado en turismo por ende no se hacen las debidas gestiones para mejorar y que el turismo sea una alternativa viable en la parroquia.

l. Actitud de la población local hacia el turismo

De las entrevistas realizadas se concluyó que hay resistencia de las personas por adoptar otro tipo de sector productivo, ya que la minería es una fuente generadora de ingresos de manera casi instantánea, a lo cual los actores de la parroquia no ven al turismo como una alternativa por ser una actividad de mediano y largo plazo.

6.1.1.3. Descripción político-institucional**a. Instituciones públicas, nivel territorial y regional**

- GAD Provincial de Zamora Chinchipe

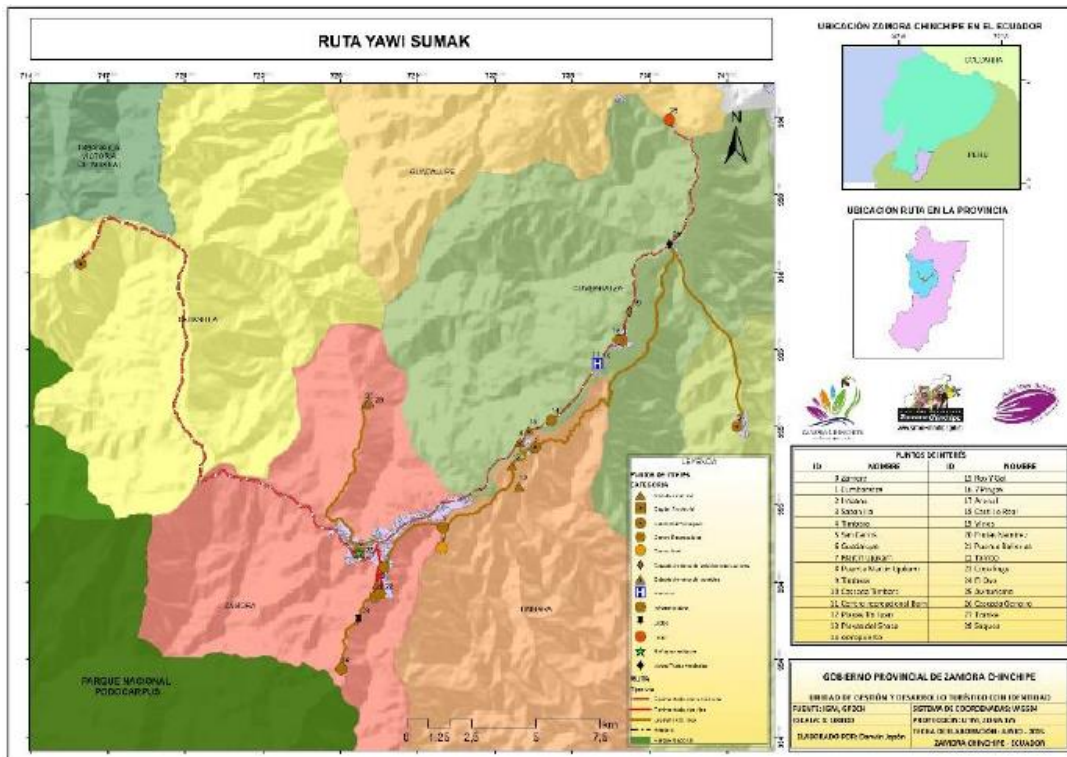
Prefectura abarca el ámbito provincial y está enfocado a trabajar con las entidades públicas parroquiales y cantonales, tiene como finalidad potenciar turísticamente a la provincia por medio de 5 Rutas dentro de la cual la parroquia San Carlos de las Minas se encuentra en la “Ruta Yawi Sumak” (ver **Figura 7**

Mapa del Yawi Sumak): de las voces Shuar Yawi: saladeros; y de la voz Kichwa: Sumak - hermoso, bonito, es decir saladero hermoso, correspondiente al cantón Zamora.

Esta inicia en la vía Loja-Zamora, se observa la magnificencia de la naturaleza a través de las 27 cascadas a lo largo de la vía hasta llegar a la ciudad de Zamora. En el recorrido se puede visitar el Jardín Botánico de América, el Parque Nacional Podocarpus, el Puente la Saquea. Sitio ideal para desarrollar el avi-turismo, el ciclo turismo, pesca deportiva. Se puede degustar vinos artesanales, hermosas artesanías elaboradas en guadua; Timbara saborear el dulce de caña en el evento Agro-turístico de la Melcocha; visitar los árboles gigantes “Yamila”, y disfrutar del evento Intercultural más grande del sur del Ecuador “Pachamama Raymi”, en los meses de marzo o abril. (PDyOT Zamora Ch., 2019)

Figura 7

Mapa del Yawi Sumak



Nota. En la figura se observa cómo se distribuye la Ruta Yawi Sumak. Fuente: (PDyOT)

- GAD Parroquial San Carlos de las Minas

Tiene las mismas competencias de elaborar, difundir el turismo. Las actividades que están realizando son construir senderos de conectividad.

b. Instituciones privadas y de la sociedad civil

La Universidad Técnica Particular de Loja UTPL es una institución educativa privada que en conjunto con el Consejo Provincial de Zamora Chinchipe ofrecen capacitaciones para la población.

c. Importantes políticas públicas que afectan al territorio y su desarrollo turístico

A nivel provincial se trabaja bajo el siguiente objetivo estratégico

Objetivo estratégico. Fomentar las actividades productivas y agropecuarias sostenibles, con énfasis en cadenas de valor, garantías de soberanía y seguridad alimentaria, territorios de producción limpia y turismo comunitario.

d. Proyectos y otras iniciativas

La implementación de la infraestructura turística de las Cascadas San Gregorio conjuntamente el GAD Provincial Zamora Ch. y Parroquia del San Carlos de las Minas.

Además de capacitaciones en temas turísticos, en turismo especializado, aviturismo, fotografía turística, tracking, rafting, ecoturismo, turismo comunitario, gastronomía, con la UTPL y especialista, en este año 2022 se tiene previsto realizarlo.

6.1.2. Diagnóstico turístico del territorio

6.1.2.1. La oferta turística

a. Recursos Turísticos

Los principales recursos de la parroquia se evidencian en la **Tabla 18**

Resumen de los Recursos de la parroquia SCM, para las cuales se levantaron las fichas de atractivos turísticos de Mintur.

Tabla 18

Resumen de los Recursos de la parroquia SCM

N°	Nombre del Recurso	Clasificación del Atractivo					Descripción
		Ubicación	Categorías	Tipo	Subtipo	Jra.	
1	Iglesia Matriz “Virgen de Lourdes”	Virgen de Lourdes y Polonia	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Histórica/Vernácula	II	La Iglesia Matriz fue construida por la gestión que realizó el Monseñor Estanislao Wrobel y junto con los habitantes de la parroquia haciendo mingas la construyeron, fue inaugurada en el año 1993. Es una edificación moderna a finales del siglo XX, su arquitectura ecléctica predominante en la fachada que resulta diferente de arquitectura popular. Los muros de su interior fueron pintados por dos personajes polacos y las imágenes religiosas son antiguas.
2	Parque Central de San Carlos	Juan Calva, Juan Donoso y Orquídeas del Oriente	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Espacios Públicos	II	San Carlos de las Minas hace pocos años terminó la construcción de primer parque temático de la provincia, que representa la extracción y producción minera de la zona, este es un aporte para el desarrollo turístico y urbanístico de la cabecera parroquial.
3	Museo Antropológico Minero	Av. Mons. Jorge Mosquera Barreiro.	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Infraestructura Cultural	II	El Museo Arqueológico Minero se encuentra ubicado dentro de la Unidad Educativa “Mons. Jorge Mosquera B”. El mismo que está ubicado a la llegada de la Parroquia. La iniciativa del museo fue del Ing. Julio Rodríguez, un coleccionista de objetos de todo tipo de metales, con ayuda del municipio de Zamora se pudo concretar la implementación del museo; el mismo que servirá para fomentar la actividad turística en la parroquia.

4	Cascadas San Gregorio	San Barrio Orquídeas S/N	las Atractivos Naturales	Ríos	Cascadas	II	Las Cascada San Gregorio, se encuentran ubicadas a 5 km de la cabecera parroquial, en el barrio Las Orquídeas. La componen 3 cascadas denominadas Cascada Imperio Extremo que tiene aproximadamente 80 metros de altura, El Tobogán que tiene una caída de 15 metros de altura, y Baño del Inca que tiene una caída de 12 metros de altura, sus aguas son puras y cristalinas, en este sitio existe una temperatura de 20°C aproximadamente.
5	Yacimientos de Nambija	Barrio Nambija	Manifestacion es Cultural	Arquitectura	Área Histórica	II	El yacimiento de Nambija, es una mina aurífera en el caserío denominado con el mismo nombre, es el más grande y famoso yacimiento que la provincia de Zamora Chinchipe ha tenido. Las montañas en las que se encuentran están surcadas por numerosos métodos tradicionales de extracción del tan codiciado metal preciado que el oro.

Fuente: Trabajo de Campo

b. Hospedaje

En la Parroquia San Carlos de las Minas dentro de la investigación se evidenció que se cuenta con un establecimiento de alojamiento, el Hostal “San Carlos, de propiedad de la Diócesis de Zamora Chinchipe, categorizado como de tercera y con una capacidad para 16 personas y la Colinas de Namacuntza Estadero que cuenta con hospedaje para aproximadamente 10 personas,

c. Alimentación

En la **Tabla 19**

Establecimientos que ofrecen el servicio de alimentación se ha realizado un levantamiento de los establecimientos que ofrecen el servicio de alimentación en la parroquia.

Tabla 19

Establecimientos que ofrecen el servicio de alimentación

Nombre	Capacidad Total	Tipo de gastronomía	Calidad y precios
Comedor San Carlos	16	Restaurante	Buena - precios entre \$2 y \$5
Comedor Los Geranios	24	Restaurante	Buena - precios entre \$2 y \$5
Restaurante El Paso	20	Restaurante	Buena - precios entre \$2 y \$16
Colinas de Namacuntza Estadero	30	Restaurante	Buena – Precios ente \$5 y \$20

Fuente: Trabajo de Campo

d. Información turística, servicios de guía y agencias de viaje

En la parroquia no existen operadoras de turismo que ayuden a promocionar la actividad turística y sus atractivos, un tema en el que el GAD Parroquial debería trabajar articulando su accionar con los demás niveles de gobierno.

e. Transporte

En lo que se refiere al servicio de transporte, la parroquia cuenta con la Compañía de Transporte Mixto San Carlos de las Minas S. A., que ofrece el servicio de transporte en camionetas y con capacidad de desplazarse a todo el territorio parroquial, inclusive fuera de ella, cuyos costos van de 2 a 15 dólares.

f. Infraestructura básica

- Conectividad

En lo referente a la conectividad la parroquia la articulación vial en la parroquia hay una mejora en estos tiempos debido a la apertura y mejoramiento de vías, caminos, accesos y sendero.

- **Señalización turística**

Dentro de la parroquia se encuentra señalética básica colocada únicamente en la frontera, además de señalética vial a lo largo de la vía y la señalética turística es muy escasa en la zona de estudio.

- **Seguridad**

No se registran problemas de seguridad, en la parroquia existen 2 Unidades de Policía Comunitaria distribuidas una en la cabecera parroquial San Carlos y la otra en el barrio Nambija.

- **Servicio de agua**

Según resultado del PDyOT se determina que 84 viviendas o el 51.53 % tiene acceso a la red pública de agua tratada, el 26.99 % es decir 44 familias tienen agua entubada (acarreada con manguera), de río o quebrada 18 ó 11.04 %, de manantial 13 familias que representa el 7.98 %, de pozo, 4 ó 2.45 %. Además, se determina que el déficit del agua potable/clorada a nivel parroquial y dentro de la cabecera parroquial es del 0.0 %.

- **Comunicación telefónica/internet y energía eléctrica**

La comunicación se da mediante la telefonía fija, telefonía móvil y acceso al servicio de internet que presta la empresa privada es deficiente. La intervención de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones brinda el servicio internet dentro de la cabecera parroquial y en ciertos barrios. En la **Tabla 20**

Conectividad se observa el porcentaje de representatividad de cada una.

Tabla 20

Conectividad

Conectividad	Representatividad
Telefonía fija	Baja 32.2 %
Telefonía móvil	Buena 97.5 %
Internet	Deficiente

Nota. En la tabla se observa cómo es la comunicación en la parroquia. Fuente: (PDyOT, 2019)

- **Sistema de recolección de basura**

La eliminación de basura en la cabecera parroquial y las comunidades de la parroquia la realizan mediante el carro recolector, representando el 57.67% del total de las viviendas, y en segunda instancia las viviendas que eliminan sus desechos sólidos mediante quemas o incineran con un 22.7 %. Por otro lado, los desechos orgánicos, en gran mayoría son almacenados y tratados en los jardines, huertos y fincas de las distintas familias que conforman los barrios de San Carlos de las Minas.

- **Servicios complementarios**

En la parroquia son muy escasos los servicios turísticos complementarios, podemos encontrar una farmacia y un subcentro de salud pública únicamente.

g. Actividades recreativas

- **Deportes y actividades de tiempo libre**

Por lo general las personas suelen visitar los diferentes atractivos como lo son las cascadas, ríos y quebradas, en donde ellos realizan caminatas, picnic, asados, atletismo, entre otros, disfrutando de las bondades de la naturaleza.

- **Aventura**

En este ámbito se encuentra el descenso y ascenso de las Cascadas San Gregorio, ciclismo, y rappel.

- **Cultura y tradiciones**

La parroquia se caracteriza por realizar celebraciones religiosas que año a año se vienen realizando por los fieles, además de celebrar la parroquialización junto con navidad y fin de año.

- **Promoción de la oferta**

Es muy escasa ya que únicamente se conoce muy poco los atractivos más relevantes de la parroquia, por lo general se las realiza en carnaval con la finalidad que utilizar las cascadas para esparcimiento.

- **Distribución y comunicación de la oferta**

Por lo general se usa las redes sociales en específico la cuenta de Facebook de la Junta Parroquial, pero es mínima.

6.1.2.2. Análisis de la demanda

a. Infraestructura básica

- **Datos básicos**

La parroquia no cuenta con un registro de visitantes, pero a nivel cantonal se toma como referencia los datos de Geoportal de Visitas Turísticas GEOVIT del año 2018 a la cual Zamora recibió 83.409 siendo los meses de febrero y septiembre las temporadas más altas.

b. Perfil del turista/visitante

Rojas Chimbo en el año 2014 determinó que las características socioeconómicas el 99% de los turistas son de nacionalidad ecuatoriana y tiene un gasto promedio de \$3.75 ctvs. diarios, la forma de organizar el viaje por lo general lo realiza por cuenta propia, las motivaciones del viaje son por actividades recreativas y las valoraciones de las experiencias turísticas le da un valor del 4.47%.

El análisis de los datos recopilados de la primera parte de la encuesta establece que el turista que visita Zamora Chinchipe se caracteriza por estar en el rango de 32 a 45 años de edad, su nivel de instrucción es superior y según su situación ocupacional son empleados públicos o privados, su estancia en el cantón tiene una duración de 2 a 3 días con un gasto promedio de \$100 a \$150, viaja en familia o grupo utilizando en su mayoría vehículo propio, siendo el motivo principal de viaje ocio, turismo, vacaciones; y la visita a balnearios es la principal actividad que realizan.

El turista que llega a este destino tiene en promedio 4 integrantes por núcleo familiar, que poseen dos fuentes de ingreso, constituyendo un ingreso neto familiar en el rango de \$501 a \$999, lo que les permite disfrutar de esta zona de forma cómoda. (Macas Romero & Gonzaga Vallejo, 2017)

6.1.2.3. Análisis de la competencia

a. Principales territorios de competencia

- Timbara

El territorio ha mostrado grandes potencialidades en todos los aspectos, por lo que se han identificado un total de 16 atractivos turísticos, lo que ha atraído una gran cantidad de turistas. Estas potencialidades brindan enormes oportunidades para el turismo rural comunitario y aportar al desarrollo local, pero para lo cual deberán mejorar sustancialmente los servicios de alojamiento y alimentación existentes; así como llevar un registro y organización adecuada de los mismos. (León et al., 2022)

- La comunidad de San Vicente de Caney

El Ministerio de Turismo, (2020) menciona que San Vicente de Caney es un área culturalmente rica, conformada por tres pueblos que coexisten juntos y son los Shuar, Mestizos y Saraguros, está rodeado de una exuberante flora y fauna, quebradas y ríos, originando formaciones extraordinarias de cuevas y cascadas en los barrios El Plateado o El Salado, que a través de cabalgatas los viajeros conocen parajes naturales de ensueño.

6.1.2.4. Análisis de las Tendencias

a. Principales tendencias

Según Ostelea, (2021) expresa que se pondría de moda el viajar conscientemente, (ver la **Tabla 21**

Tendencias de Turismo Rural 2022) lo que significa que los aventureros escogerán realizar trayectos de largas distancias con la finalidad de viajar sin prisas y por períodos prolongados,

tratando de evitar la contaminación, haciendo uso de transportes alternativos y así mitigar las emisiones de carbono.

Tabla 21

Tendencias de Turismo Rural 2022

Educación + Vacaciones, un match perfecto	El nuevo término Ed-ventures está siendo tomado en cuenta por los padres como una alternativa de ocio educativo para sus hijos. También se encuentra en el radar de los famosos nómadas digitales, quienes son unos aficionados del trinomio trabajo, viajes y tecnología.
La naturaleza sigue plantándose	El contacto con la naturaleza alivia el estrés, relaja, reconecta y recarga. Siempre será un buen plan alejarse del bullicio de las ciudades y, en estos tiempos, de cuidarnos de los posibles contagios del virus.
Sin prisa y con pausa	Viajar de forma más lenta y sin prisas es lo que en la actualidad se conoce como slow travel. La prioridad de este tipo de turismo es el goce de la experiencia más que del destino. Sus admiradores les huyen a las masas, es decir, a aquellos sitios atestados de gente. Gozan de lo espontáneo, cercano y natural, y de entablar relaciones con los locales y sus tradiciones.

Nota. En la tabla se observa las principales tendencias de turismo rural. Fuente: (Ostelea, 2022)

6.2. Análisis de los datos

6.2.1. Análisis de los resultados de las encuestas

Para la aplicación de la encuesta se estableció un cuestionario de 23 ítems (ver **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**) con determinantes respecto al viaje, promoción y determinantes sociológicos y económicos de todos los encuestados. Estas fueron aplicadas a turistas y posibles visitantes del lugar de estudio.

6.2.1.1. Determinantes respecto al viaje y promoción.

En la **Tabla 22**

Determinantes respecto al viaje y promoción se realizó un resumen de 15 preguntas sobre el viaje y promoción de las encuestas aplicadas.

Tabla 22

Determinantes respecto al viaje y promoción

Determinantes respecto al viaje y promoción	VARIABLE	CATEGORÍA	PORCENTAJE
San Carlos de las Minas	¿Alguna vez a visitado San Carlos de las Minas? (n=167)	Si	39,5
		No	60,5
	¿Desearía visitar y realizar turismo en esta parroquia? (n=167)	Si	100
		No	0
	¿Cuáles han sido o serían sus principales motivos para visitar a San Carlos de las Minas? (n=167)	Visitar familia o amigos	6.9
		Disfrutar paisaje y naturaleza	19.7
		Caminatas o senderismo	12.7
		Avistamiento de aves	6.3
		Degustación de gastronomía local	11.9
		Visitas a sitio arqueológicos cultural (Minas de Oro)	13.5

	Recorrido guiado a Fincas	5.8	
	Intercambio de saberes culturales	5.9	
	Deporte de aventura	10.2	
	Participación en un evento cultural	7.0	
	Otros	0.2	
¿Qué tiempo desearía permanecer en San Carlos de las Minas? (n=167)	1 día	28.7	
	2 días	41.3	
	Más de 2 días	29.9	
¿Cuál es su promedio de gasto durante un viaje? (n=167)	\$0 a \$50	42.5	
	\$51 a \$100	45.5	
	Más de \$101	12.0	
¿Qué requiere para incrementar su estadía en San Carlos de las Minas? (n=167)	Hospedaje	37.2	
	Alimentación	27.6	
	Transporte	18.3	
	Servicio de Guianza	15.1	
	Otro: Actividades de esparcimiento, Actividades turísticos	1.7	
¿Con quién viaja? (n=167)	Amigos	29.8%	
	Pareja	19.8%	
	Familia	41.5%	
	Compañeros	6.9%	
	Grupo Guiado	1.6%	
	Otro: solo	0.4%	
¿Por qué medios de transporte llegaría a este lugar? (n=167)	Trasporte público	49.7	
	Propio	46.1	
	Alquiler	4.2	
¿Qué tipo de alojamiento prefiere en zonas rurales? (n=167)	Hotel económico	23.4	
	Cabaña	41.3	
	Hostería	33.5	
	Otro (Camping)	1.8	
	¿Qué tipo de gastronomía le gustaría degustar? (n=167)	Caldo de gallina Criolla	16.4
Hospedaje y Alimentación	Repe	12.6	
	Estofado de cerdo	6.9	
	Estofado de gallina	13.6	
	Miel con queso	17.6	
	Chanfaina	10.1	
	Fritada	18.9	
	Otro: tilapia, caldo de corroncho, comida vegetariana, cuy asado, mariscos, ancas de rana	4.0	
	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por alimentación diaria? (n=167)	\$1 a \$5	63.5
\$5,10 a \$7	29.9		
Más de \$7	6.6		
Cuándo usted decide vacacionar, principalmente ¿Cómo se informa del lugar donde hará turismo? (n=167)	Amigos y Familiares	39.4	
	Agencias de Viajes	6.9	
	Periódico o revistas	2.8	
	Redes Sociales	50.4	
	Otro: Internet	0.4	
¿Por qué medio adquiere un paquete turístico? (n=167)	Agencias de viaje	12.6	
	Internet	23.4	
	Viajo por mi cuenta	64.1	
Souvenir	¿Qué tipo de souvenirs le gustaría adquirir? (n=167)	Artesanías en bambú	26.1
	Artesanías en piedra	28.9	
	Manualidades	23.0	
	Material POP	22.0	

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un souvenir? (n=167)	\$1 a \$2	31.1
	\$3 a \$5	62.9
	Mas de \$5	6.0

Fuente: Trabajo de campo

6.2.1.2. Determinantes sociológicos de los encuestados

En la **Tabla 23**

Determinantes sociológicos de los encuestados se realizó un resumen de siete preguntas sobre los datos sociológicos de los encuestados.

Tabla 23

Determinantes sociológicos de los encuestados

Determinantes respecto al viaje y promoción	VARIABLE	CATEGORÍA	PORCENTAJE
Determinantes sociológicos	Genero (n=167)	Masculino	44.9
		Femenino	55.1
Procedencia por Cantón (n=167)		Loja	53.3
		Zamora	13.8
		Quito	3.0
		Yanzatza	2.4
		Resto del país	27.5
		Edad (n=167)	16-25 años
Edad (n=167)		26-35 años	39.5
		36-45 años	10.2
		46-55 años	3.6
		mayor a 55 años	0.6
		Número de cargas familiares (n=167)	Cero
Número de cargas familiares (n=167)		Uno	18.0
		Dos	12.0
		Tres	9.0
		Más de 4	17.4
		Estado civil (n=167)	Soltero
Estado civil (n=167)		Casado	20.4
		Divorciado	4.8
		Unión de Hecho	6.0
		Nivel de Instrucción más alto (n=167)	Primaria
Nivel de Instrucción más alto (n=167)		Secundaria	26.3
		Tercer Nivel	53.9
		Cuarto Nivel	18.0
		¿Cuál es su ocupación? (n=167)	Profesional
¿Cuál es su ocupación? (n=167)		Estudiante	25.7
		Empleado	35.3
		Independiente o Emprendedor	15.0
		Obrero	1.8
		No trabajo	6.6

Fuente: Trabajo de campo

6.2.2. Análisis de resultados en general

6.2.2.1. Determinantes respecto al viaje y promoción

San Carlos de las Minas

De las 167 encuestas aplicadas, el 60,5% no han visitado la parroquia, el 39,5% expresa que, si han visitado la misma, determinando así que la mayoría de los encuestados no han visitado el lugar y esto genera un desconocimiento de los recursos turísticos que posee la parroquia, así mismo en cuanto a la pregunta de si desearía visitar y realizar turismo en la parroquia de San Carlos de las Minas hay un 100% que si desearía hacerlo, expresando que todos los encuestado están dispuestos a visitar y realizar turismo, lo mismo que genera una gran oportunidad para ofrecer los servicios turísticos y dar a conocer a los atractivos.

En cuanto a las actividades el 19,7% han visitado o les gustaría visitar SCM para disfrutar del paisaje y la naturaleza, el 13,5% visita a sitios arqueológicos y culturales, el 12,7% caminatas y senderismo, el 11,9% degustación de gastronomía local, el 10,2% deportes de aventura, el 7% participación de eventos culturales, el 6,9% visitar familia o amigos, el 6,3% avistamiento de aves, el 5,9% intercambio de saberes culturales, el 5,8% recorrido guiado por fincas y el 0,2% otras actividades; los datos arrojan que la mayoría de las personas ha realizado o le gustaría realizar más de una actividad, dando a conocer sus preferencias por las actividades al aire libre en zonas rurales, ampliando las opciones que se pueden ofrecer a la demanda como el turismo rural, ecoturismo, cultural, etc.

Según los encuestados el 41,3% desearían permanecer 2 días en SCM, el 29,9% desearían permanecer más de 2 días, y el 28,7% desearía permanecer por 1 día, expresando que hay una gran apertura para generar paquetes que comprendan entre 1, 2 y 3 días para conocer en su totalidad la parroquia, también el 45,5% realizan un promedio de gastos durante un viaje de \$51 a \$100, el 42,5% un gasto de entre \$0 a \$50, y el 12% gasta más de \$101 en un viaje; con estos datos se analiza que se podría ofrecer paquetes medianamente económicos.

Otra de las respuestas a que requieren para incrementar la estadía en la parroquia el 37,2% indicó que hospedaje, el 27,6% alimentación, el 18,3% transporte, el 15,1% servicio de guianza, y el 1,7% otras actividades como esparcimiento o actividades turísticas, por medio de esto se pueden analizar que las personas requieren de más de un servicio en que se destaca primero el hospedaje, seguido de la alimentación, transporte, servicios de guianza y finalmente otros, por lo que se debería potencializar los servicios que indican los encuestados, en cuanto a con quien viaja el 41,5% viaja con su familia, el 29,8% viaja con amigos, el 19,8% viaja en pareja, el 6,9% viaja con compañeros, el 1,6% viaja con grupo guiado, y el 0,4% viaja solo, reflejando que la mayoría viajan en familia, seguido por amigos, en pareja, compañeros, grupo guiado, y solo, dando a conocer que es indispensable establecer actividades en grupo. Las respuestas a la interrogante del medio por el cual llegarían a la parroquia, dan como resultado que el 49,7% llegarían por transporte público, el 46,1% en transporte propio y el 4,2% llegarían

por medio de transporte de alquiler; indicando que la mayoría de las personas llegarían por medio de transporte público, seguido por transporte propio y de alquiler, por lo que se debe tener la capacidad suficiente y regularidad de viajes en el transporte público.

Hospedaje y alimentación

En la pregunta que tipo de hospedaje prefiere alojarse en zonas rurales el 41,3% en cabañas, el 33,5% en hostería, el 23,4% un hotel económico y el 1,8% otras opciones en específico el camping, expresando que la mayoría de las personas prefieren hospedarse en cabañas, seguidos de hostería y finalmente otro en donde indican que en las zonas rurales prefieren alojarse en zonas de camping, lo que nos permite conocer que se debe implementar alojamiento de tipo cabaña y camping, en cuanto a la gastronomía que le gustaría degustar en la parroquia respondieron de la siguiente forma: el 18,9% fritada, el 17,6% miel con queso, el 16,4% caldo de gallina criolla, el 13,6% estofado de gallina criolla, el 12,6% repe, el 10,1% chanfaina, el 6,9% estafado de cerdo, y el 4% prefieren otros como: tilapia, caldo de corroncho, comida vegetariana, cuy asado, mariscos, ancas de rana, por ello se puede ofrecer esta gran variedad comida a los posibles visitantes en el futuro. Así mismo el valor que estarían dispuestos a pagar por alimentación diaria es contestado de la siguiente manera: el 63,5% de \$1 a \$3, el 29,9% pagaría entre \$5,10 a \$7 y el 6,6% pagarían más de \$7, lo que da a conocer que las personas solo consumen una comida al día fuera de casa y hay un gasto medio en alimentación.

Promoción y difusión turística

La pregunta de cómo se informa cuando decide vacacionar los encuestados respondieron que el 50,4% se informa en redes sociales, el 39,4% por medio de amigos y familiares, el 6,9% en agencias de viajes, el 2,8% en periódicos y revistas y el 0,4% usa otro medio: internet, de estos datos se determina que la mayoría se informa por medio de redes sociales, para lo cual este sería un buen medio de promoción de los recursos de la parroquia, así mismo el 64,1% no adquieren paquetes si no viajan por su cuenta, el 23,4% adquieren un paquete por medio de internet y el 12,6% por agencia de viajes, indicando que la mayoría de las personas no adquieren paquetes por medio de agencias de viajes, sino que lo hacen por cuenta propia, seguido por internet y finalmente en agencia de viajes, por lo que la venta de paquetes por medio de agencia de viajes sería mínima.

Souvenir

De los encuestados el 28,9% le gustaría adquirir artesanías en piedra, el 26,1% artesanías en bambú, el 23% manualidades, y el 22% material POP, permitiendo apreciar que en su mayoría los turistas están dispuestos a obtener artesanías en piedra, seguido por las artesanías

en bambú, manualidades y material POP, de las cuales se puede determinar que se debe perfeccionar las artesanías en piedra y bambú, también el precio que estarían dispuestos a pagar por un souvenir el 62,9% entre \$3 a \$5 por un souvenir, el 31,1% entre \$1 a \$2 y el 6% más de \$5; los datos arrojados expresan que el precio promedio sería de \$3 a \$5 para un souvenir.

6.2.2.2. Determinantes sociológicos

En esta determinante de los encuestados, el 55,1% se identifican con el género femenino y el 44,9% con el género masculino, expresando que tenemos una media de personas de género femenino seguido del masculino, permitiendo conocer que se puede ofertar paquetes para ambos géneros, en la pregunta de la procedencia el 53,3% proceden del cantón Loja, el 27,5% del resto del país, el 13,8% de Zamora, el 3% de Quito y el 2,4% de Yantzaza, los datos arrojados demuestran que la mayoría de encuestados son del cantón Loja, para lo cual se puede ofertar los productos a la zona 7. en cuanto a la edad el 46,1% tienen una edad entre 16 a 25 años, el 36,5% tienen entre 26 a 35 años, el 10,5% tienen entre 36 a 45 años, el 3,6% tienen entre 46 a 55 años y el 0,6% es mayor a 55 años; indicando que la mayoría de las personas tienen entre 16 a 25 años, seguidos por los que tienen entre 26 a 35 años, entre 36 a 45 años, 46 a 55 años y finalmente mayor a 55 años, expresando que hay un público joven para el cual se podría implementar diferentes actividades.

A la pregunta de cargas familiares indicaron que el 43,7% tienen cero cargas familiares, el 18% tienen una carga familiar, el 17,4% tienen más de 4, el 12% tienen dos, y el 9% tienen 3 cargas familiares, indicando que la mayoría de las personas no tienen cargas familiares, lo que significa que no hay niños y en este segmento sería descartado, seguido por una, más de 4, 2 y 3 cargas familiares, también se deben incluir actividades para niños, el estado civil indica que, el 68,9% están solteros, el 20,4% están casados, el 6% en unión de hecho, el 4,8% divorciadas, reflejando que la mayoría de las personas que visitan la parroquia son solteras, seguidos por los casados, unión de hecho y divorciados, en la cual se puede establecer el segmento de los solteros como una opción para planificar las actividades, según los encuestados el 53,9% tienen un nivel de instrucción de tercer nivel, el 26,3% secundaria, el 18% un cuarto nivel y el 1,8% primaria; dando a conocer que las personas que visitan la parroquia tienen un nivel alto de educación.

6.2.2.3. Determinantes económicas

La determinante económica se hizo la pregunta cuál es su ocupación y según los encuestados el 35,3% tienen de ocupación empleado, el 25,7% son estudiantes, el 15,6% son profesionales, el 15% son independientes o emprendedor, el 6,6% no trabaja y el 1,8% son obreros; reflejando que la ocupación de la mayoría es empleada, seguido de estudiantes

profesionales, independientes o emprendedor, no trabaja y obreros, dando a conocer que la mayoría posee un empleo y un salario.

6.2.3. Segmento de Mercado

Para determinar el segmento de mercado se realizó el cruce de tablas en el SPSS, de las variables edad con ¿con quién viaja?, motivaciones del viaje, tiempo que desearía permanecer en la parroquia, gasto promedio, y ocupación.

Segmento 1: visitantes de 16 a 25 años

En este segmento se identificó a 77 encuestados que desearían visitar la parroquia SCM, los mismo que viajan con familia y amigos, además que las actividades que los motivan a viajar son disfrutar del paisaje y naturaleza, caminatas y senderismo, visitas a sitios arqueológicos y deportes extremos. El tiempo que de serían permanecer en la parroquia es de más de dos días, por otro lado, el gasto promedio de viaje es de \$51 a \$100, el medio por el cual se informan antes de un viaje son las redes sociales, finalmente se determinó que estos son estudiantes.

Segmento 2: visitantes de 26 a 35 años

Este segmento tiene 66 encuestados que desearían visitar la parroquia SCM, los cuales viajan mayormente con familia y amigos, además que las actividades que los motivan a viajar son disfrutar del paisaje y naturaleza, degustación de gastronomía local y visitas a sitios arqueológicos. El tiempo que de serían permanecer en la parroquia son dos días, por otro lado, el gasto promedio de viaje es de \$51 a \$100, el medio por el cual se informan antes de un viaje son las redes sociales, finalmente se determinó que estos son empleados y emprendedores.

Segmento 3: visitantes de 36 a 45 años

El segmento de 34 a 45 años hay 17 encuestados que desearían visitar la parroquia SCM, los cuales viajan mayormente con familia y pareja, además las actividades que los motivan a viajar son disfrutar del paisaje y naturaleza, visitas a sitios arqueológicos, y caminatas y senderismo. El tiempo que de serían permanecer en la parroquia son dos días, por otro lado, el gasto promedio de viaje es de \$0 a \$50, el medio por el cual se informan antes de un viaje son las redes sociales y familia y amigos, finalmente se determinó que están empleados.

Segmento 4: visitantes de 46 a 55 años

Dicho segmento tiene 6 encuestados que desearían visitar la parroquia SCM, los cuales viajan mayormente con la familia, además las actividades que los motivan a viajar es disfrutar del paisaje y naturaleza. El tiempo que de serían permanecer en la parroquia son dos días, por otro lado, el gasto promedio de viaje es más de \$101, el medio por el cual se informan antes de un viaje son la familia y amigos, finalmente se determinó que están empleados.

Segmento 5: visitantes mayores a 55 años

En este segmento se identificó a 1 encuestado que desearían visitar la parroquia SCM, el cuales viaja solo, además las actividades que los motivan a viajar es el avistamiento de aves. El tiempo que de serían permanecer en la parroquia es un día, por otro lado, el gasto promedio de viaje es más de \$51 a \$100, el medio por el cual se informan antes de un viaje son periódicos y revistas, finalmente se determinó que es estudiante.

6.2.3.1. Perfil del turista de San Carlos de las Minas

En base a el análisis anterior de cada uno de los segmentos se determinó el perfil de turista de la parroquia San Carlos de las Minas.

San Carlos de las Minas puede satisfacer las necesidades del segmento de turistas 1 y 2 que se encuentra entre las edades de 16-35 años, ya que al poseer recursos, servicios turísticos y básicos, por los cuales permiten realizar diversas actividades como: disfrutar paisaje y naturaleza, caminatas o senderismo, avistamiento de aves, degustación de gastronomía local, visitas a sitio arqueológicos cultural (Minas de Oro), recorrido guiado a fincas, intercambio de saberes culturales, deporte de aventura y participación en un evento cultural, ampliando la oferta para practicar una gran variedad de actividades, los mismo que se pueden realizar ya sea solo, en familia, amigos o en pareja. Por esto se puede planificar productos ya sea solo o entre 2 o más personas. Además, este segmento está dispuesto a pernoctar más de 1 día, y tienen un gasto promedio de \$100 durante un viaje, de esta manera se puede generar productos en base al nivel de gasto, este perfil está conformado por profesionales, empleados públicos y emprendedor, quienes poseen un ingreso que les permite viajar y de esta forma aportar para dinamizar la economía de la parroquia.

6.2.3. Análisis FODA

Por medio del diagnóstico realizado previamente, se realizó el análisis de las fortalezas (F), oportunidades (O), debilidades (D) y amenazas (A) de la parroquia San Carlos de las Minas, la misma que se encuentra en la **Tabla 24**

Análisis FODA.

Tabla 24

Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Gran variedad de atractivos turísticos naturales y culturales dentro de la parroquia. - Apoyo por parte de las autoridades del Gad Parroquial para potenciar el turismo de aventura. - Ruinas Mineras con riqueza histórica y cultural. - Maquinaria minera con valor histórico. - Paisaje natural y potencial agrícola del suelo de la zona. 	<ul style="list-style-type: none"> - Deseo de las personas externas por conocer sitios diferentes llenos de historia. - Facilidad del acceso desde las principales urbes hacia los atractivos más importantes. - Creación de nuevas fuentes de empleo a través del turismo. - Apoyo del gobierno al desarrollo de emprendimiento turístico.

-
- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Vías de acceso que permiten llegar hacia todos los potenciales destinos turísticos. - Variedad de gastronomía local - La parroquia posee un clima cálido húmedo. | <ul style="list-style-type: none"> - Avance de la tecnología y las Tic's aplicadas al marketing. - Ofertas de capacitación vinculadas al turismo y el ambiente por parte de instituciones públicas y privadas. - Nuevas tendencias del turismo rural. |
|--|--|
-

DEBILIDADES

AMENAZAS

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Deficiencia en la oferta de servicios turístico y atención al cliente. - Estado ilegal de las viviendas en el sector Nambija por que pertenecen a grandes empresas mineras. - Índice de pobreza de 87.2% por la insatisfacción de los servicios básicos. - Desconocimiento de los pobladores sobre el beneficio del turismo. - Falta de promoción y difusión de los atractivos que posee la parroquia. - Poco uso de las Tic's para la promoción de los atractivos. - Escasa señalética en los atractivos turística. - Falta de infraestructura turística. - Falta de un equipo técnico en turismo en el Gad. - Falta de un modelo de gestión turística parroquial. -Maquinaria minera con valor historico abandonado. - No existe apoyo por parte de las campañas minera al desarrollo del turismo. | <ul style="list-style-type: none"> - Políticas públicas que apoyan a la pequeña minería. - La concesión de las grandes empresas mineras externas que no permiten a los moradores construir viviendas dignas. - Temporadas invernales afectan a las actividades turísticas. - Limitados recursos del Gad Cantonal para apoyar el desarrollo del Turismo en la Parroquia. - Migración por falta de empleo. |
|---|---|
-

Fuente: Trabajo de campo

6.2.4. FODA estratégico

En la **Tabla 25**

Análisis FODA Estratégico se realizó el FODA de estrategias en base al FODA simple.

Tabla 25

Análisis FODA Estratégico

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
INTERNO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gran variedad de atractivos turísticos naturales y culturales dentro de la parroquia. 2. Apoyo por parte de las autoridades del Gad Parroquial para potenciar el turismo de aventura. 3. Ruinas Mineras con riqueza histórica y cultural. 4. Maquinaria minera con valor histórico. 5. Paisaje natural y potencial agrícola del suelo de la zona. 6. Vías de acceso que permiten llegar hacia todos los potenciales destinos turísticos. 7. Variedad de gastronomía local. 8. La parroquia posee un clima cálido húmedo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Deficiencia en la oferta de servicios turístico y atención al cliente. 2. Estado ilegal de las viviendas en el sector Nambija por que pertenecen a grandes empresas mineras. 3. Índice de pobreza de 87.2% por la insatisfacción de los servicios básicos. 4. Desconocimiento de los pobladores sobre el beneficio del turismo. 5. Falta de promoción y difusión de los atractivos que posee la parroquia. 6. Poco uso de las Tic's para la promoción de los atractivos. 7. Escasa señalética en los atractivos turística. 8. Falta de infraestructura turística. 9. Falta de un equipo técnico en turismo en el Gad. 10. Falta de un modelo de gestión turística parroquial. 11. Maquinaria minera con valor historico abandonado. 12. No existe apoyo por parte de las campañas mineras al desarrollo del turismo.
EXTERNO		
OPORTUNIDADES	FO	DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Deseo de las personas externas por conocer sitios diferentes llenos de historia. 2. Facilidad del acceso desde las principales urbes hacia los atractivos más importantes. 3. Creación de nuevas fuentes de empleo a través del turismo. 4. Apoyo del gobierno al desarrollo de emprendimiento turístico. 5. Avance de la tecnología y las Tic's aplicadas al marketing. 	<p>F1,F2, F3,F4,F5,F6,F7,F8,O1,O2,O3,O5,O6,O7 Crear productos turísticos que potencien la parroquia San Carlos de las Minas.</p> <p>F1,F2,F4,F6,O1,O2,O3,O4,O6,O7 Fortalecer el turismo rural por medio de un modelo de gestión turístico.</p>	<p>D1,D3,D4, D5, D9, D10,O3,O5,O6,O7 Integrar un técnico en turismo en la Parroquia, que pueda poner en práctica un modelo de gestión turística.</p> <p>D1,D2,D3,D4,D5,O3,O4,O6 Plan de capacitación a los pobladores de la parroquia, en turismo, sus beneficios y el auge que trae este en su aplicación.</p> <p>D4,D5,D6,O1,O2,O5,O6,O7 Plan de promoción Turística por medio del uso de las Tic's</p>

6. Ofertas de capacitación vinculadas al turismo y el ambiente por parte de instituciones públicas y privadas.	D2,D3,D7,D8,D11,O1,O2,O6 Adecuar de la infraestructura en1 los potenciales atractivos turísticos a visitar.
7. Nuevas tendencias del turismo rural.	D5,D11,D12,O1,O4,O7 Acondicionar la maquinaria minera abandonada para el turismo.

AMENAZAS	FA	DA
1. Políticas públicas que apoyan a la pequeña minería.	F1,F2,F3,F4,F5,F6,F7,F8,A1,A2,A3,A4,A5 Crear nuevas alternativas de ingresos económicos que no sean relacionadas unicamente a la minería como el turismo rural.	D2,D3,D4,D8,A1,A2,A3,A4 Promover la generación de emprendimientos que contribuyan al desarrollo económico y turístico del lugar.
2. La concesión de las grandes empresas mineras externas que no permiten a los moradores construir viviendas dignas.	F1,F2,F3,F5,A1,A2,A3,A4 Coordinar mesas de trabajo para dar a conocer y solucionar los diferentes inconvenientes existentes.	D1,D2,D3,D4,D5,D6,D7,D8,D9,D10,D11,D12,A3,A4,A5 Buscar alianzas con diferentes empresas privadas y públicas para mejorar los servicios y ser competitivos.
3. Temporadas invernales afectan a las actividades turísticas.	F5,F6,F7,A1,A2,A5 Integrar la gastronomía local como un recurso turístico de la parroquia.	
4. Limitados recursos del Gad Cantonal para apoyar el desarrollo del Turismo en la Parroquia.		
5. Migración por falta de empleo.		

Fuente: Trabajo de campo

Estrategias que se determinaron en la matriz de estrategias en el ámbito turístico

Fortaleza y Oportunidades

Crear productos turísticos que potencien la parroquia San Carlos de las Minas.

Fortalecer el turismo rural por medio de un modelo de gestión turístico

Fortaleza y Amenazas

Crear nuevas alternativas de ingresos económicos que no sean relacionadas únicamente a la minería como el turismo rural.

Integrar la gastronomía local como un recurso turístico de la parroquia.

Debilidades y Oportunidades

Plan de capacitación a los pobladores de la parroquia, en turismo, sus beneficios y el auge que trae este en su aplicación.

Plan de promoción Turística por medio del uso de las Tic's

Acondicionar la maquinaria minera abandonada para el turismo.

Debilidades y Amenazas

Promover la generación de emprendimientos que contribuyan al desarrollo económico y turístico del lugar.

Estrategias que se determinaron en la matriz de estrategias indirectas

Fortaleza y Amenazas

Coordinar mesas de trabajo para dar a conocer y solucionar los diferentes inconvenientes existentes.

Debilidades y Oportunidades

Integrar un técnico en turismo en la Parroquia, que pueda poner en práctica un modelo de gestión turística.

Adecuar de la infraestructura en los potenciales atractivos turísticos a visitar.

Debilidades y Amenazas

Buscar alianzas con diferentes empresas privadas y públicas para mejorar los servicios y ser competitivos.

6.2.5. Análisis de Encuesta a Actores locales

Previo al análisis de las encuestas se realiza la correlación de Kolmogoroy – Smirnoy, para ello se realiza la prueba de normalidad de las variables, lo cual acepta la correlación. Se puede visualizar su presentación en la **Tabla 26**

Prueba de normalidades y **Figura 8**

Grafica de prueba de normalidades

Tabla 26

Prueba de normalidades

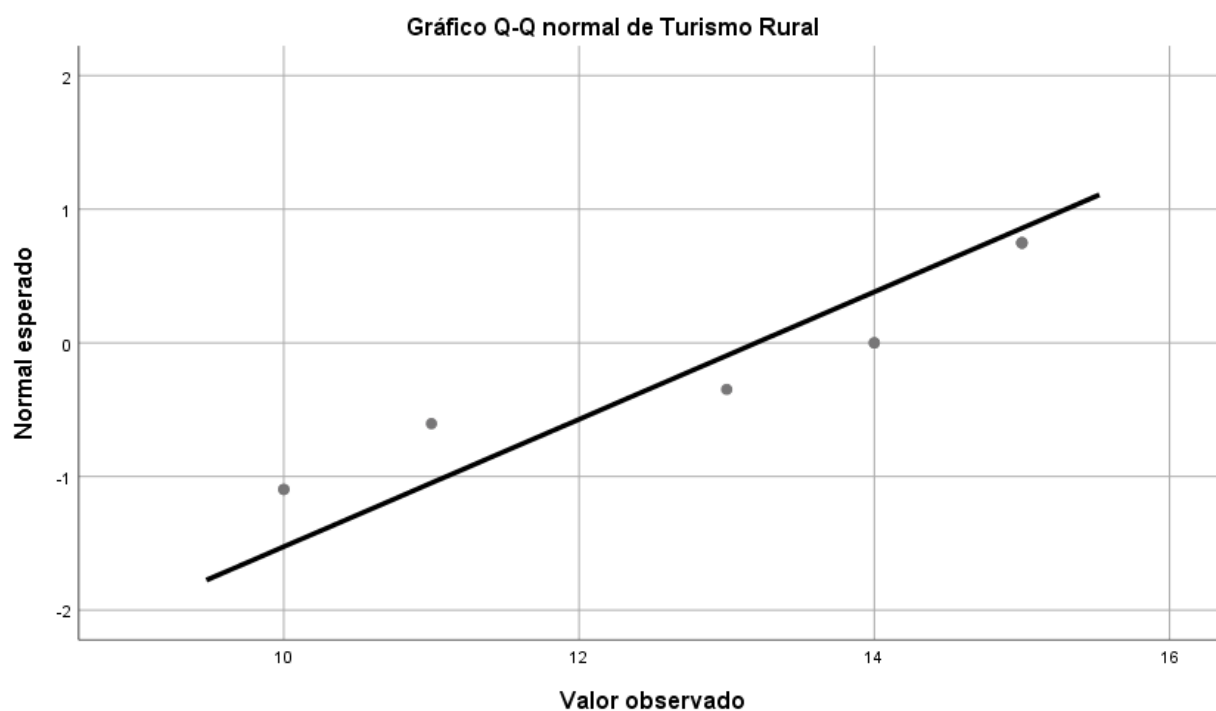
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Turismo Rural	.249	10	.080	.797	10	.013
Recursos turísticos	.433	10	.000	.594	10	.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Trabajo de campo

Figura 8

Grafica de prueba de normalidades



Fuente: Trabajo de campo

Correlación de las variables

La correlación de las variables está representada en la **Tabla 27**

Correlación de las variables, para esta se empleó el SPSS.

Tabla 27

Correlación de las variables

		Turismo Rural	Recursos turísticos
Rho de Spearman	Turismo Rural	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	.003
		N	10
Recursos turísticos		Coeficiente de correlación	.828**
		Sig. (bilateral)	.003
		N	10

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Trabajo campo

Análisis:

El cruce de las variables turismo rural con recursos turístico determinó una correlación de .83 definiéndola como una correlación positiva alta, así mismo con la correlación inversa de las variables tienen el mismo valor, llegando a determinarse una correlación positiva alta entre ellas.

Análisis de Encuestas Focalizadas

A partir de un previo análisis de la situación, se realizó encuestas focalizadas sobre las ideas para un producto turístico con escala de Likert siendo 1 en desacuerdo, 2 medianamente de acuerdo y 3 de acuerdo, para ser aplicada a los actores turístico de la parroquia, siendo ellos: el presidente del Gad Parroquial, Jefe de la Unidad de Turismo de Zamora Ch., dueños de los emprendimientos, a continuación e la **Tabla 28**

Determinantes de Variables y producto turístico se evidencian los resultados.

Determinante de variables y producto turístico

Tabla 28

Determinantes de Variables y producto turístico

Determinante de variables y Producto turístico	VARIABLE	CATEGORÍA	PORCENTAJE
--	----------	-----------	------------

Variable Turismo Rural	¿La gestión turística favorece al desarrollo social de la parroquia San Carlos de las Minas? (n=10)	En desacuerdo	10.0
		Medianamente de acuerdo	20.0
		De acuerdo	70.0
	¿La gestión turística permite el desarrollo cultural de la parroquia San Carlos de las Minas? (n=10)	En desacuerdo	00.0
		Medianamente de acuerdo	20.0
		De acuerdo	80.0
¿La economía es un factor determinante para el desarrollo de la gestión turística de la parroquia San Carlos de las Minas? (n=10)	En desacuerdo	00.0	
	Medianamente de acuerdo	20.0	
	De acuerdo	80.0	
¿Considera que el ámbito político fortalece la gestión turística de la parroquia San Carlos de las Minas? (n=10)	En desacuerdo	10.0	
	Medianamente de acuerdo	40.0	
	De acuerdo	50.0	
¿La gestión del turismo promueve el cuidado de los recursos naturales de la parroquia? (n=10)	En desacuerdo	00.0	
	Medianamente de acuerdo	40.0	
	De acuerdo	60.0	
Variable Recurso Turístico	¿Los recursos turísticos básicos, potenciales y complementarios son indispensables para la gestión turística? (n=10)	En desacuerdo	00.0
		Medianamente de acuerdo	30.0
		De acuerdo	70.0
Análisis del Producto Turístico	¿Considera Ud. que una Ruta Turística permite dar a conocer los recursos de la Parroquia San Carlos de las Minas? (n=10)	En desacuerdo	00.0
		Medianamente de acuerdo	20.0
		De acuerdo	80.0
	¿Considera que es importante integrar la gastronomía a la ruta turística? (n=10)	En desacuerdo	00.0
		Medianamente de acuerdo	10.0
		De acuerdo	90.0
	¿Considera que la maquinaria minera con valor histórico se incorpore a la ruta turística? (n=10)	En desacuerdo	00.0
		Medianamente de acuerdo	20.0
		De acuerdo	80.0
	¿Considera que un plan de marketing aportaría al desarrollo turístico rural de la Parroquia? (n=10)	En desacuerdo	00.0
		Medianamente de acuerdo	20.0
		De acuerdo	80.0
¿Considera que un plan de capacitaciones ampliaría el conocimiento de las personas en turismo? (n=10)	En desacuerdo	00.0	
	Medianamente de acuerdo	10.0	
	De acuerdo	90.0	
¿Considera que dentro de la ruta se debería promover el desarrollo de emprendimientos turísticos? (n=10)	En desacuerdo	00.0	
	Medianamente de acuerdo	10.0	
	De acuerdo	90.0	

Fuente: Trabajo de campo

Análisis de resultados en General

Determinante respecto a las variables y producto turístico

Variable Turismo Rural

En cuanto a la primera pregunta sobre el favorecimiento de la gestión turística al desarrollo social, hay un 10% de las personas que está en desacuerdo, un 20% medianamente de acuerdo y el 70% está de acuerdo, en la segunda pregunta en cuanto al desarrollo cultural,

se obtuvieron resultados del 20% medianamente de acuerdo y el 80% de acuerdo, seguido por la dimensión económica en la el 20% esta medianamente de acuerdo y el 80% de acuerdo, así mismo la dimensión política arrojan resultados de 10% en desacuerdo, el 40% medianamente de acuerdo y el 50% de acuerdo y en la dimensión ambiental el 40% esta medianamente de acuerdo y el 60% de acuerdo, dando así a conocer que la mayoría de las personas está de acuerdo que una buena gestión turístico favorece al desarrollo social, cultural, económico y ambiental de la parroquia, y la mitad está de acuerdo que la dimensión política fortalece la misma, es por ello que se debe mejorar la gestión en todos los ámbitos, para que de esta forma se pueda tener un mejor desarrollo del turismo.

Variable Recurso Turístico

El resultado de la encuesta arrojó que el 30% esta medianamente de acuerdo y el 70% está de acuerdo que los recursos básicos, potenciales y complementarios son indispensables para la gestión turística, por ende, si podemos integrar todos los recursos de la parroquia ayuda a que se puedan crear nuevos productos y ser gestionados de optimas formas.

Producto turístico

Para poder definir que producto se establecieron preguntas, en donde la pregunta sobre si considera que una Ruta Turística permite dar a conocer los recursos de la parroquia en la cual el 20% está medianamente de acuerdo y el 80% está de acuerdo, en cuanto a si es importante integrar la gastronomía a la ruta turística se obtuvo que el 10% está medianamente de acuerdo y el 90% está de acuerdo, en la pregunta sobre si la maquinaria minera con valor histórico se incorpore a la ruta turística el 20% de los encuestado está en desacuerdo y el 80% está de acuerdo, por otro lado en la pregunta que si un plan de marketing aportaría al desarrollo turístico rural de la parroquia los actores dijeron el 20% que está medianamente de acuerdo y el 80% está de acuerdo, así mismo si un plan de capacitaciones ampliaría el conocimiento de las personas sobre el turismo menciona un 10% está medianamente de acuerdo y el 90% estás de acuerdo y finalmente si dentro de la ruta se debería promover el desarrollo de emprendimientos turísticos dando como resultado que el 10% está medianamente de acuerdo y el 90% está de acuerdo. Es así que la mayoría de los encuestados está de acuerdo con que una Ruta turística es ideal para promover los recursos de la parroquia, así también se considera importante integrar la gastronomía, la maquinaria minera con valor histórico, y promover el desarrollo de los emprendimientos dentro de la ruta, y con todo esto promover el turismo de la parroquia por medio de un plan de marketing.

6.2.5. Diseño del producto turístico

1. Identificación de la demanda

Previamente al diagnóstico de la situación de la parroquia, se ha determinado el siguiente perfil de turista que se visualiza en la **Figura 9**

Perfil del Turista de San Carlos de las Minas.

Figura 9

Perfil del Turista de San Carlos de las Minas





Fuente: Trabajo de campo

2. Diseño del producto

El proceso de diseño del producto abarca diferentes etapas, que se detallan a continuación:

Etapas 1

Identificación de los Recursos/ Atractivos turísticos

Dentro de la parroquia San Carlos de las Minas, existen una gran variedad atractivos con Jerarquía II, los cuales según el Ministerio de Turismo son aquellos con algún rasgo llamativo los mismo que tienen condiciones básicas para la generación de productos turísticos los mismo que tienen la capacidad de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas nacionales. Para el desarrollo del producto turístico se utilizarán lo atractivos de las **Tabla 18**

Resumen de los Recursos de la parroquia SCM.

Etapas 2

Generación y selección de ideas

Para la generación de idea y selección de las mismas se la realizó en base al diagnóstico en el primer objetivo, además de los resultados de la encuesta para conocer el perfil del turista, en base al FODA Y FODA Estratégico y así mismo se tiene la confirmación por medio de las encuestas focalizadas a actores turísticos antes mencionados. A continuación, se detallan las ideas seleccionadas:

- Crear un Ruta turística para potenciar los recursos.
- Integrar la gastronomía local como un recurso turístico de la parroquia.
- Uso turístico la maquinaria minera con valor histórico.
- Incluir las minas de oro del sector Nambija
- Realizar deportes de aventura (escala en cascadas o rappel, ciclismo, senderismo)

Actividades a realizar

Iglesia Matriz Virgen del Lourdes

- Participación de la celebración
- Observación de esculturas y murales
- Fotografía
- Disfrutar de las actividades culturales y religiosas
- Presentaciones o representaciones en vivo

Parque Central de San Carlos

- Esparcimiento y ocio
- Convivencia
- Presentaciones o representaciones en vivo

Museo Antropológico Minero

- Recorridos autoguiados
- Fotografía
- Exhibiciones de piezas

Cascadas San Gregorio

- Practica de senderismo
- Ciclismo
- Rappel o ascenso y descenso de las cascadas
- Camping
- Picnic
- Observación de flora y fauna

Yacimientos de Nambija

- Recorridos guiados
- Fotografía
- Actividades vivenciales

Definición y prueba del concepto de producto

La parroquia San Carlos de las Minas se encuentra en la selva amazónica, por lo que la hace rica en flora y fauna, al estar rodeada de montañas con verde vegetación la hace un lugar ideal para desestresarse y compartir en familia, cuenta con una variedad de recursos naturales como cascadas, quebradas, aves endémicas, en lo cultural se encuentran las minas de Nambija, la iglesia, el parque, un museo, minas de oro, entre otras.

Para esta ruta se necesita implementos deportivos, para los cuales se tendrá en cuenta a una agencia que ofrezca los diferentes implementos para cada actividad y realizar un convenio para poder implementarla.

Etapa 3

Producto turístico

La Ruta Turística “Riqueza Cultural y Natural de San Carlos de las Minas”

Lleva el nombre porque a través de ella se atraviesa por los diferentes atractivos de la parroquia.

1. Empezando por el Museo Antropología Minero, que se ubica a la llegada de la parroquia de San Carlos de las Minas, en donde se podría tomar 1 hora para conocer a profundidad los minerales y maquetad expuestas.
2. Seguido de eso se puede visitar el Parque Central de la Parroquia, en el cual se encuentra un monumento que representa a un molino de oro, tomando una hora para el disfrute del mismo.
3. Después se visitará la Iglesia Matriz Virgen de Lourdes, para conocer su arquitectura, pinturas y esculturas, en un promedio de duración de 1 hora.
4. Luego se realizará senderismo hasta llegar a las Cascadas San Gregorio con una duración de 45 min, en este lugar se encuentras 3 cascadas de las cuales en una se puede realizar rappel con una duración de 1 hora.
5. Finalmente, el recorrido por el Yacimiento de Nambija en donde se podrá conocer la historia de Nambija, por medio de history telling que lo realizar una persona que llevo a sus inicios con una duración de 1 hora.

Integración de la oferta turística

En este punto se realizará un itinerario para poder incluir la oferta de la parroquia de San Carlos de las Minas, la misma que se encuentra en la **Tabla 29**

Itinerario de la Ruta Turística.

Tabla 29

Itinerario de la Ruta Turística

N°	Hora de Inicio	Hora de Finalización	Actividad	Observación
1	08H00	08H45	Desayuno en la Hostería Colina de Namacuntza	El turista elegirá el tipo de desayuno típico o continental.
2	08H46	09H00	Traslado al Museo Antropológico Minero	
3	09H01	10H00	Visita al Museo Antropológico Minero	
4	10H01	11H00	Recorrido por el Parque Central de San Carlos de las Minas	
5	11H01	12H00	Recorrido a la Iglesia Matriz Virgen de Lourdes	

6	12H01	13H00	Almuerzo en el Comedor San Carlos, Comedor los Geranios o Restaurante El Paso.	Cuando sean grupos grandes se distribuirá por preferencia de comida, o por cantidad.
7	13H01	13H15	Traslado al Barrio Las Orquídeas.	
8	13H15	14H00	Senderismo a las Cascadas San Gregorio	
9	14H01	15H00	Practica de Rappel	
10	15H01	16H00	Traslado al Yacimiento Nambija	
11	16H01	17H00	History telling del descubrimiento del Oro	
12	17H01	18H00	Retorno y finalización de la Ruta	

Fuente: Trabajo de campo

Forma de aplicación de la Ruta

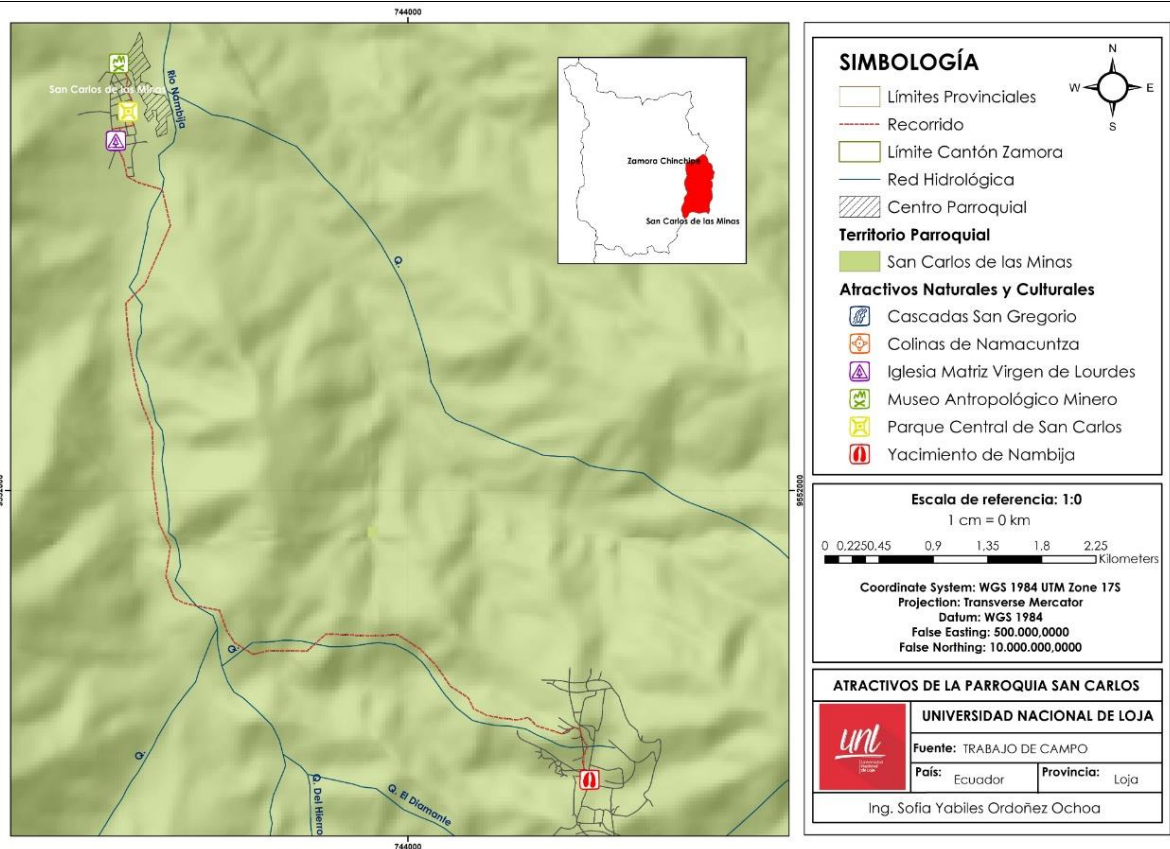
A continuación, en la **Tabla 30** se observa las instrucciones de aplicación de la ruta turística.

Tabla 30

Instrucciones para aplicación de Ruta

Objetivo Estratégico	Crear productos turísticos que potencien los recursos de la parroquia San Carlos de las Minas	
Medio	Ruta Turística	
Detalles	Nombre	Ruta Turística “Riqueza natural y cultural de la parroquia San Carlos de las Minas”
	Objetivo General	Diseñar la ruta turística
	Objetivos específicos	- Potenciar las actividades turísticas que integren los recursos naturales y culturales de la parroquia SCM - Crear fuentes de empleo para la población local. - Aportar para que las condiciones de vida de la comunidad local mejoren
Características	Visión a futuro	Promover los recursos naturales y culturales con potencial turístico que posee la parroquia San Carlos de las Minas.
	Fuentes de Financiamiento	GAD Parroquial de San Carlos de las Minas, recursos de las empresas Mineras como Asociación Pequeños Mineros y Sultana del Condor.
	Formas de Ejecución	- Administración directa - Contratación pública - Convenios con el GAD Cantonal - Gobierno Provincial de Zamora
	Responsables	Presidente de las Junta Parroquia y Vocal encargado de Turismo
Estructura del diseño	Parámetros a considerar en su diseño	-Estudio previo por un tesista de la carrera de turismo. Identificación y selección de los recursos y atractivos turísticos. Trazado de la ruta y zona de influencia. Estudio de capacidad de carga y análisis de impacto ambiental. Creación de Itinerario turístico Guion Turístico Señalización turística

Diseño de Implantación



Fuente: ArcGIS

Observaciones:

El agente de viajes o guía turístico deberá brindar información veraz de todos los atractivos a visitar y dar recomendaciones antes del viaje.

Fuente: Trabajo de campo

6.3. Modelo de gestión que permite el desarrollo turístico en la parroquia San Carlos de las Minas, Zamora, Zamora Chinchipe.

6.3.1. Plan de Acción

6.3.1.1. Definición de la identidad territorial

La parroquia de San Carlos de las Minas cuanto los siguientes elementos de identidad territorial:

- Pertenece a la Reserva Parroquial Amuicha Entsa, en la cual se han identifica las cascadas denominadas Cascadas San Gregorio que con un conjunto de 3 cascadas llamadas: Cascada del Inca, Cascada El Diamante, Cascada El Imperio Extremo.
- El Yacimiento de Nambija.
- En este lugar se encuentras diferentes culturas, las cuales han hecho una mezcla de costumbres y tradiciones.
- Las personas se caracterizan por ser amables, trabajadores y con voluntad de servicio y respeto.

- Las fiestas de parroquialización, que empiezan en diciembre con la elección de la reina acompañados de la Navidad y fin de Año, continuando en enero con la Feria Agropecuaria y Productiva.

6.3.1.2. Identificación de los problemas

Los problemas que se identificaron en la parroquia San Carlos de las Minas son obtenidos en el objetivo 1 y objetivo 2:

- Desconocimiento de la población sobre temas turísticos
- Deficiencia de la organización institucional en el sector turístico del GAD
- Falta de la promoción y difusión de la oferta turística del territorio.

6.3.1.3. Definición de los objetivos del plan

Para la parroquia de San Carlos de las Minas se determinó el siguiente objetivo General: Fortalecer la actividad turística en la Parroquia San Carlos de las Minas mediante una estrategia de sostenibilidad que fomente la participación de la comunidad, generando actividad turística como fuente de ingresos económicos, que incremente la identidad del destino turístico y se resguarde los atributos naturales del territorio.

A partir del objetivo general y en base a los problemas identificados se formula los siguientes objetivos específicos que se visualizan en la

Tabla 31

Áreas de acción, y Objetivos específicos:

Tabla 31

Áreas de acción, y Objetivos específicos

Área de acción	Problema identificado	Objetivos específicos
Capacitación	Desconocimiento de la población sobre temas turísticos	1. Capacitar a los actores turísticos, para incrementar los conocimientos sobre temáticas turísticas.
Organización	Deficiencia de la organización institucional en el sector turístico del GAD	2. Promover la articulación y organización institucional en el sector turístico del Gad, para mejorar el desarrollo de la parroquia SCM.
Marketing	Falta de la promoción y difusión de la oferta turística del territorio.	3. Incrementar la promoción del turismo en la parroquia SCM, para convertirlo en un destino turístico sostenible y de base comunitaria a nivel local, regional y nacional.

Fuente: Trabajo de campo

6.3.1.4. Líneas estratégicas y presupuesto

Las líneas estratégicas se establecieron en base a cada una de los objetivos, definiendo actividades para solucionar dicho problema, y para cada actividad se estableció los responsables, requerimientos, duración prevista y el presupuesto. Se la puede observar en la **Tabla 32**

Líneas estratégicas y presupuesto.

Tabla 32

Líneas estratégicas y presupuesto

Objetivo Específico: Capacitar a los actores turísticos, para incrementar los conocimientos sobre temáticas turísticas.				
Línea estratégica 1: Capacitaciones a los pobladores de SCM				
Actividad	Responsables e involucrados	Requerimientos	Duración Prevista	Presupuesto
1.1. Taller sobre el turismo, su importancia y tipos de turismo (Turismo Rural)	Junta Parroquial Gad Provincial Universidad Nacional de Loja Pobladores	Elaboración de material de capacitación Contratación de un capacitador Inscripción previa y confirmación de asistencia	Se prevé una duración de 1 mes antes de la capacitación.	Gestión
1.2. Taller de empoderamiento de turismo.	Junta Parroquial Gad Provincial Universidad Nacional de Loja Pobladores	Elaboración de material de capacitación Contratación de un capacitador Inscripción previa y confirmación de asistencia	Se prevé una duración de 1 mes antes de la capacitación.	Gestión
1.3. Formación sobre emprendimientos turísticos.	Junta Parroquial Gad Provincial Universidad Nacional de Loja Ministerio de Industrias y productividad Pobladores	Elaboración de material de capacitación Contratación de un capacitador Inscripción previa y confirmación de asistencia	Se prevé una duración de 1 mes antes de la capacitación.	Gestión
Línea estratégica 2: Capacitaciones a los prestadores de servicios turísticos de SCM				
2.1. Curso sobre atención al cliente y hospitalidad	Junta Parroquial Gad Provincial Universidad Nacional de Loja Prestadores de servicios	Elaboración de material de capacitación Contratación de un capacitador Inscripción previa y confirmación de asistencia	Se prevé una duración de 1 mes antes de la capacitación.	Gestión
2.2. Curso práctico sobre técnicas de guiar y animación de grupos	Junta Parroquial Gad Provincial	Elaboración de material de capacitación Contratación de un capacitador	Se prevé una duración de 2 meses antes de la capacitación.	Gestión

	Universidad Nacional de Loja Prestadores de servicios	Inscripción previa y confirmación de asistencia		
2.3. Taller Innovación de negocios turístico y turismo Rural	Junta Parroquial Gad Provincial Universidad Nacional de Loja Prestadores de servicios Ministerio de Turismo	Elaboración de material de capacitación Contratación de un capacitador Inscripción previa y confirmación de asistencia	Se prevé una duración de 1 mes antes de la capacitación.	Gestión
Línea estratégica 3: Capacitaciones a los servicios públicos del Gad				
3.1. Cursos sobre la Metodología para levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos y Manuales de capacitación turística.	Junta Parroquial Gad Provincial Universidad Nacional de Loja Prestadores de servicios Asociación de Municipalidades del Ecuador (AME)	Elaboración de material de capacitación Contratación de un capacitador	Se prevé una duración de 1 mes antes de la capacitación.	Gestión
3.2. Curso de Marketing Turísticos y Compras públicas.	Junta Parroquial Gad Provincial Universidad Nacional de Loja Prestadores de servicios Asociación de Municipalidades del Ecuador (AME)	Elaboración de material de capacitación Contratación de un capacitador	Se prevé una duración de 1 mes antes de la capacitación.	Gestión
Objetivo Específico: Promover la articulación y organización institucional en el sector turístico del Gad, para mejorar el desarrollo de la parroquia SCM.				
Línea estratégica 4: Gestión de la oferta y demanda turística en el territorio.				
Actividad	Responsables e involucrados	Requerimientos	Duración Prevista	Presupuesto
1.2. Implementación de una base de datos sobre la oferta turística en el territorio.	Junta Parroquial Gad Provincial Universidad Nacional de Loja Ministerio de Turismo	Analizar el tipo de información que se requiere colectar Contratación un programador en sistemas	Se prevé una duración de 1 año.	Inversión
1.3. Coordinar mesas de trabajo para dar a conocer y solucionar los	Junta Parroquial Gad Provincial	Establecer temas a tratar Convocatoria y confirmación asistencia	Se prevé una duración de 3 meses.	Gestión

diferentes existentes.	inconvenientes	Universidad Nacional de Loja Ministerio de turismo			
1.4. Adecuar la infraestructura de los potenciales atractivos turísticos		Junta Parroquial Gad Provincial Universidad Nacional de Loja Ministerio de turismo	Estudio de las necesidades a mejorar Compra de materia Prima Adquisición de señalética Confirmar el personal para trabajar	Se prevé una duración de 6 meses para adecuar la infraestructura.	Inversión \$13.388,74
1.5. Registrar los establecimientos turísticos en catastro del cantonal.		Junta Parroquial Gad Cantonal Universidad Nacional de Loja Ministerio de turismo	Visitar los establecimientos Verificar los requisitos Registrar en el catastro	Una duración de 2 meses para el registro	Gestión
1.6. Registrar los atractivos turísticos en el Catastro de Atractivos Turísticos del Mintur.		Junta Parroquial Gad Provincial Universidad Nacional de Loja Ministerio de turismo	Visitar los atractivos para recolectar información Reunión con técnico del Mintur Llenar los formularios Enviar a Revisión	Una duración de 3 meses para el registro de los atractivos	Gestión
Línea estratégica 5: Gestión de Técnico de turismo					
2.1. Integrar un técnico en turismo en la Parroquia		Junta Parroquial Gad Provincial Universidad Nacional de Loja Prestadores de servicios	Establecer los requisitos del técnico en turismo. Convocatoria a concurso de méritos Selección del Ganador Contratar y establecer funciones.	Se prevé una duración de 5 años del contrato del técnico de turismo.	Inversión \$72.000,00
Línea estratégica 6: Gestión de alianzas entre empresas					
3.1. Establecer alianzas entre diferentes empresas públicas y privadas		Junta Parroquial Gad Provincial Universidad Nacional de Loja Prestadores de servicios Asociación de Municipalidades del Ecuador (AME)	Definir las instituciones dispuestas a aportar al turismo de la parroquia Contactarse con cada una. Firmar los convenios.	Se prevé una duración de 6 meses para realizar las alianzas.	Gestión
Objetivo Específico 3: Incrementar la promoción del turismo en la parroquia SCM, para convertirlo en un destino turístico sostenible y de base comunitaria a nivel local, regional y nacional.					

Línea estratégica 7: Promoción y difusión del destino turístico				
Actividad	Responsables e involucrados	Requerimientos	Duración Prevista	
1.1. Realizar un video promocional de la Ruta Turística “Riqueza Cultural y Natural de San Carlos de las Minas”	Junta Parroquial Gad Provincial Universidad Nacional de Loja	Definir el logo de la ruta Establecer el tipo de video Visitar los atractivos Escribir el libreto Contratar un fotógrafo profesional	Se prevé una duración de 6 meses para realizar el video	Inversión \$3.500,00
1.2. Crear una página de información turístico	Junta Parroquial Universidad Nacional de Loja	Establecer el lugar en donde se creará la página Establecer la información que contendrá la página Contratar un programador para crear la pagina	Se prevé una duración de 1 mes antes de la capacitación.	Inversión \$5.000,00
1.3. Promocionar la Ruta Turística por medio de un Fam trip y PressTrip	Junta Parroquial Gad Provincial Gad Cantonal Universidad Nacional de Loja Tour operadores Medios de comunicación Agentes de viajes	Definir la principal agencia de Viaje de Loja y Zamora total 2 Preparar previamente los destinos a visitar Enviar una invitación Confirmar asistencia	Se prevé una duración de 3 meses antes del evento.	Inversión \$612,32
Línea estratégica 8: Puesta en valor de los atractivos turísticos del territorio				
2.1. Elaboración de materiales de difusión sobre los atractivos (para ser entregados en la información turística).	Junta Parroquial Gad Provincial Universidad Nacional de Loja	Elaboración del contenido para trípticos informativos de la Ruta Corrección de los trípticos Impresión de los 1000 ejemplares Elaboración de un mapa para hacer senderismo Impresión de 500 mapas	Se prevé una duración de 3 meses antes de la capacitación.	Inversión \$10.870,00
			TOTAL	\$100.371,06

Nota: En la tabla se representa las actividades a cumplir en el plan de acción. El presupuesto referencial tomado del Sistema Oficial de Contratación Pública (SOCE)

El presupuesto estimado es de \$100.371,06, y para este se tomó como referencia al Sistema Oficial de Contratación Pública, ya cuando se vaya a aplicar el modelo de gestión se debe realizar los respectivos estudios de cada actividad.

6.3.1.5. Cronograma de actividades

El cronograma se realizó en base a cada una de las actividades establecidas en el plan de acción, el cual tiene una duración de 5 años, en el **Tabla 33**

Cronograma del Plan de acción se puede apreciar la distribución del tiempo de cada año separado por trimestres.

Tabla 33

Cronograma del Plan de acción

	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5			Observaciones
LE 1: Capacitaciones a los pobladores de SCM																
1.1. Taller sobre el turismo, su importancia y tipos de turismo (Turismo Rural)	X															El capacitador será un docente de la Universidad Nacional de Loja
1.2. Taller de empoderamiento de turismo.	X															El capacitador se realizará con un técnico del GAD Provincial
1.3. Formación sobre emprendimientos turísticos.	X															El capacitador será un docente de la Universidad Nacional de Loja
LE 2: Capacitaciones a los prestadores de servicios turísticos de SCM																
2.1. Curso sobre atención al cliente y hospitalidad		X														El capacitador será un docente de la Universidad Nacional de Loja
2.2. Curso práctico sobre técnicas de guiar y animación de grupos		X														El capacitador será un docente de la Universidad Nacional de Loja
2.3. Taller Innovación de negocios turístico y turismo Rural			X													El capacitador será un técnico del Ministerio de Turismo
LE 3: Capacitaciones a los servicios públicos del Gad																
3.1. Cursos Metodología para levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos y Manuales de capacitación turística.			X													El capacitador será un técnico del Ministerio de Turismo
3.2. Curso de Marketing Turísticos y Compras públicas.			X													El capacitador será un técnico del Ministerio de Turismo
LE 4: Gestión de la oferta y demanda turística en el territorio.																
4.1. Implementación de una base de datos sobre la oferta turística en el territorio.				X	X	X	X									Se requiere contratar un programador de sistemas.

6.3.2. Modelo de Gestión Turística

Para realizar un modelo de gestión turística se tomaron en cuenta tres pasos:

a. Definir un órgano gestor para la implementación del plan de acción turística anteriormente formulado.

En la parroquia San Carlos de las Minas al no poseer un organismo de turismo, el presidente de la Junta Parroquia debe implementar el Plan de Acción, conformando una comisión conjuntamente con 2 representantes de los establecimientos turístico y un técnico del Gad Provincial.

b. Definir el soporte jurídico necesario a este órgano gestor.

El Comité de turismo asume la responsabilidad de ser el órgano gestor, para lo cual debe crear una instancia nueva y formalizarse de la siguiente manera:

- Creando una persona jurídica.
- A través de una ordenanza emitida por una institución pública (Cantonal o Provincial).

c. Determinar los principios y valores que definan el trabajo del órgano gestor.

La parroquia San Carlos de la Minas debe trabajar bajo los siguientes principios:

- Sostenibilidad: Realizar las actividades programadas de forma sostenible, cuidando y protegiendo las zonas de interés.
- Fomento a identidad cultural: Promover con orgullo los atractivos de la localidad y Componerse a que la población se integre al turismo conociendo los atractivos y localidad para que brindar una orientación oportuna y confiable.
- Fortalecimiento de los Actores: Incrementar el conocimiento de los actores turísticos con permanentes capacitaciones y actualizaciones de las tendencias del turismo y emprendimiento.

7. Discusión

La presente investigación desarrolla un modelo de gestión turístico para potenciar los recursos turísticos de la parroquia San Carlos de las Minas, en la que se discuten las variables turismo rural y los recursos turísticos, en la que toma gran importancia la opinión de los actores turísticos. En este sentido la investigación que concuerda con la presente es la de García Reinoso, 2017 que enfatiza que un modelo de gestión se constituyen una pauta o modelo a seguir para el desarrollo en destinos donde se realice la actividad turística, y más aún posterior a desastres naturales. Además, en la etapa inicial del diagnóstico de las comunidades manabitas se estableció por primera vez, la realización de un inventario de recursos turísticos, su evaluación y jerarquización, dentro de las actividades a desarrollar, lo mismo que se propone en este modelo.

Como parte del diagnóstico de la situación actual se identificaron 5 potenciales recursos de la parroquia SCM los mismos que son integrados en un producto turístico, lo que difiere con Villacreses, 2020 que determinó 10 recursos/atractivos en los cuales se determinó acciones para mejorar los servicios de cada uno, esto determina que todo depende de la potencialidad turística del territorio.

En cuanto al estudio del perfil del turista que García & Mendoza, (2018) realizó una encuesta 197 turistas a partir de la cual se determinó dos segmentos en el cual uno se direccionado al turismo familiar y el otro al turismo de naturaleza, dando así una coincidencia con los resultados del actual trabajo el cual se determinó 167 encuestas, en donde el perfil del turista viaja en familia y desea disfrutar del paisaje y la naturaleza, realizar actividades en la naturaleza como caminatas y senderismo, practicar deportes de aventura y también disfrutar de la cultura del sector rural como degustar de la gastronomía y visitar sitios arqueológicos, y también coincide con Crespo, (2019) el cual también en su investigación define que el turista posmoderno anhela y estima acercase a la naturaleza en su tiempo de ocio, lo mismo que impulsando otras formas de turismo alternativo.

El diseño del producto turístico es desarrollado paso a paso en el cual se decidió que el producto final sea una Ruta Turística el cual integra todos los elementos, los cuales coincidan con la OMT, 2022, el cual hace énfasis que es un conjunto de componentes tangibles e intangibles integrando un todo para el disfrute de los turistas.

Para el desarrollo de estrategias se emplea el FODA y FODA Estratégico en ambos casos, para que por medio de ella se pueda establecer un modelo de gestión turística con sus debidas estrategias y acciones que se deben tomar, siendo la principal estrategia de García, 2017 la sostenibilidad turística para el desarrollo está direccionadas a la conservación de los recursos

naturales y en cambio una estrategia de la presente investigación es la capacitación a los actores que son aquellos dueños de emprendimientos, servidores públicos y la población local, los cuales pueden mejorar la actividad turística.

Finalmente, en cuanto al modelo de gestión que propone Blanco y González, (2014) identifica las competencias y funciones de los actores involucrados en las actividades vinculando a la comunidad y el gobierno del Distrito de Santa Fe, así mismo las áreas de acción que estableció en su modelo de gestión son: Turismo Sostenible, Asociatividad, Recursos Económico, todo lo antes mencionado en parte difiere con el modelo planteado ya que en este caso es el Comité de turismo, el cual involucra a todos los actores turísticos, así como la población local, y se determinan las áreas de acción que son: Capacitación, Organización y Marketing.

Todo lo antes mencionado da a conocer lo importante que es una buena gestión y que la correcta aplicación permitirá mejorar la calidad del servicio turístico de la parroquia, ampliando las oportunidades de trabajo, y así mismo aportando para mejorar la calidad de vida de la comunidad. Además, permite que los actores sean los principales encargados de desarrollar el modelo de gestión.

8. Conclusiones

Se puede concluir que:

La parroquia de San Carlos de las Minas dispone de infraestructura básica y turística que permite del desarrollo de las actividades turísticas, ampliando las posibilidades de ofrecer turismo rural, turismo de naturaleza, turismo de aventura.

El perfil del turista de la parroquia SCM es un público joven que tiene una edad entre 16 a 35 años, los cuales desean practicar actividades al aire libre entre las que se encuentran caminatas y senderismo, deportes de aventura y a su vez desean participar de la cultura participando en eventos culturales, recorrido guiados a fincas, este segmento desea permanecer más de un día en la parroquia, con un gasto promedio de \$100 durante un viaje.

A partir de un análisis FODA se identificaron que la parroquia tiene problemas con el conocimiento sobre temas turístico en la población, la falta de organización institucional en el sector turístico por parte del Gad Parroquial, y la inexistencia de la promoción y difusión de la oferta turística.

Un modelo de gestión turística no puede solucionar los problemas de la parroquia, pero en él se establecieron estrategias para que la población mejore las condiciones de vida y así por medio de esta se puedan vincular los actores turísticos con las instituciones públicas y privadas.

La correlación de las variables turismo rural y recurso turístico es positiva alta, para lo que ambas se relación mutuamente, ampliando las posibilidades generar ideas de productos turísticos.

9. Recomendaciones

Se recomienda que:

El Comité de Turismo de San Carlos de las Minas realice las gestiones con anticipación y designe para cada actividad un encargado y de esta forma se cumpla a cabalidad cada una, cumpliendo con las fechas y presupuesto asignado, puesto que ello será de vital importancia para que las actividades se desarrollen en su momento.

El Comité de Turismo incluya en todas las actividades establecidas en el modelo de gestión turístico a los emprendedores de la parroquia ya sean que estén establecidos o estén iniciando, pues ellos son la carta de presentación en la parroquia.

El Comité de Turismo debe crear más productos turísticos y desarrollarlo, cada año hay más tendencias y ellos hace que los turistas busquen nuevas experiencias y deseos por realizar nuevas actividades.

10. Bibliografía

- Amaiquema Illescas, L. (2015). Recursos Turísticos. In *ACADEMIA Accelerating the world's research*.
- Arnandis-i-Agramunt, R. (2019). ¿Qué es un recurso turístico? Un análisis Delphi a la Academia Hispana. *Cuadernos de Turismo*, 43, 39–68. <https://doi.org/10.6018/turismo.43.02>
- Bayas-Escudero, J. P., & Mendoza-Torres, M. C. (2018). Management model for rural tourism in the central area of Manabí, Ecuador Modelo de gestão do turismo rural na área central de Manabí, no Equador. *Revista Científica Dominio de Las Ciencias*, 4, 81–102.
- Blanco, M., & González, M. (2014). *Formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales de America Latina: experiencias en Panamá, Paraguay y Venezuela* (Issue January 2014).
- Blanco, M., & Heinrichs, W. (2015). GUÍA PARA LA FORMULACIÓN DE PLANES DE DESARROLLO TURÍSTICOS EN TERRITORIOS RURALES. In *Syria Studies* (Vol. 7, Issue 1).
- Blanco, P., Vázquez, V., Reyes, J., & Guzmán, M. (2015). Inventario de recursos turísticos como base para la planificación territorial en la zona Altiplano de San Luis Potosí, México. *Cuadernos de Turismo*, 35, 17–42.
- Cabanilla, E. (2018). Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción. *Siembra*, 5(1), 121–131.
- Carvajal Zambrano, G. V., & Angel Lemoine Quintero, F. A. (2018). Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente. *El Periplo Sustentable*, 34, 164–184. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6861731>
- Cohen, C., & Benseny, G. (2016). Turismo y territorio. Un abordaje teórico desde los conceptos: recursos territoriales y atractivos turísticos. *Geografías En Diálogo. Aportes Para La Reflexión*, 1(December 2016), 35–41. http://nulan.mdp.edu.ar/2676/%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/337111109_Turismo_y_territorio_Un_abordaje_teorico_desde_los_conceptos_Recurso_Territoriales_y_Atractivos_Turisticos
- Crespo Jareño, J. A. (2019). Perfil del turista ecológico, aspectos sociodemográficos, expectativas y actividades del ecoturista en España. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 15(2), 192–201. <https://doi.org/10.4067/s0718-235x2019000200192>
- Damian, I. E., & Suárez–Barraza, M. F. (2015). Innovación de procesos en la gestión turística: Una revisión de la literatura. *Intangible Capital*, 11(2), 147–165. <https://doi.org/10.3926/ic.530>
- Esteban Nieto, N. (2018). Tipos de investigación: Metodología de la Investigación. *Repositorio Institucional USDG*, 1–4. <http://repositorio.usdg.edu.pe/handle/USDG/34>
- Fernández Quero, J. L., & Navarro Valverde, F. A. (2020). Identificación de recursos turísticos potenciales importantes por criterios de singularidad identitaria y universal. El municipio de Ugíjar en la Comarca de las Alpujarras. *Cuadernos de Turismo*, 45, 141–165. <https://doi.org/10.6018/turismo.426071>

- Galán, B. P., & Fuller, N. (2015). TURISMO RURAL COMUNITARIO, GÉNERO Y DESARROLLO EN COMUNIDADES CAMPESINAS E INDÍGENAS DEL SUR DEL PERÚ. *Quaderns*, 95–119.
- García, N., & Mendoza, I. (2018). Evaluación de los recursos turísticos para el desarrollo sostenible del turismo comunitario en Manabí. In *Dossier Académico: Bosques, Recursos Naturales Y Turismo Sostenible*. (Issue July). <https://www.cidecuador.com/>
- Gómez Ceballos, G. (2014). Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos. *Retos*, 8(8), 157–172. <https://doi.org/10.17163/ret.n8.2014.08>
- Huertas López, T. E., Suárez García, E., Salgado Cruz, M., Jadán Rodríguez, L. R., & Jiménez Valero, B. (2020). DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN. BASE CIENTÍFICA Y PRÁCTICA PARA SU ELABORACIÓN. *Liquid Crystals*, 21(1), 1–17.
- Jean, C., Ortega, G. G., & Labrada, F. M. (2019). Instrumental para evaluar los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France Instrument to Evaluate the Territorial Touristic Resources of the City Center of Fort-de-France. *Arquitectura y Urbanismo, Vol., XL*(1), 01–22. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3768/376859616005/html/index.html>
- León Abarca, R. M., & Reyes Vargas, M. V. (2020). Percepción de actores locales respecto al turismo rural como estrategia de desarrollo. Caso parroquia Malacatos, Ecuador. *Revista Científica Ecociencia*, 7(3), 1–24. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.73.342>
- León, R., Chamba Salazar, V., & León León, L. (2022). Diagnóstico turístico en la parroquia Timbara, cantón Zamora, Provincia Zamora Chinchipe (Ecuador). *RES NON VERBA REVISTA CIENTÍFICA*, 12(1), 107–128. <https://doi.org/10.21855/resnonverba.v12i1.607>
- Macas Romero, J., & Gonzaga Vallejo, C. (2017). Análisis del perfil del visitante a la Región Suroccidental del Ecuador. In *Revista* (Issue 13).
- MINCETUR. (2014). *Manual para la planificación de productos turísticos*. 11.
- Mintur. (2020). *San Vicente de Caney, tradición y cultura – Ministerio de Turismo*. <https://www.turismo.gob.ec/san-vicente-de-caney-tradicion-y-cultura/>
- MINTUR. (2017). *Tipologías de especialización turística. I*, 11. https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Anexo1_TipologiasEspaciosTuristicos.pdf
- Molina Betancur, S. (2017). El método de análisis y síntesis y el descubrimiento de Neptuno. *Estudios de Filosofía*, 55(54), 30–53. <https://doi.org/10.17533/udea.ef.n55a03>
- Moreno Melgarejo, A. (2013). La planificación y gestión turística de Siem Riep / Angkor (Camboya): Una aproximación desde el destino arqueológico considerando su relación con el parque arqueológico. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11(1), 107–119. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2013.11.006>
- Naranjo, M. R., Pelegrin, A., Marín, R. L., Pelegrin, N., Pelegrin, L., & López, Y. (2019). Modelos de gestión turística : mirada crítica desde diferentes perspectivas " María Rosa Naranjo Llupart " * " Analién Pelegrín Naranjo " " Leonardo Ramón Marín Llaver " " Norberto Pelegrín Entenza " " Lestter Pelegrín Naranjo " " Yaikel López González ". *Revista Electronica Cooperación -Universidad Sociedad*, 4(1), 16–25. <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-ModelosDeGestionTuristica-7001764>

(2).pdf

- OMT. (2022). *Desarrollo de productos turísticos*. <https://www.unwto.org/es/desarrollo-productos-turisticos>
- Ostelea. (2021). *Tendencias en turismo para el 2022 | Ostelea*.
<https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/tendencias-en-turismo>
- OSTELEA. (2020). *Retos y oportunidades del turismo rural en Ecuador: turismo comunitario, pueblos mágicos y agroturismo | Ostelea*.
<https://www.ostelea.com/actualidad/noticias/marketing-y-comunicacion/retos-y-oportunidades-del-turismo-rural-en-ecuador-turismo-comunitario-pueblos-magicos-y-agroturismo>
- Oyarvide Ramírez, H. P., Nazareno Véliz, I. T., Roldán Ruenes, A., & Ferrales Arias, Y. (2016). Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. *Retos de La Dirección*, 10(1), 71–93.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552016000100006&lng=es&nrm=iso&tlng=en
- Palmero Suárez, S. (2019). La Enseñanza Del Componente Gramatical: El Método Deductivo E Inductivo. In *Facultad de Educación Universidad de La Laguna*.
<http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/23240>
- Peralta, J. M., & LI, S. (2017). Agroturismo: una actividad que pone en valor el trabajo de las comunidades rurales. *Estación Experimental Agroforestal Esquel*, 10(1), 45–46.
- Ramajo Cuesta, A. (2011). La utilización del método etnográfico en el estudio de un acto de habla. *Revista Nebrija de Lingüística Aplicada a La Enseñanza de Lenguas*, 9.
<https://tinyurl.com/yd67loj3>
- Ramos Galarza, C. (2020). Los alcances de la investigación. *CienciAmérica: Revista de Divulgación Científica de La Universidad Tecnológica Indoamérica*, 9(3), 1–6.
- Rebollo Soto, N. (2019). *Ecoturismo*.
- Rojas Chimbo, M. (2014). *UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA ÁREA ADMINISTRATIVA*.
- Roselló Busó, E. (2017). Análisis del potencial turístico de un destino. *Publicaciones Didácticas*, 351–358.
- Sancho, A. (2019). Turismo Lenin. In *Introducción al Turismo* (p. 11).
- Varisco, C. (2015). Turismo rural: actores y recursos turísticos. *Aportes y Transferencias, Año 6-Vol.*, 3391–3406.
- Varisco, C. A. (2016). *Turismo rural: propuesta metodológica para un enfoque sistémico*. 14, 153–167. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.010>
- Vilema Herrera, L. E. (2019). Modelo de Gestión de turismo rural para la comunidad Cerrito de los Morreños, Isla Chupadores del Golfo de Guayaquil. *Repositorio DSPACE, “PLAN DE COMERCIALIZACIÓN PARA LA LÍNEA DE PRODUCTOS A BASE DE TAGUA DE LA COMUNA DOS MANGAS, PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, 2013”*, 109. <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/handle/46000/2100>

Villacreses Ponce. (2020). *Modelo de Gestión para el Desarrollo Turístico en la Parroquia Rural Santa Marianita del Cantón Manta.*

Vizcaíno Ponferrada, M. (2015). Evolución del turismo en España: el turismo cultural.

Evolution of Spanish Tourism Cultural Turism, 1(4), 75–95.

file:///C:/Users/Julia/Downloads/Dialnet-EvolucionDelTurismoEnEspana-5665969.pdf

11. Anexos

Anexo 1 Oficio de designación de Director de tesis



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

POSGRADO

Maestría en Turismo, Mención en
Gestión e Innovación de Destinos

Of. Nro. 002-2022-DESIG-ASESOR/A –MTGIDT-FJSA-UNL

Loja, 27 de junio de 2022

Ingeniera,

Jhohana Mercedes Larrea Silva, Mg. Sc

DOCENTE DE LA CARRERA DE TURISMO UNL

Ciudad

De mi consideración:

Con base a las atribuciones establecidas en el Art. 50 del Estatuto Orgánico de la UNL; y, en la parte pertinente del Art. 224 del Reglamento de Régimen Académico de la UNL, me permito designar a usted ASESOR para la elaboración del proyecto de investigación de el/la estudiante Yabiles Sofia Ordoñez Ochoa, de la Maestría en Turismo "Mención en Gestión e Innovación de Destinos", periodo académico ordinario julio- noviembre de 2022

Recomiendo que para la presentación del informe del trabajo de titulación se observe lo establecido en el Art. 224 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, y la "Guía para la Formulación del Proyecto de Investigación de Integración Curricular o de Titulación".

Particular que pongo en su conocimiento para los fines legales pertinentes,

Atentamente,



Maruxi YADIRA

Ing. Maruxi Yacira Loarte Tene, Mg.sc.

**DIRECTORA DE LA MAESTRÍA EN TURISMO,
MENCIÓN EN GESTIÓN E INNOVACIÓN DE DESTINOS.**

C.C. Maestrante

Archivo del programa

Expediente estudiantil

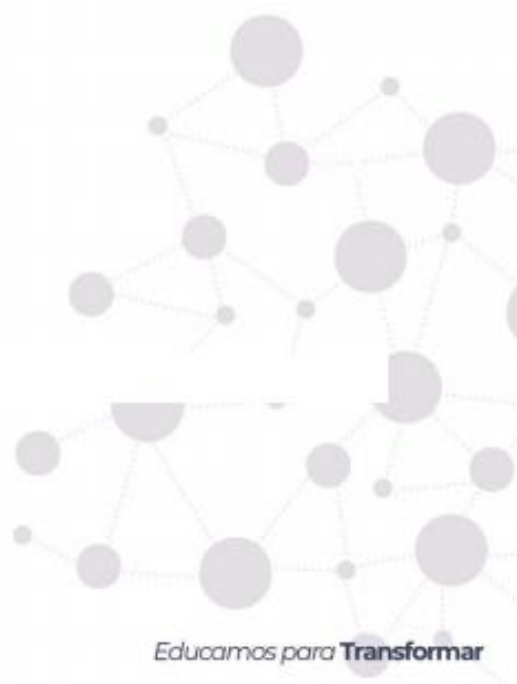
Secretaría General de la Facultad

maestria.turismo@unl.edu.ec

Celular: 0989 909066

Ciudadela Universitaria "Guillermo Falconi Espinosa

Castilla letra "S", Sector La Argelia- Loja-Ecuador



Anexo 2 Matriz de resultado de operacionalización de variables

Tabla 34

Matriz de operacionalización de variables

Objetivos específico	VARIABLES	Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Fuentes	Técnicas
- Definir la situación turística actual de la parroquia San Carlos de las Minas	Turismo Rural	Se define al turismo rural como a aquellas actividades turísticas que se desarrollan fuera del área urbana, estas pueden ser en un ambiente rural y por lo general son interesantes para las personas que habitan en las ciudades. También se conoce a este tipo de turismo como una estrategia para dinamizar los procesos en el desarrollo sostenible de los recursos de una población y el ambiente, lo cual lo hace esencial para que un pueblo aproveche sus recursos y aplique esta modalidad de turismo.	Cultural	1. La lengua 2. Las creencias 3. Saberes ancestrales 4. Costumbre heredados 5. Formas de comunicación	- Pobladores - GAD Parroquial - GAD Cantonal - GAD Provincial - PDyOT - Emprendedores Turísticos - Autoridades - INEC	- Observación directa - Encuestas - Entrevistas - Revisión bibliográfica y de fuentes oficiales
- Formular una propuesta adecuada para el desarrollo turístico de la parroquia San Carlos de las Minas.			Económica	1. Generación de ingresos 2. Puestos de trabajo 3. Alternativas de empleo		
			Social	1. La inserción de los jóvenes y las mujeres al turismo 2. Motivación de los productores 3. Relación turistas – anfitriones 4. Mejoramiento de calidad de vida de los residentes		
			Ambiental	1. Mantenimiento, conservación y mejora de las zonas naturales 2. Mitigación sobre acciones de contaminación 3. Uso del suelo		
			Política	1. Políticas públicas favorecer el desarrollo rural 2. Ordenanzas 3. Decretos		
- Plantear un modelo de gestión que permite el desarrollo turístico en la parroquia San Carlos de las Minas,	Producto Turístico	El termino recurso y recurso turístico se usa en algunos casos para referirse a la materia prima que todavía no ha sido transformada para el disfrute turístico, también es conocido el recurso turístico como todo elemento natural, toda actividad humana o todo resultado de esta actividad humana que puede mover	Recursos básicos potenciales y reales (Recursos naturales Recursos culturales) Recursos complementarios	1. Singularidad 2. Imagen turística real 3. Estado de conservación 4. Flujo turístico 1. Planta turística 2. Infraestructura 3. Superestructura 4. Actores del sector turístico	- GAD Parroquial - GAD Cantonal - GAD Provincial - PDyOT - Autoridades - Ministerio de Turismo	- Revisión bibliográfica y de fuentes oficiales - Entrevistas - Encuestas - Observación directa

Zamora,
Zamora
Chinchiipe.

y generar un desplazamiento por
motivos de ocio o ser altamente
potencial.

5. Proceso y gestión turística

Fuente: Trabajo de Campo

Anexo 3 Fotografías de entrevistas

Tabla 35

Fotografías de Entrevistas



Fotografía 1. Entrevista a presidente de la Junta Parroquial de SCM



Fotografía 2. Entrevista a presidente de la Junta Parroquial de SCM



Fotografía 3. Entrevista a Jefa encargada de la Unidad de Turismo de Zamora Ch.




Fotografía 4. Entrevista a Jefa encargada de la Unidad de Turismo de Zamora Ch.

Fuente: Trabajo de Campo

Anexo 4 Fichas resumen de los atractivos turísticos Mintur 2018

Tabla 36

Ficha N° 001 Iglesia Matriz “Virgen de Lourdes”

Ficha N° 001		
Nombre del Atractivo: Iglesia Matriz “Virgen de Lourdes”		Jerarquía: II
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Arquitectura	Subtipo: Histórico Vernáculo
Provincia: Zamora Chinchipe	Cantón: Zamora	Localidad: San Carlos de las Minas
		Georreferenciación Latitud: -4.02394 Longitud: -78.8242
		Ubicación: La iglesia de SCM está ubicada en el centro de la parroquia en las calles Virgen de Lourdes y Polonia.
Fuente: Universidad Nacional de Loja.		

Características:

La Iglesia Matriz fue construida por la gestión que realizo el Monseñor Estanislao Wrobel y junto con los habitantes de la parroquia haciendo mingas la construyeron, fue inaugurada en el año 1993. Es una edificación moderna a finales del siglo XX, su arquitectura ecléctica predominante en la fachada que resulta diferente de arquitectura popular. Los espectaculares murales de su interior fueron pintados por dos personajes polacos y las imágenes religiosas tiene una amplia historia, lo que atrae a propios y extraños. En su patio delantero se realizan representaciones en vivo en las diferentes fiestas, además que se puede vivir la fe cristiana de sus feligreses.

Recomendaciones:

Para visitar la Iglesia en caso de estar cerrada, se debe preguntar por el Párroco.

Actividades Turísticas:

Se pueden realizar actividades como: presentaciones o representaciones en vivo, convivencia, recorrido autoguiados, fotografía, participación de la celebración

Fuente: Trabajo de Campo

Tabla 37

Ficha N° 002 Parque Central de SCM

Ficha N° 002		
Nombre del Atractivo: Parque Central San Carlos de las Minas		Jerarquía: II
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Arquitectura	Subtipo: Espacio Público
Provincia: Zamora Chinchipe	Cantón: Zamora	Localidad: San Carlos de las Minas
Georreferenciación Latitud: -4.02176 Longitud: -78.8233		



Ubicación: El Parque Central de SCM está ubicada en el centro de la parroquia en las calles Juan Calva entre Juan Donoso y Orquídeas del Oriente.

Fuente: Universidad Nacional de Loja.

Características:

San Carlos de las Minas hace pocos años terminó la construcción de primer parque temático de la provincia, que representa la extracción y producción minera de la zona, el mismo que tiene un monumento representativo de los molinos de oro que se usaron en para la extracción de oro en la minas de Nambija, en el centro cuenta con una gran plazoleta circular en la que se realizan la presentaciones de danzas folclóricas en los eventos, y en la parte frontal un escenarios con el mismo fin, está decorada con piedras extraídas del propio río Nambija, este es un aporte para el desarrollo turístico y urbanístico de la cabecera parroquial.

Recomendaciones:

Está abierta al público las 24 horas de día, puedes ir a realizar ejercicio en el gimnasio al aire libre.

Actividades Turísticas:

Se pueden realizar actividades como: participación en talleres artísticos, presentaciones o representaciones en vivo, convivencia, recorrido autoguiados, actividades vivenciales y/o lúdicas, fotografía, participación de la celebración.

Fuente: Trabajo de Campo

Tabla 38

Ficha N° 003 Museo Antropológico Minero

Ficha N° 003		
Nombre del Atractivo: Museo Petrominero Arqueológico		Jerarquía: II
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Arquitectura	Subtipo: Infraestructura Cultural
Provincia: Zamora Chinchipe	Cantón: Zamora	Localidad: San Carlos de las Minas
Georreferenciación Latitud: -4.01815 Longitud: -78.8240		



Ubicación: El Museo de SCM está ubicada a la llegada de la parroquia en la Av. Mons. Jorge Mosquera Barreiro.

Fuente: Universidad Nacional de Loja.

Características:

El Museo Arqueológico Minero se encuentra ubicado dentro de la Unidad Educativa “Mons. Jorge Mosquera B”. El mismo que está ubicado a la llegada de la Parroquia. La iniciativa de la creación del museo fue del Ing. Julio Rodríguez, un coleccionista de objetos de todo tipo de metales, con ayuda del municipio de Zamora se

pudo concretar la implementación del museo; en ella se puede observar diferentes tipos de metales, además de maquetas del proceso de la extracción minera, de maquinaria usada para el mismo propósito, también una choza de cultura shuar, conchas petrificadas entre otros, el mismo que servirá para fomentar la actividad turística en la parroquia.

Recomendaciones:

Si se desea visitar el museo, se debe obtener permiso de las Rectora del colegio.


Actividades Turísticas:

Se pueden realizar actividades como: recorridos guiados, participación en talleres artísticos, presentaciones o representaciones en vivo, convivencia, recorrido autoguiados, exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales, fotografía.

Fuente: Trabajo de Campo

Tabla 39

Ficha N° 004 Cascadas San Gregorio

Ficha N° 004		
Nombre del Atractivo: Cascadas San Gregorio		Jerarquía: II
Categoría: Atractivos Naturales	Tipo: Ríos	Subtipo: Cascada
Provincia: Zamora Chinchipe	Cantón: Zamora	Localidad: San Carlos de las Minas
		Georreferenciación Latitud: -4.04989 Longitud: -78.8386

Ubicación: Las Cascadas están ubicadas dentro de las Reserva Amuicha Entsa en el barrio las Orquídeas.

Fuente: Universidad Nacional de Loja.

Características:

Las Cascada San Gregorio, se encuentran ubicadas a 5 km de la cabecera parroquial, en el barrio Las Orquídeas. La componen 3 cascadas denominadas Cascada Imperio Extremo que tiene aproximadamente 80 metros de altura la cual es ideal para practicar deportes extremos como ascenso y descenso de la cascada, además en ella se realiza rituales de sanación por los indígenas Saraguros, El Tobogán que tiene una caída de 15 metros de altura denominado así por su forma particular, en la que se puede tomar un baño muy relajante, y Baño del Inca que tiene una caída de 12 metros de altura, sus aguas son puras y cristalinas, en este sitio existe una temperatura de 20°C aproximadamente ideal para tomar un baño en días soleados.

Recomendaciones:

Visitar el lugar con ropa adecuada, repelente, protector solar, zapatos de caminata, en temporada de lluvia usar botas, tener precaución ya que la afluencia de las cascadas es mayor.

Actividades Turísticas:

Se pueden realizar actividades como: natación, montañismo, picnic, escalada, actividades recreativas, observación de flora y fauna, senderismo, cicloturismo, caminata, camping.

Fuente: Trabajo de Campo

Tabla 40

Ficha N° 005 Yacimientos de Nambija

Ficha N° 005		
Nombre del Atractivo: Yacimientos de Nambija		Jerarquía: II
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Arquitectura	Subtipo: Área Histórica
Provincia: Zamora Chinchipe	Cantón: Zamora	Localidad: San Carlos de las Minas
		Georreferenciación Latitud: -4.07182 Longitud: -78.7887

Ubicación: El Yacimiento es un asentamiento de personas que se encuentra en el barrio Nambija.

Fuente: Universidad Nacional de Loja.

Características:

El yacimiento de Nambija, es una mina aurífera en el caserío denominado con el mismo nombre, es el más grande y famoso yacimiento que la provincia de Zamora Chinchipe ha tenido. Las montañas en las que se encuentran están surcadas por numerosos métodos tradicionales de extracción del tan codiciado metal preciado que el oro, algunos se han conservado en funcionamiento y muchos han sido abandonados ya que el preciado metal se ha agotado, es un lugar ideal para disfrutar de turismo cultural.

Recomendaciones:

Visitas con la ropa como, zapatos adecuados para recorrer los caminos ya que en muchos lados está en mal estado, además abrigo este lugar posee un clima frío.

Actividades Turísticas:

Se pueden realizar actividades como: recorridos guiados, degustación de platos tradicionales, recorrido autoguiados, fotografía,

Fuente: Trabajo de Campo

Anexo 5 Entrevista para diagnóstico

Entrevista

Nombre del Entrevistado:

Cargo:

Fecha:

La Universidad Nacional de Loja, a través de la maestría en Turismo Mención en Gestión e Innovación de Destinos, se encuentra desarrollando el estudio “Modelo de Gestión para optimizar los recursos turísticos de Parroquia San Carlos de las Minas, Zamora, Zamora Chinchipe”. El análisis citado, requiere realizar la presente entrevista para lo cual solicitamos conceda unos minutos de su tiempo. La información que nos proporcione es muy valiosa y será utilizada para fines académicos, sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la presente investigación.

- 1. ¿Cuáles son las tradiciones y costumbres, eventos culturales, feriados y fiestas más relevantes de la parroquia de San Carlos de las Minas?**

- 2. Existe la presencia o potencial de conflictos sociales en el territorio ¿Cuál es el origen y causas, implicaciones/consecuencias de las mismas?**

- 3. ¿Conoce cuál es la actitud de la población local hacia el turismo?**

- 4. ¿Cuáles son las instituciones públicas enfocadas al turismo presentes en el territorio, sus objetivos y principales actividades?**

- 5. ¿Qué tipos de políticas públicas (cursos de acción – estrategias o secuencia de decisiones conectadas– encaminados a resolver problemas públicos) afectan de manera positiva o negativa al territorio y su desarrollo rural?**

6. ¿Cuáles son los proyectos e iniciativas que actualmente se están desarrollando en el territorio, en temas relacionados con el desarrollo territorial y turístico de San Carlos de las Minas?

7. ¿Cuáles son las actividades que están planificadas en el territorio, en temas relacionados con el desarrollo territorial y turístico de la zona, entidad que las ejecutará, financiamiento, participantes y beneficiarios, plazo de ejecución?

8. ¿Conoce usted si existe demanda hacia actividades turísticas en la parroquia San Carlos de las Minas??

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 6 Cuestionario de la Encuesta para conocer la demanda turística de la parroquia de San Carlos de las Minas

La Universidad Nacional de Loja, a través de la maestría en Turismo Mención en Gestión e Innovación de Destinos, se encuentra desarrollando el estudio “Modelo de Gestión para optimizar los recursos turísticos de Parroquia San Carlos de las Minas, Zamora, Zamora Chinchipe”. Esta parroquia posee recursos turísticos naturales y culturales tales como Las Cascada San Gregorio, Ruinas de Minas de Oro, Museo Petrominero Antropomorfo, la Iglesia de la Virgen de Lourdes, el Parque Central, entre otros, que pueden generar desarrollo a la misma a través de turismo rural. Por lo cual la presente encuesta tiene como finalidad recolectar información sobre la demanda y perfil de turista que desee visitarla. Le pedimos nos conceda unos minutos de su tiempo para que conteste las siguientes preguntas:

Lea detenidamente el enunciado de cada pregunta y marque con una X la respuesta que considere correcta.

1. ¿Alguna vez a visitado San Carlos de las Minas?

Sí

No

2. ¿Desearía visitar y realizar turismo en esta parroquia?

Si

No Gracias por su participación

3. ¿Cuáles han sido o serían sus principales motivos para visitar a San Carlos de las Minas? Marcar máximo 5.

Visitar familia o amigos

Disfrutar paisaje y naturaleza

Caminatas o senderismo

Avistamiento de aves

Degustación de gastronomía local

Visitas a sitio arqueológicos cultural (Minas de Oro)

Recorrido guiado a Fincas

Intercambio de saberes culturales

Deporte de aventura (ciclismo, descenso de cascada o canyoning)

Participación en un evento cultural

Otros – especificar: _____

4. ¿Qué tiempo desearía permanecer en San Carlos de las Minas?

1 día

- 2 días
- Mas de 2 días

5. ¿Cuál es su promedio de gasto durante un viaje?

- \$0-\$50 dólares
- \$51-\$100
- Mas de \$100

6. Cuand Ud. viaja con cuantas personas lo hace?

- Solo
- Con 2 personas
- Con 3 personas
- Más de 4 personas

7. ¿Qué requiere para incrementar su estadía en San Carlos de las Minas?

- Hospedaje 1
- Alimentación
- Transporte 3
- Servicio de Guianza
- Otros- Especifique:_____

8. Qué tipo de alojamiento prefiere en zonas rurales

- Hotel económico
- Cabaña
- Hostería
- Otro 4

9. ¿Qué tipo de gastronomía le gustaría degustar?

- Caldo de gallina criolla
- Repe
- Estofado de cerdo
- Estofado de gallina
- Miel con quesillo
- tilapia frita
- chanfaina
- Fritada
- Otros (especifique)_____

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por alimentación?

- \$3 a \$5

\$5,05 a \$7

más de \$7

11. ¿Cuándo usted decide vacacionar, principalmente ¿Cómo se informa del lugar donde hará turismo?

Amigos o Familiares

Agencias de viaje

Periódico/revistas

Redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter)

Otro (especifique)

12. ¿Por qué medios de transporte llegaría a este lugar??

Transporte publico

Propio

Alquiler

13. ¿Qué tipo de souvenirs le gustaría adquirir??

Artesanías en bamboo

Artesanías en piedra

Manualidades

Material POP (gorras, llaveros, camisetas, etc)

14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un souvenir?

\$1 a \$2

\$3 a \$5

más de \$5

15. ¿Por qué medio adquiere un paquete turístico?

Agencias de Viajes

Internet

Viaje por mi cuenta

DATOS GENERALES

16. **Género:**

Masculino

Femenino

17. Procedencia

Loja

Zamora

Yanzatza

Resto del país

18. Edad:

16-25

26-35

36-45

46-55

> 55

19. Número de cargas familiares

Cero

Uno

Dos

Tres

Más de 4

20. Estado civil

Soltero

Casado

Viudo

Divorciado

Unión de Hecho

21. Nivel de Instrucción más alto

Primaria

Secundaria

Tercer Nivel

Cuarto nivel

22. ¿Cuál es su ión?

Profesional

Estudiante

Empleado (Público o privado)

Independiente o emprendedor

Jubilado

Obrero

No trabajo

23. ¿Con quién viaja?

Amigos

- Pareja
- Familia
- Compañeros (trabajo, estudio, entre otros)
- Grupo guiado
- Otros – especificar: _____

Le agradecemos su colaboración - ¡su opinión nos importa mucho!

Anexo 7 Encuesta Focalizada a Actores Turísticos

La Universidad Nacional de Loja, a través de la maestría en Turismo Mención en Gestión e Innovación de Destinos, se encuentra desarrollando el proyecto de investigación denominado “Modelo de Gestión para optimizar los recursos turísticos de Parroquia San Carlos de las Minas, Zamora, Zamora Chinchipe”, en razón de que esta parroquia posee recursos turísticos naturales y culturales tales como Las Cascada San Gregorio, Ruinas de Minas de Oro, Museo Petrominero Antropomorfo, la Iglesia de la Virgen de Lourdes, el Parque Central, entre otros, que pueden generar desarrollo a la misma a través de turismo rural, además que posee infraestructura básica que aporta al turismo. Por lo cual la presente encuesta tiene como finalidad recolectar información que aporte al proyecto. Le pedimos nos conceda unos minutos de su tiempo para que conteste las siguientes preguntas:

De acuerdo a su criterio en cada pregunta por favor seleccione la opción que crea conveniente:

Tabla 41

Encuesta a Actores Locales

Pregunta	Muy de acuerdo	Mediamente de acuerdo	En desacuerdo
¿La gestión turística favorece al desarrollo social de la parroquia San Carlos de las Minas?			
¿La gestión turística permite el desarrollo cultural de la parroquia San Carlos de las Minas?			
¿La economía es un factor determinante para el desarrollo de la gestión turística de la parroquia San Carlos de las Minas?			
¿Considera que el ámbito político fortalece la gestión turística de la parroquia San Carlos de las Minas?			
¿La gestión del turismo promueve el cuidado de los recursos naturales de la parroquia?			
¿Los recursos turísticos básicos, potenciales y complementarios son indispensables para la gestión turística?			
¿Considera Ud. que una Ruta Turística permite dar a conocer los recursos de la Parroquia San Carlos de las Minas?			
¿Considera que es importante integrar la gastronomía a la ruta turística?			
¿Considera que la maquinaria minera con valor histórico se incorpore a la ruta turística?			
¿Considera que un plan de marketing aportaría al desarrollo turístico rural de la Parroquia?			
¿Considera que un plan de capacitaciones ampliaría el conocimiento de las personas en turismo?			
¿Considera que dentro de la ruta se debería promover el desarrollo de emprendimientos turísticos?			

Fuente: Trabajo de campo

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 8 Certificado de Integración curricular de titulación



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

POSGRADO

Maestría en Turismo, Mención en
Gestión e Innovación de Destinos

CERTIFICACION DE APROBACION DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR O DE TITULACIÓN

Conforme lo establecido en el Art. 231 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja vigente, que textualmente en su parte pertinente dice: **"Aprobación de la Unidad de Integración Curricular o de Titulación. La Unidad de Integración Curricular o de Titulación, está conformada por la asignatura denominada trabajo o unidad de integración curricular. A la culminación de las labores académicas de la asignatura denominada Trabajo o Unidad de Integración Curricular o de Titulación, el director del trabajo de integración curricular o de titulación, emitirá el certificado individual de culminación, con el cual el docente de la asignatura de integración curricular o trabajo de titulación calificará la aprobación del trabajo de integración curricular o de titulación el que, junto con las calificaciones logradas en el desarrollo de la asignatura, determinará la acreditación o no de la Unidad. En el certificado dejará sentada la razón de las posibles variaciones o modificaciones menores que se han realizado por ser indispensables para asegurar el buen desarrollo de la investigación..."**, En mi calidad de director del trabajo de titulación **CERTIFICO:**

Que, el señor estudiante **Yabiles Sofia Ordoñez Ochoa**, con C.C. N° **1900724467**, ha culminado a satisfacción con el 100% del trabajo de titulación denominado **"Modelo de gestión para optimizar los recursos turísticos en la parroquia San Carlos de las Minas, cantón Zamora, provincia Zamora Chinchipe"**. Por lo manifestado dejo sentada razón de que en dicho trabajo no ha existido cambio alguno.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el señor/a docente de la asignatura de integración curricular o trabajo de titulación; proceda a la calificación y aprobación del mismo; y, conjuntamente con las calificaciones logradas en el desarrollo de la asignatura, determine la acreditación o no de la Unidad de Integración Curricular o de Titulación, del mencionado estudiante.

Loja, 20 de noviembre de 2022



Placedo a este código QR a por:
JHOHANA
MERCEDES LARREA
SILVA

F) -----
Ing. Jhohana Mercedes Larrea Silva Mg.Sc.
DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACION

C.C. Sr. Yabiles Sofia Ordoñez Ochoa
Expediente De Estudiante
Archivo

maestria.turismo@unl.edu.ec
Celular: 0989909066
Ciudadela Universitaria " Guillermo Falconí Espinosa
Casilla Ietra " S.Sector La Argelia- Loja-Ecuador



Educamos para Transformar

Anexo 9 Certificación de traducción de Abstract

La Srta. **Karina Magdalena Beltrán Valverde**, identificada con cedula N°**1900724590**
Licenciada en Ciencias de la Educación mención en Idioma de Inglés.

CERTIFICA:

Que el texto traducido al idioma inglés que compone el **Resumen** del trabajo de titulación denominado **“Modelo de gestión para optimizar los recursos turísticos en la parroquia San Carlos de las Minas, cantón Zamora, provincia Zamora Chinchipe” / “Management model to optimize tourism resources in the San Carlos de las Minas parish, Zamora canton, Zamora Chinchipe province”** corresponde a la **Ing. Yabiles Sofia Ordoñez Ochoa**, con numero de Cedula: **1900724467**, fue realizado y verificado bajo mi supervisión.

Esto es todo cuanto puedo indicar en honor a la verdad, facultando a la interesada a hacer uso del presente documento para los fines que crea pertinentes.

Loja, 20 de noviembre del 2022



Firmado electrónicamente por:
**KARINA MAGDALENA
BELTRAN VALVERDE**

Lcda. Karina Magdalena Beltrán Valverde

C.I. 1900724590.