



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Turismo

**PIT'S para la Parroquia Zumba, Cantón Chinchipe, Provincia
de Zamora Chinchipe**

Trabajo de Integración Curricular
previo a la obtención del título de
Licenciada en Turismo

AUTORA:

María Mercedes Zaquinaula Urrego

DIRECTORA:

Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga Mg. Sc.

Loja - Ecuador

2023

Certificación

Loja, 23 de noviembre del 2023

Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga Mg. Sc

DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Modalidad presencial

CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo el proceso de elaboración del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Pit's para la Parroquia Zumba, Cantón Chinchipe de la Provincia de Zamora Chinchipe**, previo a la obtención del título de **Licenciada en Turismo**, de la autoría de la estudiante **María Mercedes Zaquinaula Urrego**, con **cédula de identidad Nro.1105167678**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.

Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga Mg. Sc

DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Autoría

Yo, **María Mercedes Zaquinaula Urrego**, declaro ser la autora del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual

Firma:

Cédula de Identidad: 1105167678

Fecha: 23 de noviembre del 2023

Correo electrónico: maria.zaquinaula@unl.edu.ec

Celular: 0969558434

Carta de autorización por parte de la autora para la consulta de producción parcial y/o publicación electrónica de texto completo, del Trabajo de Integración Curricular

Yo, **María Mercedes Zaquinaula Urrego**, declaro ser autora del presente Trabajo de Integración Curricular denominado: **Pit's para la Parroquia Zumba, cantón Chinchipe de la provincia de Zamora Chinchipe**, como requisito para optar el título de: **Licenciada en Turismo**; autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los veintitrés días del mes de noviembre del dos mil veintitrés.

Firma:

Autora: María Mercedes Zaquinaula Urrego

Cédula: 1105167678

Dirección: Loja - Ecuador

Correo electrónico: maria.zaquinaula@unl.edu.ec

Celular: 0969558434

DATOS COMPLEMENTARIOS

Directora del Trabajo de Titulación: Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga Mg.Sc.

Dedicatoria

La presente investigación primeramente le quiero dar gracias a Dios por haberme guiado en todo este proceso, por todas las pruebas que hace crecer como persona y permita dar lo mejor de mí.

A mis queridos padres Carmen Urrego y Matías Zaquinaula por haberme dado la vida, por todo el sacrificio que me han brindado en todo este proceso y nunca dejarme sola, haber confiado en mí en todo momento; a mi hermana Verónica Sarango por siempre compartir conmigo estos momentos alegres, tristes y sobre todo haberme brindado su apoyo incondicional para cumplir este sueño.

A mi hija Ariana Sofía por ser mi fuerte inspiración y quién me impulsa cada día a superarme y sobre todo enseñarme lo más valioso que es la vida y nunca darme por vencida.

María Mercedes Zaquinaula Urrego

Agradecimiento

Quiero expresar mis agradecimientos a la Universidad Nacional de Loja de manera especial a la Carrera de Turismo a las autoridades y personal docente que conforma esta prestigiosa carrera que con su sabiduría, conocimiento, opiniones, sugerencias y apoyo me motivaron ser una mejor persona así mismo me ayudaron al desarrollo del presente trabajo

A mi directora la Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga Ms. Sc, quien se ha tomado el debido tiempo y paciencia para la realización del trabajo de titulación. Infinitas Gracias.

A la Ing. Jhohana Larrea por haberme guiado en la materia y por su compromiso que demostró en el trabajo de integración curricular.

Finalmente, a todas las personas que formaron parte de mi vida universitaria que de alguna manera me dejaron muchas enseñanzas.

María Mercedes Zaquinaula Urrego

Índice de Contenidos

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de contenidos	vii
Índice de Tablas:	ix
Índice de Figuras:	xii
Índice de Anexo:	xiii
1. Título	1
2. Resumen	2
2.1 Abstract.....	3
3. Introducción	4
4. Marco teórico	6
4.1 Marco Conceptual.....	6
4.1.1. Turismo	6
4.1.2 Productos Turísticos.....	7
4.1.3 Macro-productos Turísticos	9
4.1.4 Micro-productos Turísticos	9
4.1.5 Mercado Turístico	10
4.1.6. PITS.....	11
4.1.7 Desarrollo Local.....	12
4.1.8 Diagnóstico Turístico	12
4.2 Marco Referencial	12
4.2.1. Trabajo Investigativo Referencial 1.....	12
4.2.2. Trabajo Investigativo Referencial 2	13
4.2.3. Trabajo Investigativo Referencial 3	13

5. Metodología.....	15
5.1 Área de Estudio	15
5.2 Metodologías por objetivos	15
6. Resultados	18
6.1 Diagnóstico del potencial turístico de la parroquia Zumba, de acuerdo a los PIT's.....	18
6.1.1 Caracterización del Territorio: Parroquia Zumba	18
6.1.2 Análisis Multidimensional del Territorio Parroquia Zumba.....	18
6.1.3 Caracterización de los PIT identificados.....	21
6.1.4 Lista de PIT's	26
6.1.5 Características presentes en los PIT por criterio.	26
6.1.6 Clasificación y priorización de los PIT	30
6.1.8 Jerarquización de los PIT según la metodología de Marvin Blanco	33
6.1.9. Caracterización de Atractivos y Recursos Turísticos complementarios.....	36
6.1.10 Análisis de la oferta turística.....	37
6.1.11 Análisis de la demanda.....	43
6.1.12 Perfil del turista que visita la parroquia urbana Zumba	52
6.1.13 Matriz FODA	53
6.1.14 Matriz de FODA estratégico	54
6.2 Propuesta de productos turísticos basados en PIT's para la parroquia Zumba.....	58
6.2.1. Diseño de portafolio de productos turísticos integrando los PIT's	59
6.2.2 Estrategias Complementarias a la Propuesta.....	70
7. Discusión	78
8. Conclusiones	80
9. Recomendaciones	81
10. Bibliografía	82
11. Anexos	85

Índice de Tablas

Tabla 1. Aspectos generales del territorio	18
Tabla 2. Análisis multidimensional del territorio Parroquia Zumba.....	18
Tabla 3. Ficha Resumen de Caracterización de PIT's Identificados en la parroquia Zumba.....	22
Tabla 4. Listado de PIT's de la parroquia Zumba.....	26
Tabla 5. Ficha de Criterios para la clasificación y priorización de los PIT's Agropecuarios.....	27
Tabla 6. Ficha de Criterios para la clasificación y priorización de los PIT's Agroindustriales	28
Tabla 7. Ficha de Criterios para la clasificación y priorización de los PIT's Gastronómicos.....	28
Tabla 8. Valores para Calificación de los PIT's por Criterio.....	30
Tabla 9. Calificación de los PIT's Agropecuarios	31
Tabla 10. Calificación de los PIT's Agroindustrial.....	31
Tabla 11. Calificación de los PIT's Gastronómico	32
Tabla 12. Jerarquización de los PIT según la metodología de Marvin Blanco.....	33
Tabla 13. Atractivos y Recursos de la parroquia Zumba	36
Tabla 14. Ficha Resumen de la Entrevista para determinar la oferta de servicios turísticos de la parroquia Zumba	37
Tabla 15. Servicios Complementarios.....	42
Tabla 16. Sexo.....	43
Tabla 17. Edad.....	43
Tabla 18. Lugar de Procedencia	43
Tabla 19. Estado civil.....	44
Tabla 20. Nivel de estudios	44
Tabla 21. Ocupación actual.....	44
Tabla 22. Ingreso mensual.....	45
Tabla 23. Conoce la parroquia Zumba	45
Tabla 24. Cuál sería el promedio de gasto diario en su visita	46
Tabla 25. Que actividades le gustaría realizar durante su visita	46
Tabla 26. Medio de transporte utilizado para visitar la parroquia urbana Zumba	47
Tabla 27. Lugar donde le gustaría hospedarse	47
Tabla 28. Calidad de los servicios turísticos recibidos durante su estadía.....	47

Tabla 29. Principales razones para visitar la parroquia.....	48
Tabla 30. Compañía durante el viaje.....	48
Tabla 31. Las veces que ha visitado la parroquia.....	49
Tabla 32. Número de persona que ha realizado la visita.....	49
Tabla 33. Cuanto estaría dispuesto a estar en la parroquia	49
Tabla 34. Fuentes de información relevantes para planear su visita a Zumba.....	49
Tabla 35. Tipos de turismo les gustaría que se implementen o mejoren en la zona ...	50
Tabla 36. Qué productos turísticos le gustaría que se implemente o mejoren en la zona.....	50
Tabla 37. Matriz FODA	53
Tabla 38. Matriz FODA estratégico	54
Tabla 39. Diseño de Ruta y Circuito Turístico.....	58
Tabla 40. Desarrollo de la ruta	59
Tabla 41. Guión de Ruta Turística	62
Tabla 42. Presupuesto de Ruta Turística "El Charapano"	64
Tabla 43. Desarrollo del Circuito Turístico.....	65
Tabla 44. Guión de Circuito Turístico "Finca Tour".....	67
Tabla 45. Presupuesto Circuito Turístico "Finca Tour"	68
Tabla 46. Ficha General de Estrategias Complementarias.....	70
Tabla 47. Desarrollo de la promoción	72
Tabla 48. Desarrollo de plan de capacitación.....	74
Tabla 49. Generar propuesta de planes de gestión	76
Tabla 50. Ficha 1 Río Palanuma	91
Tabla 51. Ficha 2. Cascada los Monos.....	92
Tabla 52. Ficha 3. Quebrada la Delicia	93
Tabla 53. Ficha 4. Cascada la Diversión.....	94
Tabla 54. Ficha 5. Río Guadual.....	95
Tabla 55. Ficha 6. Río Isimanchi	96
Tabla 56. Ficha 7. Cascada la Jalca.....	97
Tabla 57. Ficha 8. Río Mayo	98
Tabla 58. Ficha 9. Playa la Yamila	99
Tabla 59. Ficha 10. Parque Central	100
Tabla 60. Ficha 11. Iglesia Central.....	101
Tabla 61. Ficha 12. Piscinas Recreativas Municipales.	102

Tabla 62. Ficha 13. Fiesta cívica o Fiesta de Aniversario de Cantonización de Chinchipe.....	103
Tabla 63. Ficha 14. Fiestas Religiosas o Romería de la Virgen del Cisne.....	104

Índice de Figuras:

Figure 1. Mapa de Ubicación de la Parroquia Zumba.....	15
Figure 2. Río Palanuma	91
Figure 3. Cascada los Monos	92
Figure 4. Quebrada la Delicia.....	93
Figure 5. Cascada la Diversión.....	94
Figure 6. Río Guadual	95
Figure 7. Cascada La Jalca	97
Figure 8. Río Mayo	98
Figure 9. GAD del cantón Chinchipe (2020)	102
Figure 10. Fiestas Cívicas del Cantón 2023	103
Figure 11. Romería de la Virgen del Cisne	104

Índice de Anexos:

Anexo 1. Oficio de Asignación De Director de Tesis.....	85
Anexo 2. Formulario para la caracterización de Productos con Identidad Territorial .	86
Anexo 3. Formulario para la entrevista.....	87
Anexo 4. Formulario de la Encuesta.....	88
Anexo 5. Fichas Resumen de Atractivos Complementarios.....	91
Anexo 6. Anexo Fotográfico.....	105
Anexo 7. Ficha del MINTUR	106
Anexo 8. Certificación del Tribunal de Grado.....	116
Anexo 9. Certificación de Traducción de Inglés.....	117

1. Título

“PIT’s para la parroquia Zumba, cantón Chinchipe, Provincia de Zamora Chinchipe”

2. Resumen

La parroquia Zumba cuenta con variedad de productos PIT's, por lo que el presente trabajo de investigación se basó en la valorización turística de productos con Identidad Territorial de la parroquia Zumba, ya que no cuenta con suficiente apoyo por parte de entidades, limitada planificación para el sector turístico, y baja promoción. Una de las características que presenta la parroquia es el potencial turístico que cuenta con productos agropecuarios, agroindustriales y gastronómicos, como también atractivos naturales y culturales. Así mismo, se diagnosticó el potencial turístico de acuerdo a los PIT's en la parroquia Zumba, aplicando el levantamiento de información del lugar; y entrevistas a los moradores para identificar los productos locales, en la categoría de agropecuario son 4 productos prioritarios, 4 agroindustriales y 3 gastronómicos; de esta manera la aplicación de encuestas fue dirigida a la demanda potencial permitiendo conocer el perfil del turista; también se elaboró un análisis FODA y FODA cruzado, lo que permitió dejar planteado tres objetivos estratégicos con la finalidad que las autoridades las lleven a cabo para un mayor desarrollo turístico de la parroquia. Para la formulación de la propuesta, se utilizó la metodología de Marvin Blanco para diseñar un portafolio de productos agroturísticos, a partir del cual se crea una Ruta denominada "El Charapano" y un circuito denominado "Finca Tour", con sus respectivos itinerarios. Se concluye que los productos agroturísticos, son un eje importante para una localidad, puesto que se propone nuevas opciones para conocer y disfrutar de los modos de vida, el saber hacer de la gente del medio rural, para de esta manera brindar una oferta diversificada y satisfacer las necesidades de los clientes.

Palabras Clave: Productos turísticos, Identidad territorial, Potencial turístico.

2.1 Abstract

The Zumba Parish has a variety of PIT's products, so this research work was based on the tourist valorization of products with Territorial Identity of the Zumba Parish, since it does not have enough support from entities, limited planning for the tourism sector, and low promotion. One of the characteristics of the Parish is its tourism potential, which includes agricultural, agro-industrial and gastronomic products, as well as natural and cultural attractions. Likewise, the tourism potential was diagnosed according to the PIT's in the Zumba parish, applying the information survey of the place; and interviews to the inhabitants to identify the local products, in the category of agriculture and livestock there are 4 priority products, 4 agro-industrial and 3 gastronomic; In this way the application of surveys was directed to the potential demand allowing to know the profile of the tourist; also a SWOT and cross SWOT analysis was elaborated, which allowed to leave raised three strategic objectives with the purpose that the authorities carry out them for a greater tourist development of the parish. For the formulation of the proposal, Marvin Blanco's methodology was used to design a portfolio of agro-tourism products, from which a route called "El Charapano" and a circuit called "Finca Tour" were created, with their respective itineraries. It is concluded that agrotourism products are an important axis for a locality, since new options are proposed to know and enjoy the way of life and the know-how of the rural people, in order to provide a diversified offer and satisfy the needs of the clients.

Key words: Tourism products, Territorial identity, Tourism potential.

3. Introducción

Los PIT's. tienen una tradición y una reputación relacionada con la biodiversidad, cultura, historia y/o saberes de los territorios rurales, que les permite competir desde sus ventajas únicas o comparativas en el mercado de productos y servicios. (Blanco, 2016). Por lo tanto, los PIT's es la identificación de productos con Identidad Territorial agropecuarios, agroindustriales, gastronómicos y artesanales, que tienen un enorme potencial para diversificar la actividad económica de un sitio geográfico. El agroturismo es una tendencia relativamente nueva en el sector turístico, la que consiste en visitar fincas, pueblos, granjas, observar la vida rural y hasta participar en las labores agrícolas.

El presente trabajo de investigación, ayudará a fortalecer la actividad turística, mediante la determinación de la situación actual de la zona de estudio, tomando en cuenta la recopilación de información de los PIT's identificados, de los atractivos complementarios, los servicios, la infraestructura, accesibilidad, gobernanza y comunidad receptora. La parroquia Zumba tiene entre sus principales actividades económicas la agricultura, producción forestal, pecuaria y avicultura; así mismo, siendo reconocida a nivel cantonal por su plato basado en la “hormiga culona” y bebida típica como la guayusa. Sin embargo, no cuenta con una estrategia de difusión que permita la promoción de actividades, tales como su gastronomía, la feria fronteriza, además de su riqueza natural y cultural. El desconocimiento y descuido de los atractivos turísticos por parte de las autoridades del GAD cantonal, no permite que exista una importante afluencia de turistas, dando como consecuencia el desinterés para formular productos agroturísticos que se puedan ofertar en el mercado, para fortalecer el desarrollo turístico de la parroquia.

Los beneficiarios serán los habitantes del sector que brindan servicios turísticos (hospedaje, alimentación, servicios complementarios, entre otros), además de las personas dedicadas a la agricultura y sin duda al GAD cantonal, pues al diseñar productos agroturísticos, los habitantes de la parroquia conocerán una forma de planificar e implementar nuevos métodos para el desarrollo turístico, generando ingresos económicos que ayudarán al progreso y mejoras en sus estilos de vida. Así mismo, esto ayudará a que los pobladores de la parroquia, se integren en las diferentes actividades planificadas y de la misma manera se relacionen directamente con los turistas, teniendo en cuenta que por ser una parroquia fronteriza tendrá incluso más afluencia de turistas del vecino país de Perú.

Se hace una breve relación con el trabajo de (Folcano, Palos, Campón, & Hernandez, 2017) haciendo referencia al desarrollo de productos con identidad y desarrollo sobre rutas

queseras en España, haciendo una breve comparación con la ruta diseñada para la parroquia Zumba, a diferencia que en esta última se le añade los tres principales productos agroturísticos. Como menciona (Blanco, 2016) la ruta permite de alguna manera conocer algunos atractivos, la planta turística y los diferentes productos, que faciliten el disfrute de un destino planificado y organizado.

Para este estudio se planteó un objetivo general “Identificar productos con identidad territorial para el desarrollo turístico de la parroquia Zumba, cantón Chinchipe de la Provincia de Zamora Chinchipe” y dos objetivos específicos como son: “Diagnosticar el potencial turístico de la parroquia Zumba, de acuerdo a los PIT’s”, y “Formular la propuesta de productos turísticos para la parroquia Zumba.”.

Por lo mencionado anteriormente, el presente trabajo de investigación, permitió realizar un diagnóstico situacional actual con información de campo, para determinar datos específicos tanto de la parroquia, como de los productos agroturísticos y los atractivos naturales y culturales; para de esta forma dejar planteado en el segundo componente el diseño de una ruta y un circuito turístico, que aporte a la oferta turística presente, a través de una mejor organización e integración con otros productos y atractivos de la parroquia.

4. Marco Teórico

4.1 Marco Conceptual

4.1.1 Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales supone un gasto turístico. (UNWTO, s.f.)

4.1.1.1 Tipos de turismo. Dentro del turismo, como concepto, existen una gran variedad de tipos de turismo. Todos estos tipos se clasifican en función del fin con el que se realiza el viaje, así como el interés que provocó la motivación. Dependiendo de la actividad que se realice durante el viaje, la duración, la estancia, la compañía, así como otros factores, podemos clasificar el turismo entre los siguientes tipos:

4.1.1.1.1 Turismo rural. El turismo rural permite en algunos casos obtener ingresos complementarios a la agricultura en zonas de escasa aptitud agrícola en donde se lo considera como una posibilidad de diversificación económica y de freno al desarraigo. Sin embargo, en otras regiones, el turismo rural representa un nuevo modelo de turismo no masificado, destinado a un segmento que en general es respetuoso de las cuestiones ambientales. (Fernández, 2019)

4.1.1.1.2 Turismo cultural. El turismo cultural es un tipo de actividad turística en la que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir las atracciones / productos culturales tangibles e intangibles en un destino turístico. (Alicante, 2019)

4.1.1.1.3 Agroturismo. El agroturismo se fundamenta en el disfrute de experiencias ligadas a una explotación agrícola o ganadera. Constituye un ejemplo manifiesto del turismo como complemento de las rentas agrarias. Es el propio agricultor o ganadero quien aloja al turista. (Rocillo Aquino, 2022)

El Agroturismo es una forma de Turismo Alternativo cuya esencia se aprecia en el conjunto de actividades organizadas por agricultores como complemento del desarrollo de su actividad principal, a las cuales se invita a participar a los turistas y que constituyen a su vez servicios por los que se cobra. Este surge y se vincula a la propia actividad agraria, donde el organizador de la actividad es el propio agricultor y resultan abarcadoras la heterogeneidad y la complejidad del mundo real, sus características medioambientales específicas, proyectos,

actores sociales y el acceso a los recursos del campo. Se trata entonces de que los actores implicados pongan en valor las prácticas culturales, reconociendo cada actividad económica y cultural como parte de la forma de vida de una determinada comunidad (Osorio 2015, citado por Rodríguez, 2019)

4.1.1.1.4 Turismo gastronómico. Personas que durante sus viajes y estancias realizan actividades fundamentadas en el patrimonio cultural gastronómico material e inmaterial en lugares diferentes a los de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con el principal fin de consumir y disfrutar productos, servicios, experiencias e inspiraciones gastronómicas de manera prioritaria y complementaria (Arias Castañeda & Pozo Moreano, 2021)

4.1.1.1.5 Turismo Vivencial. El turismo vivencial se puede definir de varias maneras, sin embargo, una opción viable gira en torno a percibirlo como aquel modelo turístico, basado en la exposición de los factores culturales de una localidad, mediante el involucramiento de la población local en toda la cadena productiva de la actividad, ya sea como guía en los tours alrededor de la zona, también en el servicio de alojamiento y restaurantes, entre otras tareas relacionadas con esta forma de ejercer la actividad turística. (Gámez Mendonza, 2022). El turismo vivencial o también llamado turismo experiencial ofrece al turista involucrarse activamente en la vida cotidiana de los pobladores de una comuna o localidad, aproximándolo a la naturaleza de una manera más activa y directa, pero de manera responsable, respetando el entorno natural y socio cultural propias del lugar.

4.1.2 Productos Turísticos.

Los productos turísticos es la combinación de bienes y servicios que el comprador pueda apreciar, sino solo suponerla. No la puede manipular, portar y llevarse consigo para su uso o consumo, como un artículo cualquiera; por el contrario, el producto se compone de dos partes indivisibles, una parte tangible la constituye el producto global, tal y como es ofrecido por los productores a los clientes, y otra parte intangible que es la percepción y expectativas que los consumidores tienen del producto. (Salinas, Medina, & SantamarinaJorge, 2020).

Según la Organización Mundial del Turismo (2019) un producto turístico es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los

posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital. (UNWTO, 2019)

4.1.2.1 Recursos Turísticos. Walsh, Heron & Stevens (1990) citado en la revista Cuaderno de Turismo en su artículo “¿Qué es un Recurso Turístico? Un análisis Delphi a la academia hispana (Arnandis, 2019) hace referencia que un recurso turístico es un rasgo en un área (lugar, escenario o un foco de actividad) que tiene la intención de atraer visitantes, provee una experiencia entretenida y agradable y un modo divertido para que los clientes gasten su tiempo de ocio, también se menciona que se desarrolla con el objetivo de alcanzar potencial, la satisfacción de los clientes.

4.1.2.2 Servicios Turísticos. Los servicios son procesos o actividades que tienen una naturaleza en gran parte intangible. Se entiende por servicio como aquella actividad o conjunto de actividades de naturaleza más o menos intangible que normalmente, pero no necesariamente, tiene lugar cuando interactúan el cliente y el empleado de servicio, los recursos o los bienes físicos o los sistemas de prestación del servicio que se ofrecen como solución a los problemas del cliente. (Perini, 2020)

4.1.2.3 Infraestructura Turística. El apoyo que se da a la oferta de servicios, por eso considerando un elemento del sistema. Se incluye servicios básicos como agua potable, energía eléctrica y alcantarillado, pero también servicios de salud y gasolineras. Se identifican también los servicios de transporte, vías y terminales que permiten la llegada de la demanda y su traslado desde y hacia otros espacios turísticos. (Ricaurte Quijano, 2009)

4.1.2.4 Atractivos Turísticos. Se define como el conjunto de elementos materiales e inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incurrir sobre el proceso de decisión del turista y que provoque su visita a través de flujos de desplazamiento desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado sitio turístico (Leiton, 2019)

4.1.2.4.1 Atractivos Turísticos Naturales. Los atractivos turísticos naturales se determinan como todos los elementos de la naturaleza con precisada atracción que ocasiona al sujeto a dejar su lugar de origen por un definido tiempo con el propósito de satisfacer necesidades de recreación y esparcimiento como lo son: los bosques, playas, lagos, lagunas, aguas termales entre otros. (Pibaque, Macias, & San Andrés, 2022)

4.1.2.4.2. Atractivos Turísticos Culturales. Según la OMT (2017) citado en la tesis denominada “El potencial turístico de los atractivos culturales de la ciudad El Ángel, cantón Espejo para el desarrollo del turismo cultural” (Pilco, 2020) menciona que un atractivo cultural es el conjunto de todas las formas de vida y expresiones de una sociedad determinada. Como tal incluye costumbres, prácticas, códigos y normas y reglas de la manera de ser, vestirse, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias.

4.1.2.5 Actividad Turística. García (2021) citado en la tesis titulada “Gestión de la actividad turística y desarrollo local en el Municipio del Distrito de Shapaja, provincia San Martín – 2022” (Delgado, 2022) menciona que la actividad turística es muy importante ya es parte de una atracción para cada uno de los turistas mostrando así, muchas ofertas turísticas como son los productos y servicios con lo que cuenta un destino turístico; a través de todas las plataformas de comunicación necesaria, ya sean redes sociales, radial y muchas otras cosas más.

Para Valle (2020) citado en la tesis titulada “Gestión de la actividad turística y desarrollo local en el Municipio del Distrito de Shapaja, provincia San Martín – 2022” (Delgado, 2022) hace mención también que la actividad turística se basa en cómo se debe promover la estabilidad emocional y económica de un turista con el objetivo de que puedan recurrir lugares ya sea, ecológicas.

4.1.3 Macro-productos Turísticos

Por macro-productos se entiende a las modalidades del turismo con potencial de desarrollo en el territorio de acuerdo con los atractivos existentes y los análisis de demanda y tendencias realizados. (Blanco, 2016)

4.1.4 Micro-productos Turísticos

4.1.4.1 Rutas Turísticas. Es un producto turístico que se presenta en un territorio con características singulares, las rutas muestran diferentes destinos de un territorio en un recorrido delimitado que exponen los lugares más relevantes o de mayor atracción. Una ruta turística está relacionada con la sustentabilidad ya que su fin es presentar sus atracciones evitando dejar un impacto nocivo (Garzón & Val Martín, 2016).

4.1.4.2 Circuitos Turísticos. Los circuitos turísticos son un conjunto de espacios territoriales que forman una misma oferta de bienes y servicios turísticos. Se trata de un recorrido circular o semicircular que parte de un centro emisor o receptor y que cuenta con atractivos y facilidades a lo largo de una ruta. También se entiende por circuito turístico aquel

recorrido turístico con regreso al mismo lugar, sin pasar dos veces por el mismo sitio. (Barragan Veloz, 2019).

4.1.4.3 Paquete Turístico. La forma en la que el turista o visitante disfruta de los productos turísticos ofertados en un determinado territorio. Un paquete turístico es un producto que se comercializa de forma única y que contiene dos o más servicios (alojamiento, alimentación, recreación y transporte), por el que se paga un precio, dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta (Blanco, 2016)

4.1.4.4 Tour. Según (Blanco, 2016), un tour (vuelta) es un recorrido o desplazamiento en donde el punto de salida y entrada se encuentra dentro de una misma localidad. Ejemplos de tour podrían ser los siguientes: tour del queso, tour de observación de aves, tour a la catarata. La duración puede ser de hasta 8 horas (un día).

4.1.5 Mercado Turístico

El mercado turístico se caracteriza por un alto nivel de competencia. Así, las entidades que prestan servicios turísticos y crean sus ofertas en los destinos turísticos realizan acciones encaminadas a satisfacer las necesidades de los consumidores (Panasiuk, 2021).

4.1.5.1 Oferta Turística. La oferta turística constituye una adecuación del producto, que se ajusta a los intereses de la demanda. Para que el visitante permanezca o se desplace, requiere facilidades y servicios, supliendo así, sus necesidades y deseos, todo a determinados precios, en un período determinado de tiempo; es el ajuste a las exigencias del consumidor, también manifiesta la combinación de varios productos y la incorporación de otros atributos como el precio competitivo y la puesta en el mercado en un tiempo determinado. (Font Aranda & Abreu García, 2020)

4.1.5.2 Demanda Turística. Se define como demanda al conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que les animan a viajar y del lugar que visitan o planea visitar. La demanda turística comprende un grupo heterogéneo de personas con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias, que, influenciadas por sus intereses y necesidades particulares, desean, pueden y están dispuestos a disfrutar de las facilidades, atractivos, actividades, bienes o servicios turísticos. La demanda está directamente

relacionada con la toma de decisiones que los individuos realizan en la planificación de sus actividades. (Zambrano, Narváez, & Caicedo, 2020)

4.1.6 PITS.

La identificación de productos con identidad territorial (PIT) agropecuarios, agroindustriales, gastronómicos y artesanales, tienen un enorme potencial para diversificar la actividad económica de las familias y productores rurales y generar oportunidades para mujeres y jóvenes en el marco de iniciativas de valorización y articulación de productos a la oferta turística que se estructura en torno a otros atractivos históricos, culturales y naturales. Los PIT son entendidos como aquellos productos que tiene una tradición y una reputación relacionada con la biodiversidad, cultura, historia y/o saber hacer de los territorios rurales, que les permite competir desde sus ventajas únicas o comparativas, en el mercado de productos y servicios, a continuación, se describe sus principales productos con identidad territorial. (Blanco, 2016)

4.1.6.1 PIT Agropecuario. Hace referencia a todos los productos están basadas en el trabajo de la tierra y la vida en el campo.

4.1.6.2 PIT Agroindustrial. Se lo entiende como aquella actividad turística basada en visitar empresas del sector agroalimentario, forestal, textil, artesanía, minas, entre otros; así como laboratorios o centros de investigación, que actúan como recursos sobre los que conocer los procesos de elaboración y/o experimentación que allí se realizan, además de degustar y comprar productos.

4.1.6.3 PIT Gastronómico. Se basa en el enfoque de actividades relacionadas con la cultura culinaria de un determinado sitio turístico.

4.1.6.4 PIT Artesanal. Son objetos artesanales elaborados por personas que conservan la tradición y cultura local

4.1.6.5 Identidad. La identidad es un conjunto de elementos culturales, sociales y políticos que se forman a lo largo del tiempo como consecuencia de múltiples eventos de carácter históricos, políticos y sociales y que determinan ciertas disposiciones y modos de comportamiento de un grupo específico de personas. (Arellano, 2019)

4.1.6.5.1 Identidad Cultural. Por identidad cultural entendemos todo el conjunto de aspectos significativos y observables de una cultura empresarial concreta. Son maneras de actuar, características propias de las maneras de proceder de todos aquellos que forman una organización, una empresa o el conjunto de un destino turístico. La variedad de comportamientos, desorden de los mismos y sin criterio característico también termina por definir la esencia de un destino turístico. (García & Lavernia, 2021)

4.1.7 Desarrollo Local.

García, Hernández, Martínez, Sánchez y Villegas (2018) citado en la tesis titulada “Inclusión financiera y desarrollo local en el Banco de la Nación de la provincia Castrovirreyna – Huancavelica 2022” (Bravo & Navarro, 2022) mencionan que el desarrollo local consiste en la evolución continua de una localidad gracias al aumento de recursos o por influencia de otros factores de desarrollo, en la misma tesis menciona Según de Dios y González (2015) que una característica del desarrollo local es mejorar las funcionalidad de los servicios existentes en la localidad que se necesitan para sobrevivir, mejorando igualmente el liderazgo de la sociedad que vive en dicho territorio; ya sea por la organización, el mando, el control o la planificación, todas ellas direccionadas al logro de un procedimiento focalizado en el cambio social y económico, que está liderado por los gobiernos especialmente los locales; los mismos que posibilitarán el bienestar del ciudadano.

4.1.8 Diagnóstico Turístico

Se entiende como la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turística en el destino; se ha determinado las siguientes fases de planificación del diagnóstico turístico como propósito definir el tipo y la forma en que se recogerá la información de campo. (Ricaurte Quijano, 2009)

4.2 Marco Referencial

A continuación, se tomó como referencia los siguientes estudios de casos relacionados a los Productos con Identidad Territorial:

4.2.1. Trabajo Investigativo Referencial 1.

Productos gastronómicos con Identidad y Desarrollo del destino turístico, un estudio sobre rutas del queso en España

El objetivo del trabajo se basa en el análisis de la potencialidad turística del queso a través del estudio empírico de una selección de rutas gastronómicas en España. Para la

investigación se recurrió a un análisis comparativo que observa las magnitudes más relevantes de las referidas rutas queseras, obtenidas mediante fuentes de datos secundarios. El análisis de los resultados confirma el potencial turístico existente en torno al queso, al constatarse el valor diferencial que los turistas otorgan a los productos autóctonos de calidad. De esta forma, el desarrollo del turismo gastronómico basado en el queso dependerá en buena medida de la interrelación entre la industria alimentaria y el turismo, con el fin de aumentar el atractivo de unos productos gastronómicos únicos. Igualmente, puede ser importante una mayor difusión de las características locales de las diferentes rutas queseras, para fortalecer aún más el atractivo cultural de cada zona. (Folgano, Palos, Campón, & Hernandez, 2017)

4.2.2. Trabajo Investigativo Referencial 2

Costo de producción de los productos con identidad territorial un estudio de caso en Ecuador

La investigación se realizó en la Asociación Agro-productiva “Las Güaijas”, de la Parroquia Puerto Pechiche, cantón San Francisco de Pueblo Viejo, perteneciente a la Provincia de los Ríos, Ecuador. Se aplicó una encuesta a los habitantes del Recinto Las Güaijas para determinar los productos con mayor identidad territorial. A partir de esta información se procedió a determinar los costos de producción del producto percibido como el de mayor identidad territorial según la muestra encuestada. Los alimentos regionales se conceptualizan como una forma de capital cultural con el potencial de aprovechar beneficios sociales y económicos más amplios para las áreas rurales locales, y varios estudios empíricos han indicado que los alimentos regionales pueden desempeñarse papel, los resultados permiten concluir que desde el punto de vista económico es factible crear una marca arroceras asociada con la identidad territorial del cantón San Francisco de pueblo viejo que se convierta en un motor impulsor de la economía local. (Jacho, Ullon, Landaburu, & Arboleda, 2022)

4.2.3. Trabajo Investigativo Referencial 3

Propuesta de turismo agroalimentario a partir de los recursos locales con identidad territorial en Jiquipilco, México

El objetivo del estudio fue generar una propuesta de turismo alternativo basada en los recursos locales con identidad territorial asociados al sistema agroalimentario del agave pulquero en Jiquipilco. Se utilizó un diseño no experimental y transversal, con un enfoque cualitativo de tipo exploratorio y descriptivo, bajo una metodología de corte participativo. Se obtuvo la contextualización del caso de estudio a partir de fuentes primarias y secundarias; la

identificación y priorización de productos y atractivos con potencial turístico; y el diseño de propuesta integral de agroturismo, de acuerdo a la vocación socio productiva del territorio. Los resultados indican que existe una amplia diversidad de recursos naturales tangibles e intangibles de importancia cultural, ambiental y alimentaria que pueden ser utilizados en emprendimientos turísticos alternativos. El uso de geo tecnologías para realizar el inventario de recursos turísticos ayudó a tener una proyección preliminar de atractivos con identidad territorial, proporcionando una base de datos útil para la planificación turística, que contribuyan al manejo de los recursos naturales y la formulación de emprendimientos turísticos encaminados en el desarrollo social y a la sostenibilidad ambiental. (Blas, Garcia, & López, 2022)

5. Metodología

5.1 Área de Estudio

La presente investigación se llevó a cabo en la parroquia Zumba, cantón Chinchipe, Provincia de Zamora Chinchipe

La parroquia urbana de Zumba es la cabecera cantonal, se ubica entre 680 a 3840 msnm, con un área de 424,96 km^2 representando el 36,9% del área total del cantón Chinchipe, es la parroquia más poblada del cantón donde se concentra la mayor actividad productiva, forestal, pecuaria. y agropecuaria.



Figure 1. Mapa de Ubicación de la Parroquia Zumba.

Para el desarrollo del proyecto de integración curricular se abordó el tipo de investigación mixta (cualitativa y cuantitativa) con un enfoque descriptivo, exploratorio y bibliográfico cuyas técnicas fueron la encuesta y entrevista, mismas que ayudaron a la búsqueda y recolección de información requerida con respecto a la variedad de productos agropecuarios, gastronómicos y agroindustriales de la parroquia Zumba.

5.2 Metodologías por objetivos

Para el cumplimiento del objetivo 1: *“Diagnosticar el potencial turístico de la parroquia Zumba, de acuerdo a los PIT’s”*

Para el cumplimiento del primer objetivo se utilizó la metodología de la guía de Productos con Identidad Territorial (Blanco, 2016), específicamente en la segunda fase la cual permitió realizar un análisis multidimensional del territorio y se describió las variables como: delimitación territorial, demografía y hogar, cultura, datos generales, clima, flora y fauna.

Para levantar información sobre la identificación de productos que existen en la parroquia Zumba, se utilizó la segunda fase con el formulario de caracterización de Productos, para lo que se aplicó a 10 moradores vinculados con la producción, procesamiento y comercialización.

Con los productos clasificados, se procede utilizar la primera fase de ficha de criterio ya sea a favor o en contra en los siguientes aspectos: vínculo con el territorio, antigüedad del saber hacer, fama del producto, posibilidades del contribuir al desarrollo de los productos rurales y las características de la demanda, para posteriormente proceder a dar un valor relativo a cada producto en su diferente clasificación por categorías; finalmente con los productos seleccionados se realiza una descripción general del producto.

Para la caracterización de atractivos y recursos turísticos se tomó información en base a fichas resumen de (Cabera Japón, 2016), también se procedió hacer el levantamiento de información de nuevos atractivos, a través de las fichas MINTUR.

Para el estudio de la demanda se aplicaron encuestas a los posibles visitantes, tomando en cuenta información de movimientos de turistas establecidos en el Geoportal de Visitas Internas Turísticas (GEOVIT) del cantón Chinchipe, siendo la base el año del 2018 con una proyección al 2022.

Con la finalidad de determinar el número de encuestas a realizarse se aplicó la siguiente fórmula:

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

$$n = \frac{18425 * (1,96)^2 * (0,50) * (0,50)}{(0,05)^2 * (18425 - 1) + (1,96)^2 * (0,50) * (0,50)}$$

$$n = \frac{17695.37}{46.06 + 0.9604}$$

$$n = \frac{17695.37}{47.0204}$$

$$n = 376.333$$

N: Tamaño de población 2022 (18.425)

Z: Nivel de confianza (0,95%) / (Z=1,96)

P: Probabilidad de éxito (50%)

Q: Probabilidad de fracaso (50%)

D: Precisión de error (0,5%)

Luego del cálculo de la muestra para la realización de encuestas, se asumió el total de 376 encuestas a realizarse, las mismas que se aplicaron a los turistas potenciales de la parroquia Zumba, determinando así que las mismas se hicieran en formato digital.

Para finalizar el primer objetivo, se realizó un análisis FODA, sobre el aprovechamiento que se le puede dar a los productos agroturísticos, como eje principal potenciar la zona de estudio y por último se elaboró una matriz de FODA CRUZADO, para obtener estrategias que fueron utilizadas para el desarrollo del segundo objetivo.

Para el cumplimiento del objetivo 2: *“Formular la propuesta de productos turísticos para la parroquia Zumba”*

Para el desarrollo del segundo objetivo se utilizó como metodología el diseño de productos agroturísticos, donde se incorporen los PIT's a una ruta y un circuito, destacando su valor dentro del conjunto de atractivos que conforma el territorio, dejando planteado tres objetivos estratégicos, con la finalidad de que sean ejecutados en la parroquia. Para el desarrollo de la ruta se tomó como referencia el manual de generación de rutas e itinerarios turísticos del MINTUR, y como primer paso se observó el destino para determinar el análisis de la oferta y la demanda; como siguiente paso, se procede a identificar los actores claves, la estructura donde se indica la accesibilidad, atractivos, facilidades, actividades, servicios y productos; ya determinado todo lo mencionado anteriormente se procede a elaborar el itinerario de manera práctica y didáctica, con el objetivo de que los datos más importantes sean visibles y comprensibles, a la vez y para una mayor comprensión se describe el itinerario por paradas, con una breve explicación de lo que se va a desarrollar durante la ruta y el circuito, para finalmente determinar el costo total para quienes deseen participar de esta nueva oferta turística.

6. Resultados

6.1 Diagnóstico del potencial turístico de la parroquia Zumba, de acuerdo a los PIT's

Para el cumplimiento del primer objetivo se realizó un análisis a cerca de la situación actual en la zona de estudio.

6.1.1 Caracterización del Territorio: Parroquia Zumba

La recolección de la información se obtuvo del Plan de Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chinchipe 2019-2023, así como la investigación de campo y otras fuentes secundarias: Ver Tabla 1

Tabla 1: Aspectos generales del territorio

Aspectos generales del territorio	
Tema	Descripción
Delimitación Territorial	<ul style="list-style-type: none">Zumba la (Cabecea cantonal), tiene un área urbana de 424, 96 Km² y se ubica desde 680 – 3840 m.s.n.m; tiene la mayor cobertura del cantón Chinchipe. Limita al norte con el cantón Palanda, al sur con la República del Perú al sur este con la parroquia Pucapamba, Chorro y Chonta, al este con la parroquia Chito y al Oeste con la parroquia San Andrés.
Proceso histórico de formación	<ul style="list-style-type: none">Se cree que el cantón siempre estuvo poblado, pues existe evidencia de descendientes de antiguos caciques de los Bracamoros en la parroquia Chito. A finales de la década de 1840, Zumba ya estuvo poblada. Aunque la dificultad de acceso a la zona evitó una intensa colonización, la mayor ola migratoria se dio a etapas del siglo XX desde la provincia de Loja y Perú. Nuevo descubrimiento indica que la primera población se inicia alrededor de 4.500 años de antigüedad de la cultura Mayo-Chinchipe.Es el más antiguo de los cantones de Zamora Chinchipe y posee una cultura única que está en proceso de desaparición. A sus habitantes se los conoce cariñosamente como charapanos.El cantón Chinchipe es la principal conexión y entrada hacia el Perú, por medio del Puente Internacional La Balsa que conecta con el IV Eje Vial por ser el tradicional centro de cultivo de chonta y guayusa.
Infraestructura y servicios públicos de apoyo	<ul style="list-style-type: none">Espacios recreativos y deportivo.Espacios de movilidad pública.Proyectos de mejoramiento del espacio público.

Fuente: PDOT del Cantón Chinchipe (2019-2023)

6.1.2 Análisis Multidimensional del Territorio Parroquia Zumba

Para la información del Territorio se recolectó información del PDOT. Ver Tabla 2

Tabla 2: Análisis multidimensional del territorio Parroquia Zumba

Dimensión social	
Tema	Variables
Demografía y hogar	<ul style="list-style-type: none">Dispersión de la población rural y periferia urbanaMigración fuera del cantón, por educación y trabajoBaja densidad poblacional

	<ul style="list-style-type: none"> • Altos índices de pobreza por consumo, especialmente en el área rural, con índices estimados de 36,5% al 54,6%
Educación	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de proyectos tecnológicos • Pocas políticas para acceder al empleo y emprendimiento para los jóvenes • Infraestructura escolar en un estado regular
Salud	<ul style="list-style-type: none"> • Equipamiento hospital Básico Zumba, cuenta con infraestructura para atención al público. • Falta de médicos especialistas • Falta de equipamiento hospitalario • Carencia de centros de planificación familiar
Vivienda y servicios básicos	<ul style="list-style-type: none"> • El tipo de vivienda que hay en la parroquia son de casa/villa, departamento, mediagua, roncha/choza y otros. • Cuentan con un Plan maestro de Agua Potable, Cuentan con un sistema de fuentes hídricas, la Topografía facilita el sistema de drenaje. • Alto porcentaje de cobertura de Energía Eléctrica. • No existe un tratamiento adecuado de recolección de la basura, en la cabecera cantonal es ubicada en celdas comunes (sin clasificar) y en los asentamientos rurales, se depositan al aire libre o en las fuentes hídricas. • Aguas servidas descargadas al aire libre, en fuentes de agua y otros; en asentamientos rurales.
Cultura	<ul style="list-style-type: none"> • Se ponen en práctica los valores tales como la equidad, la solidaridad y la generosidad, entre los miembros de las familias y la comunidad. • Cantonización del cantón Chinchipe (5 de enero de 1921) • Feria de Zumba e Integración fronteriza ecuatoriana – peruana virgen del rosario • Una tradición es tomar guayusa (planta de la selva amazónicas, energizante, antioxidante y revitalizante con grandes propiedades estimulantes, sus hojas se usan en fusiones) • Las hormigas arrieras, llamadas culonas (<i>Atta Laevigata</i> nombre científico) que suelen volar, y son ricas en proteínas, bajas en grasas saturadas constituyéndose en un gran alimento por su nivel nutritivo.

Dimensión económica

Tema	Variables
Datos generales	<ul style="list-style-type: none"> • El sector pecuario, cobertura vegetal pasto cultivado, representa en 15.51% y el agropecuario mixto representa el 22.61%. • Uso de pesticidas y fertilizantes agroquímicos en los cultivos • Incremento de la frontera agrícola, con presión hacia zonas boscosas. • Tala del bosque
Principales productos (agropecuarios y forestales)	<ul style="list-style-type: none"> • La economía del cantón Chinchipe, se basa en la producción y comercialización de productos agropecuarios, con un sistema productivo marginal-mercantil, el 60% de las familias que se dedican a esta rama de actividad cultivan productos como: café, caña de azúcar, plátano, arroz, maíz, frutas; cambiándola con la cría de ganado vacuno, porcino y aves”, principalmente • Sistemas forestales con fines comerciales con especies nativas, • Plantaciones forestales con fines comerciales con especies NO nativas
Procesamiento de la producción	<ul style="list-style-type: none"> • Hay equipo y maquinaria en las unidades productivas por parte del GAD Provincial Fuente de empleo mineros • Pocas fuentes de empleo • Empleo minero informal, como alta técnica apropiadas para la explotación minera. • Desconocimiento e inaplicabilidad de leyes para la inclusión del empleo.

Actividades no agrícolas	<ul style="list-style-type: none"> Zumba posee algunas concesiones de explotación de material pétreo, que se encuentran distribuidos en sectores estratégicos desde hace algunos años atrás y que generan grandes fuentes de ingresos a sus dueños que en este caso son empresas privadas que han logrado concesionar sus áreas para la explotación de este recurso.
---------------------------------	---

Dimensión ambiental

Tema	Variables
Clima	<ul style="list-style-type: none"> En las partes bajas de Isimanchi, los 30°C. El bosque nublado ha desaparecido, ya poco se observa neblina en la parroquia, salvo algunos pocos días del año. Su desaparición ha sido causada por la irracional tala de los bosques, para beneficio de unos pocos, ocasionando al resto de habitantes, presentes y futuros un gran perjuicio para su desarrollo. La ubicación de las poblaciones con respecto al nivel del mar, influye en el clima, además de la cercanía a las montañas, vientos y la cantidad de bosques nativos. En los centros poblados de La Chonta, El Chorro, Zumba, Pucapamba tiene un promedio temperaturas de 18°C a 30°C.
Suelos	<ul style="list-style-type: none"> Está conformado por ocho categorías de uso de suelo de acuerdo a la cobertura vegetal. La mayor parte del territorio, es decir el 71.39% está destinado para conservación y protección, por ser suelos con características de Bosque húmedo, Páramo, Vegetación arbustiva y las Áreas Naturales Patrimoniales. El segundo porcentaje es la actividad pecuaria que ocupa el 25.19%; El tercer porcentaje es para la actividad agrícola con el 1.62%, seguido con menores porcentaje los de uso agropecuario mixto con 1.28%; uso antrópico con el 0.159%; cuerpos de agua con el 0.28%, y tierras improductivas con el 0.09%
Flora y fauna	<ul style="list-style-type: none"> Actualmente, la flora y fauna nativa del cantón Chinchipe están afectados principalmente por dos factores: el primero, es el cambio de uso de la tierra destinándolo al cultivo de pasto y siembra de productos agrícolas; el segundo, es la deforestación de especies selectivas, conllevando estos factores a la pérdida de flora y la fauna nativa y a la ubicación de la misma fuera de las áreas antrópicas con áreas ambientales diferentes. Flora. - Debido a la presencia del Parque Nacional Yacuri, se ha logrado conservar la cobertura natural Fauna. - Por la diversidad de los ecosistemas que existen en el cantón, permite tener una variedad de fauna entre aves, mamíferos y reptiles, que ayudan a conservar el equilibrio ecológico de la zona. Para flora y fauna, levantamiento de la información existente y ejecución de estudios rápidos para monitorear periódicamente las condiciones de área protegidas y niveles de endemismo.
Recursos hídricos	<ul style="list-style-type: none"> Falta de conciencia ambiental y cuidado de las fuentes hídricas No existe un tratamiento adecuado de recolección de la basura, en la cabecera cantonal es ubicada en celdas comunes (sin clasificar) y en los asentamientos rurales, se depositan al aire libre o en las fuentes hídricas

Dimensión político institucional

Tema	Variables
Gobernanza	<ul style="list-style-type: none"> Alcalde: Ing. José Alberto Jaramillo Núñez Vicealcaldesa: Patricia July Núñez Rueda Concejales Urbanos: Didies Boris Carranza García Manuel Enrique Amari Villacis Lider Clemente Abad Concejales Rurales: Esduardo Fabricio Lalanguí Muñoz

Fuente: PDOT del Cantón Chinchipe (2019-2023)

6.1.3 Caracterización de los PIT identificados

Para identificar los PIT's que existen en la parroquia Zumba, se realizó un formulario de entrevista la cual se la aplicó a 10 moradores (Jefa del departamento de Turismo, personas adultas mayores, concejal y propietario de emprendimiento) con la finalidad de obtener una lista de los Productos con Identidad Territorial de todas las categorías existentes, por lo que supieron mencionar los siguientes productos: Ver Tabla 3

Tabla 3. Ficha Resumen de Caracterización de PIT's Identificados en la parroquia Zumba

Producto / Nombre	Producción exclusiva del cantón SI/NO	Relación con otros PIT	Acciones para reconocer tradición del producto	Producto estacional o permanente	Principales productores	Producción artesanal o industrial	Consumidores /mercado	Presentación del producto	Actividad vivencial en torno al producto	Apoyo externo para la producción
AGROPECUARIOS										
Naranja	NO	NO	Comercio común en el mercado	Estacional	En la finca	Artesanal	Consumo local y a nivel provincial	La venta por unidades	Turismo rural, de naturaleza	No existe
Limón grande	NO	SÍ	Comercio común en el mercado	Permanente	En la finca	Artesanal	Consumo local	La venta por unidades	Observación de flora y fauna, fotografía	No existe
Plátano maqueño	NO	SÍ	Comercio común en el mercado y ferias libres	Permanente	En la finca	Artesanal	Consumo local	La venta por unidades o racimo	Por tradición	No existe
Caimito	NO	NO	Comercio común en el mercado y ferias libres	Estacional	En la finca	Artesanal	Consumo local	La venta por unidades	Por tradición	No existe
Zarandaja	NO	SÍ	Comercio común en el mercado	Permanente	En la finca	Artesanal	Consumo local	La venta por libras	Por tradición	No existe
Guayusa	SÍ	SÍ	Comercio común en el mercado	Permanente	En la finca	Artesanal	Consumo local y a nivel provincial	La venta en por cantidades moderadas	Por tradición	No existe
Chonta	SÍ	SÍ	Comercio común en el mercado y ferias libres	Estacional	En la finca	Artesanal	Consumo local y a nivel provincial	La venta por libras	Por tradición	No existe

Plátano	NO	SÍ	Comercio común en el mercado y ferias libres	Permanente	En la finca	Artesanal	Consumo local	La venta por unidades o racimo	Por tradición	No existe
Yuca	NO	SÍ	Comercio común en el mercado y ferias libres	Permanente	En la finca	Artesanal	Consumo local	La venta por libras	Por tradición	No existe
Mora	NO	SÍ	Comercio común en el mercado y ferias libres	Permanente	En la finca	Artesanal	Consumo local	La venta por libras	Por tradición	No existe
Zanahoria blanca	NO	SÍ	Comercio común en el mercado y ferias libres	Permanente	En la finca	Artesanal	Consumo local	La venta por libras	Por tradición	No existe
Guayaba	NO	NO	Comercio común en el mercado y ferias libres	Permanente	En la finca	Artesanal	Consumo local	La venta por unidades	Por tradición	No existe
Naranjilla	NO	NO	Comercio común en el mercado y ferias libres	Permanente	En la finca	Artesanal	Consumo local	La venta por unidades	Por tradición	No existe
Guaba	NO	NO	Comercio común en el mercado y ferias libres	Temporal	En la finca		Consumo local	La venta por unidades	Por tradición	No existe
Papa china	NO	SÍ	Comercio común en el	Permanente	En la finca	Artesanal	Consumo local	La venta por libras	Por tradición	No existe

			mercado y ferias libres							
Guanábana	NO	NO	Comercio común en el mercado y ferias libres		En la finca	Artesanal	Consumo local	La venta por unidades	Por tradición	No existe
Cacao	NO	SÍ	Almacenes de compra y venta en productos de grano por quintales	Estacional	En la finca	Artesanal	Consumo local	La venta por kilos	Por tradición	En algunas ocasiones por el MAGAP para indicaciones del proceso para obtener el fruto adecuadamente
AGROINDUSTRIALES										
Café molido	NO	NO	Comercio en ferias libres y nacionales	Permanente	En la finca	Industrial	Consumo local y a nivel provincial	La venta por libras	NO	Apoyo del GAD o Consejo provincial para algunas ferias que se realizan a nivel local o nacional
Cacao en barra	SÍ	SÍ	Comercio en ferias que se realizan en cantones aledaños y a nivel nacional	Permanente	En la finca	Industrial	Consumo local, a nivel provincial y nacional	En barras de 100g a 50g	NO	Apoyo del GAD para la presentación en ferias

Macerados de cacao	SÍ	SÍ	Comercio en ferias locales y nacionales	Permanente	En la finca	Industrial	Consumo local y a nivel provincial	En botellas de vidrio de 750ml	NO	Apoyo del GAD para la presentación en ferias
Macerados de mora	SÍ	SÍ	Comercio en ferias locales y nacionales	Permanente	En la finca	Industrial	Consumo local y a nivel provincial	En botellas de vidrio de 750ml	NO	Apoyo del GAD para la presentación en ferias
GASTRONÓMICOS										
Sopa de zarandaja	NO		Venta en los restaurantes	Permanente	En la finca	Artesanal	Consumo local	En plato hondo sopero	Por Costumbre	No existe apoyo
Hormigas arrieras(culonas)	SÍ		Ventas bajo pedido	Estacional	En la finca	Artesanal	Consumo local y a nivel provincial	En plato hondo	Por tradición	No existe apoyo
Caldo de gallina criolla	NO		Venta en los restaurantes	Permanente	En la finca	Artesanal	Consumo local	En plato hondo sopero acompañado de yuca y arroz	Por tradición	No existe apoyo
Papa china con queso	SÍ		Consumo en los hogares	Permanente	En la finca	Artesanal	Consumo local	En plato tendido	Por tradición	No existe apoyo
Dulce de leche	NO		Comercio en las ferias libres	Permanente	En la finca	Artesanal	Consumo local	En vaso acompañado con una rebanada de queso	Por tradición	No existe apoyo

Fuente: Trabajo de campo.

6.1.4 Lista de PIT's

Se realiza la respectiva clasificación, en las tres categorías existentes obtenidos en la entrevista; siendo los siguientes: Ver Tabla 4

Tabla 4. Listado de PIT's de la parroquia Zumba

CATEGORÍA	PIT's
Agropecuarios	Naranja Limón grande Plátano maqueño Caimito Zarandaja Guayusa Chonta Plátano Yuca Mora Zanahoria blanca Guayaba Naranjilla Guaba Papa china Guanábana Cacao
Agroindustriales	Café molido Cacao en barra Macerados de cacao Macerados de mora
Gastronómicos	Sopa de zarandaja Hormigas arrieras (culonas) Caldo de gallina criolla Papa china con queso Dulce de leche

Fuente: Trabajo de campo

6.1.5 Características presentes en los PIT por criterio.

Posteriormente con la información obtenida del listado de los PIT, en el siguiente cuadro se provee características a favor y en contra de los PIT, previamente se identificaron los criterios que se debe evaluar de cada uno de ellos: Ver Tabla 5 , Tabla 6 , Tabla 7

Tabla 5. Ficha de Criterios para la clasificación y priorización de los PIT's Agropecuarios

PIT'S AGROPECUARIOS	Vínculo con el territorio		Antigüedad del saber		Fama del producto		Posibilidades de contribuir al desarrollo de los pequeños productores rurales		Características de la demanda		Apoyo con identidades públicas y privadas	
	Favor	Contra	Favor	Contra	Favor	Contra	Favor	Contra	Favor	Contra	Favor	Contra
Naranja		X	X			X	X			X		X
Limón grande		X	X			X	X		X			X
Plátano maqueño		X	X			X	X		X			X
Caimito		X	X			X	X			X		X
Zarandaja		X	X			X	X		X			X
Guayusa	X		X				X		X			X
Chonta		X	X			X	X			X		X
Plátano		X	X			X	X		X			X
Yuca		X	X			X	X		X			X
Mora		X	X			X	X		X			X
Zanahoria blanca		X	X			X	X		X			X
Guayaba		X	X			X	X		X			X
Naranjilla		X	X			X	X		X			X
Guaba		X	X			X	X			X		X
Papa china		X	X			X	X		X			X

Guanábana		X	X		X	X		X		X
Cacao	X		X	X		X		X		X

Fuente: Trabajo de Campo

Tabla 6. Ficha de Criterios para la clasificación y priorización de los PIT's Agroindustriales

PIT'S AGROINDUSTRIALES	Vínculo con el territorio		Antigüedad del saber		Fama del producto		Posibilidades de contribuir al desarrollo de los pequeños productores rurales		Características de la demanda		Apoyo con identidades públicas y privadas	
	Favor	Contra	Favor	Contra	Favor	Contra	Favor	Contra	Favor	Contra	Favor	Contra
Café molido	X		X		X		X		X		X	
Cacao en barra	X			X	X		X		X		X	
Macerado de cacao	X			X		X	X		X		X	
Macerado de mora	X			X	X		X		X		X	

Fuente: Trabajo de campo

Tabla 7. Ficha de Criterios para la clasificación y priorización de los PIT's Gastronómicos

PIT'S GASTRONÓMICO	Vínculo con el territorio		Antigüedad del saber		Fama del producto		Posibilidades de contribuir al desarrollo de los pequeños productores rurales		Características de la demanda		Apoyo con identidades públicas y privadas	
	Favor	Contra	Favor	Contra	Favor	Contra	Favor	Contra	Favor	Contra	Favor	Contra

Sopa de zarandaja	X	X		X	X		X	X		X
Hornigas arrieras	X		X		X		X		X	X
Caldo de gallina criolla		X		X		X	X		X	X
Papa china con queso	X			X		X	X		X	X
Dulce de leche		X		X		X	X		X	X
Leche de tigre		X		X		X	X		X	X

Fuente: Trabajo de campo

6.1.6 Clasificación y priorización de los PIT

Una vez acordados los criterios y valores, se calificaron y priorizaron aquellos con mayor puntaje. La tabla referencia, es la siguiente: Ver Tabla 8

Tabla 8. Valores para Calificación de los PIT's por Criterio

Criterio	Valor/Peso
Vínculo con el territorio	30
Antigüedad del saber hacer	20
Fama del producto	20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los pequeños productos rurales	10
Características de la demanda	10
Apoyo de entidades públicas y privadas	10
TOTAL:	100

Fuente: Metodología “Valorización Turística de los PIT’s”

La cuál se procede a calificar los PIT's encontrados en la parroquia Zumba en las diferentes categorías, así: Ver Tabla 9

Tabla 10, Tabla 11

Tabla 9. Calificación de los PIT's Agropecuarios

PIT'S AGROPECUARIOS	Vínculo con el territorio	Antigüedad del saber	Fama del producto	Posibilidades de contribuir al desarrollo de los pequeños productores rurales	Características de la demanda	Apoyo con identidades públicas y privadas	TOTAL
Naranja	20	10	10	10	5	0	55
Limón grande	20	20	15	10	10	0	75
Plátano maqueño	30	20	15	5	5	5	80
Caimito	25	20	15	10	8	0	78
Zarandaja	25	20	15	10	5	0	75
Guayusa	30	20	20	10	10	0	90
Chonta	30	20	20	10	5	0	85
Plátano	25	20	15	10	5	3	78
Yuca	25	20	10	10	5	5	75
Mora	20	20	10	10	5	5	70
Zanahoria blanca	25	20	15	10	8	0	78
Guayaba	25	20	15	10	5	0	75
Naranjilla	25	20	15	10	5	0	75
Guaba	25	20	15	10	5	0	75
Papa china	25	20	18	10	5	0	78
Guanábana	20	20	15	10	5	0	70
Cacao	30	20	20	10	10	10	100

Fuente: Trabajo de campo

Tabla 10. Calificación de los PIT's Agroindustrial

PIT'S AGROINDUSTRIAL	Vínculo con el territorio	Antigüedad del saber	Fama del producto	Posibilidades de contribuir al desarrollo de los pequeños productores rurales	Características de la demanda	Apoyo con identidades públicas y privadas	TOTAL
Café molido	30	20	20	10	10	10	100
Cacao en barra	30	15	15	10	10	10	90

Macerado de cacao	25	20	10	10	10	10	85
Macerado de mora	25	20	10	10	10	10	85

Fuente: Trabajo de campo

Tabla 11. Calificación de los PIT's Gastronómico

PIT'S GASTRONÓMICOS	Vínculo con el territorio	Antigüedad del saber	Fama del producto	Posibilidades de contribuir al desarrollo de los pequeños productores rurales	Características de la demanda	Apoyo con identidades públicas y privadas	TOTAL
Sopa de zarandaja	15	20	10	10	5	0	60
Hormigas arrieras	30	20	20	10	10	0	90
Caldo de gallina criolla	20	20	15	10	10	5	80
Papa china con queso	20	20	10	10	10	0	70
Dulce de leche	25	20	15	10	10	0	80
Leche de tigre	25	20	10	10	5	0	70

Fuente: Trabajo de campo

6.1.8 Jerarquización de los PIT según la metodología de Marvin Blanco

A continuación, se detalla los productos agroturisticos de acuerdo a la metodología de (Blanco, 2016) con una breve descripción de la preparación, usos y presentaciones. Ver Tabla 12

Tabla 12. Jerarquización de los PIT según la metodología de Marvin Blanco

Nombre	Ubicación	Categoría	Tipo de Atractivo	Clase	Jerarquía	Descripción
Plátano maqueño	Cantón Chinchipe	PIT	Agropecuario	Complementario	1	Preparación: Con el racimo listo se procede a quitar la corteza, si se va a realizar la cocción se procede a lavarlo, también puede ser frito Usos: Chifles, bolón, Presentaciones: De manera artesanal
Guayusa	Chinchipe	PIT	Agropecuario	Central	2	Preparación: Se procede a lavar las hojas, mientras hierve el agua se le coloca por unos 5 minutos, a las hojas se las puede utilizar frescas o secas e igual siguen con la misma función Usos: Infusión de guayusa Presentaciones: En caja de 25 bolsitas
Chonta	Chinchipe	PIT	Agropecuario	Central	2	Preparación: Cocinar por unos 30 minutos, pelar y colocar las chontas en un recipiente para ser molido para proceder a colocar un sobre de flan, cocinar a fuego bajo hasta que hierva, revolviendo constantemente para que no se pegue, colocar en un molde resistente al calor, dejar enfriar y llevar a la nevera hasta que cuaje Usos: Flan de chonta, o simplemente con sal Presentaciones: Recipiente de vaso pequeño
Cacao	Chinchipe	PIT	Agropecuario	Central	3	Preparación: Se cosecha su fruto, donde se procede a retirar la pulpa y colocar secar al sol de 2 a 3 días, se realiza el tostado a fuego medio y revolviendo cada 2 a 3 minutos es un proceso de la cual se retirará su cáscara, con los granos listos se procede a pasar por un molino

						<p>eléctrico, se procede a colocar algunos ingredientes extras que cada emprendedor lo realiza y por último se coloca en un recipiente y dejar reposar durante 24 horas.</p> <p>Usos: Barras de chocolate</p> <p>Presentaciones: Funda de 100g con su respectivo identificativo del emprendimiento</p>
Café molido	Zumba	PIT	Agroindustrial	Central	3	<p>Preparación: Recoger el fruto para luego proceder a secarlo y despulpada del fruto luego pasar por un molino eléctrico y listo para la venta.</p> <p>Usos: Libra, media libra, quintal o arroba</p> <p>Presentaciones: Bolsas en papel kraft o bolsas de plástico son el sello del emprendimiento</p>
Macerado de cacao	Zumba	PIT	Agroindustrial	Complementario	1	<p>Preparación: Se realiza la fermentación del fruto de 50 días, cada tres días mover el recipiente, después se filtra su fruto cuidadosamente y se realiza el respectivo envase en las botellas que se van a distribuir</p> <p>Usos: Diferentes sabores</p> <p>Presentaciones: Botellas de 500ml, y litro</p>
Macerado de mora	Zumba	PIT	Agroindustrial	Complementario	1	<p>Preparación: Se realiza la fermentación del fruto de 50 días, cada tres días mover el recipiente, después se filtra su fruto cuidadosamente y se realiza el respectivo envase en las botellas que se van a distribuir.</p> <p>Usos: Diferentes sabores</p> <p>Presentaciones: Botellas de 500ml, y litro</p>
Hormigas arrieras(culonas)	Chinchipe	PIT	Gastronómica	Central	3	<p>Preparación: Se procede a retirarlos de los hormigueros, se lava muy bien y se retira sus alas y el pico para después poder realizar cualquier presentación.</p> <p>Usos: Ceviche, fritas, tortilla, caldo</p> <p>Presentaciones: En un plato hondo acompañado con una rebanada de limón</p>
Caldo de gallina criolla	Chinchipe	PIT	Gastronómica	Complementario	2	<p>Preparación: Por ende, se utiliza gallina de unos 6 meses a 1 año para que su carne no sea tan dura, para la preparación del caldo se procede colocar en una olla grande agua con el pollo, la sal, cebolla, ajo y dejar cocinar por un periodo de 1 hora a 1 hora y media para</p>

						finalizar su cocción se coloca cebolla de hoja con perejil picado y servirlo en un plato hondo acompañado de una porción de arroz, yuca o plátano Usos: Estofado, caldo Presentaciones: Se sirve en plato sopero
Dulce de leche	Chinchipe	PIT	Gastronómica	Complementario	2	Preparación: Colocar en una olla grande leche y panela llevar a fuego mediano y remover constantemente con una cuchara de madera, el proceso de cocción se realiza hasta que la preparación espese y obtenga una consistencia cremosa Usos: Dulce con pan o galletas Presentaciones: Recipientes de plástico

Fuente: Trabajo de campo

6.1.9. Caracterización de Atractivos y Recursos Turísticos complementarios

A continuación, se detallan cada uno de los atractivos y festividades de la parroquia Zumba, tanto culturales como naturales que poseen la misma, tomando la información base de las fichas resumen de (Cabera Japón, 2016), las que se actualizaron a la fecha de la presente investigación, mediante el levantamiento de fichas MINTUR: Ver Anexo 5

Tabla 13. Atractivos y Recursos de la parroquia Zumba

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
1 Río Palanuma	Atractivos Naturales	Ríos	Río	II
2 Cascada los Monos	Atractivos Naturales	Ríos	Cascada	II
3 Quebrada la Delicia	Atractivos Naturales	Ríos	Riachuelo	II
4 Casaca la Diversión	Atractivos Naturales	Ríos	Cascada	II
5 Río San José de los Cruceros	Atractivos Naturales	Ríos	Río	II
6 Río Guadual	Atractivos Naturales	Ríos	Río	II
7 Río Isimanchi	Atractivos Naturales	Ríos	Río	II
8 Cascada La Jalca	Atractivos Naturales	Ríos	Cascada	II
9 Río Mayo	Atractivos Naturales	Ríos	Río	II
10 Playa La Yamila	Atractivos Naturales	Ríos	Playa de Rio	I
11 Parque Central	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Espacio Público	II
12 Iglesia Central	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Histórica / Vernácula	II
13 Fiestas Religiosas o Romería de la Virgen del Cisne	Manifestaciones Culturales	Acervo Cultural y Popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	II
14 Fiestas Religiosas o Fiesta de la Virgen del Rosario, feria de Integración Fronteriza Ecuatoriano - Peruana	Manifestaciones Culturales	Acervo Cultural y Popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	II
15 Piscinas Recreativas Municipales	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Espacio Público	I
16 Fiesta cívica o Fiesta de Aniversario de Cantonización de Chinchipe	Manifestaciones Culturales	Acervo Cultural y Popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	I

6.1.10 Análisis de la oferta turística

Para la obtención de la información que oferta la parroquia Zumba se levantó información a través de entrevistas, revisión del PDOT y guías de observación. Ver Tabla 14

Tabla 14 Ficha Resumen de la Entrevista para determinar la oferta de servicios turísticos de la parroquia Zumba

Establecimiento	Propietario	Ubicación	N° de personas que laboran	Aforo	Productos o Servicios/ Precio	Medios de Publicidad	Horario de atención	Producto con mayor acogida	Temporada alta	Servicios adicionales solicitados	Ventaja competitiva
ALOJAMIENTO											
Hotel San Luis	Sra. Liliana Aranda	Centro de Zumba; calle 12 de Febrero y Brasil	3 personas	34 personas	14 habitaciones matrimoniales con baño privado. 1 triple con baño privado. 2 dobles con baño privado. 6 individuales con baño compartido. 3 dobles con baño compartido	Facebook: Hotel San Luis Zumba	24 horas	Las habitaciones dobles con baño privado y las individuales con baño compartido	Festividad del cantón y religiosas	Garaje	Es el hotel con más habitaciones en la zona y eso ha hecho que gran número de grupos se concentren en el mismo hotel
Hotel CALEM	Sra. Ana Paola Jiménez	Centro de Zumba; Calle Orellana y Colón	3 personas	18 personas	4 habitaciones dobles con baño privado 1 habitación triple con baño privado 1 habitación familiar con baño privado	Facebook: CALEM hotel Instagram: @hotelcalemzu mba	24 horas	Todos los servicios que prestan de gran acogida	Festividad del cantón	Habitaciones decoradas para diferentes ocasiones	Se caracterizan por tener un buen aseo en todo el hotel y la comodidad que les

					3 habitaciones matrimoniales con baño privado						bridan a sus huéspedes
					2 habitaciones individuales con baño privado						
Hotel “La Esmeralda”	Sr. Alberto Pillaga	Centro de Zumba; calle Colón entre Manuel Rodríguez y Orellana	1 persona	7 personas	3 habitaciones dobles con baño privado 4 habitaciones sencillas con baño privado	No cuenta con redes sociales	24 horas	Las habitaciones sencillas con baño privado	Festividades del cantón	Desayunos y servicio de lavandería	Por sus precios cómodos y accesible para el cliente
Hostal “El Chaparano”	Sr. Pedro Zaquinaula	Esquina del Parque central; calle 12 de Febrero y Sucre	1 persona	15 personas	3 habitaciones dobles con baño compartido. 5 habitaciones individuales con baño compartido	No cuenta con redes sociales	24 horas	Las habitaciones individuales	Festividades del cantón y fines de semana	Televisión para algunas habitaciones	Por lo económico a lo comparado con los otros hoteles
Hotel “El Emperador”	Sr. Eleodoro García	Centro de Zumba; Calle Orellana y Colón esquina	1 persona	12 personas	6 habitaciones sencillas con baño privado 6 habitaciones sencillas con baño compartido	No cuenta con redes sociales	24 horas	Las habitaciones con baño privado	Festividades del cantón	Wifi no tan lento	Por encontrarse en el casco céntrico
Hotel “El Cisne”	Sr. Enrique Amari		2 personas		5 habitaciones individuales con baño privado	No cuenta con	24 horas	Las habitaciones dobles con baño	Festividades del cantón y	Garaje	Por encontrarse cerca al terminal

						3 habitaciones dobles con baño compartido	redes sociales	compartido	fin de semana		
						2 habitaciones matrimoniales con baño privado					

RESTAURACIÓN

Asadero y Restaurante Lisbeth	Sra. Rocío del Carmen García	Centro de Zumba; Av. del Colegio y pasaje Benalcázar	3 personas	20 personas	Gallina Criolla Guata Bolones Humitas Tamales Pollo Asado	No cuenta con redes sociales	Desde las 07h00 am - 19h00 pm	El pollo asado tiene más acogida	Feriados y fines de semana	Ninguna	Es más económico y trabaja con productos orgánicos
Restaurante y Marisquería “Sabores del Oriente”	Sr.	Centro de Zumba; Av. del Colegio y colón	4 personas	25 personas	Encebollados Ceviches Chaulafán	No cuenta con redes sociales	Desde las 07h00 am - 20h00 pm	Todo lo de marisquería	Feriados y fines de semana	Gallina Criolla	Tiene bastante acogida por los viajeros
Asadero y Parrilladas Forastero	Sra. Yomali Aries	Calle Jaime Roldos Aguilera y 10 de agosto	5 personas	30 personas	Parrilladas Salchipapas	No cuenta con redes sociales	Desde las 07h00 am - 21h00 pm	Las parrilladas	Feriados y fines de semana	Mariscos asados a la parrilla	Es económico y tiene bastante acogida
Marisquería el Charapanito	Sra. Francia Ramón	Avenida Amazonas y calle San Francisco	3 personas	15 personas	Bandera Arroz Marinero	No cuenta con redes sociales	Desde las 07h00 am - 06h00 pm	Todo lo de marisquería	Feriados y fines de semana	Almuerzos	Ofrecer todo tipo de marisquería

Marisquería y Picantería Piruanita		Centro de Zumba; calle 12 de Febrero entre Brasil y Orellana	3 personas	15 personas	Ceviches Almuerzos Parihuela Arroz con camarón Chicharrón de camarón Bandera Ceviches de conchas	No cuenta con redes sociales	Desde las 07h00 am – 20h00 pm	Todos los días de marisquería, almuerzos y desayunos	Feriados y fines de semana	Platos típicos de la zona	Ofrecer platos típicos del Perú
---	--	--	------------	-------------	--	------------------------------	-------------------------------	--	----------------------------	---------------------------	---------------------------------

SERVICIOS DE ENTRETENIMIENTO

Discoteca Luxury	Sr. Paco Robalino	Calle Abdón Calderón entre la Calle Brasil y Pasaje Chinchipe	4 personas	200 personas	Karaoke Pista de baile	Facebook: Discoteca Luxury	Los días Jueves, Viernes y Sábado de 19h00 – 02h00 am	Licores y picaditas	Fines de semana, festividad del cantón	Picaditas de mariscos	Ofrece tranquilidad y seguro
Retro Bar	Sr. Lenin Toledo	Av: del Colegio entre Pasaje Benalcazar y calle Zumba	2 personas	90 personas	Karaoke Pista de baile	No cuenta con redes sociales	Los días Jueves, Viernes y Sábado de 19h00 – 02h00 am	Licores	Fines de semana y festividad del cantón	Presentación de artistas	Lugar pequeño para disfrutar en familia
Nuestro Bar	Sr. Daniel Peñaloza	Pista vía al terminal	4 personas	200 personas	Pista de baile y bar	No cuenta con redes sociales	Los días Jueves, Viernes y Sábado	Todos los servicios que ofrecen	Fines de semana	Picaditas variadas	Mayor acogida, cerca al centro

								de 19h00 – 02h00 am					
Cabañas Mirador Zalapaca	el de	Sra. Silvana Ruíz	Vía a la parroquia San Andrés km 3	3 personas	150 personas	Restaurante Mirador Cabañas	No cuenta con redes coales	Los días Jueves, Viernes y Sábado de 19h00 – 02h00 am	El restaurant e y el servicios de las cabañas	Fines de semana y feriados	Variedad en el restaurante	Por ser el único mirador de la parroquia que presta lo servicios.	

CENTROS RECREACIONALES

Centro Recreacional La Cascada	Sr. Darío Peñaloza	Barrio el Rejo	5 personas	250 personas	Alimentación Cancha sintética Piscinas Salón de eventos	No cuenta con redes sociales	Sábados a Doming os y Feriados desde las 10h00 a 19h30	Los servicios de piscina y restaurant e	Fines de semanas y feriados	Que la piscina sea más grande	Se encuentra cerca al casco céntrico de la parroquia
Centro Recreacional Verde Bambú	Sr. Carlos Chamba	Barrio Isimanchi	7 personas	300 personas	Piscinas Salón de eventos Alimentación Garaje Canchas de voly	Faceboo k: Centro Recreaci onal “Verde Bambú”	Viernes a Doming o y Feriados desde las 09h00 hasta las 20h00	Salón de eventos, piscina y restaurant e	Fines de semanas y feriados	Ninguna	Por encontrarse vía a Loja

Fuente: Trabajo de campo

6.1.10.1 Servicios Complementarios

Se enlista servicios complementarios dentro de la parroquia. Ver Tabla 15

Tabla 15 Servicios Complementarios

Transporte público terrestre	Cooperativa Sur Oriente
	Cooperativa Unión Cariamanga
	Cooperativa de Transportes Loja
	Cooperativa Yantzaza
	Cooperativa Nambija
	Cooperativa de Transporte Ciudad de Zumba
Compañías de Taxis	Cooperativa de Taxis Horizontes de Luz
	Cooperativa de Taxis Zumbañita
	Cooperativa de Taxis la Guayusa
	Cooperativa de Taxis Zumbayacu
Hospital Público	Hospital Básico de Zumba
Tienda de Souvenir	Yo amo "Zumba"
Farmacias	Farmacia Divino Niño
	Farmacia Cuxibamba Zumba
	Farmacia Moderna
	Farmacia La Salud
Financiero	Cooperativa de Ahorro y Crédito Coopmego
	BanEcuador
	Cooperativa Cacpe Zamora

6.1.11 Análisis de la demanda

6.1.11.1 Perfil sociodemográfico del turista

Tabla 16. Sexo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	250	66%
Masculino	126	34%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: María Mercedes Zaquinaula Urrego

Interpretación: Con los datos obtenidos mediante las 376 encuestas aplicadas, la distribución por sexo indica un porcentaje imparcial con una mayoría del sexo femenino representa el 66% y el masculino el 34%.

Tabla 17. Edad

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
18 a 25 años	75	20%
26 a 33 años	142	38%
34 a 41 años	57	15%
42 a 49 años	53	14%
Más de 49 años	49	13%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: María Mercedes Zaquinaula Urrego

Interpretación: El intervalo de edad, está mayormente representado por turistas de 26 a 33 años con el 38% que es un segmento relativamente joven, seguido por turistas de 18 a 25 años con el 20% un segmento de jóvenes muy importante, hay un segmento de 34 a 41 años con un porcentaje de 15% de 42 a 49 años con un porcentaje de 14% y más de 49 años corresponde al 13% siendo los tres últimos segmentos con menor porcentaje.

Tabla 18. Lugar de Procedencia

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Loja	85	23%
Zamora Chinchipe	73	19%
Azuay	31	8%
Guayas	35	9%
Chimborazo	11	3%
El Oro	27	7%
Pichincha	74	20%
Tungurahua	9	2%
España	18	5%

Colombia	13	4%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: María Mercedes Zaquinaula Urrego

Interpretación: Dentro del territorio nacional en su mayoría los visitantes residen en provincias de Loja con un 23%, Pichincha con 20% respectivamente, seguido de Zamora Chinchipe con un 19%, con un 8% Azuay, le sigue Guayas con 9%, en menor porcentaje están las provincias de Chimborazo, El Oro, y Tungurahua seguido visitantes que actualmente residen en España y Colombia.

Tabla 19. Estado civil

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Soltero/a	150	40%
Casado/a	97	26%
Divorciado/a	66	17%
Viudo/a	63	17%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado: María Mercedes Zaquinaula Urrego

Interpretación: Según los datos obtenidos el 40% de los visitantes de la parroquia urbana Zumba son de personas solteras; mientras que, el 26% son casados/as, seguidamente de las personas divorciadas/os y viudos/as con un 17%.

Tabla 20. Nivel de estudios

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Sin estudios	46	40%
Primaria	39	26%
Secundaria	54	17%
Tecnología	54	17%
Universitaria	183	40%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: María Mercedes Zaquinaula Urrego

Interpretación: Según los datos obtenidos el 40% de turistas que visitan la parroquia Zumba tiene una educación universitaria, el otro 40% no poseen estudios, el 26% han alcanzado los estudios primarios, un porcentaje igual del 17% poseen estudios secundarios y tecnologías.

Tabla 21. Ocupación actual

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Estudiante	24	6%
Docente	43	11%
Ama de casa	45	12%

Jubilado	47	13%
Fotógrafo	1	0%
Empleado público	82	22%
Empleado privado	93	25%
Enfermero	5	1%
Emprendedor	21	6%
Estudia y trabaja	15	4%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: María Mercedes Zaquinaula Urrego

Interpretación: La ocupación actual más predominante es el empleado privado con un 25%, seguido del empleado público con un 22%, las amas de casa representan un 12%, los docentes un 11% al igual que un jubilado con el 13% con un bajo porcentaje son los emprendedores y estudiantes con un 6% y un 4% de personas que estudian y trabajan, con un porcentaje bajo de 1% son los enfermeros.

Tabla 22. Ingreso mensual

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Entre a \$100 a \$200	74	20%
Entre \$300 a \$500	115	30%
Entre \$600 a \$800	127	34%
Más de \$900	60	16%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: María Mercedes Zaquinaula Urrego

Interpretación: La mayor parte de los turistas que son el 34% tienen un ingreso mensual entre los \$600 a \$800 el 30% de los encuestados tiene un ingreso mensual entre los \$300 a \$800 y con el 20% tiene un valor mínimo entre los \$100 a \$200, y con el 16% más de \$900

6.1.11.2 Estudio del consumo de bienes y servicios turísticos

Tabla 23. Conoce la parroquia Zumba

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	333	89%
No	43	11%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: María Mercedes Zaquinaula Urrego

Interpretación: Con un 89% tuvo más relevancia la alternativa de que si conoce la parroquia haciendo se evidencia que existe una gran demanda y con 11% marcan la opción de que no conoce, pero lo que hace falta una mayor promoción del lugar.

Tabla 24. *Cuál sería el promedio de gasto diario en su visita*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
De \$15 a \$30	273	72%
De \$30 a \$45	40	11%
De \$45 a \$60	29	8%
De \$60 a \$75	20	5%
Más de \$75	14	4%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: María Mercedes Zaquinaula Urrego

Interpretación: Con los resultados obtenidos se aprecia que el visitante está dispuesto a gastar entre \$15 a \$30 diarios en la parroquia Zumba que equivale al 72% con mayor porcentaje, seguidamente con un 11% gastarían entre los \$30 a \$45, el 8% de encuestados está dispuesto a gastar entre \$45 a \$60; mientras que, un 5% realizaría un gasto de 60% a 75%, y en un menor porcentaje se encuentra los rangos de más de \$75 con el 4%.

Tabla 25. *Que actividades le gustaría realizar durante su visita*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Fotografía	71	11%
Observación de flora y fauna	91	14%
Visita al centro recreacional “La Cascada”	64	10%
Degustación del plato típico (hormiga culona)	91	14%
Visita de fincas de plantaciones de guayusa	61	10%
Visita a finca cafetaleras	54	8%
Visita a fincas cacaoteras	51	8%
Elaboración de queso y quesillo	57	9%
Degustación de licores y macerados	87	14%
Otros	10	2%
Total	637	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: María Mercedes Zaquinaula Urrego

Interpretación: Al ser una pregunta de opción múltiple con el 14% de los encuestados las alternativas que más relevancia tienen es la observación de flora y fauna, la degustación de licores y macerados y la degustación del plato típico (hormiga culona); seguido con un 11% en la actividad de la fotografía, seguidamente el 10% la visita a fincas de plantaciones de guayusa y la visita al centro recreacional “La Cascada”; mientras que, el 9% prefiere la observación de elaboración de queso y quesillo, seguido por la visita de finca cafetaleras y cacaoteras con un

8%, en menor porcentaje se encuentra la alternativas de otros que el encuestado manifestó algunas actividades que no están entre las opciones como el paracaidismo, la visita a la escultura religiosa que existe y

Tabla 26. Medio de transporte utilizado para visitar la parroquia urbana Zumba

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Transporte público	85	23%
Transporte privado	256	68%
Alquilado	35	9%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: María Mercedes Zaquinaula Urrego

Interpretación: El medio de transporte más utilizado es el privado con el 68%, seguido por el transporte público con el 23% y finalmente utilizan el transporte alquilado con el 9%. Dentro de la parroquia urbana de Zumba los turistas prefieren desplazarse caminando, pero para trasladarse algunos atractivos lo hacen en transporte.

Tabla 27. Lugar donde le gustaría hospedarse

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Hotel	78	21%
Hostal	27	7%
Casa de familiares	271	72%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta elaborada

Elaboración: María Mercedes Zaquinaula Urrego

Interpretación: La mayoría de los encuestados con el 72% prefieren alojarse en casa de familiares, a diferencia del 21% se hospeda en hotel y como última opción el 7% se aloja en hotel.

Tabla 28. Calidad de los servicios turísticos recibidos durante su estadía

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	259	69%
En desacuerdo	117	31%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta elaborada

Elaboración: María Mercedes Zaquinaula Urrego

Interpretación: Esta pregunta se diseñó como una pregunta abierta para que puedan mencionar sus diferentes criterios de si están de acuerdo o no con los servicios recibidos durante su estadía.

El 69% de los encuestados manifiestan que están de acuerdo con el servicio recibido por lo que supieron mencionar algunos criterios de; son precios cómodos, el excelente servicio prestado es lo que pudieron mencionar, pero un 31% está en desacuerdo por que en los establecimientos no cumplieron con los servicios prestarían, la mala infraestructura en algunos establecimientos y más publicidad del lugar.

6.1.11.3 Estudio de organización del viaje y variables motivacionales

Tabla 29. Principales razones para visitar la parroquia

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Descanso	28	7%
Visita familiar	125	33%
Caminatas	20	5%
Educación-Investigación	14	4%
Festividades	182	48%
Otro	7	2%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: María Mercedes Zaquinaula Urrego

Interpretación: Según los datos obtenidos el 48% de los encuestados asiste a las festividades que se desarrollan en el mes de octubre, el 33% lo hace para visita a familiares, seguidamente con un 7% lo hacen por descanso el 5% lo hacen por caminatas que se realizan una peregrinación que se lleva a cabo desde la parroquia Zumba hasta el puerto Internacional la Balsa; mientras que, el resto de las personas encuestadas que pertenecen al 2% visitan la parroquia por trabajo, acciones humanitarias, y necesidades personales.

Tabla 30. Compañía durante el viaje

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Solo	52	14%
Familiares	157	42%
Amigos	87	23%
Pareja	65	17%
Tour organizado	15	4%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: María Mercedes Zaquinaula Urrego

Interpretación: El 42% de los turistas prefieren visitar la parroquia en compañía de sus familiares, seguido del 23% que prefieren viajar con los amigos, un 17% viajan en compañía de su pareja, el 14% viaja solo y en porcentaje bien bajo del 4% viajan con tour organizado.

Tabla 31. Las veces que ha visitado la parroquia

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Una sola vez	123	33%
Dos veces	87	23%
Tres veces	59	16%
Más de tres veces	107	28%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: María Mercedes Zaquinaula Urrego

Interpretación: El 33% de los encuestados manifiestan que han visitado una sola vez la parroquia, seguidamente el 28% ha visitado más de tres veces, con un 23% dos veces nomas se ha traslado al lugar y finalmente el 16% ha viajado al lugar solamente tres veces.

Tabla 32. Número de persona que ha realizado la visita

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 5 personas	284	76%
5 a 10 personas	57	15%
Más de 10 personas	35	9%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: María Mercedes Zaquinaula Urrego

Interpretación: Del total de los encuestados un 76% hace relevancia que viajan acompañados de 1 a 5 personas, seguidamente de un 15% lo hacen de 5 a 10 personas y por último el 9% prefiere hacerlo con más de 10 personas al visitar la parroquia.

Tabla 33. Cuanto estaría dispuesto a estar en la parroquia

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 2 días	309	82%
De 3 a 4 días	44	12%
Más de 4 días	23	6%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: María Mercedes Zaquinaula Urrego

Interpretación: Al ser con el mayor número relevante de 82% de 1 a 2 días que los visitantes se quedan en la parroquia Zumba un gran porcentaje se quedan en casas de familiares, le sigue el rango de 3 días con el 12% y el 6% de los encuestados tiene una duración de más de 4 días en la parroquia.

Tabla 34. Fuentes de información relevantes para planear su visita a Zumba

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Medios digitales	43	11%
Medios impresos	10	3%
Agencia de viajes	0	0%
Amigos-familiares	323	86%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: María Mercedes Zaquinaula Urrego

Interpretación: La alternativa con más relevancia es del 86% que se han enterado por el destino por medio de amigos-familiares, seguidamente con el 11% obtuvieron información mediante medios digitales que son las redes sociales y por último con un 3% han recibido información por medios impresos promocionando la parroquia Zumba.

Tabla 35. Tipos de turismo les gustaría que se implementen o mejoren en la zona

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Turismo vivencial	96	20%
Turismo gastronómico	254	54%
Agroturismo	115	25%
Otro	5	1%
Total	470	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: María Mercedes Zaquinaula Urrego

Interpretación: Al ser una pregunta de opción múltiple el 54% de los encuestados prefieren al turismo gastronómico por tener uno de los platos típicos y exóticos del lugar, seguidamente con un 25% eligen el agroturismo la cuál es muy relevante por las diferentes actividades que se desarrollan en las fincas; mientras que, 20% eligen el turismo vivencial.

Tabla 36. Qué productos turísticos le gustaría que se implemente o mejoren en la zona.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Rutas Turísticas	195	41%
Circuitos turísticos	102	21%
Full day	95	20%
Experiencias vivenciales	74	16%
Otro	10	2%
Total	476	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: María Mercedes Zaquinaula Urrego

Interpretación: Del total de los encuestados un 41% mencionaron que prefieren que se implemente una ruta turística en la parroquia en lo que conlleva incluir todos los productos y algunos otros servicios, seguidamente un 21% prefiere circuitos turísticos y un full day con un

20%, y con experiencias vivenciales un 16% y por último el 2% desearía que se implementen piscinas naturales, y algunas hosterías así no sea en la parroquia, o en los diferentes barrios.

- **Análisis general de la encuesta**

En la encuesta aplicada se determinó que el perfil socio demográfico del turista en el mayor porcentaje fueron femenino con el 66%, así mismo está representado por turistas de 26 a 33 años con el 38% del total de los encuestados, el lugar de procedencia con mayor porcentaje de visitantes reside en la provincia de Loja con el 23%, el estado civil son las personas solteras con el 40%, el nivel de estudio son universitarios con el 40%, la ocupación actual con mayor relevancia es el empleado privado con el 25% y el ingreso mensual está entre \$600 a \$800 con el 34%.

En el ámbito de consumo de bienes y servicios turísticos el 89% de los encuestados sí conocen la parroquia Zumba, y el gasto promedio diario durante la visita es de \$15 a \$30, las actividades que les gustaría realizar es la observación de flora y fauna, degustación de licores y macerados y la degustación del plato típico (hormiga culona) con el 14%, el medio de transporte que utiliza el visitante es el privado por mayor comodidad para viajar con el 68% de los encuestados, el lugar para hospedarse lo prefieren hacer en casa de familiares siendo el 75% la prioridad, el 69% menciona que la calidad de servicios que prestan los diferentes establecimientos están de acuerdo con el precio cobrado.

El estudio de la organización de viajes y variables motivacionales, hace referencia a las principales razones para visitar la parroquia, siendo la mayor motivación las festividades con el 48%, para realizar el viaje prefieren hacerlo en compañía de los familiares demostrando el 42% de los encuestados, el 33% menciona que solo una vez ha visitado la parroquia, con el número de personas que ha realizado la visita es de 1 a 5 personas siendo el 76%, el tiempo dispuesto a estar en la parroquia es de 1 a 2 días menciona el 82%, la información que han recibido y les ha motivado a visitar la parroquia ha sido los amigos-familiares con el 86%, el 54% menciona que les gustaría que se implemente un turismo gastronómico donde le den mayor valor a su bebida y plato típico; finalmente, los productos turísticos que sugieren se implementen son las rutas turísticas y circuitos turísticos.

6.1.12 Perfil del turista que visita la parroquia urbana Zumba

6.1.12.1 Perfil sociodemográfico

El turista que visita la parroquia urbana de Zumba es de nacionalidad ecuatoriana representado mayormente por el sexo femenino, mayoritariamente joven entre los 26 a 33 años cuyo estado civil predominan las personas solteras. Proviene principalmente de las provincias como Loja, Pichincha y Zamora Chinchipe, posee en su mayoría educación superior universitaria, su ocupación actual es la de empleado privado y tiene un ingreso mensual entre los \$600 a \$800.

6.1.12.2 Consumo de bienes y servicios turísticos

De las alternativas esenciales, el promedio de gasto turístico diario por persona estaría entre \$15 a \$30 que incluye el servicio de alojamiento. El medio de transporte más utilizado para viajar a la parroquia Zumba es en transporte privado, eligen hospedarse en casa de familiares.

6.1.13 Matriz FODA

Luego de haber desarrollado toda la caracterización del territorio e identificar los PIT's, se procede a realizar la matriz FODA, describiendo las amenazas, fortalezas, oportunidades y debilidades; con la finalidad de plantear estrategias de mejora, así como se muestra en la Tabla 37, a continuación:

Tabla 37. Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuenta con servicios básicos y complementarios 2. Variedad de atractivos naturales y culturales 3. Variedad de flora y fauna 4. Variedad de productos agroindustriales 5. Clima favorable para el desarrollo del turismo 6. Producción local de: cacao en barra, café molido, macerados 7. Fincas adecuadas para desarrollar agroturismo 8. Los PIT's de hormiga arriera y guayusa por sus características son únicas de este territorio 9. Cuenta con 4 PIT'S agropecuarios, 4 agroindustriales y 3 gastronómicos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Deficiente e insuficiente señalética turística 2. Emprendedores no cualificados para atención al cliente 3. Falta de promoción de recursos y atractivos 4. Planta turística limitada 5. Vialidad en mal estado 6. Contaminación de atractivos naturales 7. Limitados recursos económicos para el desarrollo turístico 8. PIT's del territorio no han sido valorados para el turismo y promoción de la parroquia 9. Algunos PIT's de la hormiga y la chonta se están extinguiendo por la intervención del hombre 10. No existe asociatividad para producir y promocionar los PIT's 11. Los productores desconocen la importancia de los PIT's para el turismo 12. Migración de la población 13. Limitado conocimiento sobre beneficios de PIT's en el turismo
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Existe demanda para productos turísticos, actividades y servicios relacionados con PIT's. 2. Nuevas tendencias hacia el turismo rural 3. Cercanía al paso fronterizo que atrae a turistas extranjeros 4. Apoyo de las autoridades gubernamentales a cantones fronterizos 5. Avance tecnológico para el marketing. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. IV eje vial en mal estado, en temporada de invierno se complica más 2. Desastres naturales 3. Contaminación por la minería 4. Narcotráfico en zonas fronterizas 5. Limitada planificación por parte del Gobierno Provincial para apoyar al turismo 6. Competencia de cantones cercanos con PIT's similares

-
7. Limitado apoyo por parte de entidades para al desarrollo del turismo basado en PIT's
-

6.1.14 Matriz de FODA estratégico

Una vez identificados los factores externos e internos, tanto positivos y negativos, se procede a plantear estrategias de la cuáles quedan planteadas para fortalecer el turismo en la parroquia, como se muestra en la Tabla 38:

Tabla 38. Matriz FODA estratégico

	Fortalezas	Debilidades
Interno (Actividad turística y PIT)	<p>F1. Cuenta con servicios básicos y complementarios</p> <p>F2. Variedad de atractivos naturales y culturales</p> <p>F3. Variedad de flora y fauna</p> <p>F4. Variedad de productos agroindustriales</p> <p>F5. Producción local de: cacao en barra, café molido, macerados</p> <p>F6. Fincas adecuadas para desarrollar agroturismo</p> <p>F7. Los PIT's de hormiga arriera y guayusa por sus características son únicas de este territorio</p> <p>F8. Cuenta con 4 PIT'S agropecuarios, 5 agroindustriales y 3 gastronómicos</p> <p>F9. Clima favorable para el desarrollo del turismo</p>	<p>D1. Deficiente e insuficiente señalética turística</p> <p>D2. Emprendedores no cualificados para atención al cliente</p> <p>D3. Falta de promoción de recursos y atractivos</p> <p>D4. Planta turística limitada</p> <p>D5. Vialidad en mal estado</p> <p>D6. Contaminación de atractivos naturales</p> <p>D7. Limitados recursos económicos para el desarrollo turístico</p> <p>D8. PIT's del territorio no han sido valorados para el turismo y promoción de la parroquia</p> <p>D9. Algunos PIT's de la hormiga y la chonta se están extinguiendo por la intervención del hombre</p> <p>D10. No existe asociatividad para producir y promocionar los PIT's</p> <p>D11. Los productores desconocen la importancia de los PIT's para el turismo</p> <p>D12. Migración de la población</p> <p>D13. Limitado conocimiento sobre beneficios de PIT's en el turismo</p>
Ambiente Externo (Territorio)		
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO

O1. Existe demanda para productos turísticos basados en PIT's	FO1 Implementar productos turísticos que integren los PIT's (F1, F2, F3, F4, F5, F6, F7, F8, O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7)	DO1 Implementar señalética turística (D1, O1, O2, O3, O4, O5)
O2. Nuevas tendencias hacia el turismo rural		DO2 Implementar actividades turísticas que integren los PIT's (D4, O1, O2, O3, O4, O5)
O3. Cercanía al paso fronterizo que atrae a turistas extranjeros	FO2 Crear una ruta turística que integren los PIT's agropecuarios, agroindustriales y gastronómicos (F1, F2, F3, F5, F6, F7, F8, O1, O2O3 , O4, O5)	DO3 Capacitar a la población local y productores sobre la importancia y manejo adecuado de los PIT's (D6, D7, D9, D11, D13, O1, O2, O3, O4, O5)
O4. Apoyo de las autoridades gubernamentales a cantones fronterizos		DO4 Capacitar a los emprendedores y población en general en temas turísticos y ambientales (D6, D7, D9, D11, D13, O1, O2, O3, O4, O5)
O5. Avance tecnológico para el marketing		DO5 Mejorar la promoción turística de los Pit's que dan identidad a Zumba (D1, D2, D3, D7, D8, D9, D10, O2, O3, O5)
		DO6 Alianzas estratégicas entre productores de PIT's y GAD cantonal y provincial. (D2, D3, D4, D5, D7, D9, D10, D12, O3, O4)

Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
A1. IV eje vial en mal estado, en temporada de invierno se complica más	FA1 Concientizar a la población local mediante charlas de educación ambiental (Conciencia ambiental, efectos negativos de la actividad minera, etc.) (F2, F3, F4, F6, F7, F8, F9, A3, A5)	DA1 Proponer un plan de capacitación en temas turísticos para autoridades y productores de PIT's (D6, D7, D9, D11, D13, A6)
A2. Desastres naturales		DA2 Elaborar planes de gestión turística basado en PIT's para la parroquia (D6, D7, D8, D9, D10, D11, D13, A6)
A3. Contaminación por la minería	FA2 Establecer convenios con los GADS de los cantones aledaños con el fin de apoyarse mutuamente. (F2, F3, F4, F5, F6, F7, F8, F9, A6, A7)	
A5. Narcotráfico en zonas fronterizas		
A6. Limitada planificación por parte del Gobierno Provincial para apoyar al turismo	FA3 Generar proyectos turísticos que creen recursos económicos en la parroquia. (F2, F3, F4, F5, F6, F7, F8, F9, A6, A7)	
A7. Limitado apoyo por parte de entidades para al desarrollo del turismo basado en PIT's		

6.1.14.1 Estrategias recabadas del FODA estratégico

Estrategias FA

1. Concientizar a la población local mediante charlas de educación ambiental (Conciencia ambiental, efectos negativos de la actividad minera, etc.) (F2, F3, F4, F6, F7, F8 ,F9, A3, A5)
2. Establecer convenios con los GADS de los cantones aledaños con el fin de apoyarse mutuamente. (F2, F3, F4, F5, F6, F7, F8, F9, A6, A7)
3. Generar proyectos turísticos que creen recursos económicos en la parroquia (F2, F3, F4, F5, F6, F7, F8, F9, A6, A7)

Estrategias DA

1. Proponer un plan de capacitación en temas turísticos para autoridades y productores de PIT's. (D6, D7, D9, D11, D13, A6)
2. Elaborar planes de gestión turística basado en PIT's para la parroquia. (D6, D7, D8, D9, D10, D11, D13, A6)

Estrategias FO

1. Implementar productos turísticos que integren los PIT's (F1, F2, F3, F4, F5, F6, F7, F8, O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7)
2. Crear una ruta turística que integren los PIT's agropecuarios, agroindustriales y gastronómicos. (F1, F2, F3, F5, F6, F7, F8, O1, O2, O3, O4, O5)

Estrategias DO

1. Implementar señalética turística (D1, O1, O2, O3, O4, O5).
2. Implementar actividades turísticas que integren los PIT's (D4, O1, O2, O3, O4, O5).
3. Capacitar a la población local y productores sobre la importancia y manejo adecuado de los PIT's (D6, D7, D9, D11, D13, O1, O2, O3, O4, O5).
4. Capacitar a los emprendedores y población en general en temas turísticos y ambientales (D6, D7, D9, D11, D13, O1, O2, O3, O4, O5).
5. Mejorar la promoción turística de los PIT's que dan identidad a Zumba (D1, D2, D3, D7, D8, D9, D10, O2, O3, O5)

6. Alianzas estratégicas entre productores de PIT's y GAD cantonal y provincial. (D2, D3, D4, D5, D7, D9, D10, D12, O3, O4)

Luego de determinar las estrategias generales, se procedió a priorizar aquellas con mayor similitud, además de validarlas con el vocero del departamento de turismo del GAD Parroquial, puesto que son las necesidades eminentes para potenciar el turismo en el territorio.

6.2 Propuesta de productos turísticos basados en PIT's para la parroquia Zumba

Además de las propuestas antes señaladas, para el cumplimiento del segundo objetivo de este trabajo, se plantea la creación de los productos turísticos con Identidad Territorial para la parroquia Zumba. Ver Tabla 39

Tabla 39. Diseño de Ruta y Circuito Turístico

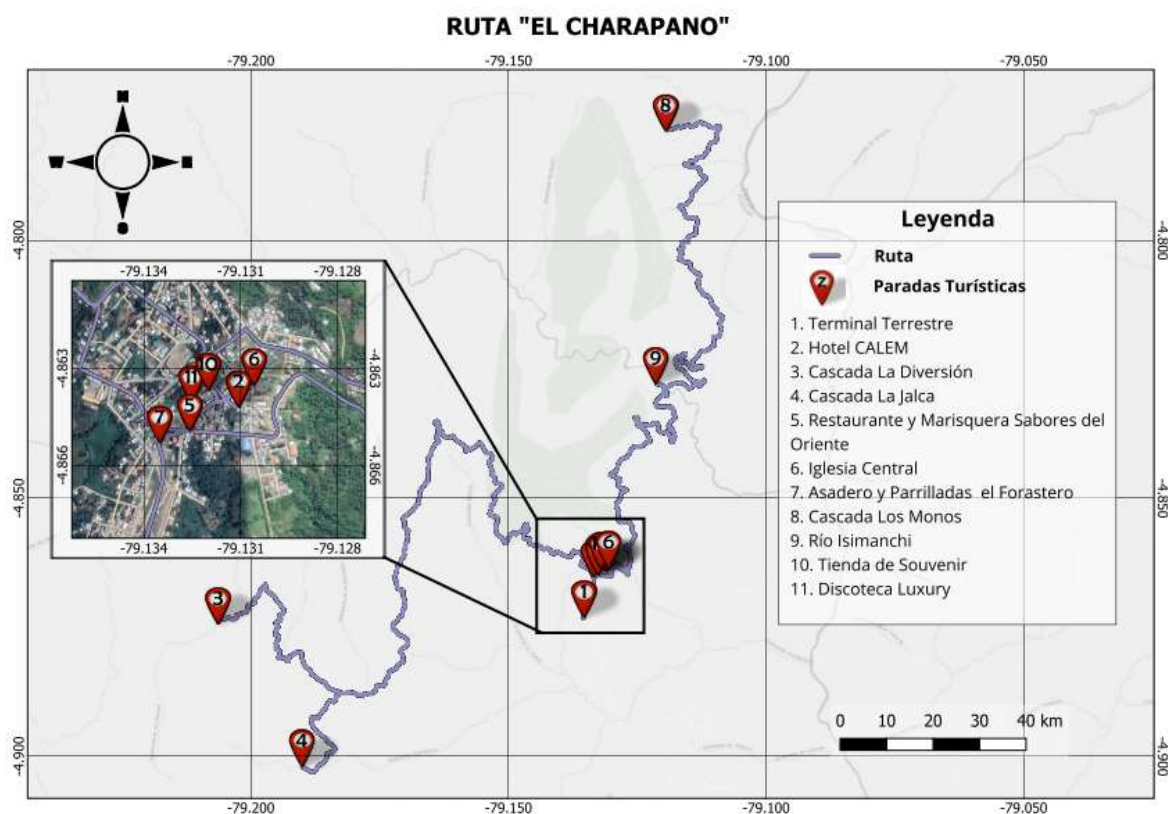
OBJETIVO ESTRATÉGICO	RECURSOS	PROPUESTA	VENTAJAS	CONSIDERACIONES
Diseñar una ruta turística en los que se integren los PIT's	<ul style="list-style-type: none"> Atractivos y recursos turísticos de la parroquia 	<ul style="list-style-type: none"> Ruta basados en los productos con identidad territorial, para diversificar el destino 	<ul style="list-style-type: none"> Variedad de productos agro turísticos, agroindustriales, gastronómicos. Generación de empleos (directo, indirecto) Generar ingresos a la parroquia Conocer y disfrutar de los atractivos y productos que ofrece la parroquia 	<ul style="list-style-type: none"> Servicios complementarios Señalética Itinerarios Vías de acceso habilitadas Diagnóstico de la infraestructura de servicios Presupuesto
Diseñar un circuito turístico en los que se integren los PIT's	<ul style="list-style-type: none"> Atractivos y recursos turísticos de la parroquia 	<ul style="list-style-type: none"> Circuito basado en las fincas quienes se dedican a los productos agroturísticos 	<ul style="list-style-type: none"> Variedad de productos agro turísticos, agroindustriales, gastronómicos. Generación de empleos (directo, indirecto) Generar ingresos a la parroquia Conocer y disfrutar de los atractivos y productos que ofrece la parroquia 	<ul style="list-style-type: none"> Servicios complementarios Señalética Itinerarios Vías de acceso habilitadas Diagnóstico de la infraestructura de servicios Presupuesto

6.2.1. Diseño de portafolio de productos turísticos integrando los PIT's

Para el diseño de la Ruta Turística se diseñó una ficha que se encuentra detallada a continuación Tabla 40

Tabla 40. Desarrollo de la ruta

Objetivo Estratégico	Diseñar productos turísticos en los que se integren los PIT's	
Medio	Ruta Turística	
Detalles	Nombre	Ruta "El Charapano"
	Objetivo General	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un ruta turística
	Objetivos Específicos	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar los ingresos económicos de la parroquia • Realizar actividades turísticas donde se integren todos los productos con identidad territorial
Características	Visión de Futuro	Dar a conocer el gran potencial turístico que posee la parroquia Zumba
	Fuentes de Financiamiento	Recursos del GAD cantonal
	Formas de Ejecución	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe • GAD cantonal Chinchipe • Contratación Pública
	Responsables	GAD del Cantón Chinchipe
Estructura del diseño	Parámetros a considerar en su diseño	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio previo por una tesis de la carrera de turismo • Identificación y selección de los productos con más relevancia de la parroquia. • Trazado de la ruta • Creación del Itinerario turístico • Señalización turística
Diseño de su implantación		



Observaciones

Antes del recorrido brinda la información concreta de los atractivos a visitar y las actividades que se va a realizar, dar las respectivas recomendaciones para el mismo.

Fuente: Trabajo de campo

Itinerario Ruta “El Charapano”

Día 1			
Hora	Lugar		Tiempo
06h00	06h15	Encuentro en el Terminal Terrestre de Zumba	00h15min
06h15	06h30	Traslado al hotel CALEM	00h15min
06h30	07h00	Check in	00h30 min
07h00	08h00	Desayuno en el hotel	01h00
08h10	10h20	Traslado a la Cascada la Diversión	02h10min
10h30	11h00	Visita en la cascada	00h30 min
11h10	11h40	Traslado a la Cascada la Jalca	00h30 min
11h45	12h15	Visita a la Cascada	00h30 min
12h20	13h20	Traslado a la parroquia Zumba	01h00
13h30	14h20	Almuerzo en Restaurante y Marisquería “Sabores del Oriente”	00h50 min
14h30	15h00	Visita al Parque Central	00h30 min
15h10	15h30	Visita a la Iglesia Nuestra Señora del Rosario	00h20 min
15h40	16h00	Retorno al hotel	00h20 min
16h15	19h30	Tiempo de descanso	01h15min
19h30	20h30	Cena en el Asadero y Parrilladas el Forastero	01h00

20h30	-	Descanso	
Día 2			
Hora		Lugar	Tiempo
07h30	08h30	Desayuno en el hotel	01h00
08h30	09h30	Traslado a la Cascada los Monos	01h00
09h40	10h20	Visita y recorrido por la cascada	00h40 min
10h30	11h00	Traslado a Río Isimanchi	00h30min
11h30	12h10	Visita y recorrido por el río	00h40 min
12h20	12h50	Traslado a la parroquia Zumba	00h30 min
13h00	14h00	Almuerzo en el Restaurante y Marisquería “Sabores del Oriente”	01h00
14h10	14h40	Compras en la tienda de souvenir “Yo amo Zumba”	00h30 min
14h50	15h30	Degustación de la hormiga	00h40 min
15h40	18h40	Tiempo libre	03h00
19h00	20h00	Cena en el Asadero y Parrilladas el Forastero	01h00
21h00	-	Nigth Out en la Discoteca Luxury	
Día 3			
Hora		Lugar	Tiempo
07h00	08h00	Desayuno en el hotel	01h00
08h15	09h15	Degustación de macerados y café	
9h30	-	Check out (fin del servicio)	

Descripción general de los servicios turísticos

- Paquete de 3 días y 2 noches
- Hospedaje en hotel de 2 estrellas en pleno centro
- Transporte terrestre interno
- 3 desayunos, 2 almuerzos, 2 cenas

Incluye

- Transporte interno
- Guianza turística local
- Botella de agua para cada día de recorrido

No incluye

- Transporte hacia otros destinos
- Propinas y gastos extras
- Snacks
- Compra en la tienda de souvenir
- Nada que no esté especificado en este itinerario

Recomendaciones

- Vestimenta adecuada para climas templado y cálido
- Vestimenta de baño

- Zapatos cómodos para caminatas
- Llevar cámara fotográfica
- Gorras o sombreros
- Repelente de insectos y protector solar
- Alcohol antiséptico

Guión de la Ruta Turística “El Charapano”

Tabla 41. Guión de Ruta Turística

<p>PARROQUIA ZUMBA (Bienvenida)</p>	<p>Parroquia Zumba Datos Generales:</p> <p>La parroquia Zumba perteneciente a la provincia de Zamora Chinchipe ubicado al sur del país cerca de la frontera con Perú, el mayor tiempo del clima es primaveral predominando el cálido húmedo. Es la cabecera del cantón Chinchipe creado el 5 de enero de 1921. A pocos kilómetros se ubica el puente Internacional La Balsa que conecta a Perú y Ecuador como principal acceso por el oriente ecuatoriano.</p> <p>El origen del nombre Zumba, se da porque habitaban un minero de apellido Zumba el mismo que convivía con su familia por esos lugares. Para las culturas Shuar y Saraguro este nombre tiene un significado ofensivo, por ello se cree que su nombre viene desde la colonia. Desde 1861 Zumba y Chito pertenecieron al cantón Loja, sus tierras estaban habitadas por mestizos e indios que fueron perdiendo su cultura con el mestizaje de los colonos españoles y emigrantes del Perú.</p>
<p>TERMINAL TERRESTRE (Primera Parada)</p>	<p>El Terminal Terrestre de Zumba ubicado al sur de la ciudad ha permitido mejorar la descongestión vehicular al que actualmente se encontraba en el casco céntrico. En la terminal se atiende las oficinas de cooperativas intercantonales, interprovinciales e internacionales, como la Cooperativa Loja, Nambija, Sur Oriente, Unión Cariamanga y Yantzaza.</p> <p>La Cooperativa de Transporte Ciudad de Zumba (conformada por unidades llamadas rancheras) y una unidad de cooperativa tipo bus, tiene la cobertura interparroquial.</p> <p>La Cooperativa de taxis, en Zumba tienen paradas autorizadas por el GAD Municipal, y que son quienes cubren con el transporte hacia los barrios de las parroquias urbanas y rurales.</p>
<p>HOTEL “CALEM” (Segunda Parada)</p>	<p>Realizar el Check in, la estadía será para dos noches tres días, incluido el desayuno y todos los servicios.</p>
<p>CASCADA LA DIVERSIÓN (Tercera Parada)</p>	<p>La Cascada la Diversión tiene una caída de 15 metros el agua es bastante fría, las piedras le han dado forma para acceder al atractivo hay que ir con un guía local en el camino hay que tener mucho cuidado porque es</p>

	fácil perderse, este atractivo es uno de los más relevantes que cuenta el barrio la diversión por ser una de las cascadas más altas, ahí pueden bañarse con cuidado porque pueden resbalarse, y tener en cuenta todas las recomendaciones que le haga el guía local.
CASCADA LA JALCA (Cuarta Parada)	Se encuentra ubicado en el barrio la Jalca desde la parroquia Zumba en lapso de 45 minutos La cascada tiene una altura de 10 metros aproximadamente. Rodeado de naturaleza con agua fría cristalina es apta para efectuar actividades de natación, observación de flora, aviturismo, senderismo; con un clima cálido húmedo hace favorable para la visita
ALMUERZO EN EL RESTAURANTE Y MARISQUERÍA “SABORES DEL ORIENTE” (Quinta Parada)	Será dos días de almuerzo en el restaurante con productos de la zona.
PARQUE CENTRAL (Sexta Parada)	Lo más atractivo del parque es el monumento de la hormiga culona, es un lugar de concentración de los feligreses antes de ir a la iglesia, y también de los turistas nacionales e internacionales.
IGLESIA NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO (Séptima Parada)	Se hará recorrido dentro de la iglesia con un guía local donde hará una breve explicación de la imagen Señora del Rosario patrona del cantón
CENA EN EL ASADERO Y PARRILLADAS EL FORASTERO (Octava Parada)	Se realizará dos cenas, cada día con un menú diferente, se encuentra ubicado a pocos metros del hotel donde se hospedarán
CASCADA LOS MONOS (Novena Parada)	La Cascada los Monos se encuentra ubicada a 5 km del barrio Bellavista, desde la vía principal del IV Eje vial se camina 100 metros y se encuentra el lugar donde se podrá disfrutar de su caída, se deber tener mucho cuidado con las piedras que son muy resbalosas.
RÍO ISIMANCHI (Décima Parada)	El Río Isimanchi es el principal atractivo natural de la parroquia y la población aldeaña, donde podrán nadar con mucho cuidado porque hay que tener en cuenta en el día que se visite para tener cuidado con el caudal del Río.
TIENDA DE SOUVENIR (Décimo primero Parada)	Podrán realizar la compra de los diferentes productos que ofrece en la tienda desde tazas de porcelana, llaveros de cacho de toro, bolsos, gorras, camisetas, vino de guayusa entre otros.
DISCOTECA LUXURY (Décimo segunda Parada)	En el segundo día del itinerario después de la cena se dirigirán hacia la discoteca donde la entrada viene incluida pero el gasto dentro del establecimiento ya no incluye.
(Décimo tercera Parada)	Como se explica en el itinerario, en el último día se hará una degustación de macerados por parte de los propietarios de los emprendimientos.

Presupuesto de la ruta turística “El Charapano”

El presupuesto determinado a continuación se realiza con los costos y gastos para que se pueda desarrollar la ruta turística, presupuestado de forma individual y grupal de 15 personas, así como se muestra a continuación Ver Tabla 42

Tabla 42. Presupuesto de Ruta Turística "El Charapano"

Ruta “El Charapano”			
Costos y Gastos de Operación			
Rubro	Cantidad	Costo Unitario	Costo grupal (15 pax)
Costos de Operación			
Hospedaje	2	\$30,00	\$450,00
Transporte - Furgoneta	1	\$2,00	\$30,00
Alimentación			
Plato típico	1	\$3,00	\$45,00
Almuerzo	1	\$2,50	\$37,50
Cena	1	\$3,00	\$45,00
Botellas de agua	3	\$1,20	\$18,00
Subtotal Costos de Operación		\$41,70	\$625,50
Gastos Administrativos			
Guía local (dos días)	1	\$6,67	\$100
Seguro de accidentes	1	\$5	\$75
Subtotal Gastos Administrativos		\$11,67	\$175
Suma Total		\$53,37	\$800,5
Imprevistos 5%		\$2,67	\$40,03
Utilidad 25%		\$13,34	\$200,13
Presupuesto Total		\$69,38	\$1.040,66

RUTA "EL CHARAPANO"




Duración
3 días 2 noches

Tiempo de la ruta
12 horas diarias

Distancia de ruta
15 km

Punto mas alto
1.300 m

Temperatura
18°C a 30°C

Desnivel *
1.300 m

Dificultad

■ Baja

■ Media

■ Alta

Actividad

Turismo Religioso

Arte y Arquitectura

Manifestaciones Culturales

Turismo Comunitario

Gastronomía

Servicios

Alojamiento

Alimentación

Parqueo

Zumba es un lugar donde podras disfrutar de todos sus productos que hace único a esta parroquia; la tierra de la chonta , la guayusa y la hormiga culona, vén y disfruta desde el sur del país a través de un recorrido lleno de muchas enseñanzas



RUTA "EL CHARAPANO"



RECORRIDO

ITINERARIO

1. Terminal Terrestre
2. Hotel CALEM
3. Cascada la Diversión
4. Cascada la Jalca
5. Restaurante y Marisquera Sabores del Oriente
6. Iglesia Central
7. Asadero y Parrilladas el Forastero
8. Cascada los Monos
9. Río Isimanchi
10. Tienda de Souvenir
11. Discoteca Luxury

RECOMENDACIONES

- Vestimenta adecuada para climas templado y cálido.
- Vestimenta de baño.
- Zapatos cómodos para caminatas.
- Llevar cámara fotográfica



Para el diseño del circuito turístico, se plantea la siguiente ficha detallada que se muestra en la

Tabla 43

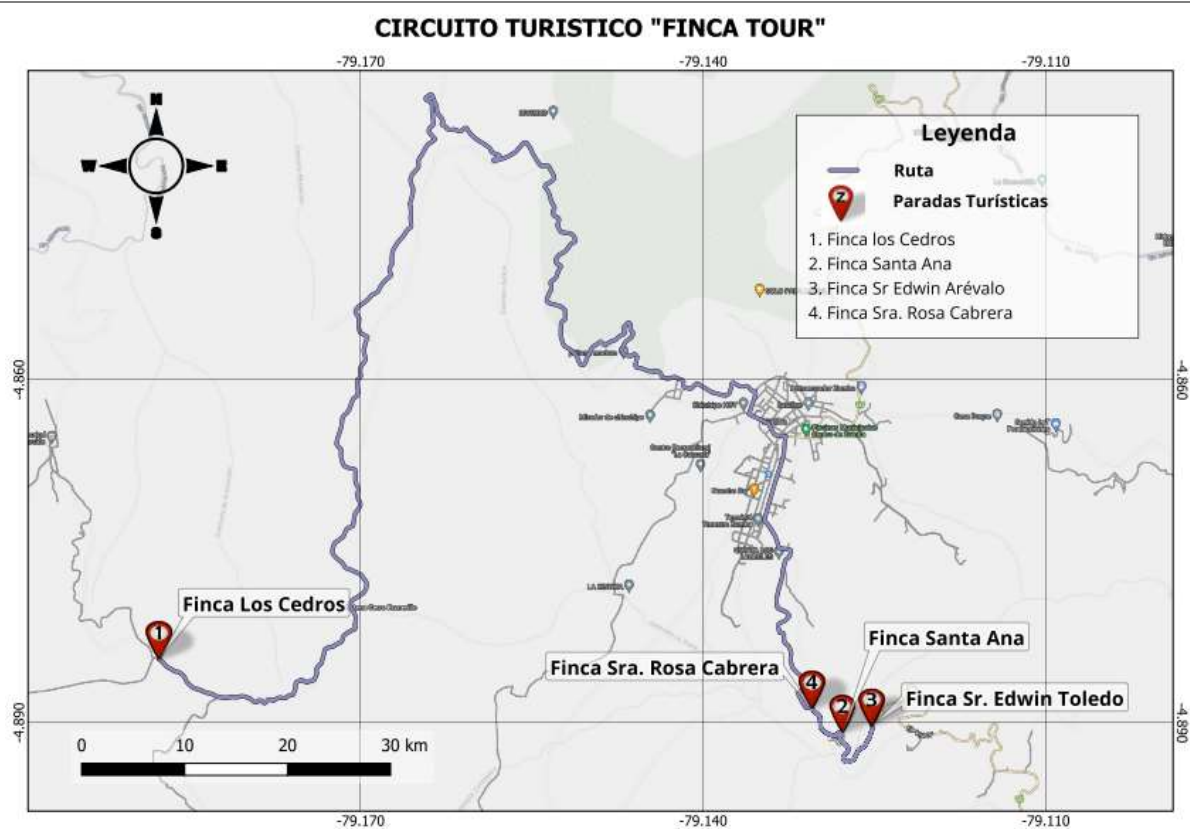
Tabla 43 Desarrollo del Circuito Turístico

Objetivo Estratégico	Diseñar un portafolio de productos turísticos en los que se integren los PIT's	
Medio	Circuito Turístico	
Detalles	Nombre	Circuito Turístico "Finca Tour"
	Objetivo General	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un circuito turístico
	Objetivos Específicos	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar los ingresos económicos de la parroquia • Realizar actividades turísticas donde se integren todos los productos con identidad territorial
Características	Visión de Futuro	Dar a conocer el gran potencial turístico que posee la parroquia Zumba
	Fuentes de Financiamiento	Recursos del GAD cantonal
	Formas de Ejecución	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe • GAD cantonal Chinchipe • Contratación Pública

	Responsables	GAD del Cantón Chinchipe
--	---------------------	--------------------------

Estructura del diseño	Parámetros a considerar en su diseño	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio previo por una testista de la carrera de turismo • Identificación y selección de los productos con más relevancia de la parroquia. • Diseñado del circuito turístico • Creación del Itinerario turístico • Señalización turística
------------------------------	---	---

Diseño de implantación



Características:

Se debe tener en cuenta todo lo que incluye en el full day

Fuente: Trabajo de campo

Itinerario Circuito Turístico “Finca Tour”

Día 1		
Hora	Lugar	Tiempo
07h00	07h15 Encuentro en el Terminal Terrestre de Zumba	00h15min
07h15	07h35 Traslado a la Finca del Señor Edwin Arévalo	00h20min
07h40	08h40 Recorrido por los cultivos y cosecha	01h00
08h45	09h30 Desayuno con productos que se cultivan en la finca	00h45min

09h35	09h45	Traslado a la Finca de la Señora Rosa Cabrera	00h10min
09h50	10h50	Recorrido y explicación sobre la crianza de ganado y práctica vivencial del ordeño vacuno	01h00
11h00	11h30	Práctica vivencial sobre la elaboración del quesillo	00h30min
11h35	11h45	Traslado a la Finca Santa Ana	00h10min
11h50	12h50	Explicación sobre los sembríos de cacao	01h00
13h00	13h20	Degustación del macerado con cacao y sus derivados	00h20min
13h30	14h20	Almuerzo con productos de la zona	00h40min
14h25	15h45	Traslado a la Finca Los Cedros	01h20min
15h50	16h50	Explicación sobre los sembríos del café y su expendió	01h00
17h00	17h30	Degustación de los productos	00h30min
17h40	19h00	Traslado a la parroquia	01h20min
19h00	-	Fin del recorrido	

Descripción general de los servicios turísticos

- Paquete Full Day
- Transporte terrestre interno

Incluye

- Transporte interno
- Guianza turística local
- Botella de agua para el día

No incluye

- Transporte hacia otros destinos (que no estén mencionados en el itinerario)
- Propinas y gastos extras
- Snacks
- Compra en las fincas
- Nada que no esté especificado en este itinerario

Recomendaciones

- Vestimenta adecuada
- Zapatos cómodos para caminatas
- Llevar cámara fotográfica
- Gorras o sombreros
- Repelente de insectos y protector solar
- Alcohol antiséptico

Guión del Circuito Turístico “Finca Tour”

Tabla 44. Guión de Circuito Turístico "Finca Tour"

TERMINAL TERRESTRE (Primera Parada)	Este día se inicia con el reencuentro en el Terminal Terrestre de Zumba con una breve explicación de todo lo que se va a desarrollar en el día con las respectivas indicaciones.
--	--

FINCA SR. EDWIN ARÉVALO (Segunda Parada)	La Finca se encuentra ubicada a 20 minutos desde la parroquia Zumba donde actualmente se dedican a la siembra y cosecha de productos de la zona, donde el propietario de la finca realizará una breve explicación de todos los productos (limón grande, yuca, plátano maqueño, guayusa, naranjilla, guayaba).
FINCA SRA. ROSA CABRERA (Tercera Parada)	Se encuentra ubicada a 10 minutos desde la otra Finca que se visitará primero, aquí la propietaria realizará una explicación sobre la crianza de ganado y práctica vivencial del ordeño vacuno, para proceder a la elaboración de quesillo.
FINCA SANTA ANA (Cuarta Parada)	La Finca se encuentra ubicada a 20 minutos de la parroquia Zumba donde la dueña hará una breve explicación de los sembríos de cacao y todo el proceso que realizan para la comercialización de la misma, donde actualmente tiene empresa llamada BRA-KA REY
FINCA LOS CEDROS (Quinta Parada)	Se encuentra en el barrio la Diversión a 1h20 minutos desde la parroquia Zumba, una familia que se dedica a la cosecha y venta de café, lo venden ya sea en grano o molido la mayoría de las veces lo han vendido en Colombia, esa y muchas experiencias más lo contaron durante el recorrido por la finca.

Presupuesto del circuito turístico “Finca Tour”

El presupuesto que se plantea con los costos y gastos para la operación de este circuito turístico, se presupuesta de forma individual y grupal de 20 personas así como se muestra en la Tabla 45

Tabla 45. Presupuesto Circuito Turístico "Finca Tour"

Circuito Turístico “Finca Tour”			
Costos y Gastos de Operación			
<i>Rubro</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Costo grupal (20 pax)</i>
Costos de Operación			
Transporte - Furgoneta	1	\$2,00	\$40,00
Alimentación			
Desayuno	1	\$2,50	\$50,00
Almuerzo	1	\$3,00	\$60,00
Botellas de agua	1	\$0,40	\$8,00
Subtotal Costos de Operación		\$7,90	\$158,00
Gastos Administrativos			
Guía local (un día)	1	\$2,50	\$50
Seguro de accidentes	1	\$5	\$100
Subtotal Gastos Administrativos		\$7,50	\$150
Suma Total		\$15,40	\$308
Imprevistos 5%		\$0,77	\$15,40
Utilidad 25%		\$3,85	\$77
Presupuesto Total		\$20,02	\$400,4

CIRCUITO "FINCA TOUR"



Duración Full day	Punto mas alto 1.300 m	Dificultad	Actividad	Servicios
Tiempo de la ruta 15 km	Temperatura 18°C a 30°C	<input type="checkbox"/> Baja <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta	<input type="checkbox"/> Turismo Religioso <input type="checkbox"/> Arte y Arquitectura <input type="checkbox"/> Manifestaciones Culturales <input type="checkbox"/> Turismo Comunitario <input type="checkbox"/> Gastronomía	<input checked="" type="checkbox"/> Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/> Alimentación <input checked="" type="checkbox"/> Parqueo
Distancia de ruta 12 horas	Desnivel + 1.300 m			

CIRCUITO "FINCA TOUR"

ITINERARIO

1. Terminal Terrestre
2. Finca Sr. Edwin Arévalo
3. Finca Sra. Rosa Cabrera
4. Finca Santa Ana
5. Finca Los Cedros

RECOMENDACIONES

- Vestimenta adecuada para climas templado y cálido.
- Vestimenta de baño.
- Zapatos cómodos para caminatas.
- Llevar cámara fotográfica

RECORRIDO



6.2.2 Estrategias Complementarias a la Propuesta

Sin embargo, para considerar las estrategias del FODA cruzado del anterior objetivo se deja planteado la siguiente matriz con los objetivos estratégicos:

Tabla 46. Ficha General de Estrategias Complementarias

OBJETIVO ESTRATÉGICO	RECURSOS	PROPUESTA	VENTAJAS	CONSIDERACIONES
Implementar un plan de promoción turística para la parroquia Zumba	<ul style="list-style-type: none"> • Productos con Identidad Territorial • Establecimientos de servicios • Gobernanza de la parroquia • Página web del GAD • Página de Facebook 	<ul style="list-style-type: none"> • Medios digitales para la promoción • Material promocional • Participación en ferias turísticas ya sea a nivel provincial o local • Reactivación con contenidos turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Gran número de usuarios que utilizan redes sociales diariamente. • Variedad de aplicaciones que ayudan a promoción turística • Consolidar nuevas alianzas • Generar mayor demanda turística para la parroquia 	<ul style="list-style-type: none"> • Personal calificado para que la promoción sea exitosa y con calidad • Las ferias generan gastos que deben ser bien planificados. • Movimiento permanente de las redes sociales
Implementar un plan de capacitación, en ámbito turísticos, ambientales, y la importancia de los PIT's	<ul style="list-style-type: none"> • Productores y pobladores de la parroquia • Logística: recursos humanos, materiales y económicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación para los pobladores en temas de: gastronomía tradicional, atención al cliente, y gestión de destinos 	<ul style="list-style-type: none"> • Generar nuevos conocimientos para la conservación de los PIT's • Producción sustentable de los productos agroindustriales, agropecuarios y gastronómicos • Buscar alianzas estratégicas con instituciones u organizaciones provinciales, además de cantones aledaños 	<ul style="list-style-type: none"> • Personal capacitado y cualificado para brindar talleres • Material didáctico para las capacitaciones • Locaciones y logística
Propuesta de planes de gestión para el desarrollo del	<ul style="list-style-type: none"> • Autoridades y técnicos del GAD Municipal del cantón Chinchipe 	<ul style="list-style-type: none"> • Planes de Desarrollo Turístico basado en PIT's 	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar lineamientos para la gestión turística basada en PIT's 	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboración del GAD cantonal, asociaciones productores locales y emprendedores.

**turismo basado
en PIT's**

- Asociaciones de productores y emprendedores locales
 - Implementar técnicas para el fortalecimiento del turismo en la parroquia.
 - Contar con información verídica de la parroquia.
-

6.2.2.1 Implementar un plan de promoción turística para la parroquia Zumba

Para el cumplimiento de este objetivo se toma en cuenta la página web y página de Facebook existente en la parroquia, para la respectiva promoción del destino, detallada en la Tabla 47

Tabla 47. Desarrollo de la promoción

Objetivo Estratégico	Implementar un plan de promoción turística para la parroquia Zumba	
Medio	Promocionar a través de redes sociales	
Detalles	Nombre	GAD Municipal de Chinchipe
	Objetivo General	<ul style="list-style-type: none"> Promocionar la página web y facebook del GAD
	Objetivos Específicos	<ul style="list-style-type: none"> Posicionar a la parroquia a nivel local y nacional Generar información que aporte al desarrollo turístico
Características	Visión de Futuro	Dar a conocer el gran potencial turístico que posee la parroquia Zumba
	Fuentes de Financiamiento	Recursos del GAD cantonal, propietarios de los productos
	Formas de Ejecución	<ul style="list-style-type: none"> Contratación de personal en área de publicidad GAD cantonal Chinchipe
	Responsables	GAD del Cantón Chinchipe y propietarios de los productos
Estructura del diseño	Parámetros a considerar en su diseño	<ul style="list-style-type: none"> Contar con una página web o red social donde se haga bastante publicidad Exponer los diferentes productos que ofrece la parroquia Explicar los motivos para que visiten la parroquia
Diseño de su implantación		



Observaciones

Generar más publicidad de productos agroturísticos que ofrece la parroquia Zumba.

6.2.2.2 Plan de capacitación

Es necesario que haya un plan de capacitación para los propietarios de fincas que cuenta con diferentes productos relacionados con los PIT's, para ello en la siguiente ficha se deja detallando una posible capacitación a futuro, como indica en la Tabla 48

Tabla 48. Desarrollo de plan de capacitación

Objetivo Estratégico	Implementar un plan de capacitación, en ámbitos turísticos, ambientales, turísticos y la importancia de los PIT's	
Medio	Talleres de capacitación para la administración adecuada para los Productos agroturísticos y Atractivos turísticos	
Detalles	Nombre	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones a los propietarios de fincas que cuentan con los productos agroindustriales, gastronómicos y agropecuario
	Objetivo General	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar capacitaciones a los propietarios de fincas o cuenten con un emprendimiento basado en los productos turísticos
	Objetivos Específicos	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuir al mejoramiento del manejo de productos agroturísticos • Fortalecer la capacidad, tanto individual como colectiva, de aportar conocimientos habilidades y actitudes • Crear espacios de información sobre manejo de recursos y minimizar el impacto ambiental
Características	Visión de Futuro	Dar a conocer el gran potencial turístico que posee la parroquia Zumba
	Fuentes de Financiamiento	Recursos del GAD cantonal
	Formas de Ejecución	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe • GAD cantonal Chinchipe • Convenios con universidades o institutos

	Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • GAD del Cantón Chinchipe • Unidad de Turismo • Universidad Nacional de Loja
Estructura del diseño	Parámetros a considerar en su diseño	<ul style="list-style-type: none"> • Definición de hora y lugar de la capacitación • Selección de los capacitadores • Medios a utilizar para la capacitación

Diseño de su implantación

El GAD Municipal del Cantón Chinchipe, Unidad de Turismo y la Carrera de Turismo de la Universidad Nacional de Loja

 **Invita a la capacitación**

- Análisis de la oferta
- Turismo como eje de desarrollo de la parroquia
- Importancia de los PIT's

Propietarios de fincas que cuentan con productos agroindustriales, gastronómicos y agropecuarios

 **Auditorio del GADMCCH, Zumba**

Al finalizar el taller se entregará certificados

Observaciones

- Cada tema de capacitación se dictará en diferentes días
- Al final de las capacitaciones se entregará el respectivo certificado

6.2.2.3 Planes de gestión para el desarrollo turístico

El Plan de Desarrollo Turístico basado en PIT's es para conocer los diferentes proyectos con la finalidad de contribuir al desarrollo turístico de la parroquia Zumba la cual se deja descrito las 5 fases que se puede utilizar. En la siguiente ficha se detalla de mejor manera, ver Tabla 49

Tabla 49. Generar propuesta de planes de gestión

Objetivo Estratégico	Generar propuesta de planes de gestión para el desarrollo turístico basado en PIT's para la parroquia Zumba	
Medio	Plan de Desarrollo Turístico basado en PIT's	
Detalles	Nombre	Plan de Desarrollo Turístico basado en PIT's para la parroquia Zumba
	Objetivo General	Desarrollar planes de acción para implementar mejoras en el desarrollo del turismo basado en PIT's
	Objetivos Específicos	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer el turismo en la parroquia Zumba, basado en PIT's • Desarrollar estrategias innovadoras para incrementar la demanda turística en la parroquia.
	Características	Visión de Futuro
	Fuentes de Financiamiento	Recursos del GAD cantonal
	Formas de Ejecución	<ul style="list-style-type: none"> • Contratación de profesionales en turismo • Administración directa
	Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • GAD del Cantón Chinchipe • Unidad de Turismo
Estructura del diseño	Parámetros a considerar en su diseño	<p>Estudio previo por tesista (María Mercedes Zaquinaula) de la carrera de Turismo de la UNL. Los pasos para el diseño de un plan de desarrollo turístico (Blanco, Marvin; Heinrichs, Wienke, 2014)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fase 1: Propuesta de desarrollo turístico

-
- **Fase 2:** Prospección previa del territorio
 - **Fase 3:** Diagnóstico situación turística
 - **Fase 4:** Formulación del plan de acción
 - **Fase 5:** Propuesta de gestión del plan
-

Observaciones

Debe tomarse en cuenta que para la realización de propuestas de desarrollo turístico se debe contar con apoyo de actores clave e involucrados en el mismo para poder gestionar de mejor manera este plan de acción de mejoras

7. Discusión

El presente trabajo se evidencia que la parroquia cuenta productos agroturísticos, atractivos naturales y culturales, permitiendo que los propietarios de las fincas busquen desarrollarse económicamente a través de la puesta en valor de la producción local, concordando con lo que afirma (Osorio, 2015) que el agroturismo es una forma de turismo alternativo cuya esencia se aprecia en el conjunto de actividades organizadas por agricultores como complemento del desarrollo de su actividad principal, a las cuales se invita a participar a los turistas y que constituyen a su vez servicios por los que se cobra. Se trata entonces de que los actores implicados pongan en valor las prácticas culturales, reconociendo cada actividad económica y cultural como parte de la forma de vida de una determinada comunidad.

La valorización de PIT's mediante las diferentes variables aplicadas dio como resultado la priorización de 12 productos con identidad territorial, siendo los más destacados dentro de la parroquia de los cuales son 4 agropecuarios, 5 agroindustriales y 3 gastronómicos siendo tradición, historia y cultura para la parroquia Zumba, afirmando con (Blanco,2016) los PIT son entendidos como aquellos productos que tiene una tradición y una reputación relacionada con la biodiversidad, cultura, historia y/o saber hacer de los territorios rurales, que les permite competir desde sus ventajas únicas o comparativas, en el mercado de productos y servicios.

El diagnóstico turístico permitió identificar que la parroquia Zumba cuenta con servicios básicos, vivienda, cultura, infraestructura, vialidad, platos típicos siendo 12 atractivos turísticos, la presencia de 28 productos con identidad territorial agropecuarios, agroindustriales y gastronómicos; además se identificó la demanda existente en la parroquia mediante la aplicación de encuestas de esta manera se determinó el perfil del turista representado mayormente por el sexo femenino, es relativamente joven entre los 26 a 33 años, proveniente de las provincias de Zamora Chinchipe, Loja y Pichincha siendo su ocupación actual empleado privado con un ingreso mensual entre los \$600 a \$800; así también se determinó la oferta de servicios turísticos existentes, mediante la Matriz de Estrategias se desarrolló el cumplimiento al diseño de un portafolio turístico, afirmando (Ricaurte,2009), se entiende al diagnóstico turístico como la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turística en el destino, en el lugar de estudio se define si la planificación tendrá un enfoque económico, comunitario o sostenible, la delimitación del área de estudio con el fin de determinar un espacio físico concreto, fácilmente identificable y capaz de ubicar y por último la revisión de documentos del lugar de estudio que haya sido levantada previamente.

Para el diseño de una ruta turística con los productos agroturístico denominada “El Charapano” se incorporó la oferta, atractivos complementarios integrándolos a los productos

principales y de esta manera favorecer el fortalecimiento turístico, corroborando con (Garzón & Val Martín, 2016) definiendo la ruta como un producto turístico que se presenta en un territorio con características singulares, las rutas muestran diferentes destinos de un territorio en un recorrido delimitado que exponen los lugares más relevantes o de mayor atracción. Una ruta turística está relacionada con la sustentabilidad ya que su fin es presentar sus atracciones evitando dejar un impacto nocivo.

El desarrollo de este circuito turístico denominada “Finca Tour” con el propósito de hacer uso de todos los servicios que oferta la parroquia y generará la dinamización de la economía local, aportando en la producción de visitas guiadas y paquetes turísticos evaluando los componentes turísticos de la parroquia Zumba, con lo menciona (Barragan Veloz, 2019) los circuitos turísticos son un conjunto de espacios territoriales que forman una misma oferta de bienes y servicios turísticos. Se trata de un recorrido circular o semicircular que parte de un centro emisor o receptor y que cuenta con atractivos y facilidades a lo largo de una ruta. También se entiende por circuito turístico aquel recorrido turístico con regreso al mismo lugar, sin pasar dos veces por el mismo sitio.

Para el siguiente trabajo realizado se identificó productos con identidad territorial conociendo que tiene un enorme potencial para diversificar la actividad económica de las familias y productores rurales que se estructura en torno a otros atractivos históricos, culturales y naturales haciendo referencia a un resultado similar de (Blas, García & López, 2022) la identificación y priorización de productos y atractivos con potencial turístico; y el diseño de propuesta integral de agroturismo, de acuerdo a la vocación socio productiva del territorio en Jiquipilco, México, donde se indica que existe una amplia diversidad de recursos naturales tangibles e intangibles de importancia cultural, ambiental y alimentaria que pueden ser utilizados en emprendimientos turísticos alternativos.

8. Conclusiones

- Deficiente señalética turística en la parroquia por lo que es fundamental para poder trasladarse a los diferentes atractivos y establecimientos turísticos siendo una limitante al turista al momento de visitar.
- El Gobierno Provincial no cuenta con una planificación que favorezca al turismo en la parroquia, evidenciándose en los limitados recursos económicos para el fortalecimiento de infraestructura, señalética y vialidad.
- La parroquia Zumba posee una gran variedad de recursos naturales que no han sido aprovechados, además permiten el contacto directo con la naturaleza, a pesar de que no cuentan con accesibilidad adecuada ni señalética turística
- Los productos turísticos basados en rutas, son ejes principales para empezar a operar en el área turística, donde se involucran recursos naturales, culturales y principalmente los productos que hacen único al lugar, además empresas de servicios.

9. Recomendaciones

Al GAD Municipal del Cantón Chinchipe:

- Que el GAD Municipal del cantón Chinchipe implemente personal especializado en el campo turístico, con el fin de obtener éxito en las actividades turísticas en beneficio de la parroquia Zumba.
- Se recomienda que existan más proyectos turísticos, en la cual se los incluya a las diferentes fincas que desean realizar los diferentes tipos de turismo y se pueda implementar una ruta y un circuito para una mejor promoción.
- Se recomienda que el gobierno local desarrolle campañas de educación ambiental orientadas a la valorización y conservación de los atractivos naturales, para que los niños y jóvenes adquieran conocimientos sobre su entorno y aprendan a respetarlo
- Al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chinchipe, tomar en cuenta la propuesta de la Ruta “El Charapano”, y el Circuito Turístico “Finca Tour” para ofrecer nuevos productos turísticos y así contribuir al desarrollo socioeconómico de la población por medio de la actividad turística.

A la Universidad Nacional de Loja:

- Generar proyectos de vinculación para generar espacios donde se pueda incorporar y ayudar en la operación turística del sector

10. Bibliografía

- Rocillo Aquino, Z. (2022). *Agroturismo y mercados gastronómicos en zonas rurales*. México: Universidad Autónomas Chapingo.
- Alicante, U. d. (2019). Tendencias del turismo cultural. *Revista de turismo y patrimonio cultural*, 12.
- Arellano, J. M. (2019). El concepto de identidad una aproximación a la música en América Latina. *NEUMA*, 24.
- Arias Castañeda, E., & Pozo Moreano, R. (2021). Ensayo crítico del concepto de Turismo Gastronómico entre cultura, patrimonio y viaje. *Revista de Investigación de la Ciencia turísticas*, 16.
- Arandis, R. (2019). ¿Qué es un recurso turístico? un análisis delphi a la academia hispana. *Cuadernos de Turismo*, 30.
- Barragan Veloz, R. E. (2019). *Creación de la ruta turística sostenible "Ruta del banano" para el desarrollo agroturismo de la ciudad de Quevedo, año 2019*. Quevedo: Universidad Técnica de Babahoyo.
- Blanco, M. (2016). *Valorización turística de productos con identidad territorial*. México: ICCA.
- Blanco, Marvin; Heinrichs, Wienke. (2014). *Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales*. Costa Rica: IICA.
- Blas, S., Garcia, E., & López, L. (2022). Propuesta de turismo agroalimentario a partir de recursos locales como identidad territorial en Jiquipilco, México. *Revista Copala*, 2500-8870.
- Bravo, R., & Navarro, D. (2022). *Inclusión financiera y desarrollo local en el Banco de la Nación de la provincia Castrovirreyña - Huancavelica 2022*. Lima: Universidad César Vallejo.
- Cabera Japón, S. S. (2016). *Propuesta de un plan de Marketing turístico para los atractivos culturales de la parroquia Zumba, cantón Chinchipe, Provincia de Zamora Chinchipe*. Loja: Universidad Nacional de Loja.

- Delgado, P. (2022). *Gestión de la actividad turística y desarrollo local en el Municipio del Distrito de Shapaja, provincia San Martín - 2022*. Tarapoto: Universidad César Vallejo.
- Fernández, P. S. (2019). *El turismo rural en debate*. Buenos Aires: Facultad de Agronomía.
- Folgano, J., Palos, P., Campón, A., & Hernandez, J. (2017). Productos Gastronómicos con Identidad y Desarrollo del destino turístico un estudio sobre rutas del queso en España. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 93-109.
- Font Aranda, M., & Abreu García, C. A. (2020). Del recurso atractivo a la experiencia turística. *Turydes*, 16.
- GAD Chinchipe. (2020). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Zumba.
- Gámez Mendonza, J. A. (2022). *Turismo Vivencial en el corregimiento de la junta, municipio de San Juan de Cesar - La Guajira*. San Juan Del Cesar: Universidad.
- García, J., & Lavernia, G. (2021). El impacto del diseño de la identidad corporativa aplicado al desarrollo sostenible del destino turístico. *Pasos*, 8.
- Garzón, G., & Val Martín, P. (2016). Importancia del diseño de una ruta de turismo, un caso de Ecuador. *MAHPAT*, 13.
- Identidad y Desarrollo. (15 de Enero de 2020). *Identidad y Desarrollo*. Obtenido de <https://identidadydesarrollo.com/ejercicio-analisis-de-recursos-culturales-de-una-localidad/>
- Jacho, I., Ullon, M., Landaburu, J., & Arboleda, L. (2022). Costos de producción de los productos con identidad territorial: Un estudio de caso en Ecuador. *Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS*, 243-252.
- Leiton, J. G. (2019). *Afluencia de visitantes y los atractivos turísticos de la parroquia Febres Cordero del cantón Babahoyo*. Babahoyo.
- Marin Garcia, M. (2019). *Paquetes Turísticos*. Iquitos - Perú: Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.
- Panasiuk, A. (2021). Marketing Orientation of Entities on the Tourism Market. *Multidisciplinary Digital Publishing Institute*, 15.
- Perini, A. (2020). *Conceptos básicos de los servicios y productos turísticos*.

- Pibaque, M., Macias, J., & San Andrés, E. (2022). Atractivos naturales y culturales, potencial de turismo. *Revista Ciencia y Líderes*, 11.
- Pilco, J. (2020). *El potencial turístico de los atractivos culturales de la ciudad El Ángel, cantón Espejo para el desarrollo del turismo cultural*. Tulcán: Facultad de Industrias Agropecuarias y Ciencias Ambientales.
- Ricaurte Quijano, C. (2009). *Manual para el Diagnóstico Turístico Local*.
- Rodriguez, G. (2019). El Agroturismo, una visión desde el desarrollo sostenible. *Scielo*.
- Salinas, E., Medina, N., & Santamarina Jorge. (2020). *Productos turísticos. Ocio y negocios: Diseño, desarrollo y comercialización*. Barcelona: Editorial Científica - Técnica.
- UNWTO. (2019). *Definiciones de turismo de la OMT*. Madrid: OMT.
- UNWTO. (s.f.). *UNWTO*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Zambrano, J., Narváez, J., & Caicedo, J. (2020). Transporte Terrestre Público y su incidencia en la demanda turística del cantón Sucre-Manabí. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada Yachasun*, 7.

11. Anexos

Anexo 1. Oficio de Asignación De Director de Tesis.



unl

Universidad
Nacional
de Loja

Carrera de Administración Turística
**FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y
ADMINISTRATIVA**

Presentada el día de hoy, 04 de agosto del 2022, a las 15h00. Lo certifica, la Secretaria Abogada de la Facultad Jurídica Social y Administrativa de la UNL.

ENAREGINA
PELAEZ
SORIA

Firmado digitalmente por
ENAREGINA
PELAEZ SORIA
Fecha: 2022.08.05
10:56:36 -05'00'

Dra. Ena Regina Peláez Soria Mg. Sc
**SECRETARIA ABOGADA DE LA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

Loja, 04 de agosto del 2022, a las 15h05. Atendiendo la petición que antecede, se designa a ella Ing. Yessenia Alexandra Briceño Luzuriaga Mg.Sc., Docente del a Carrera de Turismo de la Facultad Jurídica Social y Administrativa, para que emita el informe de **estructura, coherencia y pertinencia del proyecto** titulado " **PIT's para la parroquia Zumba, cantón Chinchipe, provincia de Zamora Chinchipe.**", de autoría de ella Sr/Srta.: Zaquinaula Urrego Maria Mercedes; designación efectuada conforme lo establecido en el Art. **225 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja vigente**, que textualmente en su parte pertinente dice: **"Presentación del proyecto de investigación.- Director de carrera o programa, quien designará un docente con conocimiento y/o experiencia sobre el tema, para que emita el informe de estructura, coherencia y pertinencia del proyecto. El informe será remitido al Director de carrera o programa dentro de los ocho días laborables, contados a partir de la recepción del proyecto..."; NOTIFÍQUESE para que surta efecto legal.**

RUBEN DARIO
ROMAN
AGUIRRE

Firmado digitalmente por
RUBEN DARIO ROMAN
AGUIRRE
Fecha: 2022.08.04
17:38:53 -05'00'

Ing. Rubén Darío Román Aguirre, MAE,
DIRECTOR DE LA CARRERA DE TURISMO

Loja, 04 de agosto del 2022, a las 15h10. Notifiqué con el decreto que antecede a ella Ing. Yessenia Alexandra Briceño Luzuriaga Mg.Sc., para constancia suscriben:

ENAREGINA
PELAEZ
SORIA

Firmado digitalmente
por ENAREGINA
PELAEZ SORIA
Fecha: 2022.08.05
10:56:45 -05'00'

Ing. Yessenia Alexandra Briceño Luzuriaga Mg.Sc.
ASESOR DEL PROYECTO

Dra. Ena Regina Peláez Soria, Mg. Sc.
SECRETARIA ABOGADA

Elaborado por: Soledad Medina G.
C.C. Archivo



**FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE TURISMO**

1. Identificación del producto

- Nombre común del producto _____
- Otros nombres dados al producto en el territorio o fuera de él _____

2. Vínculo del producto con el territorio

- ¿El producto se produce exclusivamente en el territorio? Sí ___ No ___
- ¿En qué otros lugares se producen? _____
- ¿Desde hace cuántos años se produce/elabora el producto en el territorio? _____
- ¿Cuál es el lugar geográfico que se asocia el nombre del producto? _____
- ¿Qué categoría de dependencia existen entre las particularidades del producto con respecto a la biodiversidad local: suelo, clima, insumos, cultura – saber, ¿relación con otros PIT?
- ¿Existen imitaciones del producto? No ___ Sí ___ ¿Cuáles? ___ Donde ___
- ¿Existen acciones formales o informales dirigidas a reconocer la fama o tradición del producto? ¿Cuáles? ___

3. Oferta

- Si es un producto agrícola ¿Cuánto es el área cultivada del producto (# de ha)? _____
- Si es un producto procesado ¿Cuál es el número de empresas o familias dedicadas a la elaboración del producto? _____
- ¿La oferta del producto es permanente o estacional? _____ Si es estacional
- ¿En qué época del año se concentra? _____
- ¿Quiénes son los principales productores/procesadores/cocineros, artesanos? _____
- ¿Cuál es el porcentaje aproximado de la población del territorio que participa en la producción, elaboración y comercialización del producto? _____
- ¿Cómo es la tecnología predominante en la producción/procesamiento?
Casera (artesanal) _____ Semi – industrial _____ Ambas _____
- ¿Qué número de empresas formalizadas existen que se dedican a la elaboración del producto? _____
- ¿Existen algunas formas de organización de los productores del territorio? ¿Cuáles?

4. Demanda

- ¿Quiénes son los principales consumidores del producto? _____
- ¿Es evidente el reconocimiento de los consumidores que dan al producto como propio del territorio? Sí ___ No ___ Explique: _____
- ¿La demanda del producto es permanente o estacional? _____

5. Comercialización

- ¿En qué forma se presenta el producto para su venta? (describa el empaque, tamaño y peso)
- ¿Quiénes comercializan el producto? _____
- ¿Cuál es el mercado del producto? Local ___ Regional ___ Nacional ___ Exportación ___
- ¿Cuál es el número aproximado de puntos de venta en el territorio? _____
- ¿Existen evidencia de que el producto es demandado fuera del territorio?
Sí ___ No ___ ¿Por quién? _____

6. Patrimonio

- Como inicio el cultivo o elaboración del producto _____
- Existe alguna actividad vivencial (costumbre, tradición, festividad) que se relaciona con el producto _____
- Considera que hay un traspaso de generación en generación para continuar con la producción o elaboración del PIT
- Tienen apoyo externo (público o privado) para la producción de los productos _____

 UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA CARRERA DE TURISMO ENTREVISTA																
Tema:	“PIT’s para la parroquia Zumba, cantón Chinchipe de la provincia de Zamora Chinchipe”															
Objetivo:	Diagnosticar el potencial turístico de la parroquia Zumba, de acuerdo a los PIT’s.															
Nombre del Propietario																
<p>1. Datos Generales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nombre del Establecimiento: _____ • Ubicación: _____ • Número de personas que laboran: _____ • Distancia a la ciudad más cercana: _____ • Infraestructura vial: Carretera asfaltada () Carretera lastrada () Camino de herradura () Otro () _____ <p>2. Descripción de la infraestructura, instalación y equipos</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuenta con equipos de comunicación? Si () No () Especifique _____ • ¿Cuál es el aforo que tiene el establecimiento? _____ <p>3. Productos y servicios ofertados (ubicación y nombre del establecimiento)</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th style="width: 5%;">N°</th> <th style="width: 70%;">Productos/Servicios</th> <th style="width: 25%;">Precio</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table> <p>4. Publicidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuenta con medios de publicidad? Si () No () Especifique _____ • ¿Qué tipo de estrategia publicitaria utilizaría para obtener mayor afluencia turística? Folletos, volantes () Publicidad en diarios () Creación de página web () Afiches () Paneles publicitarios () Publicidades en radio () Contenido redes sociales () Otro _____ <p>5. Cuestionario Adyacente a la Entrevista</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles es su horario de atención? _____ • ¿Cuál es el producto con mayor acogida en su establecimiento? _____ • ¿Cuál es la temporada alta de turistas? _____ • ¿Le han solicitado algún servicio que usted no ofrezca en su establecimiento? ¿Cuál? _____ • ¿Cuál es su ventaja competitiva ante otros establecimientos que se dediquen a la misma actividad? _____ 		N°	Productos/Servicios	Precio												
N°	Productos/Servicios	Precio														



FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE TURISMO

ENCUESTA A LOS DEMANDANTES DE LOS PRODUCTOS CON IDENTIDAD

Estimado/a, la presente encuesta tiene como objetivo realizar un estudio de la demanda que existe para la creación de Productos con Identidad Territorial en la parroquia Zumba, por tal razón se agradece que responda las siguientes preguntas de la manera más honesta, ya que esta información ayudará al desarrollo exitoso del trabajo de titulación denominado: **“PIT’s para la parroquia Zumba, cantón Chinchipe, provincia de Zamora Chinchipe”**. Para lo cual se solicita leer y contestar las siguientes preguntas:

1. ¿Conoce la parroquia Zumba? Pregunta de descarte

- Sí
- No

2. Lugar de Procedencia _____

3. Sexo

- Masculino
- Femenino

4. Edad

- 18 a 25 años
- 26 a 33 años
- 34 a 41 años
- 42 a 49 años
- Más de 49 años

5. Estado civil.

- Soltero
- Casado
- Divorciado
- Viudo

6. Escolaridad

- Sin estudios
- Primaria
- Secundaria
- Tecnología
- Universitaria

7. Profesión/Ocupación _____

8. Nivel de ingresos económicos mensuales.

- Entre \$100 a \$200
- Entre \$300 a \$500
- Entre \$600 a \$800
- Más de \$900

9. ¿Cuántas veces ha visitado la parroquia Zumba?

- Una sola vez
- Dos veces
- Tres veces
- Más de tres veces

10. ¿Con quién ha realizado el viaje?

- Solo
- Familiares
- Amigos
- Pareja
- Tour organizado

11. ¿Con cuántas personas ha realizado la visita?

- De 1 a 5 personas
- 5 a 10 personas
- Más de 10 personas

12. Rangos de días utilizados en su estadía

- De 1 a 2 días
- De 2 a 4 días
- Más de 4 días

13. ¿Qué medio de transporte utiliza para trasladarse a la parroquia?

- Transporte público
- Transporte privado
- Alquilado

14. ¿Qué tipo de alojamiento ha usado?

- Hotel
- Hostal
- Casa de familiares

15. ¿Considera que la calidad de los servicios turísticos recibidos, está acorde con el precio de estos? ¿De acuerdo En desacuerdo Por qué? _____

16. ¿Por qué medios se enteró del destino?

- Medios digitales
- Medios impresos
- Agencia de viajes
- Amigos/familiares

17. ¿Cuáles son sus principales razones para visitar la parroquia? (Puede marcar más de una opción)

- Descanso
- Visita familiar
- Caminatas
- Educación / Investigación
- Festividades
- Otro

18. ¿Cuánto está dispuesto a pagar durante su visita?

- De \$15 a \$30
- De \$30 a \$45
- De \$45 a \$60
- De \$60 a \$75
- Más de \$75

19. Cuáles son las actividades realizadas durante su visita (Puede marcar más de una opción)

- Fotografía
- Observación de flora y fauna
- Visita al centro de recreación “La Cascada”
- Degustación del plato típico (hormiga culona)
- Visita a fincas de plantaciones de guayusa
- Visita a fincas cafetaleras
- Visita a fincas cacaoteras
- Elaboración de queso y quesillo
- Degustación de licores macerados
- Otro

20. ¿Qué tipos de turismo le gustaría que se implemente o mejoren en la zona? (Puede marcar más de una opción)

- Turismo vivencial

- Turismo gastronómico
- Agroturismo

**21. ¿Qué productos turísticos le gustaría que se implementen o mejoren en la zona?
(Puede elegir más de una opción)**

- Rutas Turísticas
- Circuitos Turísticos
- Full day
- Experiencias vivenciales
- Otro

Nombre del Atractivo: Río Palanuma	Jerarquía: II
Categoría: Atractivos Naturales	Tipo: Ríos
Provincia: Zamora Chinchipe	Cantón: Chinchipe
	Localidad: Barrio Palanuma

Fotografía



Figure 2. Río Palanuma

Ubicación: Se encuentra ubicado a 12.9 km del cantón Palanda, a 18 minutos en carro, por la Vía del IV Eje vial.

Latitud: -4.724773
Longitud: -79.131112

Fuente: Trabajo de campo

Características:

En el Río Palanuma actualmente se encuentra en construcción un puente para una mayor conectividad, posee un clima cálido húmedo haciendo favorable para la visita y con mayor afluencia en los meses de diciembre a febrero y feriados. En el atractivo se puede desarrollar la observación de flora y fauna, caminata a las orillas del río, de la misma manera se puede realizar fotografía. El transporte que se utiliza para llegar al atractivo es mediante las cooperativas de taxis de la parroquia Zumba que diariamente realizan carreras. Para realizar la promoción se lo hace mediante la Radio San Antonio, preferentemente en feriados, para motivar la visita.

Recomendaciones:

Se recomienda usar ropa cómoda, llevar terno de baño, agua para mantenerse hidratado y no botar basura,

Actividades Turísticas:

- Ocio
- Fotografía
- Observación de flora y fauna

Fuente: Cabrera (2016) / Trabajo de campo

Tabla 51. Ficha 2. Cascada los Monos

Nombre del Atractivo: Cascada Los Monos	Jerarquía: II
Categoría: Atractivos Naturales	Tipo: Ríos
Provincia: Zamora Chinchipe	Cantón: Chinchipe
	Localidad: Barrio Bellavista

Fotografía



Ubicación: La Cascada los Monos se encuentra ubicada a 5 km del barrio Bellavista, desde la vía principal del IV Eje vial se camina 100 metros y se encontrará la cascada.

Latitud: -4.778870
Longitud: -79.119468

Figure 3. Cascada los Monos

Fuente: Trabajo de campo

Características:

La Cascada de los Monos tiene una caída de 6 metros de altura con su agua cristalina; el ingreso al lugar es libre, todos los días se puede acceder al atractivo, posee un clima cálido húmedo. Es un atractivo muy visitado por sus moradores, la temporada con mayor afluencia son los feriados, los moradores del barrio hacen limpieza para poder acceder al lugar, han tratado de ellos mismo adecuar el lugar, pero en tiempos de invierno se destruye. En el lugar hay un espacio donde realizan parrilladas y disfrutan de su agua pura.

Recomendaciones:

Se recomienda usar ropa cómoda, llevar terno de baño, agua para mantenerse hidratado, tener cuidado con las piedras resbaladizas y no botar basura.

Actividades Turísticas:

- Ocio
- Fotografía

Fuente: Trabajo de campo

Tabla 52. Ficha 3. Quebrada la Delicia

Nombre del Atractivo: Quebrada la Delicia		Jerarquía: II
Categoría: Atractivos Naturales	Tipo: Ríos	Subtipo: Riachuelo
Provincia: Zamora Chinchipe	Cantón: Chinchipe	Localidad: Barrio Diversión

Fotografía



Figure 4. Quebrada la Delicia

Ubicación: La Quebrada la Delicia se encuentra ubicado a 10 minutos desde el barrio la Diversión.

Latitud: -4.859500
Longitud: -79.229223

Fuente: Trabajo de campo

Características:

Para acceder a la Quebrada la Delicia desde la parroquia Zumba puede ser en camioneta o rancheras que cubren la ruta Zumba – San Andrés, su caudal es escaso, la fecha con más afluencia son los feriados, a los alrededores existe fincas donde se puede realizar la observación de flora y fauna. No existe actualmente señalética en el lugar. En el atractivo se puede realizar caminata a las orillas de la quebrada; alrededor del lugar existe fincas la cual se dedican a la crianza de ganado.

Recomendaciones:

Se recomienda usar ropa cómoda, llevar terno de baño, agua para mantenerse hidratado, repelente.

Actividades Turísticas:

- Ocio
- Fotografía
- Observación de flora y fauna

Fuente: Trabajo de campo

Tabla 53. Ficha 4. Cascada la Diversión

Nombre del Atractivo: Cascada la Diversión	Jerarquía: II
Categoría: Atractivos Naturales	Tipo: Ríos
Provincia: Zamora Chinchipe	Cantón: Chinchipe
	Localidad: Barrio Diversión

Fotografía



Figure 5. Cascada la Diversión

Ubicación: La Cascada la Diversión se encuentra ubicada a 5 minutos a la vía principal desde el barrio Diversión y de ahí hay que caminar un lapso de 45 minutos.

Latitud: -4.877885

Longitud: -79.213907

Fuente: Trabajo de campo

Características:

La Cascada la Diversión tiene una caída de 15 metros, el agua es bastante fría; las piedras le han dado forma de escalinata. Para acceder al atractivo hay que ir con un guía local porque para llegar es complejo, el ingreso es libre, es muy visitado por todos sus moradores los fines de semanas y feriados. Este atractivo es uno de los más relevantes que cuenta el barrio La Diversión por ser una de las cascadas más altas, ahí deben bañarse con cuidado porque pueden resbalar.

Recomendaciones:

Se recomienda usar ropa cómoda, bañador, agua para mantenerse hidratado y llevar botas

Actividades Turísticas:

- Ocio
- Fotografía
- Observación de flora y fauna
- Actividades agrícolas y ganaderas

Fuente: Trabajo de campo

Tabla 54. Ficha 5. Río Guadual

Nombre del Atractivo: Río Guadual	Jerarquía: II
Categoría: Atractivos Naturales	Tipo: Ríos
Provincia: Zamora Chinchipe	Cantón: Chinchipe
	Localidad: Barrio Guadual

Fotografía



Ubicación: Se encuentra ubicado a 10 minutos del barrio Guadual

Latitud: -4.900332

Longitud: -79.168223

Figure 6. Río Guadual

Fuente: Trabajo de campo

Características:

Para llegar hacia el atractivo es mediante camionetas o las rancheras que realizan recorrido diariamente, es de fácil acceso, se recomienda ir con ropa adecuada para caminar, y tener cuidado con las piedras resbaladizas. La temporada con más visitas son fines de semanas y feriados, se puede realizar la observación de flora y fauna, realizar fotografía.

Recomendaciones:

Se recomienda usar ropa cómoda, llevar terno de baño, agua para mantenerse hidratado y no botar basura.

Actividades Turísticas:

- Ocio
- Fotografía
- Observación de flora y fauna

Fuente: Trabajo de campo

Tabla 55. Ficha 6. Río Isimanchi

Nombre del Atractivo: Río Isimanchi		Jerarquía: II
Categoría: Atractivos Naturales	Tipo: Ríos	Subtipo: Riachuelo
Provincia: Zamora Chinchipe	Cantón: Chinchipe	Localidad: Barrio Isimanchi

Fotografía



Ubicación: Se encuentra ubicado en el Barrio Isimanchi para llegar al lugar en un lapso de 30 minutos desde la parroquia Zumba

Latitud: -4.827865

Longitud: -79.121419

Fuente: Trabajo de campo

Características:

El Río Isimanchi es el principal atractivo natural de la parroquia y la población aledaña, permitiendo a los visitantes y moradores del barrio disfruten de un baño y a su vez de un ambiente adecuado para el descanso. Se lo puede visitar los 365 días del año, pero la temporada con más afluencia es en los meses de febrero, agosto, diciembre.

Recomendaciones:

Se recomienda ir con ropa ligera de baño, zapatos deportivos, llevar gorra, utilizar bloqueador solar, repelente, permanecer en la orilla del río, no arrojar basura

Actividades Turísticas:

- Fotografía
- Observación de flora y fauna
- Nadar
- Caminatas

Fuente: Cabrera (2016) / Trabajo de campo

Tabla 56. Ficha 7. Cascada la Jalca

Nombre del Atractivo: Cascada la Jalca	Jerarquía: II
Categoría: Atractivos Naturales Tipo: Ríos	Subtipo: Cascada
Provincia: Zamora Chinchipe	Cantón: Chinchipe
Localidad:	

Fotografía



Ubicación: Se encuentra ubicada en el barrio la Jalca, para llegar al lugar es mediante camioneta desde la parroquia Zumba en un lapso de 45 minutos, y desde la vía principal caminar 15 minutos.

Latitud: -4.901995

Longitud: -79.190095

Figure 7. Cascada La Jalca

Fuente: Trabajo de Campo

Características:

La cascada tiene una altura de 10 metros aproximadamente. Rodeada de naturaleza, además posee agua fría cristalina, la que es apta para efectuar actividades de natación, observación de flora, aviturismo, senderismo; el clima cálido húmedo hace favorable su visita.

Recomendaciones:

Se recomienda ir con ropa adecuada al igual que zapatos, llevar gorra, utilizar bloqueador solar

Actividades Turísticas:

- Senderismo
- Observación de flora y fauna
- Fotografía

Fuente: Trabajo de campo

Tabla 57. Ficha 8. Río Mayo

Nombre del Atractivo: Río Mayo	Jerarquía: II
Categoría: Atractivos Naturales	Tipo: Ríos
	Subtipo: Río

Provincia: Zamora Chinchipe **Cantón:** Chinchipe

Localidad: Zumba

Fotografía



Ubicación: Se encuentra ubicada en la parroquia Zumba, perteneciente a cantón Chinchipe, provincia de Zamora Chinchipe. El atractivo se encuentra a 660 m.s.n.m de altitud, su temperatura es de 22 °C.

Latitud:

Longitud:

Fuente: <https://chinchipecuador.webnode.es/turismo/rios/>

Figure 8. Río Mayo

Características: Para llegar al río, desde la parroquia es a través de camioneta en un lapso de 1 hora. A lo largo del río se ha formado una pequeña playa con aguas cristalinas y una temperatura agradable. A este atractivo lo complementa un puente antiguo colgante y a su alrededor hay fincas donde se dedican a la crianza de tilapia, cosecha de café y diferentes actividades agrícolas

Recomendaciones:

Se recomienda ir con ropa adecuada al igual que zapatos, llevar gorra, utilizar bloqueador solar

Actividades Turísticas:

- Fotografía
- Observación de flora y fauna
- Nadar
- Caminatas

Fuente: Cabrera (2016) / Trabajo de campo

Nombre del Atractivo: Playa La Yamila		Jerarquía: I
Categoría: Atractivos Naturales	Tipo: Ríos	Subtipo: Playa del Río
Provincia: Zamora Chinchipe	Cantón: Chinchipe	Localidad: Barrio Isimanchi

Fotografía



Fuente: Turismo Chinchipe

Ubicación: Se encuentra ubicada en el barrio Isimanchi de la parroquia Zumba perteneciente al cantón Chinchipe de la provincia de Zamora Chinchipe. Su altitud es de 793 m.s.n.m, la temperatura de 21°C, su temperatura es de 22 °C.

Latitud: - 4.829031

Longitud: - 79.118879

Características: Se puede llegar al atractivo en carro por un lapso de 30 minutos, es un lugar adecuado para realizar actividades como natación. Sus aguas frescas y cristalinas del río Isimanchi, motivan su visita. Para el ingreso a la playa es gratuito, sin embargo, se le debe pedir permiso a la familia Chamba Coala. Este lugar es muy visitado los fines de semana y en festividades como en carnaval.

Recomendaciones:

Se recomienda ir con ropa adecuada al igual que zapatos, llevar gorra, utilizar bloqueador solar

Actividades Turísticas:

- Fotografía
- Observación de flora y fauna
- Nadar
- Caminatas

Fuente: Cabrera (2016) / Trabajo de campo

Tabla 59. Ficha 10. Parque Central

Nombre del Atractivo: Parque Central	Jerarquía:
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Arquitectura
Provincia: Zamora Chinchipe	Subtipo: Espacio Público
Cantón: Chinchipe	Localidad: Zumba

Fotografía



Ubicación: Se encuentra ubicada en la parroquia Zumba perteneciente al cantón Chinchipe de la provincia de Zamora Chinchipe, la altura de 1.284 m.s.n.m, su temperatura es de 21,5°C. Para llegar al atractivo se lo puede realizar a través de, automóvil, bus, taxi y a pie. La carretera es adoquinada en buenas condiciones, 5 minutos es el tiempo que toma llegar desde el terminal terrestre al parque central y se la puede visitar los 365 días del año.

Latitud: -4.863408

Longitud: -79.131074

Fuente: Trabajo de Campo

Características: Comprende un área de 2174,84m, una construcción moderna le adorna unas lámparas, piso compuesto por adoquín y andenes con plantas ornamentales que le da un toque pintoresco al parque, posee una pileta en forma circular. Además, existe un monumento de la hormiga culona la cual es comida típica del cantón. Es un lugar de concentración de los feligreses antes de ir a la iglesia, y también de los turistas nacionales e internacionales

Recomendaciones:

Se puede ir con cualquier ropa, llevar protector solar, cámara para las fotografías, no botar basura

Actividades Turísticas:

- Fotografía
- Observación del monumento de la hormiga

Fuente: Cabrera (2016) / Trabajo de campo


Nombre del Atractivo: Iglesia Central		Jerarquía: II
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Arquitectura	Subtipo: Histórica
Provincia: Zamora Chinchipe	Cantón: Chinchipe	Localidad: Parroquia Zumba
Fotografía		
		<p>Ubicación: Se encuentra ubicada en la parroquia Zumba perteneciente al cantón Chinchipe de la provincia de Zamora Chinchipe, la altura de 1284 m.s.n.m, su temperatura es de 21,5°C. Para llegar al atractivo se lo puede realizar a través de 4x4, automóvil, bus y a pie. La carretera es lastrada la misma que se encuentra en buenas condiciones, 5 minutos es el tiempo que toma llegar a la Iglesia central y se la puede visitar los 365 días del año</p> <p>Latitud: -4,86347° o 4° 51' 49" sur</p> <p>Longitud: -79,13038° o 79° 7' 49" oeste</p>
Fuente: Orden Franciscana en el Ecuador (2017)		
<p>Características: Consta del Retablo Mayor en pan de oro, el retablo del templo guarda esculturas sumamente representativas del arte colonial en el Ecuador, se observan variedades de imágenes realizadas por reconocidos escultores del país, entre las más representativas se encuentra la imagen de San Antonio de Padua patrono de la radio san antonio fm, la imagen Virgen del Rosario patrona del cantón; La constituye una arquitectura eclesiástica de los siglos XVI - XVII, con un área de construcción de 649.80m ubicada frente al parque en la calle 12 de Febrero y Sucre.</p>		
<p>Recomendaciones: Entrar al templo con el debido respeto, no se debe extraer ningún objeto, usar ropa ligera, cámara fotográfica</p>		
<p>Actividades Turísticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • Observación de los cuadros religiosos 		
Fuente: Trabajo de campo		

Tabla 61. Ficha 12. Piscinas Recreativas Municipales.

Nombre del Atractivo: Piscinas Recreativas Municipales		Jerarquía: I
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Arquitectura	Subtipo: Espacio Público
Provincia: Zamora Chinchipe	Cantón: Chinchipe	Localidad: Parroquia Zumba
Fotografía Fuente: GAD del cantón Chinchipe (2020)		Ubicación: Se encuentra ubicada en la parroquia Zumba perteneciente al cantón Chinchipe de la provincia de Zamora Chinchipe, tiene una altura de 1.284 m.s.n.m, su temperatura es de 21,5°C. Para llegar al atractivo se lo puede realizar a través de auto móvil, en bus y a pie. La carretera es adoquinada la misma que se encuentra en buenas condiciones, 5 minutos es el tiempo que toma llegar al centro recreacional, y se lo puede visitar los 365 días del año. Latitud: -4.865110 Longitud: -79.130953
		
<i>Figure 9. GAD del cantón Chinchipe (2020)</i>		
Características: Existen tres piscinas una grande de 19.95 x 9.95 m con una altura 1.95, la segunda tiene la forma de una pera por un lado con un diámetro de 8.10 m y una altura de 1.15 m y por el otro 9.20 m de diámetro y una altura de 1.60, 16.90 m y la pequeña con un diámetro de 4.85 m y una altura 0.65 m. Además, posee dos vestidores con sus respectivas baterías sanitarias. Se trata de una construcción moderna por parte del municipio, con la finalidad de brindar a la comunidad un lugar para disfrutar en familia del clima cálido del cantón. Este atractivo comprende de tres piscinas dos para adultos y una pequeña para niños. Se puede hacer actividades de natación, eventos deportivos y culturales.		
Recomendaciones: Se recomienda usar ropa cómoda, llevar terno de baño, agua para mantenerse hidratado y no botar basura, Además poder hacer uso de los baños y duchas que prestan servicio		
Actividades Turísticas: <ul style="list-style-type: none">• Ocio		

Fuente: Cabrera (2016) / Trabajo de campo

Nombre del Atractivo: Fiesta cívica o Fiesta de Aniversario de Cantonización de Chinchipe		Jerarquía: II
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Acervo Cultural y Popular	Subtipo: Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares
Provincia: Zamora Chinchipe	Cantón: Chinchipe	Localidad: Parroquia Zumba

Fotografía



Fuente: GAD Municipal de Chinchipe

Figure 10. Fiestas Cívicas del Cantón 2023

Ubicación: Se realiza en la cabecera cantonal Zumba, perteneciente al cantón Chinchipe de la provincia de Zamora Chinchipe del 01 al 05 de enero con una duración de 5 días. Se encuentra a la altura de 1284 msnm, su temperatura es de 21,5°C y la precipitación pluviométrica es de 1510.8 mm3.

Latitud: -4.861901

Longitud: -79.129766

Características: Las actividades que se realizan: pregón de fiestas, carros alegóricos y comparsas, noche artística y cultural, sección solemne y juegos deportivos: futbol, básquet, vóley, motocross, carrera de cuadrones, maratón. La misma que tiene interés cultural, social, deportivo. Las instituciones que participan de esta celebración son: Gobierno Municipal, Instituciones Educativas, Hospital Básico Zumba, Cooperativas de Transporte, Batallón de Selva N° 17 Zumba y las Juntas Parroquiales


Recomendaciones:

Respetar las tradiciones del pueblo y participar según sus tradiciones

Actividades Turísticas:

- Ferias turísticas
- Eventos culturales
- Eventos deportivos
- Eventos religiosos

Fuente: Cabrera (2016) / Trabajo de campo

Nombre del Atractivo: Fiestas Religiosas o Romería de la Virgen del Cisne		Jerarquía: II
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Acervo Cultural y Popular	Subtipo: Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares
Provincia: Zamora Chinchipe	Cantón: Chinchipe	Localidad: Parroquia Zumba
Fotografía		<p>Ubicación: Se encuentra a la altura de 1284 msnm, su temperatura es de 21,5°C y la precipitación pluviométrica es de 1510.8 mm3. Se lleva a cabo el día 30 de agosto desde la cabecera cantonal Zumba perteneciente al cantón Chinchipe de la provincia de Zamora Chinchipe, hasta el Puerto Internacional La Balsa. Teniendo un interés religioso, social y acude alrededor de 5000 personas aproximadamente, cabe señalar que cada año se incrementa por la fe que le tienen sus fieles</p> <p>Latitud: -4.861901</p> <p>Longitud: -79.129766</p>
		
<p>Fuente: GAD municipal de Chinchipe</p> <p><i>Figure 11. Romería de la Virgen del Cisne</i></p>		
<p>Características: El día anterior llega a Zumba por la tarde y se realiza una pequeña peregrinación desde la pista al parque central, donde sus fieles la reciben con canticos, castillos, quema de la vaca loca, fuegos artificiales y se procede a celebrar la misa de vísperas. Las personas involucradas con la romería son: Gobierno Municipal de Chinchipe, radio Misión San Antonio y los sacerdotes. Las actividades que se realizan son: celebración de misa en algunas parroquias; repartición de agua, gaseosas y frutas a los caminantes.</p>		
<p>Recomendaciones: Respetar las tradiciones del pueblo y participar según sus tradiciones</p>		
<p>Actividades Turísticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ferias turísticas • Eventos culturales • Eventos deportivos • Eventos religiosos 		
<p>Fuente: Cabrera (2016) / Trabajo de campo</p>		

Anexo 6 Anexo Fotográfico



Anexo 7. Ficha del MINTUR

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																			
Código del atractivo:	1	3	0	2	5	0	A	N	0	4	0	4	0	2	0	0	4		
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo				
1. DATOS GENERALES																			
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																			
Cascada la Diversión																			
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo											
ATRATIVOS_NATURALES				RÍOS				CASCADA											
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																			
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia											
ZAMORA_CHINCHIPE				CHINCHIPE				ZUMBA											
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal		2.6 Número		2.7 Transversal											
Barrio La Diversión				S/N		S/N		S/N											
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				2.10 Altura (msnm)											
-4.877885				-79.213307				1767.98 m											
2.11 Información del administrador																			
a. Tipo de Administrador:				N/A				b. Nombre de la Institución:											
c. Nombre del Administrador:				d. Cargo que ocupa:															
e. Teléfono / Celular:				f. Correo Electrónico:															
Observaciones:																			
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																			
3.1 Características climatológicas <input type="checkbox"/>																			
a. Clima:				Cálida Húmeda				b. Temperatura(°C):				20 °C - 22 °C		c. Precipitación Pluviométrica (mm):				1400 - 1500 mm	
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo <input type="checkbox"/>																			
a. Cultura				<input type="checkbox"/>				b. Naturaleza				<input checked="" type="checkbox"/>		c. Aventura				<input type="checkbox"/>	
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo <input type="checkbox"/>																			
a. Prístina				<input type="checkbox"/>				b. Primitiva				<input type="checkbox"/>		c. Rústica Natural				<input type="checkbox"/>	
d. Rural				<input checked="" type="checkbox"/>				e. Urbana				<input type="checkbox"/>							
3.4 Ingreso al atractivo <input type="checkbox"/>																			
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención													
		Ingreso	Salida	Toda la día	Fin de semana y feriado	Solo día hábiles	Otra	Especificar											
Libre	<input checked="" type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto											
Restringida	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto											
Pagada	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto											

d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>		f. Forma de Pago:	Efectivo <input type="checkbox"/>	Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>	Depósito Bancario <input type="checkbox"/>	Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>
e. Precio:	Desde 0,00 Hasta 0,00		Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>	Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>	Cheque <input type="checkbox"/>	
g. Meses recomendables de visita:		Diciembre a Febrero				
Observaciones: <i>N/A</i>						
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>						
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):					Parraquia Zumba	
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:	23,2 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:	1:02:00 h/min	d. Coordenadas (grados decimales):	Lat.: -4.861797	Long.: -79.129948
Observaciones: <i>N/A</i>						
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>						
a. Terrestre (M) <input type="checkbox"/>	Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado
	a. Primer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	
	b. Segundo orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	
	c. Tercer orden <input checked="" type="checkbox"/>	-4.861455	-4.877885	23.2 km	Tierra	Regular
Observaciones:						
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida <input type="checkbox"/>	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida <input type="checkbox"/>	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida <input type="checkbox"/>	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto
Observaciones:						
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>		Internacional: <input type="checkbox"/>			
Observaciones: <i>N/A</i>						
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>						
a. Bus <input type="checkbox"/>	b. Buzeta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>	
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bate <input type="checkbox"/>	i. Barca <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avián <input type="checkbox"/>	l. Avianeta <input type="checkbox"/>	
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otra <input checked="" type="checkbox"/>	Ranchera				
Observaciones: <i>Camaservicio de transporte a las parroquias urbanas y rurales</i>						
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>						
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia		d. Detalle (Traslado a origen / destino)		
		Diaria	Semana	Mensual	Eventual	
Cooperativa de Taxis Horizontales de Luz	Terminal Torroarte Reina del Cirno	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Parraquia urbana y rural
Cooperativa de Taxis Zumbañita	Terminal Torroarte Reina del Cirno	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Parraquia urbana y rural
Cooperativa de Taxis la Guayura	Terminal Torroarte Reina del Cirno	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Parraquia urbana y rural
Cooperativa de Taxis Zumbayacu	Terminal Torroarte Reina del Cirno	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Parraquia urbana y rural
Cooperativa de Transportes Ciudad de Zumba	Terminal Torroarte Reina del Cirno	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Parraquia urbana y rural

4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)											
a. Accesibilidad matriz		<input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual		<input type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva		<input type="checkbox"/>	d. Mover accesible	<input checked="" type="checkbox"/>	
Observaciones: N/A											
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Señalización de aproximación al atractivo		<input checked="" type="checkbox"/>	Ertada (U)		Buena	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Mala	<input checked="" type="checkbox"/>	
Observaciones: No hay ninguna señalización del lugar para poder llegar											
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>											
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos requeridos	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos requeridos	Número de Habitaciones	Número de Plazas		
Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	4	15	2,5		
Hartal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hartal	<input checked="" type="checkbox"/>	2	5	2		
Hartería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hartería	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Rozart	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Rozart	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Cara de Huésped	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cara de Huésped	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:						
Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos requeridos	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos requeridos	Número de Mesas	Número de Plazas		
Restaurante	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurante	<input checked="" type="checkbox"/>	5	7	0		
Cafetería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafetería	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bar	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bar	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Fuente de agua	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuente de agua	<input checked="" type="checkbox"/>	4	3	0		
Observaciones:					Observaciones:						
Agencia de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos requeridos			Agencia de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos requeridos				
Mayaritar	<input type="checkbox"/>	0			Mayaritar	<input type="checkbox"/>	0				
Internacional	<input type="checkbox"/>	0			Internacional	<input type="checkbox"/>	0				
Operador	<input type="checkbox"/>	0			Operador	<input type="checkbox"/>	0				
Observaciones:					Observaciones:						
Gefe	Local	Nacional	Nacional Especializada	Cultura	0	Gefe	Local	Nacional	Nacional Especializada	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input checked="" type="checkbox"/>	3	0	0	Aventura	3
Observaciones:					Observaciones:						



5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>																			
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)													
						B	R	M											
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>											
	I-Tur <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>											
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>											
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>											
	Centro de recepción de visitantes <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>											
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garita de guardiana <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>											
	Mirador <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>											
	Torre de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>											
	Torre de vigilancia para salvavidas <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>											
c. De recorridos y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>											
	Ertaciones de zamba y descanso <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>											
	Áreas de acampar <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>											
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>											
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Botafarrosanitarios <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>											
	Ertacionamiento <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>											
e. Otras <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>											
Observaciones:																			
5.3 Complementarios a la actividad turística <input type="checkbox"/>																			
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>														
Alquiler y venta de equipamiento especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipamiento especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>	Cara de cambio <input type="checkbox"/>	Cajera automática <input type="checkbox"/>	Otra <input type="checkbox"/>	Cara de cambio <input type="checkbox"/>	Cajera automática <input checked="" type="checkbox"/>	Otra <input type="checkbox"/>										
Especifique: <i>texto</i>					Especifique: <i>El la parroquia zumba cuenta con cajeras automáticas y una tienda de souvenirs</i>														
Observaciones: <i>N/A</i>																			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO						SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>											
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																			
a. Conservada <input type="checkbox"/>	b. Alterada <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorada <input type="checkbox"/>	Observaciones: <i>N/A</i>															
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)																			
6.1.1.1 Naturales (M)			6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)																
a. Erosión <input checked="" type="checkbox"/>	b. Humedad <input type="checkbox"/>	c. Deterioro natural <input type="checkbox"/>	d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	a. Actividad agrícola y ganadería <input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividad forestal <input type="checkbox"/>	c. Actividad extractiva / minería <input type="checkbox"/>	d. Actividad industrial <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huacaría <input type="checkbox"/>	g. Conflictos de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y explotación <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>	m. Conflictos políticos / raciales <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>

Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones:								
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Conservada	<input type="checkbox"/>	b. Alterada <input checked="" type="checkbox"/>						
c. En proceso de deteriorar	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Deteriorada <input type="checkbox"/>						
Observaciones: Para llegar al atractivo es complejo por falta de limpieza del camino								
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)								
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)						
a. Erusión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/>						
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input checked="" type="checkbox"/>						
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>						
d. Flora / Fauna	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>						
e. Clima	<input checked="" type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>						
		f. Huasquearías <input type="checkbox"/>						
		g. Conflictos de tenencia <input type="checkbox"/>						
		h. Condiciones de uso y explotación <input type="checkbox"/>						
		i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>						
		j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>						
		k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>						
		l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>						
		m. Conflictos políticos / raciales <input type="checkbox"/>						
		n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>						
		o. Vandalismo <input type="checkbox"/>						
Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones:								
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo								
a. Declarante:	b. Denominación:	b. Fecha de declaración:						
		c. Alcance:						
Observaciones:								
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>								
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Aguas:	<input checked="" type="checkbox"/> Ríos, vertiente, acequia o canal	Aguas:	<input checked="" type="checkbox"/> Potable					
Especifique:		Especifique:						
Energía eléctrica:	<input checked="" type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público	Energía eléctrica:	<input checked="" type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público					
Especifique:		Especifique:						
Saneamiento:	<input type="checkbox"/>	Saneamiento:	<input checked="" type="checkbox"/> Pasarela					
Especifique:		Especifique:						
Disposición de desechos:	<input type="checkbox"/>	Disposición de desechos:	<input checked="" type="checkbox"/> Corra Recolector					
Especifique:		Especifique: La parroquia diversión cuenta con un sistema de manejo de desechos sólidos						
Observaciones:								
7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad			7.2.4. Estado			
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otra	Especifique	B	R	M
En área	Pictograma de atractivo natural	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivo cultural	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividad turística	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicio de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

urbana <input type="checkbox"/>	Pictograma de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Táctom de atractivo turístico	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Táctom de zona	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Táctom direccional	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En área natural <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivo natural	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivo cultural	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turístico	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señal turístico de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel de direccionamiento hacia atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativa de atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativa de direccionamiento hacia atractivo, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Morar interpretativa	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Táctom de zona	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Táctom de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letras informativas <input type="checkbox"/>	De información básica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativa de conciliación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de las elementar del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otra <input type="checkbox"/>	texto							
Observaciones: <i>Hay señalética, lar del barrio bellavirta la canacon</i>								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado mas cerca <input checked="" type="checkbox"/>			
Hospitala Clínica	<input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospitala Clínica	<input checked="" type="checkbox"/>	Cantidad	1	
Puerta / Centro de salud	<input type="checkbox"/>		0	Puerta / Centro de salud	<input type="checkbox"/>			
Dispensaria médica	<input type="checkbox"/>		0	Dispensaria médica	<input type="checkbox"/>		0	
Batiquín de primerar auxiliar	<input type="checkbox"/>		0	Batiquín de primerar auxiliar	<input type="checkbox"/>		0	
Otra	<input type="checkbox"/>		0	Otra	<input type="checkbox"/>		0	
Observaciones:								
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle	texto					
b. Policía nacional	<input type="checkbox"/>		texto					
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		texto					
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto					
Observaciones:								

7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)						
a. En el atractivo (M)				b. En la ciudad o poblado mas cerca (M)		
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>			Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>	
Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>		Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input checked="" type="checkbox"/>
Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>		Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>			Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>	
Observaciones:						
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>						
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>			De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>	
Observaciones:						
7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/>						
Dorlover <input checked="" type="checkbox"/>		Sismar <input type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
Sequía <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>	Aguajes <input type="checkbox"/>		Terremoto <input type="checkbox"/>	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofe? <input checked="" type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento:	GAD Chinchipe	Nombre del documento:	PDOT	Año de elaboración:	2020
Observaciones: <i>Dentro del documento del PDOT elaborada por el GAD chinchipe se tiene planteada estrategias para poder mitigar en caso de una catástrofe dentro del cantón.</i>						
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES				SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI/ <input type="checkbox"/>
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?				SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Año de elaboración:
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:
<i>Aun se encuentran elaborando el Plan de Desarrollo Turístico</i>						
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:
<i>Aun se encuentran elaborando el Plan de Desarrollo Turístico</i>						
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:
<i>Aun se encuentran elaborando el Plan de Desarrollo Turístico</i>						
Observaciones:						
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)				SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI/ <input type="checkbox"/>
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)						
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>						
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de río <input type="checkbox"/>	e. Surf <input type="checkbox"/>		
f. Kitesurf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Sharkel <input type="checkbox"/>	i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Raqueta <input type="checkbox"/>		
k. Parea en panza <input type="checkbox"/>	l. Parea en bote <input type="checkbox"/>	m. Parea en lancha <input type="checkbox"/>	n. Parea en mata acuática <input type="checkbox"/>	o. Pararailing <input type="checkbox"/>		
p. Erquí acuática <input type="checkbox"/>	q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Parea deportiva <input type="checkbox"/>	Otra <input type="checkbox"/>	<i>texto</i>	
Observaciones:						
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>						
a. Alar Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otra <input type="checkbox"/>	<i>texto</i>		
Observaciones:						

9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>		
a. Mantarisma <input checked="" type="checkbox"/>	b. Ercoleado <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>
d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>	e. Canyoning <input type="checkbox"/>	
f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>
i. Caminata <input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>	
k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input checked="" type="checkbox"/>	m. Observación de arroyos <input type="checkbox"/>
n. Otra <input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones:		
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)		
9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>		
a. Recorrer a pie <input checked="" type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiado <input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>
d. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	e. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>	f. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>
g. Exhibiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	h. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales <input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y lúdicas <input type="checkbox"/>
j. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	k. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>	l. Fotografía <input checked="" type="checkbox"/>
m. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	n. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	o. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>
p. Convivencia <input type="checkbox"/>	q. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	r. Otra <input type="checkbox"/>
texto		
Observaciones:		
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>		
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)		
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: Falta de promoción al atractivo		
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL:	
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre:	
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre:	
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre:	
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre:	
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre:	
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre:	
h. Otra <input type="checkbox"/>	Nombre:	
Observaciones:		
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: Dentro de la parroquia no existe una operadora turística para su		
Observaciones:		
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>		
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>		
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/>	Año de registro: 0
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:	
c. Temporalidad de visita al atractivo		

Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique	texto		Número de visitantes	0	
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>		texto			0	
4. Llegada de turistas							
<input type="checkbox"/> Turista nacional		Llegada mensual		Total anual		<input type="checkbox"/> Turista extranjera	
		Llegada mensual		Total Anual			
Ciudad de origen	texto	0	0	País de origen	texto	0	0
	texto	0	0		texto	0	0
	texto	0	0		texto	0	0
Observaciones:							
11.2. Frecuencia de visita según informantes c/ve							
Nombre del Informante Clave: Vilma Ramón				Contactar:			
Demanda según día de visita <input type="checkbox"/>				Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>			
Lunes a viernes	15	Fines de semana	30	Días feriados	150	Permanente	<input type="checkbox"/>
				Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica	<input checked="" type="checkbox"/>
				Inexistente	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:							
12. RECURSO HUMANO						SI	<input type="checkbox"/>
						NO	<input checked="" type="checkbox"/>
						S/I	<input type="checkbox"/>
a. Número de personal a cargo de la administración y operación del atractivo				d. Número de personal especializado en turismo			
0				0			
e. Número de personal con nivel de instrucción (M):		f. Número de personal capacitado por temática (M)		g. Número de personal que maneja algún idioma (M)			
Primaria	0	Secundaria	0	Primeras Auxiliares	0	Hospitalidad	0
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0
Otra	texto	Sensibilización de discapacidad	0	Otra	texto	China	0
				Otra	texto	Otra	texto
Observaciones:							
13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)							
<p>La Cascada la Diverción se encuentra ubicada a 45 minutos caminando desde el barrio la Diverción, la única forma de acceso al lugar, para llegar al atractivo hay que ir con un guía local, el ingreso es libre es muy visitada por turistas durante los fines de semana y feriados, tiene una caída de 15 metros con su agua cristalina, es recomendable ir con ropa adecuada para caminar y bajar.</p>							
14. ANEXOS							
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)							
							
Fuente: María Zequinaula, 2023							

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: <https://www.google.com/maps/@10.8218488,-84.8218488,15z>

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatoria)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	Maria Zepeda	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	Universidad Nacional de Loja	Institución		Institución	
Cargo	Estudiante	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	maria.zepeda@unl.edu.ec	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono		Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha		Fecha		Fecha	



CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Loja, 22 de Noviembre de 2023

En calidad del tribunal calificador del trabajo de titulación denominado: **"PIT'S para la Parroquia Zumba, Cantón Chinchipe, Provincia de Zamora Chinchipe"** de la autoría de la Srta. **María Mercedes Zaquinaula Urrego**, portador de la cédula de identidad Nro. 1105167678 previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo.

Certificamos que se ha incorporado las observaciones realizadas por los miembros del tribunal, por tal motivo se procede a la aprobación y calificación del trabajo de titulación de grado y la continuación de los trámites pertinentes para su publicación y sustentación pública. **APROBADO**. Ing. Maruxi Loarte Tene. Mg. Sc. **PRESIDENTA** en conjunto con el Ing. Jhohana Larrea Silva. Mg. Sc. e Ing. Alexandra Suárez Jaramillo. Mg. Sc. **VOCALES PRINCIPALES**.

Certificamos en honor a la verdad:



Ing. Maruxi Loarte Tene. Mg. Sc.

PRESIDENTA



Ing. Jhohana Larrea Silva. Mg. Sc.

VOCAL

GLADYS
ALEXANDRA
SUAREZ
JARAMILLO
Ing. Alexandra Suárez Jaramillo. Mg. Sc.

VOCAL

Firmado digitalmente por
GLADYS ALEXANDRA
SUAREZ JARAMILLO
Fecha: 2023.11.22
17:46:38 -05'00'

CERTF.Nº.4.4-2023

Loja, 21 de noviembre del 2023

El suscrito Franco Guillermo Abrigo Guamizo.

Lcdo. En Ciencias de la Educación Mención Idioma Inglés

A petición de la parte interesada y en forma legal.

CERTIFICA:

Que **María Mercedes Zaquinaula Urrego** con cédula de identidad número **1105167678**, estudiante de la Carrera de Turismo, de la Facultad Jurídica Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, completó satisfactoriamente la presente traducción de español a inglés del resumen del Trabajo de Integración Curricular denominado **"Pit's para la parroquia Zumba, Cantón Chinchipe, Provincia de Zamora Chinchipe"**.

Traducción que fue guiada y revisada minuciosamente por mi persona. En consecuencia, se da validez a la presentación de la misma. Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, pudiendo la interesada hacer uso del presente documento en lo que estimare conveniente.

Atentamente,



.....
Franco Guillermo Abrigo Guamizo

Lcdo. En Ciencias de la Educación Mención Idioma Inglés

Número de Registro Senescyt: 1008-2021-2368808

Cédula: 1104492127

email: franco.abrigo@hotmail.com

celular:0990447198