



**Universidad del Azuay**

**Facultad de Filosofía, Letras  
y Ciencias de la Educación**

Carrera de Turismo

**PLANIFICACIÓN DE DESARROLLO  
TURÍSTICO PARA EL FORTALECIMIENTO DE  
LA DECLARATORIA DE PUEBLOS MÁGICOS  
CANTÓN: ZARUMA, PROVINCIA EL ORO.**

Autores:

**Diana Guartatanga Zurita; Sebastián Rivera Heras.**

Directores:

**Narcisa de Jesús Ullauri**

**Cuenca – Ecuador  
2021**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo está dedicado a nuestros padres, Fanny, César, Rocio y Pedro, quienes nos brindaron su apoyo día tras día y permitieron definir esta meta y con su ejemplo nos enseñaron que: “Nunca debemos desmayar, porque, aunque la vida parezca cuesta arriba, tras el esfuerzo, al final del camino la vista será maravillosa”. Además, dedicamos este proyecto también a nuestros hermanos quienes con cariño nos alentaron durante este proceso educativo y nos motivaron a conseguir el éxito, a través de la perseverancia y rectitud.

Con mucho cariño,  
Diana Guartatanga y Sebastian Rivera.

## **AGRADECIMIENTO**

Las personas con el pasar de los años, recorren un camino de proyectos y metas, pero estos no se pueden alcanzar si se los recorren solos, pues existen personas que a lo largo de dicho recorrido son apoyo, guía e inspiración para alcanzar cada meta propuesta. Queremos dar nuestro profundo sentimiento de gratitud a todos nuestros docentes que con esfuerzo y cariño supieron inculcar en nosotros conocimientos que nos permiten crecer como profesionales y personas, de manera especial nuestra eterna gratitud a nuestra tutora Narcisa de Jesús Ullauri, quien fue nuestra guía, maestra y amiga. Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a todos aquellos amigos, familia y supervisores que nos han acompañado durante este proceso de formación académica y profesional, y de manera especial a la Srta. Alicia Torres, Dr. Franklin Bucheli y Sra. Graciela Heras, que de distintas formas o áreas y en la cotidianidad nos mostraron un apoyo incondicional.

Siempre agradecidos,  
Diana Guartatanga y Sebastian Rivera.

## RESUMEN

La tesis propone una planificación desarrollada en 4 proyectos en torno al potencial turístico del cantón Zaruma, Pueblo Mágico del Ecuador. Este proyecto es realizado mediante el análisis de antecedentes históricos, superestructura y factores económicos, turísticos y culturales del cantón. Este Plan de Desarrollo abarca elementos como: marketing, profesionalización e impulso de productos turísticos, donde Zaruma pueda desarrollarse como destino competitivo en la temática. Además, surge la necesidad de obtener propuestas que articulen a todos los entes involucrados, para un desarrollo sostenible con los demás componentes del territorio. Los resultados planteados promueven que Zaruma cumpla con el objetivo de la propuesta asesorada por México, es decir, que la localidad turística emergente, impulse beneficios económicos, sociales, ambientales y la conservación del patrimonio, donde se gestione de forma eficaz sus recursos para posicionarse y operar exitosamente el destino dentro del mercado turístico nacional, cuya singularidad le hizo acreedora a dicho reconocimiento.

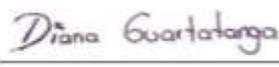
**Palabras clave:** destino competitivo, gestionar, marketing, proyectos, profesionalización, recursos.

## ABSTRACT

This thesis proposes a plan developed in 4 projects, regarding the touristic potential of the region of Zaruma, Magical Town of Ecuador. This project was carried out through the analysis of the historical background, superstructure and economic, touristic and cultural factors of the region. This Development Plan comprised elements such as: marketing, professionalization and promotion of touristic products, in order for Zaruma to develop as a competitive destination within this thematic. In addition, there is a need to obtain proposals that articulate all the entities involved, for a sustainable development with the other components of the territory. The proposed results promote that Zaruma fulfills the objective of the proposal advised by Mexico. That is, that the emerging touristic region boosts economic, social and environmental benefits as well as the conservation of heritage, through the efficient management of its resources in order to position itself and successfully operate the destination within the national tourist market, whose uniqueness made it worthy of such recognition.

**Key words:** competitive destination, management, marketing, projects, professionalization, resources.

Translated by:

  
\_\_\_\_\_

Diana Guartatanga Zurita

  
\_\_\_\_\_

Sebastian Rivera Heras

  
\_\_\_\_\_

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>CAPÍTULO 1</b> .....	5
<b>1. ANÁLISIS DEL ENTORNO PARA LA DECLARACIÓN DE PUEBLO MÁGICO AL CANTÓN ZARUMA.</b> .....	5
<b>1.1 La creación de los pueblos mágicos.</b> .....	5
1.1.1 La declaratoria de los pueblos mágicos en México. ....	6
1.1.2 La declaratoria de los Pueblos Mágicos en Ecuador. ....	11
<b>1.2 Zaruma y la declaratoria de Pueblo Mágico.</b> .....	15
1.2.1 Alcance del programa de Pueblos Mágicos para el desarrollo local. ....	16
1.2.2 Beneficios del Programa De Pueblos Mágicos aplicados en territorio. ....	19
<b>1.3 Guía y protocolos para la pertenencia de Pueblos Mágicos Ecuador.</b> .....	22
1.3.1 Superestructura turística frente al programa “Pueblos Mágicos”.....	22
1.3.2 Proceso de selección, pertenencia y desarrollo de programa turístico “Pueblos Mágicos Ecuador” .....	25
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	29
<b>2. Levantamiento de recursos y atractivos turísticos para la planificación turística de Zaruma, pueblo mágico del Ecuador.</b> .....	29
<b>2.1 Plan De Ordenamiento Territorial De Zaruma</b> .....	30
2.1.1 Actividad turística de cantón.....	32
2.1.2 Planificación turística como una visión de pueblo mágico. ....	36
<b>2.2 Recursos y atractivos del cantón para el plan integral turístico para Zaruma.</b> .....	40
2.2.1 Recursos y atractivos culturales de Zaruma. ....	40
2.2.2 Recursos y atractivos naturales de Zaruma. ....	52
<b>2.3 Prestadores de servicios y planta turística del cantón.</b> .....	67
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	74
<b>3. Plan de desarrollo turístico del Cantón Zaruma, pueblo mágico del país y la socialización en el entorno.</b> .....	74
<b>3.1 Plan integral turístico.</b> .....	76
3.1.1 Misión, visión y objetivos. ....	77
MISIÓN.....	77
VISIÓN.....	77
OBJETIVO PRINCIPAL.....	77
OBJETIVOS SECUNDARIOS .....	77
3.1.2 Herramientas de planificación aplicadas.....	79

MATRIZ DE FACTORES DE LOCALIZACIÓN .....	80
MATRIZ DE FODA .....	83
MATRIZ DE CONFRONTACIÓN.....	90
FODA CRUZADO (ESTRATEGIAS) .....	91
MATRIZ DE ALTERNATIVA SOLUCIÓN .....	95
<b>3.2 Propuestas turísticas para el cantón. ....</b>	<b>96</b>
PROYECTO 1: Gestión del destino para habilitación de atractivos rurales como complementación de la oferta turística cultural.....	96
PROYECTO 2: Obtención de productos para nuevos operadores turísticos de Cantón Zaruma ...	103
PROYECTO 3: Elaboración de un video promocional y difusión de patrimonio que oferta Zaruma Pueblo Mágico del Ecuador .....	112
PROYECTO 4: Desarrollo de competitividad y profesionalización de la Planta turística.....	118
3.2.1 Descripción del plan, tiempos de ejecución, entes involucrados y alcance .....	128
3.2.2 Evaluación del programa.....	133
<b>3.3 Socialización de la planificación turística con entes relacionados .....</b>	<b>139</b>
<b>3.4 Análisis de los resultados .....</b>	<b>165</b>
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>176</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>179</b>

## ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

### Ilustraciones

Ilustración 1 .....	71
---------------------	----

### Figuras

Figura 1:.....	10
Figura 2:.....	35
Figura 3:.....	35

### Tablas

Tabla 1:.....	33
Tabla 2.....	52
Tabla 3.....	67
Tabla 4.....	70
Tabla 5.....	72
Tabla 6.....	75
Tabla 7.....	136

# INTRODUCCIÓN

Para empezar esta planificación, es necesario recordar que la actividad turística busca el desarrollo y la potencialización de atractivos para que un destino pueda dar a conocer su riqueza cultural y natural, generar ingresos económicos y contribuir a la preservación del patrimonio. Bajo esta iniciativa surge el programa Pueblos Mágicos México, en el año 2001, que buscó que las autoridades de turismo y el Gobierno Nacional de este país, puedan dinamizar la afluencia turística, incluyendo como nuevos destinos a las localidades pequeñas, que ellos describieron como territorios que quedaron en el imaginario colectivo, pero cuya riqueza cultural y natural puede ser aprovechada para conservar el patrimonio de la nación y a su vez diversificar la oferta turística nacional.

SECTUR México al firmar alianzas con MINTUR Ecuador, se hizo presente orientándonos en la implementación de esta iniciativa, cuyos lineamientos de postulación, clasificación y procesos de permanencia en el programa se mantienen como el PPM original. En el 2019, se ejecuta la primera convocatoria, para que las localidades ecuatorianas puedan postularse y ser electas como Pueblos Mágicos Ecuador y así alcanzar el reconocimiento y posicionamiento de su potencial turístico evidenciado a través del desarrollo y obtención de pilares básicos para el desarrollo de la actividad turística, de tal forma que estas localidades por medio de los tres principales beneficios del programa, es decir: asistencia técnica especializada, acceso a líneas de crédito y promoción a nivel nacional obtuvieran un grado eficiente de competitividad para dinamizar y redistribuir los flujos turísticos en el país.

El PPM Ecuador tuvo cinco localidades que obtuvieron inicialmente esta declaratoria entre ellas se encuentran: Patate, Alausí, Cotacachi, San Gabriel, y Zaruma, las cuales fueron seleccionadas por la autenticidad en su patrimonio natural y cultural; esto representa una oportunidad para fortificar a estos territorios, lo cuales obtuvieron dicho reconocimiento mediante la investigación de GADs, autoridades del MINTUR y comités del programa que conjuntamente con la vinculación universitaria continúan generando:

” Capacitación, propuestas de productos turísticos innovadores, investigación en ámbito de políticas turísticas para propiciar las alianzas público-privadas, herramientas de inteligencia de mercados que permitan comprender las expectativas del mercado y de las

organizaciones gestoras de destinos y de esta manera se fortalezca el desarrollo de los declarados pueblos mágicos” (Universidad Técnica Particular de Loja, 2020)

Zaruma fue declarada como pueblo mágico del Ecuador durante la celebración en la que se conmemoraba los 199 años de emancipación. Este reconocimiento según el alcalde Jhansy López, quien mencionó: es una oportunidad que permite reconocer la riqueza cultural de este Cantón y permite mejorar la eficiencia de la gestión de un destino turístico mediante la creación de actividades, desarrollo de planta turística e intervención de autoridades para permitir que el destino cuente con las condiciones necesarias para atraer mayor inversión pública y privada generando beneficios económicos a las localidades que adquieren esta declaratoria; pero la ventaja competitiva radica que Zaruma a más de esta declaratoria cuenta con programas de impulso turístico y valoración a su patrimonio que ratifican la riqueza cultural del lugar. (López, 2019)

Zaruma está ubicada en la provincia de El Oro, es uno de los territorios más importantes de la provincia, debido a su historia y riqueza aurífera que se registró durante las primeras explotaciones mineras del Ecuador. El primer registro oficial de Zaruma data de 1535, en donde asentamientos españoles llegan a este territorio para dedicarse a la extracción minera, pasan alrededor de 13 años para que en 1549 tenga su primera fundación de forma provisional, en donde esta se declara bajo la dependencia del mandato español. (Quezada, 2016). El tiempo transcurrido evidencia que era un territorio donde existía minería y fue un asentamiento único de trabajo donde los obreros residían y existían muy pocas mujeres en el lugar, las cuales únicamente iban para atender a sus esposos o negocios que eran frecuentados únicamente por mineros.

Siglos después Zaruma busca la independencia del rey de España y se produce un levantamiento en 1824, y el resultado de esta lucha fue que Zaruma pasa a ser cantón de la provincia Loja, según la Ley De División Territorial de la Gran Colombia, esto ocasionó un período de recesión económica muy fuerte. Sin embargo, la minería nunca desapareció en este lugar. La distancia poco estratégica ocasionó que Zaruma debiera independizarse de la provincia de Loja y pasar a ser parte de la provincia de El Oro, siendo su capital hasta 1883. Esta circunstancia tuvo una corta duración debido al rápido crecimiento de una ciudad aledaña denominada Machala, misma que se convirtió en la nueva capital de la provincia bananera por el desarrollo de la misma.

La historia de Zaruma permitió que los asentamientos coloniales y republicanos aún se mantengan representados arquitectónicamente en el centro histórico de su parroquia urbana. Además, permitieron el desarrollo e innovación de componentes como la gastronomía, religión, educación, artesanías entre otros que hasta la actualidad son de sumo interés para quienes la visitan. Esta riqueza fue reconocida desde 1977, dónde la Dirección Nacional de Turismo declara a este territorio como ciudad de interés turístico nacional debido a sus atributos paisajísticos, culturales y arquitectónicos. Fue hasta 1990 en donde el Ministerio de Educación y Cultura del Ecuador declara a Zaruma Patrimonio Cultural del estado ecuatoriano.

Las riquezas culturales y patrimoniales de Zaruma son fruto de sus antecedentes históricos, el mestizaje entre culturas cañarís, incaicas y españolas, y los extranjeros que llegaron al inicio del siglo XX, que residen en el lugar como funcionarios de minas o asesores para la extracción de oro, algunas de estas personas formaron sus familias en el Cantón Zaruma. Producto de este mestizaje, nace la actual cultura zarumeña con sus distintivas tradiciones, ideologías y manifestaciones culturales que con el pasar de los años evolucionaron y fueron modificando el entorno y las costumbres. “Esto sumado a la riqueza natural que alberga este cantón, son un conjunto de atractivos que han sido bien preservados por la población que reside en este cantón”. (El Telégrafo, 2014).

A lo largo de este último siglo han sido ellos los promotores de desarrollar una actividad turística que permita dar al mundo conocer las riquezas tangibles e intangibles de Zaruma y a su vez crear una actividad económica que permita la preservación de dichos atractivos y el desarrollo económico local. Sin embargo, podemos evidenciar que la actividad turística ha ido creciendo, pero es necesario contar con una planificación que sea adecuada a la última declaratoria obtenida para así fortalecer a Zaruma como un destino competitivo en lo nacional.

Este Cantón de la República del Ecuador se caracteriza por la presencia de cascadas, agroturismo, petroglifos, minas, gastronomía, cultivos y arquitectura colonial motivos que han generado un incremento en el turismo. Sin embargo, con tan significativo avance aún no logra competir con destinos como Quito, Guayaquil, Cuenca o Galápagos, es por ello se debe generar una planificación que articule una promoción y desarrollo turístico con beneficios económicos, sociales y culturales para el cantón Zaruma.

“El presente Plan De Desarrollo Turístico busca rescatar la identidad minera, aprovechar atractivos arqueológicos, naturales y culturales, con la creación de proyectos que a su vez

logren impulsar el desarrollo económico de sus pobladores, a través de una planificación adecuada al entorno y consiente de la constate” evolución de Zaruma. (Becerra, 2015)

Esta tesis titulada “Planificación de desarrollo turístico para el fortalecimiento de la declaratoria de pueblos mágicos cantón: Zaruma, provincia El Oro.” Implica integrar a todos los entes actores, que sea un desarrollo rentable, equitativo y potencialice los recursos culturales y crear así nuevos productos turísticos para la ciudad y dinamizar la oferta. Evitando así una imposición violenta de la dimensión de la cotidianidad de la comunidad receptora y logrando que el alcance de esta propuesta sea atemporal es decir su beneficio pueda ser en el presente y el futuro creando un escenario que profundice la identidad y vocación de territorio, que tiene factores agrícolas, mineros, ganaderos y turísticos.

# **CAPÍTULO 1**

## **1. ANÁLISIS DEL ENTORNO PARA LA DECLARACIÓN DE PUEBLO MÁGICO AL CANTÓN ZARUMA.**

### **1.1 La creación de los pueblos mágicos.**

#### **Introducción**

México, es una nación en la que el gobierno apuesta principalmente por la actividad turística. En los últimos años, de acuerdo con las estadísticas se conoce que desde el 2013, el porcentaje en el turismo creció al 5 %; mientras que en el norte y centro América al 4 % (UNWTO, 2014). Esto ha permitido que países como Panamá, Nicaragua, El Salvador y México prosperen en esta industria. Las estadísticas oficiales de la OMT establecían que en el año 2015 y 2016 México se posicionó en los diez primeros lugares a nivel mundial como destino turístico lo que se vio reflejado en más de 28 millones de visitantes que ingresaron al país aportando a la economía local. Los montos superaron los 15,000 millones de dólares. Tras este análisis la legislación mexicana se orientó en presentar programas donde el turismo es prioridad nacional dentro de la matriz productiva, ya que con este plan de ordenamiento territorial se pretende promover el crecimiento económico, crear fuentes de empleo, preservación de la cultura y homogenización social, entre otras cosas.

Tras una iniciativa de impulsar el área turística en pueblos que son ricos en arquitectura, cultura y tradiciones pero que durante mucho tiempo se vieron olvidados por grandes destinos comunes de capitales, y el turismo de sol y playa, necesitaban una forma de darse a conocer y dinamizar la oferta turística del país. En esta situación el gobierno mexicano en el año 2001, pone en marcha la iniciativa de pueblos mágicos, todo esto fue con el objetivo de reconocer a las poblaciones del país que, por muchos años, han estado en el imaginario colectivo (conjunto de mitos y símbolos) de la nación y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes tanto nacionales como extranjeros. (Entorno Turístico, 2020). Esta declaratoria dio la oportunidad que pueblos y pequeñas localidades cuyas características únicas, ya sean por su arquitectura, pasado histórico o colonial, gastronomía, actividades artesanales en el otro se destaquen en el colectivo.

La planificación turística mexicana está regida por la Secretaría de Turismo del Gobierno Federal (SECTUR), esta organización fue quien formuló el programa estudiado conjuntamente

con diversas instituciones públicas, privadas, gobiernos autónomos estatales y municipales, incorporó el programa con toda una guía de procesos y requerimientos para la pertenecías a este proyecto, el cual inicialmente contó con treinta localidades que buscaban revalorar sus atributos históricos, manifestaciones socio culturales, mejorar la imagen urbana y conjuntar esfuerzos para conformar alternativas turísticas para los visitantes nacionales y extranjeros (SECTUR, 2013).

El programa desde su lanzamiento tuvo gran acogida tanto por moradores, gobiernos estatales y municipales tanto es así que para el año 2009 fueron ochenta y tres localidades que integraron los Pueblos Mágicos y las mismas se vieron beneficiadas con recursos públicos para la conservación y rehabilitación de su patrimonio, desarrollo de la infraestructura urbana, y la creación y planificación de la planta turística, ya que se busca impulsar el desarrollo de destinos turísticos complementarios. De acuerdo con Velarde (2009), el programa puede, efectivamente, reactivar las actividades productivas, promover la generación de empleos, así como la canalización de apoyos a pequeñas y medianas empresas turísticas locales, como estrategia para impulsar el desarrollo sustentable. Aunque, generalmente, los apoyos se dirigen a los sectores de alojamiento y alimentación, dejando de lado otras actividades de recreación, esparcimiento y diversión que pudieran contribuir a la participación directa de los actores locales.

Los objetivos que se plantearon en el programa pueblos mágicos son: estructurar una oferta turística complementaria y diversificada; aprovechar la singularidad de las localidades para la generación de productos turísticos que signifiquen un alto grado de atraktividad; poner en valor, consolidar y reforzar los atractivos; hacer que el turismo local se constituya como una herramienta del desarrollo sustentable; lograr que las comunidades receptoras de las localidades participantes aprovechen y se beneficie del turismo como actividad redituable (SECTUR, 2013)

### **1.1.1 La declaratoria de los pueblos mágicos en México.**

El punto de partida fue en centro América México, un país que vio y planteo su desarrollo en la industria turística lanzando una guía para la integración al PPM (programa de Pueblos Mágicos) que conllevan la puesta en escena de un destino que proyecte el valor de su patrimonio, sea este natural, cultural, histórico, arquitectónico, artístico, gastronómico o

artesanal. El proceso para la pertenencia al proyecto consta de un trabajo de quienes gestionan la propuesta, completan el expediente y logran el nombramiento.

Este programa turístico gubernamental actúa directamente sobre las localidades que buscan esta denominación y se mantiene como una marca distintiva del turismo mexicano, por ello la Secretaría de Turismo Federal, busca mantenerla en un nivel de respeto y de cumplimiento de sus reglas de operación, para lograr los objetivos de desarrollo (SECTUR, 2014). Esta declaratoria toma en cuenta primero a pueblos que deben orientarse en fortalecer y optimizar el desarrollo de sus recursos y atractivos, a través del fortalecimiento de su infraestructura, estandarización internacional en la calidad de los servicios, innovación de su oferta turística, el marketing y la tecnificación, que se transformen en un accionar tangible que impulse el crecimiento del mercado turístico por lo tanto que contribuya a elevar los niveles de bienestar, acrecentar la tasa de empleo, fomentar y hacer rentable la inversión ya sea nacional o extranjera.

Para comprender la declaratoria de PPM primero se debe tomar en cuenta la definición dada por los organismos encargados de la clasificación del programa el cual nos dice que:

“Un pueblo que a través del tiempo y ante la modernidad, ha conservado, valorado y defendido, su herencia histórica, cultural y natural; y la manifiesta en diversas expresiones a través de su patrimonio tangible e intangible. Un Pueblo Mágico es una localidad que tiene atributos únicos, simbólicos, historias auténticas, hechos trascendentes, cotidianidad, que significa una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico atendiendo a las motivaciones y necesidades de los viajeros.” (SECTUR, 2014).

Es por lo que los municipios, más allá de la percepción pública deben reunir documentación que ratifique que dicho lugar posee las características de clasificación.

Durante este proceso se establecen dos partes principales, la integración y la pertenencia, siendo la primera analizada por organismos gubernamentales y sus autoridades ya sean estatales federales o municipales, un comité propio del programa, consultores y miembros del programa. Aquí se establece el perfil que debe cumplir una localidad para la integración al programa. En esta fase del programa todos los municipios de México pueden participar, desafortunadamente solo quienes puedan cumplir los requisitos de caracterización única y de potencialidad turística podrán clasificar.

Para el lineamiento del registro existen cinco elementos que deben completarse: el primero consta de la tenencia de organismos o unidades administrativas con poder de decisión

en el área turística. El primer punto se debe presentar la documentación que certifique la integración de esta unidad administrativa, presentar la nómina laboral y el inventario. En la segunda etapa se debe contar con un directorio de los prestadores de servicios turísticos, es decir, un catastro datos importantes para su contacto como representantes legales, nombres de la compañía, direcciones, teléfonos, el área a la que pertenecen y el servicio que dichos miembros ejecutan.

Otro de los anexos a presentar es un inventario de los recursos y atractivos turísticos para comprender de que trata dicho requerimiento es necesario conocer que el primer término, recurso turístico, se entiende a cualquier elemento que sirve para incorporarse a un proceso productivo. Este término es usado en muchas ocasiones de forma indiscriminada para significar cualquier elemento que sirve de base a la actividad turística. (Rafael Esteve Secall, 2006). Mientras que, dentro del PPM, el concepto de atractivo es: aquello que motiva y generan los desplazamientos de las personas hacia un lugar, es considerado “materia prima” del turismo, es todo lugar objeto o acontecimiento de interés turístico. (Castro, 2010). Dentro de este inventario se debe especificar el estado de conservación de cada atractivo y recurso, y deben estar clasificado de acuerdo con las jerarquías federales establecidas.

El cuarto elemento para el registro es presentar rutas de conectividad, mismas que deben contar con tiempos y rutas establecidas en los distintos medios de transportación; pero se establece que no pueden ir más allá de dos horas de distancia dentro de los centros urbanos sin conexión terrestre pública. Finalmente, el quinto requisito es presentar el plan de desarrollo turístico que incluye estrategias para impulsar al pueblo dentro del programa PPM. Sin embargo, se debe conocer que los documentos antes mencionados serán únicamente de registro por lo que estarán sujetos a aprobación por parte del comité PPM. La validación de los documentos será informada a la localidad aspirante a través del medio de contacto establecido en su registro. Los territorios aspirantes que no cumplan con la documentación establecida quedarán excluidos de la Convocatoria vigente (SECTUR, 2014).

El proceso de incorporación sigue un sumario similar, pero los requerimientos cambian de acuerdo con la documentación presentada, pertenecer al PPM supone contar con la planeación, la gestión y el consejo técnico para la administración del destino. La incorporación contará con el respaldo de los gobiernos federales, estatales y municipales además de la ciudadanía. La etapa de incorporación al Programa Pueblos Mágicos se inicia con la entrega de documentación que será analizada y validada si cuenta con respaldo tangible, documento que formalice la nómina de integrantes del comité de Pueblo mágico de la localidad, mismo

que tendrá un programa de trabajo con un lapso de cinco años, el acta de cabildo para solicitar la adhesión al programa firmado y avalado por el comité. Se debe también adjuntar una copia en la que se exprese el acuerdo del congreso del Estado para que la localidad postulante se incorpore al PPM. Se harán acreedores a un aporte económico destinado cuyos proyectos y acciones sean para programas de desarrollo turístico.

En la fase final la localidad postulante deberá presentar el plan de desarrollo turístico municipal actualizado en no menos de tres años. También deberán constar ordenamientos actualizados enfocados en el desarrollo turístico urbano, seguridad, protección civil y manejo de residuos. Toda esta evidencia debe ser adjuntada con fotografías como anexos (Sectur.mx, 2014)

Dentro de los anexos constan planes de contingencias frente a emergencias de salud o seguridad pública, contar con una marca o atractivos simbólicos de la localidad aspirante, que puede ser evidenciada con fotografías, marca o eslogan; y se debe mostrar la evidencia de inversión privada y social en el desarrollo turístico. Es preciso contar con una clasificación media de control distintivo en informes o sellos de calidad. Se pueden adjuntar otros elementos que considere el comité como relevantes para la actividad turística ya sean actas o cualquier acción que surja de reuniones o de capacitación.

Una vez admitidos dentro del PPM, es necesario continuar con una supervisión y control para la permanencia, debido a que la misma tiene caducidad y debe ser renovada por los gobiernos municipales de turno. Esto se da como una forma de evaluar el cumplimiento de la planeación, el avance y mejora del destino, actividad turística, y calidad de vida del pueblo mágico. Una vez adquirida la declaratoria de Pueblo Mágico se debe realizar una renovación continua a la pertenencia del PPM, cuyo propósito es evaluar el impacto del desarrollo turístico en la localidad, esta evaluación se debe realizar anualmente para comprobar el desarrollo que ha tenido el territorio. Se evalúa midiendo las relaciones comerciales con los intermediarios turísticos donde se deberá contar con información estadística sobre los flujos de visitantes, origen, gastos promedio, estadía, modalidad de viaje, con toda esta información se debe enviar un informe anual que contenga las actividades detalladas destacando la capacitación, educación y participantes del programa durante el año, donde se informará las herramientas, de mercadotecnia y prestadores de servicios que han desarrollado un producto.

En sus inicios la declaratoria de Pueblos mágicos en México, inició con un cronograma de postulación web y desarrollo un programa de incorporación, seguido de uno de pertenencia. Las 7 fases se evidencian en el siguiente cuadro:

Figura 1:

Cronograma del proceso administrativo de incorporación y pertenencia 2014-2015



*Fuente:* (SECTUR, 2014)

Este cronograma fue el pionero durante los primeros años de incorporación del programa, seguido por una serie de reformas en los requisitos, formalidades que se deben presentar en la documentación, para constatar la evolución que esta marca turística viene imponiéndose desde hace 19 años. La puesta en marcha del PPM y la intención de incorporarse a él, produce cambios en las localidades, en su población y en los visitantes.

Entre los múltiples fenómenos y dinámicas podemos mencionar las esperanzas creadas, la innovación en las actividades propuestas, el replanteamiento de las tradiciones, la falsificación, la simulación y la recuperación del patrimonio, el papel educativo del turismo, su capacidad de contribuir a la conservación ambiental. En fin, que se visibilizan nuevos retos y

se detonan nuevas problemáticas o se exacerbaban las preexistentes, entre otras cosas. (Liliana López Levi, 2018).

Hablar sobre las transformaciones sociales, territoriales, culturales y económicas derivadas del PPM implica una aproximación interdisciplinaria, que abarca gestión pública, administración, marketing, entre otros que analizan las problemáticas entorno al PPM, las cuales son complejas y diversas. Así mismo, la discusión sobre los fenómenos que se hacen presentes en las localidades declaradas, lo cual muchas veces se encuentra cercano a los núcleos del conjunto de ciencias sociales.

### **1.1.2 La declaratoria de los Pueblos Mágicos en Ecuador.**

Ecuador es un país primario exportador; durante muchos años sus principales ingresos provinieron de la exportación de productos no elaborados como el cacao, banano, camarón, atún y flores. Las estadísticas del Sistema de Información Pública Agropecuaria del Ecuador (SIPA) señala que su producción interna está dividida en: el 48 % es producción agrícola y extracción de petróleo, 19 % manufacturación para consumo interno, y el resto se dividen entre industria minera, pesquera, turística entre otros.

El gobierno ha notado la necesidad de tener ingresos de divisas que dinamicen la economía y permitan el desarrollo de la población en este intento el gobierno, observo que la industria turística permite una atracción de mayor inversión, generar más ingresos para el Ecuador y se entabló como prioridad al turismo en la matriz productiva, por ello que desde el 2018 ha puesto en marcha tres propuestas para atraer más turistas, accionistas e inversores.

La primera propuesta fue denominada “Emprende Turismo”, la cual tuvo como objetivo el desarrollo y consolidación de emprendimientos o productos turísticos, nuevos o existentes, que contribuyan al fortalecimiento y diversificación de los atractivos turísticos en el Ecuador, para posicionarlo como un destino preferente por su excepcional diversidad cultural y natural. (MINTUR, 2018). Este fue un concurso a lo nacional, consolidado con la Agencia de Promoción Económica Con Quito Cía. La convocatoria estaba abierta para ecuatorianos y extranjeros mayores de 18 años, que tengan un proyecto en actividades turísticas en cualquiera de sus cinco ramas ya sea en servicios de alimentación y bebidas, servicio de alojamiento, intermediación, operadores turísticos, transporte, o servicios directamente relacionados con experiencias turísticas o turismo sostenible; y que dichos emprendimientos hayan estado enmarcados en generar desarrollo económico y socio ambiental y con un mínimo de funcionamiento de 12 meses.

Este proyecto logró que 50 iniciativas semifinalistas reciban capacitación y asesoría técnica cuya inversión superaba los \$15.000 dólares y que los 10 ganadores fueron acreedores de talleres de liderazgo, implementación en sistemas de calidad, asesoría en implementación de trabajo e incubación y que su formación fuera apoyada por la Universidad de Harvard, para trabajar en los comportamientos del empresario exitoso.

La segunda iniciativa fue “Viaja Ecuador”, la cual está con una actual vigencia, busca fomentar la actividad turística nacional en feriados, fines de semana y temporadas específicas del año, esto tras la ley promulgada por el expresidente Rafael Correa en donde se estableció los denominados puentes en feriado, que extendía los días de descanso pasándolos a fines de semana o días cercanos para que la gente tuviera más días de oportunidad de movilizarse y así puedan realizar turismo.

Fue en esta propuesta donde Guayaquil, tomo la iniciativa dada por parte del Ministerio de Turismo, la cual está destinada a

“identificar, seleccionar y preparar la oferta turística de los diferentes destinos del país para garantizar la seguridad de los visitantes y lograr que vivan experiencias de calidad a nivel nacional, para lo cual se está trabajando en conjunto con los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) y los representantes del sector”. (El Telégrafo, 2020).

Este proyecto fue iniciado para ayudar a los ecuatorianos a planificar y decidir sus viajes durante todo el año, eso señaló la ministra Rosi Prado, afirmando que también se buscaba que los empresarios y prestadores de servicios turísticos puedan prepararse para ofertar servicios de calidad; y que los Gobiernos Autónomos Descentralizados puedan gestionar sus estrategias, para atraer visitantes a su localidad, garantizando experiencias genuinas.

En esta propuesta las autoridades destacaron que se brindaría apoyo en el ámbito comunicacional a través de una campaña “Viaja Seguro”. La capacitación fue un factor clave en este proyecto, donde se busca la profesionalización del sistema para una mejora en la atención al cliente y manejo del destino pre y post feriado.

Finalmente, la más destacada propuesta es la “PUEBLOS MÁGICOS ECUADOR”, una iniciativa que deriva del modelo ya aplicado desde hace varios años atrás por otro país americano, México. El éxito de este programa fue tal que en dicha nación ya son más de 121 los pueblos incorporados, es por este motivo que el Gobierno Ecuatoriano, a través del Ministerio de Turismo, se encuentra replicando el programa para buscar, sobre todo, mejorar

la calidad de vida de los habitantes de esas poblaciones a través de obras e ingresos generados por el turismo. (Pinchevsky, 2020). La iniciativa es actual, pues inició en el 2019 y en este año se realizó el segundo programa, que comenzó con el registro el pasado 15 de enero del 2020 y se proyectó la segunda convocatoria para el 28 de febrero y la culminación de incorporación de localidades estaba proyectada para el 30 de marzo del año en curso, pero tras la aparición de la pandemia global ciertas fechas fueron modificadas pero el proceso sigue la misma línea que la programación mexicana.

Obtener la declaratoria Pueblos Mágicos Ecuador – 4 Mundos, es el resultado de una alianza con SECTUR de México que bajo los lineamientos del programa inicial, se orienta de manera específica a la identificación y puesta en valor de las poblaciones que cuentan con potencial turístico, es decir, que cumplen las condiciones necesarias básicas para el desarrollo de esta actividad, por tal razón se convierte en un programa que fomenta la competitividad y facilita la implementación de acciones de fortalecimiento en el ámbito turístico, considerando que el cumplimiento de estas condiciones básicas afianza las iniciativas de inversión pública y privada (MINTUR, 2020).

Este programa tiene como propósito diversificar la oferta turística a nivel nacional, poner en evidencia el valor intrínseco de las localidades, cuyas condiciones y particularidades son un índice para el fortalecimiento de la actividad turística y aporte del desarrollo nacional. En este sentido, se ha establecido como objetivo general obtener el desarrollo turístico de poblaciones que pueden pasar desapercibida en el mercado turístico nacional o extranjero, pero cuyos atributos culturales y naturales, son básicas para impulsar, iniciar o continuar una actividad turística de desarrollo local.

El PPM en el país ha tomado 5 dimensiones a las cuales busca dar respuesta a varias problemáticas, entre ellas destacan un modelo de gobernanza local, donde la articulación y participación permanente de prestadores de servicios turísticos sean quienes tomen las decisiones con respecto a proyectos gestados en la localidad y que por ende son viables por y para la ciudadanía. El diseño de una oferta turística complementaria fue otro eje que busca la operación de una oferta turística complementaria a la tradicional, que durante muchos años solo buscaba la promoción de las ciudades principales como Manta, Guayaquil, Quito o Cuenca, buscando ahora redistribuir los flujos turísticos a nivel nacional, lo que involucra aprovechar de los visitantes que llegan a destinos comunes del país y que servirán como centros de distribución turística o de mayor demanda para que pequeños municipios que también puedan catalogarse como destinos, considerando que las principales fortalezas son: la cercanía

a estos destinos consolidados antes mencionados, pero ampliando el portafolio turístico con los rasgos distintivos y recursos propios de las localidades como factor diferenciador de sus iniciativas.

La tercera dimensión abarcada es la calidad en estas localidades, para ello se debe crear oportunidades para que todos los emprendimientos de relación directa o indirecta con el turismo tengan la capacitación, manejo o administración óptima que permita rentabilidad, sustentabilidad y que la comercialización de sus productos o servicios se den de una manera justa y competitiva con los otros destinos nacionales. Finalmente, la última pero no menos importante dimensión o resultado esperado es obtener una mejor significativa en la imagen y la accesibilidad de los espacios públicos que derive en la creación de un escenario básico para el surgimiento de experiencias de visita, sustentadas en la identidad local.

Los beneficios generados tras este PPM- Ecuador 4 mundos, se rigen principalmente en beneficios de asistencia técnica especializada: Fortalecimiento de la oferta turística y marketing; Fortalecimiento del conocimiento y capacidades del sector; Mejoramiento de la calidad turística; Fomento al emprendimiento y mejoramiento de PYMES turísticas. Apoyo para la identificación de oportunidades de inversión. (MINTUR, 2020). El Acceso de Líneas de Crédito es otro beneficio del programa, ya que facilita que prestadores de servicios turístico o microempresarios nacionales cuenten con el apoyo de las bancas en cuanto a asesoramiento financiero o apoyo tributario o económico según el caso, pero vinculando también a la banca pública GADs. Finalmente, el beneficio más destacado es la promoción a nivel nacional, ya que existirá una difusión directa a través de los canales oficiales e indirecta creada por los visitantes que emiten su opinión de los nuevos destinos.

EL programa que inició en febrero del año 2019 tuvo gran acogida por parte de municipios como San Gabriel (Carchi), Alausí (Chimborazo), Potosí (Los Ríos), Zaruma (El Oro) y Cotacachi (Imbabura) son los 5 primeros pueblos acreditados como mágicos en el país. La información levantada sobre estas localidades permite implementar procesos más adecuados de asistencia técnica en la pertenencia al PPM.

Este avance es un gran aporte para constituir un diagnóstico de la actividad turística llevada a cabo en el país y estos nuevos destinos, pues con el uso de herramientas digitales y programas técnicos se hizo posible el levantamiento de información de primera mano sobre: los recursos y atractivos, la situación actual y problemáticas de los territorios. Para dar solución a una planificación integral se requiere identificar necesidades de capacitación y apoyo a

emprendimientos turísticos, generando un mayor avance económico, ya que un gran porcentaje de los ingresos será fundamental para establecer las acciones y estrategias que se utilizarán en cada localidad para promover y fortalecer el desarrollo turístico. (J.R, 2019).

## **1.2 Zaruma y la declaratoria de Pueblo Mágico.**

El Cantón Zaruma fue uno de los primeros lugares en incorporarse en PPM – Ecuador, debido a que su GAD Municipal busca que este destino se posicione dentro del mercado turístico nacional. Un porcentaje reducido de ecuatorianos ya conoce esta localidad o está informado sobre la misma, por su riqueza minera, ya que desde hace varias décadas atrás viene realizando la extracción de oro, pero con los años las primeras construcciones que fueron residencias coloniales de hacendados y dueños de minas se convirtieron en patrimonio. Estas características, sumado a la calidez de su gente, cascadas, y gastronomía permitieron que este lugar esté apto para postularse como pueblo mágico del Ecuador.

Fue en el año 2020 que, en el marco de una sesión solemne, llevada a cabo por el aniversario 199 de su emancipación, se otorga la declaratoria de Zaruma como Pueblo Mágico del Ecuador, misma nominación fue aprobada por el comité de PPM y fue entregada por la ministra de Turismo, Rosi Prado De Holguín.

Dentro de esta particularidad el alcalde Jhansy López, agradeció la gestión del Estado por permitir que un sueño que poco a poco la comunidad Zarumeña fue construyendo, ahora es una realidad, pues el desarrollo anhelado, tiene como base una nueva actividad económica y esta es que el turismo local, interno, externo incrementa sus índices y con la declaratoria adquirida se pretende atraer más turistas, inversiones y crear ordenanzas en favor de esta industria.

El Cantón Zaruma agradeció y acoge con humildad el compromiso de desarrollar una vocación turística para las nueve parroquias que lo conforman. Es necesario recordar que Zaruma destacará como destino especial por sus más de 200 casas patrimoniales, petroglifos, gastronomía y paisajes naturales, ríos, cascadas, vegetación. La designación de Zaruma como Pueblo Mágico traerá prosperidad y desarrollo, en razón de que recibirá apoyo del Estado ecuatoriano y de organismos internacionales, para que se potencialice el turismo como una estable actividad económica (ECUADOR221, 2019).

La principal motivación para alcanzar este título fue en referencia a la futura afluencia de visitantes que espera recibir, ya sea en el ámbito regional o nacional, pues podríamos

suponer que, si aumenta la actividad turística en el país también se verán beneficiadas otros destinos aún no explotados, entre ellos se presume que los Pueblos mágicos serán los primeros beneficiados porque formarán parte de un conjunto de actividades con las que se complementan los itinerarios de los visitantes, que irá más allá de las ciudades comunes que visitan los turistas, y así dinamizar la economía de las pequeñas localidades del PPM. Esto sumado a las campañas publicitarias que se harán para el programa, tendrá como resultado que más personas tengan la motivación de conocer estos territorios.

### **1.2.1 Alcance del programa de Pueblos Mágicos para el desarrollo local.**

Para comprender el alcance que el programa PPM pretende tener en el desarrollo local, en primera instancia es necesario abordar que es la correlación política pública y la actividad turística, debido a que se establece varias directrices orientadas a la ordenación, planificación, control y promoción de esta industria. Todas estas directrices son llevadas normalmente por administradores públicos que buscan crear regulaciones, lineamientos o estrategias de desarrollo y de promoción que afecten o influyan directamente en el desarrollo turístico de un destino. “Las políticas buscan asegurar que los visitantes sean recibidos en forma tal que se intensifiquen los beneficios para los sectores afectados mientras se reducen los efectos, costos e impactos negativos asociados con asegurar el éxito del destino” (Goeldner, 2011).

Hay que señalar que el programa pueblos mágicos Ecuador fue establecido en un convenio binacional en el 2019 e inicia su aplicación en el mismo año, pues tiene la base dada por la iniciativa mexicana. El gobierno coparticipante asumió el compromiso de capacitar y colaborar en el desarrollo del programa para así conjuntamente contribuir a una dinamización del mercado turístico internacional en donde nuevos destinos tenga la posibilidad de competir con los grandes ponentes del área como son, países europeos, Estados Unidos, Japón o China.

Es necesario hacer una revisión de los objetivos, criterios y la operación de este programa. El circuito PM en sí busca tener concordancia con las nuevas tendencias del turismo tanto cultural como natural en la actualidad. Está orientado a los gustos de los nuevos viajeros, es decir, una demanda de productos supuestamente auténticos y singulares, que buscan conocer lugares cuya potencialidad aún no ha sido descubierta, tanto es así que se busca crear una respuesta, “Esta demanda ha sido recogida por el mercado y cada vez abundan más los destinos

que ofrecen productos supuestamente auténticos y singulares, mientras que, por otra parte, su potencialidad ha permitido reconvertir o crear ex-novo una nueva oferta de productos y destinos, normalmente de interior o en todo caso en zonas no explotadas o explotadas muy tangencialmente por los grandes operadores turísticos. Esto es así porque “la autenticidad y la singularidad, para manifestarse realmente como tales, deben vivirse in situ, intrínsecamente vinculadas al contexto en el que se producen y que las explica” (Llorencs Prats, 2011).

Existen varias formulaciones sobre los criterios de cómo se han manejado las estrategias de desarrollo local, el investigador José Luis Medina sugiere que este programa, ya sea aplicado en México o en el Ecuador va en una dirección ascendente, lo que involucra que primero se encuentran las premisas en solucionar problemas que no han estado resueltos antes por la población local. Es decir, evitar la pobreza o la exclusión de posibles destinos turísticos, por ello que bajo esta filosofía el PPM busca productividad crecimiento y fortificación del desarrollo local. "El programa Pueblos Mágicos nace con esta filosofía de desarrollo local, atendiendo primero las preocupaciones de los habitantes de la localidad y en un segundo a los visitantes" (Notimex, 2008).

Se conoce que los propósitos tanto de la SECTUR como del MINTUR afirman que el programa tiene un éxito que va desde lo económico hasta lo cultural y deriva en la creación de empleo, aumento de divisas, ingresos por gastos realizados y permite la revalorización y preservación patrimonial. En el ámbito social se establece que se creará comunidades unidas que permitirán la distensión de la localidad mejorando así la imagen urbana, en donde se producirá un aumento en la plusvalía tanto de terrenos fincas y emprendimientos. En el ámbito turístico será la profesionalización de servicios y equipamientos lo que nos permita dar mayor valor de interés a los sitios turísticos.

Este programa se crea más como una marca a base de interés de las autoridades municipales que buscan obtener el nombramiento, la incorporación y apoyo de autoridades nacionales para la manutención y creación de un nuevo y auténtico producto turístico. Se establecen diferentes dimensiones en el sistema socioterritorial manejado por el PPM. La primera dimensión tratada es la social, donde se establece que la población debe ser partícipe de las decisiones que conduzcan al desarrollo local, es decir, que estos puedan dar su opinión sea a favor o en contra de los proyectos propuestos y que sean los primeros acreedores de los resultados, donde se vean reflejadas en actividades productivas evidenciadas, en estructuras locales asumidas por empresarios de la localidad y apoyadas e incluidas en el proceso por las autoridades municipales.

En cuanto a la dimensión identitaria, podemos decir que su efecto se ve reflejado en un fuerte sentido de pertenencia al territorio, donde es posible articular esfuerzos y gestionar distintas actividades que permitan el desarrollo local. Es sabido que cuando existe desunión social, la búsqueda de soluciones a problemas, la evolución del programa se ve estancada. Es en ese lapso donde la comunidad y el colectivo, siente que no se involucran en las distintas planificaciones y desarrollo de festividades y pueden crear un rechazo absoluto al turismo, lo que deriva en problemas de cierres de accesos, discriminación a turistas, privatización de atractivos entre otros.

En la dimensión económica productiva podemos observar que existe una población activa mayor empleada, debido a que las empresas instaladas ya no solo están dentro de la zona urbana de las grandes ciudades. Esto se transforma en un signo de apertura a los sectores que durante mucho tiempo se ha visto excluido dando lugar a que microempresas generen economía, desarrollo entre la población y acceso a los diferentes servicios.

“El gasto total puede despegarse en cada uno de sus componentes (alojamiento, alimentación, transporte interno, diversiones, excursiones y compras) y que sea de mayor profundidad pues puede repetirse la operación para alguno o todos los componentes por ejemplo el porcentaje de gasto”. (Chumby & Quillay, 2007)

Finalmente, la dimensión sistemática permite dinamizar el proceso de desarrollo local lo cual resulta en una estrategia de movilización compartida entre la comunidad, los empresarios y el estado, donde han tenido en cuenta que el turismo tiene un efecto multiplicador, y también se puede evidenciar el desarrollo de otras actividades económicas incluso fuera de esta industria o fuera de la localidad. Es una actividad articulada que involucra producción agrícola, ganadera y prestadores de servicios. Para ello es importante partir sobre el alcance del turismo, que es una realidad social, construcción y fenómeno, de eso no hay duda. Se trata de una actividad en auge y lo que corresponde es ser valorarla en su justa medida, así como encauzarla para el mayor y mejor beneficio de todas las partes y todos los grupos sociales implicados. Una actividad con todo lo positivo y negativo de la sociedad en la cual se inserta y contextualiza - ni más ni menos- (Poncela, UNA REVISIÓN DEL PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS , 2015)

## **1.2.2 Beneficios del Programa De Pueblos Mágicos aplicados en territorio.**

El Ecuador toma como referencia el PPM de México, al ver los múltiples beneficios que este aportó tanto a las localidades que obtuvieron su mención como al país en general. Sin embargo, es necesario cuestionarse si tal beneficio tiene mayor peso en la balanza frente a los costos implicados. Existen muchos autores que nos dicen que “ Se trata supuestamente de una política pública con participación social, y el Comité de Pueblos Mágicos así se puede interpretar, más allá si en la práctica esto se aplica o no, si el nombramiento llegó desde el gobierno federal o fue solicitado por la autoridad municipal o por un grupo de la sociedad civil, más allá también si en dicho órgano está representada la ciudadanía o solo grupos empresariales” (Poncela, UNA REVISIÓN DEL PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS, 2016).

Es por lo que al imitar este plan busca que el porcentaje de la industria turística en el Ecuador también crezca, ya que sabemos que el beneficio del turismo en si fue de una mejora que representa el 3.8 % mundial, pero que el resto de América Latina está por sobre el 5 % lo que es un indicio que el Ecuador puede tomar ventaja y crecer en este aspecto. El discurso político presume la contribución del turismo al desarrollo local, esta cuestión es por la que también abogan varios gobiernos de distintos países (Álvarez Sousa, 2005).

Se establece que los supuestos beneficios de este programa se pueden observar en ámbitos económicos, sociales, culturales, políticos y humanos, ya que trae consigo la integración de localidades cuyo valor cultural les permite desarrollar la actividad turística y obtener así una mejora notable en la calidad de vida. Algunos estudios destacan el poder del turismo es contribuir con el crecimiento económico, mientras que otros enfatizan en los efectos negativos sobre los ecosistemas, las sociedades indígenas y el patrimonio cultural. “Debemos tener claro entonces que el turismo puede tener impactos positivos o negativos, según la manera en que sea planificado, desarrollado y gestionado” (Grupo Internacional de trabajo para el Desarrollo del Turismo Sustentable, 2009).

El principal beneficio del programa se puede evidenciar en el incremento de visitantes a algunos Pueblos Mágicos, que sin importar las crisis económicas dinamiza y permite crear fuentes de empleo y mejora de los servicios en general en cada localidad. También se evidencia la denominada la estrategia de extensión del mercado turístico, que se basa en utilizar los productos de este mercado atraer nuevos consumidores ya que su oferta representa una alternativa innovadora frente a regiones explotadas, dar lugar a nuevos segmentos sobre los

mercados que no habían realizado las acciones adecuadas. Este alcance incluso se multiplica y llega hasta poblaciones vecinas ya que para tener una mejor accesibilidad mejoran en conjunto; por ejemplo, a veces surgen las iniciativas de grupos juveniles, para realizar actividades de cara al turismo que generan empleo e ingresos en su localidad, a la vez que dan promoción de su pueblo. (Poncela, UNA REVISIÓN DEL PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS , 2015).

Un fenómeno cultural que suele darse en paralelo es la recuperación de espacios con potencial turístico, ya que la exigencia en si del programa es un mantenimiento de dichos lugares y un manejo de imagen y estilo del lugar. Un ejemplo es crear ordenanzas que regulen la carga turística de los atractivos, mejorar la infraestructura, colocando contenedores de basura, señalética y normativas de comercio en las zonas. Un ejemplo es que los vendedores ambulantes que laboraban allí se reubican y se crean espacios óptimos para el comercio. Otro beneficio del programa es que, al recibir este nombramiento, los pueblos podrán acceder a presupuesto para obras públicas y seguridad. Para el ejercicio fiscal 2018, entre recursos estatales y federales, se autorizaron cerca de 200 millones de pesos para Pueblos Mágicos. (Martinez, 2018).

La sustentabilidad es otro aspecto positivo que aporta el PPM, se establece que la misma debe contar con tres ejes claves: la rentabilidad, sostenibilidad y ecología, ya que se busca una preservación del ambiente mediante un turismo amplio, pero no invasivo ni impuesto, al contrario, que nazca de la idea de los moradores y sus principios sean de equidad y desarrollo. El programa representa ventajas que pueden obtener, a través de obras para el “mejoramiento de imagen urbana”, en estas obras se pintan fachadas, se mejoran calles principales, dicho sea de paso, las que el visitante ve, no las que el habitante necesita, la CFE realiza trabajos para cableado subterráneo. Se dice que en algunos pueblos se rescatan monumentos patrimoniales y también se afirma que se ayuda en el desarrollo de productos turísticos y en el ordenamiento del comercio informal (UDLAP Contexto , 2017).

Existe una metodología aplicada para comprender los ámbitos de beneficios y alcances del programa que se evalúan en campos demográficos, políticos y sociales, ya que los resultados son tangibles en varias ramas.

El alcance del Programa Pueblos Mágicos para el desarrollo local cuenta con una información que se obtendrá través de una investigación de campo con los diferentes actores que conforman el sistema político-administrativo, socio-territorial, y el sistema empresarial. Será de gran éxito poder analizar el acontecimiento de las diferentes políticas públicas y el

sector turístico en el desarrollo local en el municipio del Cantón Zaruma, para ello hemos planteado diferentes pautas de análisis que evalúan el modo de desarrollo, el sistema de los actores y la identidad de localidad, donde vamos a describir la condición actual de un desarrollo local en el sector turístico para cada una de estas variables.

Los modos desarrollo nos ayudan a visualizar las diferentes formas que va tomado la estructura socioeconómica del municipio del cantón Zaruma a lo largo de los últimos años, para lo cual es muy importante resarcir aquel proceso a partir de las ideas que fueron dando un modelo a las transformaciones, generalmente a partir de un estilo neoliberal y la instrumentación de nuevas políticas públicas en el sector turístico, teniendo en cuenta con su clasificación en las bases de las variables: el rango de integración de los diferentes procesos, el aporte de respuesta diferenciado en el entorno y la clasificación establecida se basa en los siguientes modos de desarrollo según el rango de integración del proceso.

#### a) MODO DE DESARROLLO A LA INTEGRALIDAD.

Se orienta al proceso de desarrollo al gestionar proyectos turísticos para la integración de la localidad. Sin embargo, existe división en parte la social no obteniendo un resultado de respuesta favorable por parte de los actores de la localidad. La agregabilidad, es otra característica dentro de este modo de desarrollo, pues también hace referencia a que se puede adicionar varios componentes dentro del producto, pero ante la ausencia de cualquiera de estos se lo puede sustituir por otro de forma inmediata.

#### b) MODO DE DESARROLLO DUAL.

Se enfoca en una forma de desarrollo por una dualidad entre un estado económicamente dinámico y una realidad social desarticulada, en Zaruma las empresas turísticas actúan según su lógica sensorial, mientras que la población local tiene proceso de desplazamiento territorial con fines laborales, por esta razón no existe un espacio de integración de las necesidades que aspira la localidad para un mejor desarrollo local.

### **1.3 Guía y protocolos para la pertenencia de Pueblos Mágicos Ecuador.**

La normativa vigente determina ciertos lineamientos para la realización del programa como conjunto de marco legal, ordenamientos, pautas y estrategias orientadas a regular, fortalecer y obtener el mejor aprovechamiento como Pueblo Mágico. Los mismos que se detallan a continuación. Es necesario recordar que existe toda una guía para la incorporación de la pertenencia de los Pueblos Mágicos tanto en México como en Ecuador.

#### **1.3.1 Superestructura turística frente al programa “Pueblos Mágicos”.**

Para el presente proyecto sustentado por el MINTUR en referencia a la declaratoria de “Pueblos Mágico” es fundamental ver la superestructura que ampara este programa, citar y analizar los artículos que dentro del marco legal permitieron el desarrollo del Acuerdo Ministerial NRO. 2020 038 y comprender las demás normativas a menor escala que deben ser jerárquicamente aplicadas.

Este acuerdo ministerial fue publicado a los 21 días del mes de septiembre de 2020. Establecido por la Coordinación General del Ministerio De Turismo, representada por la señora Rosa Enriqueta Prado. En dicho acuerdo se establece que bajo la normativa constitucional de los Artículos 5-6-7-54. Es prioridad del Estado la planificaron y desarrollo nacional donde se erradique pobreza y se promueva un desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de recursos y riquezas con el fortalecimiento de autonomía y descentralización de los gobiernos.

Además, se reconoce la función administrativa y regulatoria que el MINTUR debe ejercer en promover la protección del patrimonio nacional, basándose en la actividad turística que, al ser netamente social, busca una mejora en la calidad de vida y una promoción de los recursos que posee cada territorio; y que los mismos sean aprovechados, pero a su vez resguardados para que futuras generaciones también puedan hacer uso de los mismos.

También cabe mencionar que el artículo 226 de la Constitución, señala que:

Las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias, las servidoras o servidores públicos y las personas que actúen en virtud de una potestad estatal ejercerán solamente las competencias y facultades que les sean atribuidas en la Constitución y la ley (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

Mientras que el Art. 242 de la Constitución de la República, prescribe: “El Estado se organiza territorialmente en regiones, provincias, cantones y parroquias rurales. Por razones de conservación ambiental, étnicoculturales o de población podrán constituirse regímenes especiales. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

En estos artículos hacen referencia a que es potestad estatal ejercer las funciones en el bienestar y cumplimiento de los deberes del Ministerio de Turismo. Como se había mencionado anteriormente, a medida que la delimitación de espacio conforma nuevos entes, en este caso el cantón, debe someterse a la regulación, cada vez es más específica, por ello es primordial analizar cuáles es la planeación de las autoridades de la localidad, para vincular nuestra planificación y tener un desarrollo orientado hacia un mismo fin, y la participación activa de agentes, es básica para una progresividad, aprobación y futura aplicación de proyectos.

Dentro de este análisis del marco legal que engloba las regulaciones propias para el acuerdo ministerial de la declaración de Pueblos Mágicos Ecuador también se hace referencia al COOTAD (Art 1-4-10-28), mismos que deben garantizar la diversidad cultural y natural a través de distintas acciones que las organizaciones territoriales aprobadas por el Ecuador puedan postular y hacer uso de la garantía del buen vivir generando la participación de los gobiernos provinciales y cantonales para un desarrollo turístico

En cuanto a la ley de Turismo misma que en sus artículos busca fomentar un fortalecimiento turístico de acuerdo con las particularidades de cada territorio, en base a este convenio se articula los lineamientos que tienen como punto central reglamentar los procesos de incorporación y permanencia en el “Programa de Desarrollo Turístico de Localidades Pueblos Mágicos Ecuador – 4 Mundos”.

Nuestra planificación turística busca un ordenamiento territorial que aproveche al máximo, expresiones culturales, recursos históricos tangibles e intangibles, mediante un uso de suelo y de elementos que los impulsen, pero sin causar pérdida de cultura o patrimonio a la ciudad, sino más bien una actividad y atractivo extra que incremente el índice turístico de Zaruma. En cuanto al ordenamiento territorial del Cantón Zaruma, es importante analizar la dirección que toma de acuerdo con su normativa vigente, mismo que se encuentra en borrador para su aprobación y fue establecido en el 2020 y su proyección es en un marco de 10 años. Se plantea un modelo de desarrollo territorial deseado, que busca mitigar a la falta de recursos hídricos, básicos o de movilidad detectados.

En el ámbito sociocultural, que es de interés en nuestro proyecto podemos ver que se propone preservar, mantener y difundir el patrimonio cultural y natural del cantón, ya que constan de:

La Unidad de Arquitectura Patrimonial, adscrita en la Dirección de Gestión de Planificación y Desarrollo Territorial.

- La Unidad de Cultura y Deporte, y unidad de promoción y difusión turística, adscritas en la Dirección de Gestión y Desarrollo Socioeconómico. (GAD Municipal de Zaruma, 2020).

En el ámbito turístico se propone como función principal las capacitaciones al personal y relacionados con el área turística con el único objetivo de brindar la satisfacción al visitante en el destino turístico. Todos los servidores turísticos implicados sin importar al área que pertenezcan deben disponer de la formación adecuada y precisa para contribuir al desarrollo. Las capacitaciones incluirán a: Guías Nativos, los cuales son la parte fundamental para el desarrollo del turismo local, ya que ellos serán quienes brindarán información turística a turistas nacionales y extranjeros. (GAD Municipal de Zaruma, 2020). Otro de los ámbitos importantes es el fomento al emprendimiento juntamente con la cooperación y convenio proveedores, emprendedores y las autoridades.

Uno de los proyectos educativos relacionados al área turística es: “Zaruma, mi tierra más cerca del cielo”, cuyo objetivo es que los docentes y niños desde pequeños sean conscientes de los atractivos turísticos naturales y culturales del Cantón Zaruma. Que el aprendizaje sea mediante un sistema de interpretación didáctica y amigable, para generar en ellos y en sus familias la pertenencia local y la valorización de los espacios culturales, y que sea transmitido mediante cadena primaria de comunicación es decir boca-boca entre la población.

La normativa que rige al programa pueblos mágicos se basa en la normativa o sustentación legal dada por México. Donde se establece que es un país conformado por pueblos y localidades con un alto potencial turístico que debe ser aprovechada a través de medidas públicas fundadas en la coordinación interinstitucional de todos los entes del gobierno. También cuenta con ejes donde la política nacional turística establece como prioridad impulsar el turismo dentro del país, en coordinación con municipios y estados que genere la mejora de la calidad de los destinos, productos y servicios turísticos y fomente la inversión pública o privada.

Otro de los documentos que avalan este programa son los planes nacionales de desarrollo tanto de Ecuador como de México, en los cuales es fundamental el aprovechamiento del potencial turístico para generar una mejora económica en donde se establecen estrategias y líneas de acción para consolidar los destinos más allá de los de sol y playa, turismo cultural y ecoturismo.

Otra normativa legal para el PPM consta el programa nacional de infraestructura en el cual se avala la mejora de la infraestructura y equipamiento ya existente en los destinos de afluencia turística, por ello la reconversión de la imagen urbana será a través del programa Pueblos Mágicos, como una alternativa y estrategia para revitalizar los atractivos del país. Finalmente, la carta magna para este problema es el acuerdo con los lineamientos generales tanto para la incorporación y pertenencia al programa definiendo primero los términos para desarrollar este programa, el proceso, entes involucrados y los resultados a esperar.

### **1.3.2 Proceso de selección, pertenencia y desarrollo de programa turístico “Pueblos Mágicos Ecuador”**

El proceso de implementación del programa de desarrollo turístico de las localidades de pueblos mágicos Ecuador-4 mundos establecerá un proceso que facilita el cumplimiento de los lineamientos, es por lo que se siguen de varios pasos. A continuación, vamos a describir los pasos a seguir en el proceso de implementación del programa:

#### **Paso1: Convocatoria Nacional.**

Se convoca mediante los diferentes medios y se da a conocer el programa de desarrollo turístico de localidades de Pueblos Mágicos Ecuador.

#### **Paso 2: Postulación.**

Los diferentes candidatos que creen tener las características adecuadas envían sus carpetas y documentación pertinente para enlistar la nominada y ponerse en pasos previos al análisis de la potencialidad, lo cual involucra que existen un total de 15 requisitos tanto para el registro como para la pertenencia del programa siendo el primero una documentación que acredite la existencia de una unidad administrativa oficial para el manejo del turismo en la localidad postulante, lo que quiere decir, que debe contar con los siguientes detalles un organigrama, nómina del personal, currículos vitae de los funcionarios e inventario de equipos y materiales de apoyo que contará esta administración.

El segundo requisito hace referencia a un catastro de prestadores de servicios para lo cual se debe tener un listado de los prestadores de servicios turísticos oficialmente registrados en el MINTUR y su actualización en redes sociales. Tener una lista de todos los atractivos inventariados en la localidad que cuenten con registro y actualización validado por las autoridades locales. Presentar la información georreferenciada de conectividad, mapeo y la cercanía entre centros urbanos de distribución que tenga una distancia en kilómetros con un tiempo menor a dos horas, en donde se muestren las condiciones de conectividad con terminales, aeropuertos, añadiendo los diferentes itinerarios, así como las rutas de transporte público, donde se tenga señalado las rutas aéreas o marítimas si un caso lo amerita.

Presentar el plan o programa del gobierno municipal de turno que esté vigente y adjuntar la copia del programa turístico municipal de acuerdo con la legislación que se establece, validado por las diferentes autoridades en donde se tenga acciones puntuales de fortalecimiento a la actividad turística de la localidad y la calidad técnica de la documentación deberá ser validada.

Una vez entregado los requisitos establecidos se procederá a la revisión de la documentación y en un lapso de cinco días hábiles el MINTUR y la subsecretaría de gestión y desarrollo dará un informe técnico a la localidad si no hubiese cumplido con los requisitos tendrá un lapso de 15 días para poder completar caso contrario, quedaría excluida de la convocatoria vigente. Las localidades deberán de completar la documentación adicional que se ajuste a la capacidad de la gestión de la localidad, modelo de gobernanza y priorización en la atención e intervención en el ámbito turístico.

### **Requisitos de Incorporación.**

Se deberá de conformar un comité ciudadano de la localidad como comité ciudadano de un pueblo mágico con su respectiva acta que debe constar en el reglamento interno, itinerario de trabajo con una proyección mínima de 3 años a partir de la fecha de creación, una lista con el nombre y el sector de las personas que represente.

- ✓ Deberá tener la carta de aprobación del Consejo municipal para ingresar al programa pueblos mágicos en este deberán de constar las firmas de respaldo de las de los diferentes actores.
- ✓ Presentar una carta de compromiso de respaldo a la localidad postulante del GAD Provincial la misma que se debe establecer de manera clara y concisa el apoyo que se brinda para el desarrollo de la actividad turística.

- ✓ Presentar el documento que muestre las acciones de la ejecución del presupuesto del Consejo Cantonal donde se evidencia las acciones implementadas en el desarrollo turístico de la localidad en los últimos años y que sea válido por la autoridad local.
- ✓ Dar reconocer los futuros proyectos, planes o programas que se implementarán por el gobierno local provincial o nacional en los siguientes dos años y cuál sería el impacto va a tener en el desarrollo turístico de la localidad.
- ✓ Presentar el plan de desarrollo y ordenamiento territorial, la imagen urbana según la normativa, el reglamento de ocupación del espacio público, programa municipal de seguridad, programa de movilidad y manejo de desechos y residuos sólidos según las ordenanzas municipales vigentes que tengan influencia en la actividad turística del sector.
- ✓ Detallar los atractivos turísticos y las características que se diferencie de las otras a nivel local regional o nacional, utilizando argumentos técnicos comprobables para el desarrollo turístico de la localidad, adjuntar anexos fotográficos o audiovisuales y que sean validados por las autoridades locales.
- ✓ Describir los servicios de salud y seguridad públicos para la atención a los turistas y visitantes de la localidad, tener en cuenta que el radio de influencia no tiene que ser mayor a una hora de distancia por cualquier situación de emergencia y contar con un plan de contingencia y protección del visitante planteadas para la localidad.
- ✓ Enlistar un documento que demuestre inversión realizada en el desarrollo turístico de la localidad que contenga de manera descriptiva las inversiones realizadas en infraestructura, emprendimientos ya existentes , nuevos sistemas de implementación de calidad y de manera conjunta con sus diferentes respaldos: infraestructura turística o un impacto en el turismo, beneficiarios de la inversión en el caso de capacitación turística y empresas que cuenten con un reconocimiento o certificación de calidad.
- ✓ Compromiso del municipio para fomentar en la localidad la producción turística y que beneficien así a los actores del sector. Esta carta será de compromiso del GAD Municipal para las diferentes actividades productivas que contribuyan a un mejor desarrollo de la actividad.
- ✓ Una vez emitidos todos estos documentos el MINTUR con los demás órganos rectores darán un comunicado de recepción de la documentación vía correo

electrónico. Luego de recibir la notificación se procederá con la revisión de documentos en un término de 10 días laborables remitiendo un informe técnico a la localidad del postulante.

El turismo es una actividad que desde sus inicios ha permitido la evolución, intercambio y posicionamiento cultural de destinos que dentro de un mercado adquirirán responsabilidades y ventajas económicas sociales y culturales.

Zaruma es una de las localidades cuyo potencial turístico le permite ser un destino emergente el cual tiene dentro de sus ventajas competitivas la declaración como pueblo mágico del Ecuador, un programa, que bajo la asesoría mexicana busca impulsar a localidades cuida riqueza cultural es una herramienta que permite diversificar el flujo turístico a nivel nacional.

Tras la vertiginosa evolución del turismo se establecieron diversas políticas que permiten la gestión óptima de dicha actividad productiva entre las que se destaca la normativa legal bajo la Constitución del Ecuador y la normativa sectorial en el área turística que permite identificar y clasificar al sistema turístico, garantizando la calidad de productos ofertados, una competencia justa entre prestadores de servicios y da garantía al cumplimiento de los derechos y obligaciones de los turistas.

Finalmente, resulta de gran importancia realizar una revisión a la normativa propia del programa, y reconocer que no basta únicamente la declaratoria, debido a que el Cantón Zaruma deberá cumplir ciertos requisitos para garantizar su permanencia dentro del programa, lo cual generará ciertas ventajas a nivel promocional, económico y de gestión administrativa.

## **CAPÍTULO 2**

### **2. Levantamiento de recursos y atractivos turísticos para la planificación turística de Zaruma, pueblo mágico del Ecuador.**

#### **Introducción**

La planificación turística conlleva un proceso administrativo y logístico que impulsa al raciocinio para transformar, crear o modificar la realidad de un territorio en busca de un objetivo pretendido. Es indispensable considerar que no existe una planificación rígida, sino flexible que permita vincular a todas las entidades competentes, solucionar problemas internos y a medida de lo posible externos mediante la satisfacción de la demanda turística.

Para el levantamiento y recolección de datos vemos la necesidad de hacer uso de instrumentos como encuestas, entrevistas, fichas de jerarquización de atractivos turísticos y el uso de la información estadística. Esto con lleva al procedimiento de investigación donde se establece un diagnóstico sobre el sistema turístico existente en el Cantón Zaruma, y con esto elaborar un catastro tanto de prestadores de servicios, como de recursos turísticos que formaran parte de la planificación establecida.

El propósito de una planificación turística conlleva desarrollar una oferta competitiva dentro del turismo para poder posicionar a Zaruma, dentro del mercado turístico nacional e internacional, como pueblo mágico del Ecuador. La oferta existente es la manifestación del empirismo de una sociedad que busca dinamizar su economía, pero para ello es necesario poder administrar la plata turística de forma eficiente para que la misma mejore de calidad y tenga perspectiva de crecimiento. “Se entiende a la oferta como la cantidad de mercadería o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio y un periodo dado”. (CHUMBI & QUILLAY); y para que esta se convierta en una oferta competitiva el consumidor potencial debe conocer su existencia los atractivos turísticos.

Estos se pueden considerar como la materia prima para nuestra planificación y a esta la definimos como todo elemento cultural, natural, tangible o intangible que genere una razón de desplazamiento para visitar el territorio. Es necesario comprender que dentro de la normativa existente hay ciertos criterios de clasificación que permiten conocer la jerarquía de estos, pero para ello también es importante conocer el plan de ordenamiento que posee Zaruma y a partir de este realizar nuestra planificación.

## **2.1 Plan De Ordenamiento Territorial De Zaruma**

El documento en análisis es una actualización del Plan De Ordenamiento Territorial Cantonal emitida por la Secretaría técnica planifica Ecuador en el año 2019, el cual se encuentra en la III fase, que establece la propuesta para alcanzar el modelo territorial deseado. Las autoridades establecen que, al término de esta fase, que involucra una socialización con los territorios y entes involucrados circunvecinos, se obtendrá una observancia de la planificación dada para obtener las recomendaciones generadas por el Sistema de Participación Ciudadana (SPC).

Es importante mencionar que dentro de esta planificación se establece como prioridad la protección y restauración de ecosistemas frágiles y sus componentes, razón por lo cual, el GAD municipal establece la creación y gestión de áreas de conservación municipal para uso sostenible, buscando mitigar las dificultades a la que la población es vulnerable, entre ello se evidencia la deficiencia en los servicios básicos, viviendas, salud, infraestructura vial. (GAD Municipal de Zaruma, 2020).

El documento plantea estrategias de prevención, mitigación o regulación frente a componentes que son ineficientes o inexistentes dentro del cantón. Dentro del PDOT vigente se establece que las principales actividades de los habitantes de Zaruma son: agrícola, ganadera, avícola, minera y turismo. Los productos agropecuarios son utilizados con fines de alimentación y comercialización. La producción de leche se complementa con la elaboración de quesos para su posterior venta en los mercados de la provincia de El Oro y las ciudades de Loja y Quito; la producción de caña de azúcar y su procesamiento en panela, es elaborado para vender en los mercados de Zaruma, Portovelo y Piñas. (GAD Municipal de Zaruma, 2020)

En cuanto al ámbito del turismo, debemos plantear una revisión de la planificación del ámbito sociocultural del cantón. La dinámica poblacional existente demuestra que el lugar dentro de su área urbana dispone de equipamientos y espacios públicos que son comúnmente utilizados por los habitantes para la libre expresión de su cultura en espacios sociales, culturales o artísticos, dichos espacios son el vínculo de interrelación entre los visitantes y habitantes, entre ellos se destacan los principales atractivos de gran valor patrimonial como son: iglesias, coliseo, centro de interpretación cultural que involucra: casa del herrero y el hospital de la medalla Milagrosa y espacios turísticos e inclusivos como la biblioteca braille, mina turística del Sexmo y espacios públicos como parques y casas comunales.

El diagnóstico de dichos espacios permite poner en consideración la capacidad de carga, facilidades existentes que permitan la interculturalidad de la colectividad, pero es también importante levantar una situación actual frente al patrimonio intangible del cantón en donde se destacan las festividades religiosas como: la virgen del Carmen, romerías del señor de Roma, virgen de los remedios, virgen de la merced, San Jacinto, etc. El principal factor, la gastronomía zarumeña, la cual según autoridades y moradores fue la principal razón para la obtención de la declaratoria como Pueblo Mágico Del Ecuador-4 Mundos. Para la conservación de este patrimonio se establece la necesidad de conservación y restauración de monumentos históricos que involucran lugares públicos, viviendas privadas. El Cantón Zaruma, cuenta con una rica identidad cultural tangible que se refleja en sus casas de madera, iglesias, plazas, vestigios arqueológicos que son: Chepel, Payama, Huayquichuma, Trencilla y San Antonio.

Se puntualiza que el patrimonio edificado en el cantón se encuentra en constante riesgo debido a que el material predominante de dichas infraestructuras es la madera por lo cual su vida útil es más reducida. La conservación o el mantenimiento, es mínimo, según moradores, ellos pueden arreglar las fachadas de sus casas una vez cada 8 o 10 años, esto se debe al costo económico que muchas veces la población no puede costear. Por ello se puntualiza que más del 90 % del patrimonio se encuentra en propiedad privada y ahí la carencia de políticas o programas para la conservación. Las iniciativas privadas han dado frutos tales así que se ha conformado la Asociación De Dueños De Casas Patrimoniales, que buscan dar valor y realce a su patrimonio inmueble, pero si las autoridades buscan impulsar la actividad turística es necesario que las mismas actúen como aliados no solo en la promoción si no en la conservación del turismo no masivo que busca alcanzar el cantón.

Existe la Unidad De Arquitectura Patrimonial (UAP), que se encarga de la gestión del patrimonio tangible del cantón. Sin embargo, el análisis evidencia la carencia de personal para el cumplimiento de las funciones asignadas por lo cual toda la responsabilidad la asume la dirección de gestión y planificación de desarrollo territorial, con su actuar un poco generalizado debido a la gran carga administrativa que este asume.

Durante las anteriores administraciones municipales del Cantón Zaruma se establecieron distintas estrategias de tutela patrimonial en las que se destacan la del año 2003, mediante el contrato para la Gestión y Conservación Del Patrimonio Edificado de la ciudad de Zaruma, en donde se obtuvo un catastro y diagnóstico de los inmuebles de la ciudad. En el año 2010 se establece el convenio con la Fundación Tecnalia del País Vasco para poner en marcha el

proyecto “Mejora de Las Condiciones de Seguridad y Habilidad de los Hombres y Mujeres que Habitan las Ciudades Históricas de Loja y Zaruma Expuestas a Riesgos Extremos”.

Las estrategias también fueron orientadas a promotores culturales y turísticos en donde se realizaron talleres para un auto aprendizaje sobre la valorización de la cultura zarumeña y se establecen programas educativos para los distintos establecimientos académicos difundiendo el material en material del territorio.

### **2.1.1 Actividad turística de cantón.**

El crecimiento de la industria turística en el cantón evidenciado durante los últimos años ha puesto en evidencia el potencial que tiene el destino para colocarse como uno de los principales atractivos en el Ecuador. Sin embargo, en el plan de ordenamiento territorial del 2014, se establece que dicha actividad debe tomar una posición adaptativa en un 56 % y en un 54 % ofensiva lo que supone que debemos analizar que Zaruma debe ajustarse a los cambios requeridos por el mercado.

El turismo tiene sus inicios en la actividad turística a partir de 1977 cuando la dirección Nacional de turismo declara al cantón como sitio de interés turístico nacional; y en 1978 dicha actividad fue realizada con mayor libertad hasta que en 12 años después el Ministerio de Cultura declara a Zaruma como Patrimonio cultural del Estado Ecuatoriano. De acuerdo con el registro e INPC se establece que varios de los atractivos son de carácter inmaterial por lo cual su vulnerabilidad es mayor entre ellos se encuentran: la talabartería, tejido, hilado en lana de borrego y la elaboración de dulces como el toronche y el guanazán.

La siguiente tabla permite realizar un análisis de la incidencia de los productos turísticos, localizados dentro de Cantón Zaruma.

Tabla 1:

Evaluación de factores en productos turísticos Zaruma

Amenazas y debilidades	Turismo cultural	Turismo gastronómico	Turismo de naturaleza	Turismo de aventura y Deportes extremos	Ecoturismo	Agroturismo	Turismo Comunitario
Degradación de áreas naturales de interés paisajístico y ecológico		X	X	X	X	X	X
Contaminación ambiental	X	X	X	X	X	X	X
Insuficiencia de agua para consumo humano	X	X	X	X	X	X	X
Pérdida de bosque nativo y vegetación arbustiva			X	X	X	X	
Alteración de ecosistemas			X	X	X	X	
deficiente manejo de desechos sólidos (celdas emergentes)	X	X	X	X	X	X	X
vialidad	X	X	X	X	X	X	X
débiles de políticas de conservación del patrimonio tangible e intangible	X	X				X	X
Insuficiente infraestructura y servicios turísticos	X	X	X	X	X	X	X
insuficientes recursos económicos del GAD M.	X	X	X	X	X	X	X
deficiente calidad de servicios básicos	X	X	X	X	X	X	X
carencia de UPC	X	X	X	X	X	X	X
dispersión de la población	X	X	X	X	X	X	X
Ausencia de proyectos para mantenimiento y sostenibilidad de atractivos	X	X	X	X	X	X	X
Emigración interna	X	X	X	X	X	X	X
ausencia de relevo generacional para mantener las manifestaciones culturales tradicionales del cantón	X	X				X	X
Desconocimiento de la población joven del patrimonio cultural tangible e intangible que posee	X	X	X	X	X	X	X
Concentración de la PEA en la actividad extractiva minera.	X	X	X	X	X	X	X

Fuente: PDOT 2019 Zaruma

Dentro de las carencias que pueden afectar a los productos turísticos se encuentra la pérdida de bosques y vegetación nativa lo cual tendría incidencia en el turismo de naturaleza y deportes extremos, la carencia de UPS es otro de los elementos que intervienen en todas las

actividades turísticas pues reduce el índice de seguridad para los visitantes y moradores. Conjuntamente a la migración que deriva de una aculturización de las nuevas generaciones lo que genera una pérdida cultural invaluable.

Este cantón posee un potencial turístico que puede ser aprovechado mediante sus atractivos como son: su Centro Histórico, Las Minas Del Sexmo, El Santuario de la Virgen Del Carmen, La Cascada De Huayquichuma y El Museo Municipal. Además del turismo vivencial que las autoridades locales impulsan para que los viajeros puedan disfrutar de nuevas alternativas turísticas dentro del territorio.

Las autoridades locales han venido impulsado un proyecto de turismo vivencial mediante el cual invitan a los viajeros a disfrutar de Zaruma como si fueran parte de ella. Para ello es determinante el trabajo conjunto con la población de la localidad ya que garantizan una atención de calidad y calidez a los turistas que visitan los cuatro mundos del sur.

### ECONOMÍA TURÍSTICA DE ZARUMA

En el sector de Zaruma-Portovelo, el turismo es una alternativa para el desarrollo económico. Cabe indicar que las dos ciudades mencionadas han sido declaradas Patrimonios Nacionales por lo que este estudio busca contribuir a nuevas oportunidades derivadas por el turismo, como la generación de empleo directo/indirecto, inversión y producto. Este trabajo, conlleva una visión de largo plazo donde la estrategia principal es el aprovechamiento y sustentabilidad de las oportunidades que ofrece la industria turística. Actualmente no existen estrategias de mercadeo para el buen desarrollo del potencial turístico, las razones son varias, falta de infraestructura hotelera, difusión de los atractivos turísticos, vías de acceso a los centros recreativos, falta de capacitación personal para el sector turístico. En vista de esto se realizará un estudio detallado de las variables que deben ser tomadas en cuenta, al momento de realizar un proyecto de desarrollo turístico y se elaborará un trabajo descriptivo y de campo analizando la infraestructura turística del sector. (Herrera, Carrión, & Carrión, 2013)

#### OFERTA.

Conjunto de bienes y servicios disponibles para el turista, facilitando la comercialidad del producto turístico a los consumidores, bajo determinadas condiciones de mercado, que están caracterizadas por el precio en conjunto del mercado y la oferta

Para el criterio Planta Turística/ Servicios, el Centro Histórico posee un 80 %, la Iglesia Matriz un 77,78 %, la Iglesia San Francisco y Mina “El Sexmo” con un porcentaje igualitario de 71,67 %, considerados como una fortaleza, porque se ubican en la zona urbana y en el área

se encuentra la mayor presencia de servicios relacionados al turismo, como: hospedaje, servicios de alimentos y bebidas y complementarios para la actividad, los que favorecen el desarrollo de la actividad turística, incrementado las llegadas, los viajes y los flujos económicos por concepto de la afluencia turística (Palacios, 2002), y que un sitio cuente con los servicios necesarios para el desarrollo de la industria turística lo convierten en competitivo, para recibir visitantes y hacer que su estadía en el lugar sea agradable, asegurando una próxima visita.

Figura 2:

Flujo turístico Cantón Zaruma



Fuente: PDOT 2019 Zaruma

## DEMANDA.

Se representa por turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados a adquirir las facilidades turísticas del destino a visitar con el objetivo de cubrir sus necesidades. La demanda puede ser de dos tipos: Demanda interna, que es el desplazamiento de turistas dentro de su propio país y demanda internacional, que se refiere a los turistas que se desplazan a otro país.

Figura 3:

Proyección de flujo de demanda turística del Cantón Zaruma



Fuente: PDOT 2019 Zaruma

Para el criterio tipo de visitante y afluencia, se obtiene un promedio de 40 % lo que resulta ser una debilidad para el cantón, porque no se lleva un registro de visitantes o no se utiliza alguna herramienta digital que permita poseer datos estadísticos, solo se maneja un registro convencional, el mismo que es un registro, pero no se analiza dicha información.

### **2.1.2 Planificación turística como una visión de pueblo mágico.**

El desarrollo de una planificación turística orientada al fortalecimiento de la declaratoria de pueblos mágicos del Cantón Zaruma ubicado en la provincia del oro, República del Ecuador se basa en distintos programas que buscan satisfacer las necesidades que surgen a raíz de la búsqueda de incrementar la actividad turística en el Cantón.

Se conoce que el Ecuador posee varios destinos turísticos, pero son pocas los destacados en el mercado internacional entre los más relevantes se destacan: Galápagos por su riqueza natural, lo cual atrae a millones de visitantes anualmente entre nacionales y extranjeros, pero en cuanto a la afluencia turística nacional podemos evidenciar que las principales elecciones de los turistas se basan en ciudades como Quito, Guayaquil principalmente por la conectividad que estas urbes tienen.

La necesidad de diversificar la oferta turística existente también tiene sus bases en las necesidades económicas, sociales y ambientales que el Ecuador presenta. Se necesita pasar de vías de desarrollo a un país desarrollado. Un punto estratégico para este progreso es definir cuál es la prioridad dentro de su matriz productiva, además de plantear alternativas que no involucren el uso de recursos no renovables, pues es lógico pensar que llegará el momento en el que estos se agoten; es en ese ámbito cuando el turismo, surge como una alternativa productiva que bajo la adecuada gestión atrae múltiples beneficios.

“Decimos que la actividad turística es una gran alternativa de desarrollo, porque contribuye no sólo el crecimiento económico a partir de las inversiones, la generación de empleos y la derrama de divisas, si no a la preservación de las culturas al ser este elemento Per se de desplazamientos con fines turísticos; se enriquece el conocimiento y el desarrollo humano a partir de la diversidad de pensamientos, rasgos culturales y diferencias geográficas y motivaciones del tiempo libre que significa el turismo”.  
(PÉREZ & VILLA, 2011)



Bajo estas pautas benéficas ofertadas por la industria turística el gobierno del Ecuador, en búsqueda de un desarrollo y estabilidad económica plantea dentro de sus prioridades incrementar y fomentar el turismo receptor en el Ecuador, sea en ámbito nacional como internacional. En respuesta a dichas necesidades el MINTUR, órgano encargado de regular el desarrollo de la actividad turística nacional ha planteado una iniciativa que busca dinamizar la oferta existente permitiendo que haya localidades que tienen potencial turístico pero que aún no se han dado a conocer dentro del mercado turístico, Pueblos Mágicos Ecuador- 4 Mundos.

Son varias las localidades que se han sumado a esta iniciativa que está bajo la cooperación del gobierno mexicano, Zaruma fue una de las cinco primeras localidades en presentar su postulación para la pertenencia al programa y en el año 2019 obtuvo la declaratoria, lo que le permite crear distintos planes de acción orientados a un ordenadito territorial que permita el crecimiento turístico del Cantón Zaruma.

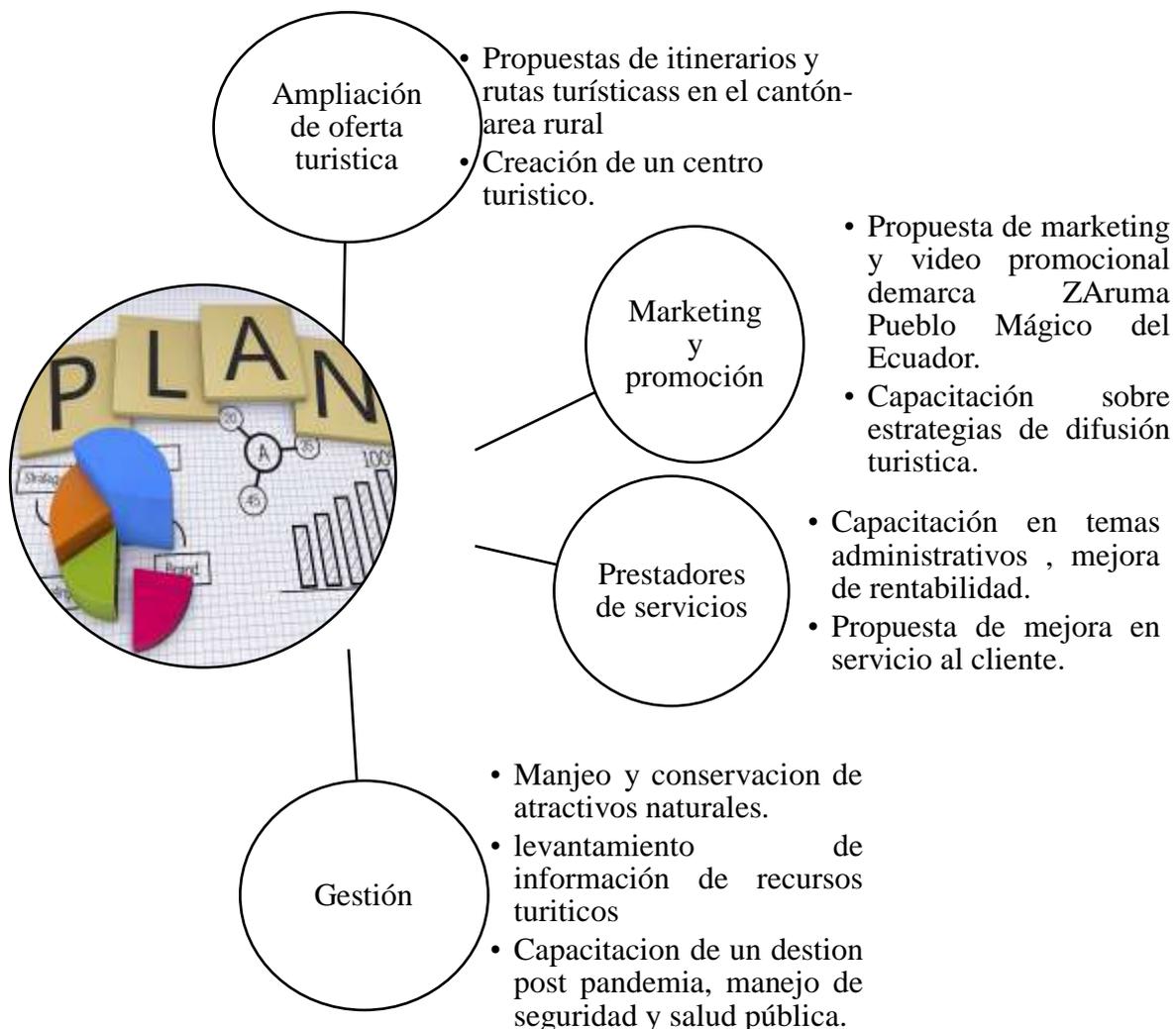
Zaruma aparte de poseer una arquitectura que preserva su historia minera y como primer asentamiento oficial del Ecuador también posee otros atractivos tanto naturales como inmateriales que pueden ser aprovechados para un mejor desarrollo turístico. Tal es así que Zaruma parte de dicha declaratoria busca ser también patrimonio cultural de la humanidad. La iniciativa es parte del plan de desarrollo turístico creado como uno de los requisitos para recibir el reconocimiento de Pueblo Mágico. (MINTUR, 2020)

El GAD municipal del cantón ha planteado diversas estrategias para cumplir con los requisitos para la permanencia y continuación dentro del programa, entre ellos se destacan la capacitación bilingüe con la colaboración de voluntarios del Cuerpo De Paz de Estados Unidos, que brindan clases en inglés para todos los prestadores de servicios turísticos, también se realizan levantamientos sobre los atractivos que posee el territorio, a esto se suma que el centro histórico de este territorio busca desde el año 2016 dicho reconocimiento dada por la UNESCO.

El presente trabajo elaborado por un grupo de estudiantes de Turismo de la Universidad del Azuay, conformado por Diana Guartatanga y Sebastián Rivera, es una iniciativa que busca sumar acciones y resultados positivos para el desarrollo de la industria turística en el Cantón Zaruma.

Es necesario recordar que una planificación no puede ser un proyecto aislado, debe ir en conjunto con las distintas actividades que ya se realizan en el cantón, entre ellas tenemos a la minería, ecoturismo, cultura y a la agricultura factores importantes a tomar en cuenta para desarrollar nuevos proyectos turísticos que pueden surgir en la localidad. Este conjunto de elementos debe abarcar a todos los prestadores de servicios y entes relacionados con la actividad turística, entre ellos destaca vamos a las autoridades cuyos intentos por maximizar el potencial se evidencia en la acogida y facilidad de acceso a la información requerida para el proyecto.

Siguiendo con las herramientas de planificación adquiridas en la formación de los ejecutores del proyecto, sumados a sus iniciativas e investigación bibliográfica se establece el siguiente plan de acción para la planificación planteada:



La ampliación a través de la creación de circuitos articulados que vinculen incluso productos con las localidades vecinas para diversificar la oferta existente, permitiendo a los

visitantes tener más actividades y posibilidades de desarrollo durante su estancia, lo que involucra en un ámbito económico una mejor atracción económica pues al prolongar su estancia se promueve también al uso y disfrute de los distintos servicios ofertados en el cantón.

Otro de los programas propuestos está orientado al marketing y promoción pues es indispensable dar a conocer a la demanda la existencia de este nuevo producto para que así este territorio que muchas veces permanece desapercibido pero cuyo potencial lo pueden ubicar dentro de los principales destinos del Ecuador cuente con una adecuada gestión sobre su publicidad y difusión.

Los prestadores de servicios también son un punto clave entre ellos ubicamos a los de alojamiento, alimentos y bebidas, interpretación, operación turística y transportación, aunque conocemos que la planta turística existente en Zaruma no es amplia se puede mejorar dichas infraestructuras a través de la capacitación a sus propietarios sobre distintos temas entre ellos servicio al cliente, vinculación y estrategias turísticas, marketing.

Esta planificación está dirigida a la población de Zaruma, las autoridades locales, al comité del programa de pueblos mágicos Ecuador y a la Universidad del Azuay, que han establecido vínculos para obtener un avance en el desarrollo de la localidad. Se dirige principalmente a la población pues al ser los entes receptores no solo van a ser quienes disfruten de los merecidos beneficios, sino que también, deben convivir con los impactos que genera esta actividad. Es de principal importancia tomar en cuenta las necesidades e intereses de los habitantes y con ello generar proyectos que dinamicen la economía, ayuden en la preservación del territorio y generen alternativas productivas para mejorar la calidad de vida de los moradores, considerando que al incrementar la afluencia turística eso se ve reflejado en la mejora de la infraestructura pública y una creación y abastecimiento de los diferentes servicios para disfrute local y de los visitantes.

Se plantea esta planificación debido a que se busca alcanzar las metas propuestas por el Programa Pueblos Mágicos Ecuador, que entre ellas proponen el posicionamiento dentro del mercado turístico nacional, atracción de la inversión pública y privada en el territorio y dinamización de la economía, pero para la permanencia dentro de PPM no solo basta la gestión de las normativas y la planificación, es necesario el planteamiento de proyectos medibles y cuantificables que permitan obtener beneficios conforme al avance y ejecución de lo planteado. El desarrollo de este proyecto se realiza en base a un minucioso análisis de los antecedentes e historia, el estudio de la situación actual y basándose a estos datos dar una propuesta de 3

programas con distintos proyectos, que fortalezcan y generen un aprovechamiento de la declaratoria adquirida por el cantón, lo que derive en valorización de los productos locales y del patrimonio que oferta el Cantón y su preservación para uso de esta y las generaciones futuras.

## **2.2 Recursos y atractivos del cantón para el plan integral turístico para Zaruma.**

La oferta turística de Zaruma es muy variada, consta de: cascadas en la parroquia Huertas en la localidad de Huayquichuma, Del mismo modo cuenta con una gran variedad de terrazas agrícolas, de plantaciones como cafetales y de banano, algunos de estos pueden ser visitados y conocer sobre la obtención del producto y complementar la visita con un recorrido por los complejos arquitectónicos, o de lo contrario visitar la cascada, misma que cuenta con una altura de aproximadamente 100 metros de alto y de ancho 5 metros, en efecto, los visitantes pueden disfrutar de este atractivo guiados por un guía local que les ayudara a tener una increíble experiencia en su visita.

Otro de los productos turísticos que conviene destacar es que el Cantón Zaruma tiene una de las gastronomías más famosas del Ecuador, mismas que son reconocidas por sus tradiciones y costumbres dadas a consecuencia de la herencia de sus generaciones. La comida es elaborada de forma artesanal para brindar una experiencia gastronómica inolvidable, saludable y gustosa a los paladares de los viajeros que visitan el cantón. “El Tigrillo y el Repe son dos de los apetecidos platos típicos de Zaruma, el primero de ellos es generalmente degustado en las horas de la mañana, está preparado a base de plátano verde, huevos, queso de la zona acompañado con un delicioso café arábigo de altura que es cultivado en la parte alta del cantón” (Salazar & Reyes, 2016)

### **2.2.1 Recursos y atractivos culturales de Zaruma.**

<b>FICHA #1</b>		<b>FECHA DE LEVANTAMIENTO</b>		<b>NOVIEMBRE 21 DE 2020</b>						
<b>TITULO</b>		EL SANTUARIO DE LA VIRGEN SANTISIMA DEL CARMEN								
<b>ENCUESTADOR</b>		Equipo consultor (Diana Guartatanga -Sebastián Rivera- Gabriela Zúñiga- Javier Nieves)								
<b>IMAGEN</b>		<b>Fecha De Creación</b>		1912-1930						
		<b>Afluencia De Visitantes</b>		<b>Núm.</b>	<b>Inexistente</b>	<b>Regular</b>	<b>Buena</b>	<b>Mala</b>		
				150			X			
		<b>Categoría</b>		<b>CULTURAL</b>				<b>NATURAL</b>		
				Material	X	Inmaterial				
		<b>Tipo</b>		Arquitectura						
		<b>Subtipo</b>		Histórica						
		<b>Jerarquía</b>		<b>Jerar. I</b>	<b>Jerar. II</b>	<b>Jerar. III</b>	<b>Jerar. IV</b>	<b>Recu r.</b>		
						X				
		<b>Propietario</b>		Diócesis de Zaruma			<b>Contacto</b>			
		<b>Ubicación</b>		Parque Central de Zaruma						
<b>Costo De Ingreso</b>		\$0.00			<b>Sin costo</b>					
					X					
<b>Vías De Acceso</b>		AV ALONSO DE MERCADILLO- CALLE 9 DE OCTUBRE.								
<b>Reseña o Descripción Del Atractivo</b>		Una iglesia construida sobre los antiguos vestigios del antiguo templo de la ciudad, se empezó a construir en el año de 1912 y fue terminada de construir después de 18 años en 1930, siendo esta diseñada por el Sr. Benjamín Román, tomada como referencia de una iglesia francesa, el altar en su totalidad está recubierto de pan de oro y plata.								
<b>Oportunidades</b>		La iglesia es el icono principal de la localidad zarumeña, en donde se puede apreciar su arquitectura barroca, rocoto, neogótico. también se puede evidenciar diferentes figuras religiosas las cuales se encuentran resguardadas bajo este hermoso templo.								
<b>Evaluación Del Atractivo/ Recurso</b>		<b>Accesibilidad</b>		<b>Conservación</b>		<b>Higiene y seguridad</b>		<b>Difusión</b>		<b>Actividades Ofertadas</b>  Recorridos culturales. Eucaristías. Fiestas religiosas.
		Regular		Regular		Regular		Regular		
		Buena		Buena		Buena		Buena		
		Mala		Mala		Mala		Mala		
		Inexistente		Inexistente		Inexistente		Inexistente		
		Excelente		X	Excelente	X	Excelente	X	Excelente	
<b>Amenazas</b>		Inseguridad geológica por la minería del sector, vandalismo, falta de difusión del atractivo.								

Criterios de calificación:

**Regular:** El elemento de análisis presenta características eficientes, inversión y mantenimiento esporádico, es medianamente visual; puede realizarse mejoras.

**Buena:** El elemento de análisis presenta características eficientes, inversión y mantenimiento continuo, es altamente visual; satisface expectativas.

**Mala:** El elemento de análisis presenta características deficientes, inversión y mantenimiento mínima, aspecto visual poco atractivo; debe realizarse trabajos para su uso y disfrute.

**Inexistente:** no existe evidencia del elemento analizado.

**Excelente:** El elemento de análisis presenta características óptimas para uso y supera satisfacción y necesidades. Inversión, mantenimiento y evaluación en excelente estado.

<b>FICHA #2</b>	<b>FECHA DE LEVANTAMIENTO</b>	NOVIEMBRE 21 DE 2020				
<b>TITULO</b>	CENTRO HISTORICO.					
<b>ENCUESTADOR</b>	Equipo consultor (Diana Guartatanga -Sebastián Rivera- Gabriela Zúñiga- Javier Nieves)					
<b>IMAGEN</b>	<b>FECHA DE CREACIÓN</b>			1824		
	<b>Afluencia De Visitantes</b>	<b>Núm.</b>	<b>Inexistente</b>	<b>Regular</b>	<b>Buena</b>	<b>Mala</b>
		Ilimitado			X	
	<b>Categoría</b>	<b>CULTURAL</b>			<b>NATURAL</b>	
		Material	X	Inmaterial		
	<b>Tipo</b>	Arquitectura				
	<b>Subtipo</b>	Área Histórica				
	<b>Jerarquía</b>	<b>Jerar. I</b>	<b>Jerar. II</b>	<b>Jerar. III</b>	<b>Jerar. IV</b>	<b>Recur.</b>
				X		
	<b>Propietario</b>	Municipalidad de Zaruma			<b>Contacto</b> Ramiro Jaramillo Cel.0984511056	
	<b>Ubicación</b>	Centro Histórico.				
<b>Costo De Ingreso</b>	\$0.00			<b>Sin costo</b>		
				X		
<b>Vías De Acceso</b>	AV ALONSO DE MERCADILLO- CALLE 9 DE OCTUBRE.					
<b>Reseña o Descripción Del Atractivo</b>	El centro histórico de Zaruma está situado en una locación privilegiada geográficamente en donde su trazo urbanístico y arquitectónico ha sido adaptada a la expansión urbana actual teniendo en cuenta que cuenta con minería, el centro histórico está comprendido por 210 casas aproximadamente construidas de guayacán, cedro, etc.					
<b>Oportunidades</b>	Creación de establecimientos turísticos céntricos que permitan disfrutar de la riqueza cultural. Cercanía a los principales atractivos culturales del cantón					

<b>Evaluación Del Atractivo/ Recurso</b>	<b>Accesibilidad</b>		<b>Conservación</b>		<b>Higiene y seguridad</b>		<b>Difusión</b>		<b>Actividades Ofertadas</b>
	Regular		Regular		Regular		Regular		Recorridos culturales.  Fiestas populares
	Buena		Buena		Buena		Buena		
	Mala		Mala		Mala		Mala		
	Inexistente		Inexistente		Inexistente		Inexistente		
	Excelente	X	Excelente	X	Excelente	X	Excelente	X	
<b>AMENAZAS</b>		Inseguridad geológica por la minería del sector, vandalismo, falta de difusión del atractivo, calles muy estrechas.							
<p><u><i>Criterios de calificación:</i></u></p> <p><b>Regular:</b> El elemento de análisis presenta características eficientes, inversión y mantenimiento esporádico, es medianamente visual; puede realizarse mejoras.</p> <p><b>Buena:</b> El elemento de análisis presenta características eficientes, inversión y mantenimiento continuo, es altamente visual; satisface expectativas.</p> <p><b>Mala:</b> El elemento de análisis presenta características deficientes, inversión y mantenimiento mínima, aspecto visual poco atractivo; debe realizarse trabajos para su uso y disfrute.</p> <p><b>Inexistente:</b> no existe evidencia del elemento analizado.</p> <p><b>Excelente:</b> El elemento de análisis presenta características óptimas para uso y supera satisfacción y necesidades. Inversión, mantenimiento y evaluación en excelente estado.</p>									

<b>FICHA #3</b>	<b>Fecha De Levantamiento</b>	<b>NOVIEMBRE 21 DE 2020</b>						
<b>TITULO</b>	<b>MUSEO MUNICIPAL.</b>							
<b>ENCUESTADOR</b>	Equipo consultor (Diana Guartatanga -Sebastián Rivera- Gabriela Zúñiga- Javier Nieves)							
<b>IMAGEN</b>	<b>Fecha De Creación</b>	1909-1923						
	<b>Afluencia de visitantes</b>	<b>Núm</b>	<b>Inexistente</b>	<b>Regular</b>	<b>Buena</b>	<b>Mala</b>		
		40			X			
	<b>Categoría</b>	<b>CULTURAL</b>			<b>NATURAL</b>			
		<b>Material</b>	<b>X</b>	<b>Inmaterial</b>				
	<b>Tipo</b>	Arquitectura						
	<b>Subtipo</b>	Museo						
	<b>Jerarquía</b>	<b>Jerar. I</b>	<b>Jerar. II</b>	<b>Jerar. III</b>	<b>Jerar. IV</b>	<b>Recur.</b>		
			X					
	<b>Propietario</b>	Municipalidad de Zaruma			<b>Contacto</b> Ramiro Jaramillo Cel. 0984511056			
	<b>Ubicación</b>	Centro Histórico.						
<b>Costo De Ingreso</b>	\$0.00			<b>Sin costo</b>				
	X							
<b>Vías De Acceso</b>	CALLE 9 DE OCTUBRE.							
<b>Reseña o Descripción Del Atractivo</b>	En el museo municipal del Cantón Zaruma se encuentra albergada una gran parte de la riqueza histórica y cultural de territorio donde se muestran distintos periodos desde la época de los incas hasta principios de la república.							
<b>Oportunidades</b>	Variedad de recursos históricos que narran de forma sincrónica el surgimiento del cantón. Ubicación dentro de una construcción colonial del cantón donde se puede aprovechar las salas para una mejor distribución. Aprovechamiento de recurso didácticos para la innovación en un museo interactivo.							
<b>Evaluación del Atractivo / Recurso</b>	<b>Accesibilidad</b>		<b>Conservación</b>		<b>Higiene y seguridad</b>		<b>Difusión</b>	<b>Actividades Ofertadas</b>  Recorridos culturales. Historia. Arqueología Arte.
	Regular		Regular		Regular		Regular	
	Buena		Buena		Buena		Buena	
	Mala		Mala		Mala		Mala	
	Inexistente		Inexistente		Inexistente		Inexistente	
	Excelente	X	Excelente	X	Excelente	X	Excelente	
<b>AMENAZAS</b>	Poca difusión del atractivo, falta de presupuesto para la conservación de los diferentes vestigios arqueológicos.							

Criterios de calificación:

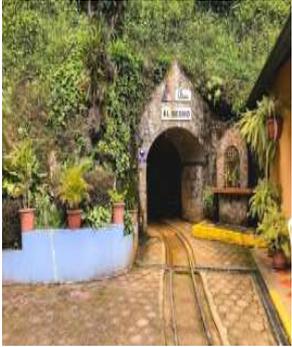
**Regular:** El elemento de análisis presenta características eficientes, inversión y mantenimiento esporádico, es medianamente visual; puede realizarse mejoras.

**Buena:** El elemento de análisis presenta características eficientes, inversión y mantenimiento continuo, es altamente visual; satisface expectativas.

**Mala:** El elemento de análisis presenta características deficientes, inversión y mantenimiento mínima, aspecto visual poco atractivo; debe realizarse trabajos para su uso y disfrute.

**Inexistente:** no existe evidencia del elemento analizado.

**Excelente:** El elemento de análisis presenta características óptimas para uso y supera satisfacción y necesidades. Inversión, mantenimiento y evaluación en excelente estado.

<b>FICHA #4</b>		<b>Fecha De Levantamiento</b>		<b>NOVIEMBRE 21 DE 2020</b>							
<b>TITULO</b>		<b>MINA EL SEXSMO</b>									
<b>ENCUESTADOR</b>		Equipo consultor (Diana Guartatanga -Sebastián Rivera- Gabriela Zúñiga- Javier Nieves)									
<b>IMAGEN</b>		<b>Fecha De Creación</b>		1909							
	<b>Afluencia De Visitantes</b>		<b>Núm.</b>	<b>Inexistente</b>	<b>Regular</b>	<b>Buena</b>	<b>Mala</b>				
			100			X					
	<b>Categoría</b>		<b>CULTURAL</b>				<b>NATURAL</b>				
			Material	X	Inmaterial						
	<b>Tipo</b>		Arquitectura								
	<b>Subtipo</b>		Museo								
	<b>Jerarquía</b>		<b>Jerar. I</b>	<b>Jerar. II</b>	<b>Jerar. III</b>	<b>Jerar. IV</b>	<b>Recur.</b>				
				X							
	<b>Propietario</b>		BIRA S.A.		<b>Contacto</b> 07-3700840. Bira Bienes Raíces S.A						
	<b>Ubicación</b>		Centro Histórico.								
<b>Costo De Ingreso</b>		\$2.50				<b>Sin costo</b>					
		X									
<b>Vías De Acceso</b>		AV. SAN FRANCISCO Y CALLE EL SEXMO									
<b>Reseña O Descripción Del Atractivo</b>		La Mina El Sexmo fue explotada en la época aborígen e incaica según la historia documenta que para el año 1539 la mina ya estaba explotada por los españoles, siendo esta una de las minas más antiguas de la República del Ecuador.									
<b>Oportunidades</b>		La mina el sexmo es el icono principal de la cultura minera en la localidad. Único establecimiento minero turístico. Vinculación con la comunidad. Adecuación de instalaciones para recepción de visitantes con normas de bioseguridad.									
<b>Evaluación del Atractivo/ Recurso</b>		<b>Accesibilidad</b>		<b>Conservación</b>		<b>Higiene y seguridad</b>		<b>Difusión</b>		<b>Actividades Ofertadas</b>  Recorridos culturales. Historia. Arqueología. Arte.	
		Regular		Regular		Regular		Regular			
		Buena		Buena		Buena		Buena			
		Mala		Mala		Mala		Mala			
		Inexistente		Inexistente		Inexistente		Inexistente			
		Excelente		X	Excelente	X	Excelente	X	Excelente		
<b>AMENAZAS</b>		Poca difusión de los atractivos. Cierre por pandemia Covid-19 Falta de interpretación bilingüe									

Criterios de calificación:

**Regular:** El elemento de análisis presenta características eficientes, inversión y mantenimiento esporádico, es medianamente visual; puede realizarse mejoras.

**Buena:** El elemento de análisis presenta características eficientes, inversión y mantenimiento continuo, es altamente visual; satisface expectativas.

**Mala:** El elemento de análisis presenta características deficientes, inversión y mantenimiento mínima, aspecto visual poco atractivo; debe realizarse trabajos para su uso y disfrute.

**Inexistente:** no existe evidencia del elemento analizado.

**Excelente:** El elemento de análisis presenta características óptimas para uso y supera satisfacción y necesidades. Inversión, mantenimiento y evaluación en excelente estado.

<b>FICHA #5</b>		<b>Fecha De Levantamiento</b>		<b>NOVIEMBRE 21 DE 2020</b>					
<b>TITULO</b>		<b>GUIZHAGUIÑA</b>							
<b>ENCUESTADOR</b>		Equipo consultor (Diana Guartatanga -Sebastián Rivera- Gabriela Zúñiga- Javier Nieves)							
<b>IMAGEN</b>		<b>Fecha De Creación</b>		<b>MAYO DE 1969</b>					
	<b>Afluencia De Visitantes</b>		<b>Núm.</b>	<b>Inexistente</b>	<b>Regular</b>	<b>Buena</b>	<b>Mal</b>		
			50			X			
	<b>Categoría</b>		<b>CULTURAL</b>				<b>NATUR</b>		
			<b>Material</b>	X	<b>Inmaterial</b>				
	<b>Tipo</b>		Arquitectura						
	<b>Subtipo</b>		Espacio Público						
	<b>Jerarquía</b>		<b>Jerar. I</b>	<b>Jerar. II</b>	<b>Jerar. III</b>	<b>Jerar. IV</b>	<b>Rec ur.</b>		
				X					
	<b>Propietario</b>		GAD ZARUMA						
	<b>Ubicación</b>		Cantón de Zaruma.						
<b>Costo De Ingreso</b>		\$0.00			<b>Sin costo</b>				
					X				
<b>Vías De Acceso</b>		<b>VIA A LA PARROQUIA GUIZHAGUIÑA</b>							
<b>Reseña O Descripción Del Atractivo</b>		En la Parroquia Guizhaguina, podemos encontrar diferentes atractivos como el complejo arqueológico San Antonio, los petroglifos canelal, gruta de chinchilla, la cascada la chorrera, en la localidad también podemos observar fabricas artesanales de aguardiente, elaboración de quesos y los sembríos de café.							
<b>Oportunidades</b>		Se puede visitar el lugar para diferentes actividades como agroturismo, arqueología, trekking, camping, fotografía, se puede apreciar gran del entorno paisajístico y se puede realizar agroturismo en las fincas situadas dentro de la localidad							
<b>Evaluación del Atractivo / Recurso</b>	<b>Accesibilidad</b>		<b>Conservación</b>		<b>Higiene y seguridad</b>		<b>Difusión</b>		<b>Actividades Ofertadas</b> Trekking. Camping. Fotografía. Arqueología. Agroturismo. Artesanías.
	Regular		Regular		Regular		Regular		
	Buena		Buena		Buena		Buena		
	Mala		Mala		Mala		Mala		
	Inexistente		Inexistente		Inexistente		Inexistente		
	Excelente		X	Excelente	X	Excelente	X	Excelente	

<p><b>Amenazas</b></p>	<p>Falta de presupuesto para la implementación de señalética e información dentro de la localidad, así como también falta el mantenimiento y construcción de senderos y camineras para el acceso a los lugares con gran potencial turístico en la zona. Estado vial en mal estado.</p>
<p style="text-align: center;"><u>Criterios de calificación:</u></p> <p><b>Regular:</b> El elemento de análisis presenta características eficientes, inversión y mantenimiento esporádico, es medianamente visual; puede realizarse mejoras.</p> <p><b>Buena:</b> El elemento de análisis presenta características eficientes, inversión y mantenimiento continuo, es altamente visual; satisface expectativas.</p> <p><b>Mala:</b> El elemento de análisis presenta características deficientes, inversión y mantenimiento mínima, aspecto visual poco atractivo; debe realizarse trabajos para su uso y disfrute.</p> <p><b>Inexistente:</b> no existe evidencia del elemento analizado.</p> <p><b>Excelente:</b> El elemento de análisis presenta características óptimas para uso y supera satisfacción y necesidades. Inversión, mantenimiento y evaluación en excelente estado.</p>	

<b>FICHA #6</b>	<b>Fecha De Levantamiento</b>	<b>NOVIEMBRE 21 DE 2020</b>					
<b>TITULO</b>	<b>ASENTAMIENTO PREHISPANICO DE HAUYQUICHUMA.</b>						
<b>ENCUESTADOR</b>	Equipo consultor (Diana Guartatanga -Sebastián Rivera- Gabriela Zúñiga- Javier Nieves)						
<b>IMAGEN</b>	<b>Fecha De Creación</b>	<b>MAYO DE 1969</b>					
	<b>Afluencia De Visitantes</b>	<b>Núm</b>	<b>Inexistente</b>	<b>Regular</b>	<b>Buena</b>	<b>Mala</b>	
		25			X		
	<b>Categoría</b>	<b>CULTURAL</b>			<b>NATURAL</b>		
		Material	X	Inmaterial			
	<b>Tipo</b>	Arquitectura					
	<b>Subtipo</b>	Área Patrimonial/Arqueológica					
	<b>Jerarquía</b>	<b>Jerar. I</b>	<b>Jerar. II</b>	<b>Jerar. III</b>	<b>Jerar. IV</b>	<b>Recur .</b>	
			X				
	<b>Propietario</b>	<b>GAD ZARUMA</b>					
		<b>Contacto</b>					
<b>Ubicación</b>	Cantón de Zaruma.						
<b>Costo De Ingreso</b>	\$0.00			<b>Sin costo</b>			
	X						
<b>Vías De Acceso</b>	<b>PARROQUIA HUERTAS</b>						
<b>Reseña o Descripción Del Atractivo</b>	Sitio de procedencia cañarí, con una antigüedad de más de 1.000 años es un complejo arqueológico compuesto por un singular número de terrazas agrícolas, usadas para los sembríos de maíz, café y los diferentes complejos arquitectónicos.						
<b>Oportunidades</b>	Se puede visitar el lugar para diferentes actividades arqueología, trekking, camping, fotografía, y conocer un poco más de los lugares escondidos de Zaruma						
<b>Evaluación del Atractivo/ Recurso</b>	<b>Accesibilidad</b>	<b>Conservación</b>		<b>Higiene y seguridad</b>		<b>Difusión</b>	<b>Actividades Ofertadas</b> Trekking. Camping. Fotografía. Arqueología.
	Regular		Regular		Regular		
	Buena		Buena		Buena		
	Mala		Mala		Mala		
	Inexistente		Inexistente		Inexistente		
	Excelente	X	Excelente	X	Excelente	X	
<b>Amenazas</b>	<p>Falta de presupuesto para la implementación de señalética e información dentro de la localidad.</p> <p>Falta el mantenimiento y construcción de senderos y camineras para el acceso a los lugares con gran potencial turístico en la zona.</p> <p>Inexistencia de guías</p> <p>Destrucción de muros por maleza natura.</p> <p>Desconociendo de antecedentes históricos</p> <p>Falta de administración del recurso.</p>						

Criterios de calificación:

**Regular:** El elemento de análisis presenta características eficientes, inversión y mantenimiento esporádico, es medianamente visual; puede realizarse mejoras.

**Buena:** El elemento de análisis presenta características eficientes, inversión y mantenimiento continuo, es altamente visual; satisface expectativas.

**Mala:** El elemento de análisis presenta características deficientes, inversión y mantenimiento mínima, aspecto visual poco atractivo; debe realizarse trabajos para su uso y disfrute.

**Inexistente:** no existe evidencia del elemento analizado.

**Excelente:** El elemento de análisis presenta características óptimas para uso y supera satisfacción y necesidades. Inversión, mantenimiento y evaluación en excelente estado.

## 2.2.2 Recursos y atractivos naturales de Zaruma.

Los recursos turísticos que posee el Cantón Zaruma se deben principalmente a su relieve, que está conformado por una gran variedad de formas, que es el resultado de factores erosivos, sedimentarias y técnicos, por lo cual su topografía es escarpada. El 75% del terreno es irregular es decir presenta elevaciones y depresiones. El cantón se encuentra ubicado en una zona montañosa que forma parte de la cordillera de Vizcaya, la cual es una derivación de la cordillera de los andes, el cantón se encuentra conformado por valles profundos y encañonados.

Tabla 2

Rango Altitudinal de pendientes Zaruma

Rango de Pendiente	Descripción	Hectáreas	%
0-2%	Plano	7772,051	12%
2-5%	Suave	4451,442	7%
5-12%	Muy Suave	8214,228	13%
12-25%	Media	10676,39	16%
25-40%	Media Fuerte	8360,598	13%
40-70%	Fuerte	10065,39	15%
Más de 70%	Escarpada	15568,52	24%
Sin información		50,5	0%
		65159,12	100%

Fuente: IGM Elaborado por: INTEGRARCONINCA CIA LTDA.

Este Cantón presenta pendientes pronunciadas lo que corresponde al 24 % del territorio cantonal, seguido con una pendiente y media lo cual involucra el 25 % del territorio y finalmente la estén pendientes fuertes sobre el 15 % del área cantonal. Zaruma involucra suelos climáticos que van desde los 500 a los 3500 msnm, esto incluye: cimas, laderas, mesetas y valles de diversas características biológicas y geográficas.

La hidrografía es otro factor de gran importancia que dota al territorio de atractivos como ríos, que son utilizados como balnearios, cascadas y otras fuentes hídricas de las que se beneficia también el agroturismo. Dentro del Cantón Zaruma existen siete sus cuencas hidrográficas distribuidas a lo largo de la localidad lo cual involucra a sus cuencas de los ríos: ríos Uchucay, Ganacay, Chillayacu y drenajes menores que pertenecen a la cuenca del río Puyango y las subcuencas de los ríos Calera, Amarillo y Luis que pertenecen a la cuenca del río Jubones. (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, 2015)

Los principales ríos del cantón son:

- ✓ Salvias
- ✓ El Guando
- ✓ El Salado
- ✓ Ortega
- ✓ Amarillo.

<b>FICHA #1</b>	<b>Fecha De Levantamiento</b>	<b>NOVIEMBRE 21 DE 2020</b>							
<b>TITULO</b>	<b>CERRO ZARUMA URCU</b>								
<b>ENCUESTADOR</b>	Equipo consultor (Diana Guartatanga -Sebastián Rivera- Gabriela Zúñiga- Javier Nieves)								
<b>IMAGEN</b>	<b>Fecha De Creación</b>	N/A							
	<b>Afluencia De Visitantes</b>	<b>Núm.</b>	<b>Inexistente</b>	<b>Regular</b>	<b>Buena</b>	<b>Mala</b>			
		80			X				
	<b>Categoría</b>	<b>CULTURAL</b>				<b>NATURAL</b>			
		<b>Materia I</b>		<b>Inmaterial</b>		X			
	<b>Tipo</b>	MONTAÑAS							
	<b>Subtipo</b>	Baja Montaña							
	<b>Jerarquía</b>	<b>Jerar. I</b>	<b>Jerar. II</b>	<b>Jerar. III</b>	<b>Jerar. IV</b>	<b>Recur.</b>			
			X						
	<b>Propietario</b>				<b>Contacto</b> Mónica Maza 0983126078				
	<b>Ubicación</b>	Ciudad de Zaruma.							
<b>Costo De Ingreso</b>	\$0.00			<b>Sin costo</b>					
	X								
<b>Vías De Acceso</b>	VIA ZARUMA -PACCHA								
<b>Reseña o Descripción Del Atractivo</b>	Cerro Zaruma Urcu, un mirador, en donde se puede apreciar el atardecer y la vista panorámica de la parte oeste de la ciudad.								
<b>Oportunidades</b>	Se puede visitar el lugar para diferentes actividades como trekking, camping, fotografía, se puede apreciar gran parte de la ciudad y sus Cantones aledaños.								
<b>Evaluación del Atractivo o Recurso</b>	<b>Accesibilidad</b>		<b>Conservación</b>		<b>Higiene y seguridad</b>		<b>Difusión</b>		<b>Actividades Ofertadas</b>  Trekking. Camping. Fotografía.
	Regular		Regular		Regular		Regular		
	Buena		Buena		Buena		Buena		
	Mala		Mala		Mala		Mala		
	Inexistente		Inexistente		Inexistente		Inexistente		
	Excelente	X	Excelente	X	Excelente	X	Excelente	X	
<b>Amenazas</b>	Falta de presupuesto para la construcción de senderos y camineras para el acceso al lugar.								

Criterios de calificación:

**Regular:** El elemento de análisis presenta características eficientes, inversión y mantenimiento esporádico, es medianamente visual; puede realizarse mejoras.

**Buena:** El elemento de análisis presenta características eficientes, inversión y mantenimiento continuo, es altamente visual; satisface expectativas.

**Mala:** El elemento de análisis presenta características deficientes, inversión y mantenimiento mínima, aspecto visual poco atractivo; debe realizarse trabajos para su uso y disfrute.

**Inexistente:** no existe evidencia del elemento analizado.

**Excelente:** El elemento de análisis presenta características óptimas para uso y supera satisfacción y necesidades. Inversión, mantenimiento y evaluación en excelente estado.

<b>FICHA #2</b>		<b>Fecha De Levantamiento</b>		<b>NOVIEMBRE 21 DE 2020</b>				
<b>TITULO</b>	<b>LAGUNA CHINCHILLA</b>							
<b>ENCUESTADOR</b>	Equipo consultor (Diana Guartatanga -Sebastián Rivera- Gabriela Zúñiga- Javier Nieves)							
<b>IMAGEN</b>	<b>Fecha De Creación</b>	1909						
	<b>Afluencia De Visitantes</b>	<b>Núm</b>	<b>Inexistente</b>	<b>Regular</b>	<b>Buena</b>	<b>Mala</b>		
		100			X			
	<b>Categoría</b>	<b>CULTURAL</b>				<b>NATURAL</b>		
		Material		Inmaterial		X		
	<b>Tipo</b>	<b>HIDRICO</b>						
	<b>Subtipo</b>	<b>LACUSTRE</b>						
	<b>Jerarquía</b>	<b>Jerar. I</b>	<b>Jerar. II</b>	<b>Jerar. III</b>	<b>Jerar. IV</b>	<b>Recurs.</b>		
			X					
	<b>Propietario</b>	GAD Municipal		<b>Contacto</b> Carlos Ochoa 0985183248				
	<b>Ubicación</b>	Parroquia Guizhaguiña						
<b>Costo De Ingreso</b>	\$0.00			<b>Sin costo</b>				
				X				
<b>Vías De Acceso</b>	<b>PARROQUIA GUIZHAGUIÑA</b>							
<b>Reseña o Descripción Del Atractivo</b>	Pertenece a la parroquia Guizhaguiña, limitando con las provincias de Loja y El Oro, ubicada a 3600 m.s.n.m en el lugar podemos encontrar una gran biodiversidad se puede acceder al lugar con un vehículo 4x4, puede realizar diferentes actividades recreacionales en el lugar.							
<b>Oportunidades</b>	Se puede visitar el lugar para diferentes actividades al aire libre, se puede apreciar su flora y fauna, endémica.							
<b>Evaluación del Atractivo/ Recurso</b>	<b>Accesibilidad</b>		<b>Conservación</b>		<b>Higiene y seguridad</b>		<b>Difusión</b>	<b>Actividades Ofertadas</b>
	Regular		Regular		Regular		Regular	Trekking Camping Fotografía.
	Buena	X	Buena		Buena		Buena	
	Mala		Mala		Mala		Mala	
	Inexistente		Inexistente		Inexistente		Inexistente	
	Excelente		Excelente	X	Excelente	X	Excelente	

<b>Amenazas</b>	<p>Poca difusión del atractivo, falta de presupuesto para la conservación de los diferentes senderos del lugar.</p> <p>Inexistencia de Guías operadores bilingües.</p> <p>Falta de infraestructura turística</p>
<p><u>Criterios de calificación:</u></p> <p><b>Regular:</b> El elemento de análisis presenta características eficientes, inversión y mantenimiento esporádico, es medianamente visual; puede realizarse mejoras.</p> <p><b>Buena:</b> El elemento de análisis presenta características eficientes, inversión y mantenimiento continuo, es altamente visual; satisface expectativas.</p> <p><b>Mala:</b> El elemento de análisis presenta características deficientes, inversión y mantenimiento mínima, aspecto visual poco atractivo; debe realizarse trabajos para su uso y disfrute.</p> <p><b>Inexistente:</b> no existe evidencia del elemento analizado.</p> <p><b>Excelente:</b> El elemento de análisis presenta características óptimas para uso y supera satisfacción y necesidades. Inversión, mantenimiento y evaluación en excelente estado.</p>	

<b>FICHA #4</b>		<b>Fecha De Levantamiento</b>		<b>NOVIEMBRE 21 DE 2020</b>					
<b>TITULO</b>		<b>CERRO CALVARIO</b>							
<b>ENCUESTADOR</b>		Equipo consultor (Diana Guartatanga -Sebastián Rivera- Gabriela Zúñiga- Javier Nieves)							
<b>IMAGEN</b>		<b>Fecha De Creación</b>		1909					
		<b>Afluencia De Visitantes</b>		<b>Núm.</b>	<b>Inexistente</b>	<b>Regular</b>	<b>Buena</b>	<b>Mal a</b>	
				100			X		
		<b>Categoría</b>		<b>CULTURAL</b>			<b>NATURAL</b>		
				Material		Inmaterial			X
		<b>Tipo</b>		Montaña					
		<b>Subtipo</b>		Baja Montaña					
		<b>Jerarquía</b>		<b>Jerar . I</b>	<b>Jerar. II</b>	<b>Jerar. III</b>	<b>Jerar . IV</b>	<b>Recur .</b>	
					X				
		<b>Propietario</b>					<b>Contacto</b> Mónica Maza 0983126078		
<b>Ubicación</b>		Ciudad de Zaruma.							
<b>Costo De Ingreso</b>		\$0.00			<b>Sin costo</b> X				
<b>Vías De Acceso</b>		Vía al mirador el calvario.							
<b>Reseña O Descripción Del Atractivo</b>		Conocido como el guardián de la ciudad de Zaruma es un mirador, muy visitado, se puede apreciar gran parte de la ciudad y su entorno paisajístico. Y visitar la cruz edificada en este lugar.							
<b>Oportunidades</b>		Se puede visitar el lugar para diferentes actividades como trekking, parapente, fotografía, se puede apreciar gran parte de la ciudad. Zona ideal para vuelos de dron.							
<b>Evaluación del Atractivo/ Recurso</b>		<b>Accesibilidad</b>		<b>Conservación</b>		<b>Higiene y seguridad</b>		<b>Difusión</b>	<b>Actividades Ofertadas</b>
		Regular		Regular		Regular		Regular	Trekking Parapente Fotografía.
		Buena		Buena		Buena		Buena	
		Mala		Mala		Mala		Mala	
		Inexistente		Inexistente		Inexistente		Inexistente	
		Excelente		Excelente		Excelente		Excelente	
<b>Amenazas</b>		Falta de presupuesto para la construcción de senderos y camineras para el acceso al lugar. Falta de señalética. Vía de acceso de tercer orden							

Criterios de calificación:

**Regular:** El elemento de análisis presenta características eficientes, inversión y mantenimiento esporádico, es medianamente visual; puede realizarse mejoras.

**Buena:** El elemento de análisis presenta características eficientes, inversión y mantenimiento continuo, es altamente visual; satisface expectativas.

**Mala:** El elemento de análisis presenta características deficientes, inversión y mantenimiento mínima, aspecto visual poco atractivo; debe realizarse trabajos para su uso y disfrute.

**Inexistente:** no existe evidencia del elemento analizado.

**Excelente:** El elemento de análisis presenta características óptimas para uso y supera satisfacción y necesidades. Inversión, mantenimiento y evaluación en excelente estado.

<b>FICHA #4</b>		<b>FECHA DE LEVANTAMIENTO</b>		<b>NOVIEMBRE 20 DE 2020</b>				
<b>TITULO</b>		<b>CERRO DE ARCOS.</b>						
<b>ENCUESTADOR</b>		Equipo consultor (Diana Guartatanga -Sebastián Rivera- Gabriela Zúñiga- Javier Nieves)						
<b>IMAGEN</b>		<b>Fecha De Creación</b>		<b>MAYO DE 1969</b>				
	<b>Afluencia De Visitantes</b>		<b>Núm.</b>	<b>Inexistente</b>	<b>Regular</b>	<b>Buena</b>	<b>Mala</b>	
			10			X		
	<b>Categoría</b>		<b>CULTURAL</b>			<b>NATURAL</b>		
			Material		Inmaterial		X	
	<b>Tipo</b>		Montaña					
	<b>Subtipo</b>		Media Montaña					
	<b>Jerarquía</b>		<b>Jerar. I</b>	<b>Jerar. II</b>	<b>Jerar. III</b>	<b>Jerar. IV</b>	<b>Recur.</b>	
				X				
	<b>Propietario</b>		PROV. EL ORO			<b>Contacto</b> Bernardo Guía 0980349678		
<b>Ubicación</b>		LIMITE INTERPROVINCIAL ENTRE EL ORO Y LOJA.						
<b>Costo De Ingreso</b>		\$0.00			<b>Sin costo</b> X			
<b>Vías De Acceso</b>		<b>CANTÓN ZARUMA-</b>						
<b>Reseña O Descripción Del Atractivo</b>		A 3600 y 4000 m.s.n.m un hermoso lugar para apreciar el hermoso paisaje que nos brinda la montaña, majestuosas formaciones rocosas en forma de arcos por las cuales se da su nombre a la montaña, podemos también encontrar figuras antropomorfas en las rocas es un sitio ideal para realizar turismo de aventura.						
<b>Oportunidades</b>		Es el lugar ideal para realizar turismo de aventura y poder apreciar sus piedras en formas de arcos con un entorno paisajístico singular. Sitio especial para observa flora y fauna, turismo de naturaleza.						
<b>Evalua ción del Atracti vo/ Recurs o</b>	<b>Accesibilidad</b>		<b>Conservación</b>		<b>Higiene y seguridad</b>		<b>Difusión</b>	<b>Actividades Ofertadas</b> Trekking. Camping. Fotografía. Senderismo.
	Regular		Regular		Regular		Regular	
	Buena		Buena		Buena		Buena	
	Mala		Mala		Mala		Mala	
	Inexistente		Inexistente		Inexistente		Inexistente	
	Excelente		Excelente		Excelente		Excelente	
<b>Amenazas</b>		El atractivo actualmente se encuentra en disputa entre la Provincia de El Oro y Loja para concretar su pertenecía, esto hace que el atractivo no pueda ser aprovechado por ninguna de las dos provincias y generaría una falta de información importante al turista.						

	<p>Existe únicamente un guía que labora empíricamente en el lugar  Distancia frente al poblado de Zaruma.  Vías de acceso de tercer orden</p>
<p style="text-align: center;"><u>Criterios de calificación:</u></p> <p><b>Regular:</b> El elemento de análisis presenta características eficientes, inversión y mantenimiento esporádico, es medianamente visual; puede realizarse mejoras.</p> <p><b>Buena:</b> El elemento de análisis presenta características eficientes, inversión y mantenimiento continuo, es altamente visual; satisface expectativas.</p> <p><b>Mala:</b> El elemento de análisis presenta características deficientes, inversión y mantenimiento mínima, aspecto visual poco atractivo; debe realizarse trabajos para su uso y disfrute.</p> <p><b>Inexistente:</b> no existe evidencia del elemento analizado.</p> <p><b>Excelente:</b> El elemento de análisis presenta características óptimas para uso y supera satisfacción y necesidades. Inversión, mantenimiento y evaluación en excelente estado.</p>	

<b>FICHA #5</b>		<b>FECHA DE LEVANTAMIENTO</b>		<b>NOVIEMBRE 21 DE 2020</b>						
<b>TITULO</b>		<b>CERRO CHIVATURCO</b>								
<b>ENCUESTADOR</b>		Equipo consultor (Diana Guartatanga -Sebastián Rivera- Gabriela Zúñiga- Javier Nieves)								
<b>IMAGEN</b>		<b>Fecha De Creación</b>		MAYO DE 1969						
		<b>Afluencia De Visitantes</b>		<b>Núm</b>	<b>Inexistente</b>	<b>Regular</b>	<b>Buena</b>	<b>Mala</b>		
							X			
		<b>Categoría</b>		<b>CULTURAL</b>				<b>NATURA L</b>		
				Material		Inmaterial		X		
		<b>Tipo</b>		Montaña						
		<b>Subtipo</b>		Media Montaña						
		<b>Jerarquía</b>		<b>Jerar. I</b>	<b>Jerar. II</b>	<b>Jerar. III</b>	<b>Jerar. IV</b>	<b>Recur.</b>		
					X					
		<b>Propietario</b>		GAD ZARUMA			<b>Contacto</b>			
		<b>Ubicación</b>		Cantón de Zaruma.						
<b>Costo De Ingreso</b>		\$0.00			<b>Sin costo</b>					
								X		
<b>Vías De Acceso</b>		PARROQUIA SALVIAS.								
<b>Reseña o Descripción Del Atractivo</b>		Mirador natural, que permite tener otra perspectiva de la ciudad de Zaruma el viaje hace este hermoso cerro se puede observar hermosos paisajes con bosques y cascadas se puede visitar en cualquier época del año.								
<b>Oportunidades</b>		Se puede visitar el lugar para diferentes actividades arqueología, trekking, camping, fotografía, realizando una caminata de aproximadamente 2 horas.								
<b>Evaluación del Atractivo/ Recurso</b>		<b>Accesibilidad</b>		<b>Conservación</b>		<b>Higiene y seguridad</b>		<b>Difusión</b>		<b>Actividades Ofertadas</b> Trekking. Camping. Fotografía. Arqueología.
		Regular		Regular		Regular		Regular		
		Buena		Buena		Buena		Buena		
		Mala		Mala		Mala		Mala		
		Inexistente		Inexistente		Inexistente		Inexistente		
		Excelente		X	Excelente	X	Excelente	X	Excelente	
<b>Amenazas</b>		Falta de presupuesto para la implementación de señal ética e información dentro de la localidad, así como también falta el mantenimiento y construcción de senderos y camineras para el acceso a los lugares con gran potencial turístico en la zona.								

### Criterios de calificación:

**Regular:** El elemento de análisis presenta características eficientes, inversión y mantenimiento esporádico, es medianamente visual; puede realizarse mejoras.

**Buena:** El elemento de análisis presenta características eficientes, inversión y mantenimiento continuo, es altamente visual; satisface expectativas.

**Mala:** El elemento de análisis presenta características deficientes, inversión y mantenimiento mínima, aspecto visual poco atractivo; debe realizarse trabajos para su uso y disfrute.

**Inexistente:** no existe evidencia del elemento analizado.

**Excelente:** El elemento de análisis presenta características óptimas para uso y supera satisfacción y necesidades. Inversión, mantenimiento y evaluación en excelente estado.

<b>FICHA #6</b>	<b>Fecha De Levantamiento</b>	<b>NOVIEMBRE 21 DE 2020</b>							
<b>TITULO</b>	<b>CASCADA CHORRO BLANCO.</b>								
<b>ENCUESTADOR</b>	Equipo consultor (Diana Guartatanga -Sebastián Rivera- Gabriela Zúñiga- Javier Nieves)								
<b>IMAGEN</b>	<b>Fecha De Creación</b>	<b>MAYO DE 1969</b>							
	<b>Afluencia De Visitantes</b>	<b>Núm.</b>	<b>Inexistente</b>	<b>Regular</b>	<b>Buena</b>	<b>Mala</b>			
					X				
	<b>Categoría</b>	<b>CULTURAL</b>			<b>NATURAL</b>				
		Material		Inmaterial		X			
	<b>Tipo</b>	Ríos							
	<b>Subtipo</b>	Cascada							
	<b>Jerarquía</b>	<b>Jerar. I</b>	<b>Jerar. II</b>	<b>Jerar. III</b>	<b>Jerar. IV</b>	<b>Recur.</b>			
			X						
	<b>Propietario</b>	<b>GAD ZARUMA</b>							
	<b>Ubicación</b>	<b>Contacto</b> Cantón de Zaruma.							
<b>Costo De Ingreso</b>	\$0.00			<b>Sin costo</b>					
				X					
<b>Vías De Acceso</b>	<b>PARROQUIA SALVIAS.</b>								
<b>Reseña O Descripción Del Atractivo</b>	Hermosa cascada con una caída de agua impresionante de 100 metros su temperatura es de 28 grados centígrados, se encuentra en la parte posterior del cerro Chivaturco.								
<b>Oportunidades</b>	Es el lugar ideal para aventurarse y conocer esta hermosa cascada en donde podemos apreciar la flora y fauna del lugar se puede apreciar desde la parte alta de la cascada una vista espectacular para ver cuando cae el ocaso.								
<b>Evaluación del Atractivo/ Recurso</b>	<b>Accesibilidad</b>		<b>Conservación</b>		<b>Higiene y seguridad</b>		<b>Difusión</b>		<b>Actividades Ofertadas</b> Trekking. Camping. Fotografía.
	Regular		Regular		Regular		Regular		
	Buena		Buena		Buena		Buena		
	Mala		Mala		Mala		Mala		
	Inexistente		Inexistente		Inexistente		Inexistente		
	Excelente	X	Excelente	X	Excelente	X	Excelente	X	
<b>Amenazas</b>	Falda de difusión del atractivo e inclusión en las diferentes rutas promocionadas dentro de la localidad. Falta de señalética Privatización del atractivo.								

Criterios de calificación:

**Regular:** El elemento de análisis presenta características eficientes, inversión y mantenimiento esporádico, es medianamente visual; puede realizarse mejoras.

**Buena:** El elemento de análisis presenta características eficientes, inversión y mantenimiento continuo, es altamente visual; satisface expectativas.

**Mala:** El elemento de análisis presenta características deficientes, inversión y mantenimiento mínima, aspecto visual poco atractivo; debe realizarse trabajos para su uso y disfrute.

**Inexistente:** no existe evidencia del elemento analizado.

**Excelente:** El elemento de análisis presenta características óptimas para uso y supera satisfacción y necesidades. Inversión, mantenimiento y evaluación en excelente estado.

<b>FICHA #7</b>	<b>FECHA DE LEVANTAMIENTO</b>	<b>NOVIEMBRE 21 DE 2020</b>						
<b>TITULO</b>	<b>CASCADA CHACA CAPAC.</b>							
<b>ENCUESTADOR</b>	Equipo consultor (Diana Guartatanga -Sebastián Rivera- Gabriela Zúñiga- Javier Nieves)							
<b>IMAGEN</b>	<b>Fecha De Creación</b>	<b>MAYO DE 1969</b>						
	<b>Afluencia De Visitantes</b>	<b>Núm</b>	<b>Inexistente</b>	<b>Regular</b>	<b>Buena</b>	<b>Mala</b>		
					X			
	<b>Categoría</b>	<b>CULTURAL</b>			<b>NATURAL</b>			
		Material	Inmaterial			X		
	<b>Tipo</b>							
	<b>Subtipo</b>							
	<b>Jerarquía</b>	<b>Jerar. I</b>	<b>Jerar. II</b>	<b>Jerar. III</b>	<b>Jerar. IV</b>	<b>Recur.</b>		
			X					
	<b>Propietario</b>	GAD ZARUMA		<b>Contacto</b>				
	<b>Ubicación</b>	Cantón de Zaruma.						
<b>Costo De Ingreso</b>					<b>Sin costo</b>			
					X			
<b>Vías De Acceso</b>	<b>PARROQUIA SALVIAS.</b>							
<b>Reseña O Descripción Del Atractivo</b>	La cascada de Chaca Cápac muy significativa para la era incásica ya que se creía que sus aguas eran medicinales, teniendo en cuenta que la cascada tiene una caída de agua de aproximadamente 60 metros sus aguas cristalinas acompañan a la cascada la convierten en uno de los atractivos más imponentes del Cantón Zaruma.							
<b>Oportunidades</b>	Es el lugar ideal para aventurarse y conocer esta hermosa cascada en donde podemos observar su belleza e imponencia razón principal para visitarla. Guías locales desarrollan agroturismo complementario.							
<b>Evalua ción del Atracti vo/ Recurs o</b>	<b>Accesibilidad</b>		<b>Conservación</b>		<b>Higiene y seguridad</b>		<b>Difusión</b>	<b>Actividades Ofertadas</b>
	Regular		Regular		Regular		Regular	Trekking. Camping. Fotografía. Senderismo.
	Buena		Buena		Buena		Buena	
	Mala		Mala		Mala		Mala	
	Inexistente		Inexistente		Inexistente		Inexistente	
	Excelente	X	Excelente	X	Excelente	X	Excelente	
<b>Amenazas</b>	Falda de difusión y promoción del atractivo. Vías en mal acceso Falta de señalética							

Criterios de calificación:

**Regular:** El elemento de análisis presenta características eficientes, inversión y mantenimiento esporádico, es medianamente visual; puede realizarse mejoras.

**Buena:** El elemento de análisis presenta características eficientes, inversión y mantenimiento continuo, es altamente visual; satisface expectativas.

**Mala:** El elemento de análisis presenta características deficientes, inversión y mantenimiento mínima, aspecto visual poco atractivo; debe realizarse trabajos para su uso y disfrute.

**Inexistente:** no existe evidencia del elemento analizado.

**Excelente:** El elemento de análisis presenta características óptimas para uso y supera satisfacción y necesidades. Inversión, mantenimiento y evaluación en excelente estado.

## 2.3 Prestadores de servicios y planta turística del cantón.

### ALOJAMIENTO

En cuanto al área de alojamiento, encontramos que Zaruma cuenta con establecimientos ubicados únicamente dentro de la parroquia urbana del cantón, los cuales entran en una categoría de 2 a 3 estrellas, aunque estos frente a una evaluación internacional no contarían con dicha clasificación porque al no estar bien reguladas, el manejo empírico prevalece en esta área turística.

Tabla 3

Catastro de establecimiento de alojamientos Zaruma

Establecimientos de Alojamiento en Zaruma							
Alojamiento							
Hotel	Propietario	Dirección	Categoría	Habitación	Plaza	Mesas	Teléfono
Roland	José Wenceslao Motoche Calozuma	Av. Alonso de Mercadillo	Segunda	34	73	12	2972800
Hostal							
Blacio	Rolando de Jesús Blacio Aguilar	Av. El Sexmo y Sucre N° 015	Primera	15	31		2972045
Águila Dorada	Carlos Roberto Valdiviezo Leroux	Sucre 154/156	Segunda	13	30		2972755

Romería Hostal	Rómulo Iván Romero Rodríguez	Plaza de la Independencia y 9 de Octubre	Segunda	13	27	07	2973618
Cerro de Oro	Gonzalo Francisco Zambrano Loaiza	Calle Sucre	Primera	15	30	04	2972505
<b>Hostería</b>							
Tierra Linda Mi Zaruma	Oswaldo Alfredo Valarezo Toro	Barrio Ramírez Pamba vía a Palosolo	Segunda	06	21		0700885890001
Las Cabañas de San Juan	Carlos Efraín Macas Pillajo	San Juan de Bellavista vía Güizhagüña	Segunda	06	12		1101920278001
El Jardín	Jorge Arturo Guzmán Sotomayor	Av. Isidro Ayora-Barrio Limoncito	Segunda	08	24	06	0700834047001

## SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Los establecimientos de alimentos y bebidas son de gran variedad. Sin embargo, algunos de ellos no se encuentran en el catastro actualizado porque han surgido como pequeños emprendimientos que buscan captar y atender la nueva demanda turística, el GAD municipal en busca de innovar dichos lugares, ha creado la opción de digitalizar el menú y ponerlos dentro del mapa turístico de la zona, calificándoles por bares, restaurantes, cafeterías, y lugares ambulantes o de comida típica.

- ✓ Restaurante Vero
- ✓ Restaurante El Mirador
- ✓ Restaurante Saboy
- ✓ Restaurante Sabor Tropical
- ✓ Cafetería La Romera
- ✓ Café Tradicional
- ✓ Zaruma Grill
- ✓ Zappuchino

- ✓ Cafetería Zarumeñita
- ✓ Cafetería la tradicional
- ✓ Papitas
- ✓ Zero´s Fast Food
- ✓ Finca la Cascada

Cuando hablamos de la interpretación hacemos referencia a una de las actividades turísticas cuyo servicio se basa en la comunicación, entendido como el arte de transmitir intelectual, presencial y emocionalmente a los turistas el significado e información relevante sobre los atractivos visitados.

En cuanto a los guías nacionales certificados del cantón, podemos encontrar que a nivel nacional 4 de ellos son pertenecientes al Cantón Zaruma. Para conocer quienes prestan este servicio dentro de la industria turística debemos saber que “El intérprete puede ser una persona que trabaja directa o indirectamente en la atención de visitantes en un lugar determinado. Generalmente, se relaciona con un público no cautivo”. (Mincetur; PDRS; GIZ, 2011)

En base dicha definición podemos establecer que dichas personas son mediadores entre los turistas y el espacio que se visita. El servicio brindado es con la finalidad de transmitir la significancia de los atractivos sea culturales o naturales, además de facilitar la comprensión sobre antecedentes históricos y la situación actual de dichos atractivos. Además, el intérprete Indirectamente se vuelve un ente de promoción directa de los atractivos de un territorio determinado y también se los denomina guías de turismo. Los guías formalmente certificados por el MINTUR son:

NOMBRES	CLASIFICACIÓN	PROVINCIA	CANTÓN
Castillo Espinoza Tito Livio	GUÍA LOCAL	EL ORO	ZARUMA
Pineda Asanza Fernando Enrique	GUÍA LOCAL	EL ORO	ZARUMA
Valdiviezo Rogel Karla Andrea	GUÍA LOCAL	EL ORO	ZARUMA
Cerezo Hurtado Fredy Lizardo	GUÍA LOCAL	EL ORO	ZARUMA

## INTERMEDIACIÓN

Catastro – operación (agencias de viaje)

NOMBRE	NÚMERO	DIRECCIÓN
Jacky Travel CIA. LTDA.	2972734	Bolívar s/n

Según la investigación en el ámbito de agencias de viaje, Zaruma posee una lo cual indica una carencia en el mismo.

## TRANSPORTE

El Transporte en la ciudad de Zaruma se divide en dos el terrestre, que puede ser público, privado o turístico, pues son las dos únicas formas de acceder a la ciudad, en Cantón la entidad reguladora del transporte es la SIMERTZA y la Agencia Nacional de Transito, la Atenas del Ecuador, cuenta con un sistema articulado de transporte que busca garantizar la libre movilidad de las personas.

### TRANSPORTE TERRESTRE:

El cantón posea una clasificación de transporte, que se subdivide en Taxi convencional, Transporte Escolar e Institucional, Fletes y Turismo, Transporte Mixto, Carga Liviana, Carga Pesada, Bus Urbano y Micro regional y Bus Inter parroquial. (ATM, 2014)

Zaruma cuenta con carreteras de fácil acceso totalmente asfaltadas, que durante todo el año no presenta derrumbes ni interrupciones.

Tabla 4

Distancias de poblaciones cercanas a Zaruma

Vía terrestre	Distancia (km)	Tiempo
Machala a Zaruma	115 km	2H03
Quito a Zaruma	604 km	2H25

Piñas a Zaruma	14 km	15 minutos
Portovelo a Zaruma	7 km	8 minutos
Loja a Zaruma	125 km	2H13
Cuenca a Zaruma	275 km	4H35
Guayaquil a Zaruma	285 km	4H45

El Cantón Zaruma no cuenta con un terminal terrestre para el embarque y desembarque óptimo de pasajeros y carga. A Zaruma se puede acceder únicamente por vía terrestre entre las cuales las principales líneas de transporte parten desde la ciudad de machada, Quito, Santa Rosa, Cuenca, Guayaquil, Loja y Piñas siendo la más distante la capital de la República del Ecuador a 604 km. Sin embargo, las frecuencias más comunes parte desde la ciudad de Machala, con una distancia de 115 km. Las frecuencias de transporte son las siguientes:

#### Ilustración 1

#### Cronograma de transporte publico terrestre Zaruma

RUTAS		TURNOS POR DÍA
Zaruma	Machala (Directo)	06:45 a.m. 07:45 a.m. 12:45 p.m. 17:45 p.m.
Zaruma	Machala	Desde las: 03:00 a.m. cada hora hasta hasta las 18:00 p.m.
Zaruma	Quito	17:00 p.m. 17:30 p.m. 18:00 p.m.
Zaruma	Guayaquil	00:00 a.m. 02:00 a.m. 03:45 a.m. 09:00 a.m. 14:00 p.m.
Zaruma	Loja	03:00 a.m. 06:00 a.m.
Zaruma	Cuenca	00:30 a.m.
Zaruma	Huaquillas	04:15 a.m.

Tabla 5

Cooperativas de transporte Zaruma

Cooperativa de transporte turístico
Cooperativa TAC
Cooperativa Ciudad de Piñas
Cooperativa Taxis de Zaruma
Cooperativa Paccha

Existen distintas cooperativas que, aunque no sean de transporte turístico nos permiten llegar al cantón desde otras provincias, entre ellos encontramos las distintas cooperativas detalladas cuyos rangos van desde los \$9.00 dólares hasta \$11.00, sin embargo, si se va en taxi los precios suelen ser por día cada día alrededor de \$45 o \$55 dependiendo la cantidad de pasajeros.

## Conclusiones

El sistema turístico de Zaruma es uno de los factores primordiales de análisis para poder evaluar modelos de gestiones anteriores y plantear un Plan de Desarrollo centrado en el fortaleciendo de la declaratoria de Pueblo Mágico, la cual, a más de los propósitos generales a nivel nacional, también tiene propósitos locales en aspectos económicos, sociales, culturales, ambientales y políticos.

El análisis de los dos principales componentes de sistema turismo zarumeño, es decir, la oferta y la demanda, nos establecen que en la actualidad los establecimientos de transporte, alojamiento, alimentos y bebidas cuentan con una capacidad receptiva suficiente para ala actual demanda, pues se cuenta con una diversidad de categorías que varían en costos y calidad de servicios; siendo el más alto para una categoría intermedia o tres estrellas.

No obstante, los componentes de operación e interpretación evidencian una carencia de gestión grande. La escasez de guías bilingües y de operadoras de turismo, generan que la única forma de visitar el Catón sea por una autoguianza que resulta un poco complejo en el área rural debido a la escasa señalética turística.

Tras el análisis de los recursos turísticos, tanto naturales como culturales, se evidencia un alto potencial, que para que pueda ser aprovechado eficazmente se debe planificar un desarrollo que vincule la riqueza cultural, ubicada en la zona urbana del Cantón, con los atractivos rurales que permitirían también dinamizar la afluencia turística en zonas rurales, generando dinamización de economía e impulso a los microemprendimientos y agroturismo.

Finalmente, en este capítulo se evidencia una recopilación técnica de los principales recursos turísticos, obteniendo una evaluación de factores como accesibilidad, seguridad, difusión y clasificación que demuestra que para que mucho de estos, que se encuentran en áreas rurales tiene grado alto de vulnerabilidad, que puede ser subsanar, mediante una planificación que utilice la declaratoria para aumentar la afluencia turística y que con la gestión pública se promueva la inversión y se pueda auto-gestionar atractivos y operarlos de tal forma que será un factor de diferenciación en el mercado nacional.

## **CAPÍTULO 3**

### **3. Plan de desarrollo turístico del Cantón Zaruma, pueblo mágico del país y la socialización en el entorno.**

#### **Introducción**

El presente proyecto denominado plan de desarrollo turístico para el fortalecimiento de la declaratoria de pueblos mágicos cantón: Zaruma, provincia El Oro, tiene por finalidad impulsar la industria turística en la localidad, dando a conocer el potencial turístico del cantón, posicionándolo como nuevo destino dentro del mercado nacional y la consecuente continuación dentro del circuito de pueblos mágicos del país.

Los resultados esperados frente a la ejecución de esta planificación turística tienen como fin que el Cantón Zaruma, se posicione dentro de los principales destinos turísticos del Ecuador, bajo la temática de Pueblo Mágico. Los propósitos que conllevan a este proyecto buscan realizar una investigación bibliográfica y en base a la misma presentar un plan que contenga un levantamiento de todos los atractivos y recursos tanto culturales como naturales de la localidad y que los resultados se vean reflejados en un correcto manejo del destino turístico y que estos sean socializados de una forma eficaz y eficiente hacia todos los actores que intervienen dentro de la actividad turística.

El rendimiento proyectado para esta planificación, en aplicaciones físicas e intelectuales, es palpar que se desarrollen nuevos microemprendimientos, y se profesionalice la oferta y sistema turístico ya existente, a fin de que sean un destino competitivo tanto en calidad de servicios, atractivos, teniendo una correcta división de los mismos, para ello es preciso contar con una evaluación de la accesibilidad y conectividad, es decir, que contemplar el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad, también se espera que la planta turística y servicios puedan tener el conocimiento adecuado para ofertar equipamientos y la disponibilidad de servicios en el cantón.

Otro de los resultados que se esperan obtener es un óptimo estado de conservación e integración del sitio y entorno, que precautele la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, y que las autoridades por medio de políticas y regulaciones analicen y respalde en el ordenamiento territorial al turismo como una de las principales actividades económicas del cantón y velen con el posterior cumplimiento de

regulaciones para las actividades que se realizan en Zaruma en sus atractivos que deben crecer en jerarquías de clasificación de atractivos de acuerdo a lo establecido por el MINTUR:

Tabla 6

Descripción de Jerarquías atractivos turísticos MINTUR

JERARQUÍA	DESCRIPCIÓN
<b>Jerarquía IV</b>	Atractivo excepcional y de alta significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial).
<b>Jerarquía III</b>	Atractivo con rasgos excepcionales, capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros.
<b>Jerarquía II</b>	Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas nacionales.
<b>Jerarquía I</b>	Atractivo sin mérito suficiente para considerarlo al nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del Inventario de Atractivos Turísticos como elementos que complementen a otros de mayor jerarquía.
<b>Recurso</b>	Es un elemento natural o cultural que pueden motivar el desplazamiento, pero no se encuentran todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo.

*Fuente: Metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador 2017.*

En este proyecto pone en manifiesto lo importante que representa para la comunidad de Zaruma el adoptar un sistema de gestión eficiente para el reconocimiento de sus atractivos naturales y patrimonios materiales e inmateriales; capacitación de su sistema turístico existente para generar y posicionar al cantón como un destino competitivo a nivel nacional dentro del mercado turístico, lo que dará lugar a reconocer y promocionar conservación. La identificación, el sentido de pertenencia y la apropiación del significado e importancia de patrimonio en los habitantes del Cantón Zaruma, concordante con las actividades que fomenten el turismo cultural constituyen una plataforma sólida para el diseño de un plan de desarrollo turístico.

Finalmente, dentro del ámbito económico, evidenciar un surgimiento positivo de la industria turística en todas las áreas como: alimentos y bebidas, alojamiento, transportación, entretenimiento, interpretación para generar ingresos económicos que beneficien la calidad de vida de los moradores, debido a un manejo adecuado del destino como Pueblo Mágico bajo los estándares establecidos por el gobierno para todas las localidades que tengan esta atribución.

### **3.1 Plan integral turístico.**

El presente programa llamado “Realce de potencial turístico de Pueblo Mágico Zaruma, Ecuador”, tiene como propósito impulsar y lograr el desarrollo sustentable de una actividad turística dentro del cantón, la cual articule las demás actividades productivas como son: la agricultura, la minería, ganadería y los atractivos culturales y naturales que oferta el cantón en sus distintas parroquias, para poder atraer y diversificar el producto turístico de Zaruma y se desarrollen operadores que posicionen al cantón como nuevo destino cultural y natural dentro del mercado turístico nacional.

La búsqueda de un nuevo producto turístico a través de una minería, agroturismo y gastronomía vivencial, complementado con la oferta cultural nacionalmente reconocida, debe estar planificada para la continuación dentro de PPME, y desarrollar un destino competitivo basado en la previa capacitación de los prestadores de servicios para atender el sector turístico y, la promoción de su marca turística que facilite la difusión de atractivos.

La necesidad primordial del territorio nos evidencia que existen problemas que surgen entorno a la explotación minera ilegal que afecta a agricultores, ganaderos y prestadores de servicios turísticos ya que los impactos son geológicos, ambientales culturales y económicos, pues la gente prefiere dejar sus actividades tradicionales para trabajar en esta industria en busca de una mejora económica para sus familias lo que ocasiona también una pérdida cultural de todo el patrimonio tangible e intangible, aunque existe una valoración se evidencia la falta de productos estratégicos y rutas para que los turistas puedan visitar. Este programa busca realizar un rescate, desarrollar rutas que vinculen distintos atractivos del cantón generando productos para distintos targets de visitantes y se dé la dinamización social, cultural y económica del cantón vinculando a artesanos, prestadores de servicios, agricultoras y autoridades para posicionar a Zaruma como un pueblo mágico tanto por su riqueza cultural y natural.

### **3.1.1 Misión, visión y objetivos.**

#### **MISIÓN**

Ser una Guía que permita una intervención efectiva y el aprovechamiento sostenible de los recursos y atractivos turísticos de Cantón Zaruma a través de una propuesta metodológica que busca el fortalecimiento e innovación del sistema turístico y la participación e involucramiento de los actores locales, para el óptimo desarrollo del destino del Zaruma como Pueblo Mágico del Ecuador, con la articulación de los ejes de desarrollo económico, conservación ambiental y desarrollo sociocultural como emblema de la propuesta.

#### **VISIÓN**

En el 2023, desarrollar y ejecutar un plan de acción orientado a la gestión del destino turístico Zaruma, en base a su declaratoria como Pueblo Mágico a través del reconocimiento, promoción, y regeneración de los atractivos materiales e inmateriales, que rescatan la esencia minera y agrícola del territorio y que permita la difusión de su historia y su patrimonio, ofertando a los visitantes un nuevo destino nacional a través de la generación de experiencias genuinas, basadas en servicios y productos turísticos de calidad, donde se evidencie la vinculación y actuar conjunto de las áreas de alojamiento, alimentación, transporte y operación del cantón, comprometiéndose en impulsar la vocación turística de Zaruma generando así el progreso para la localidad, por medio del posicionamiento como un nuevo destino competitivo a nivel nacional.

#### **OBJETIVO PRINCIPAL**

Desarrollar una planificación turística para el fortalecimiento de la declaratoria de Pueblo Mágico del Cantón Zaruma, a través de una cultura de valorización y preservación del patrimonio característico del territorio, con la creación de productos que articulen los atractivos rurales, gastronomía, cultura y producción local, que genere una óptima difusión turística del cantón, juntamente con una capacitación del sector turístico para desarrollar potencial turístico.

#### **OBJETIVOS SECUNDARIOS**

- ✓ Gestión de destino para habilitación de atractivos rurales como complementación de la oferta turística cultural existente como medio de desarrollo de las parroquias rurales que ofertan atractivos y microemprendimientos.
  
- ✓ Crear rutas turísticas como itinerarios propuestos que articulen los productos turísticos de la zona como atractivos culturales y naturales, gastronomía, agroturismo que permita atraer y crear operadores que oferten la actividad turística a nivel nacional y dinamizar así la economía del lugar y contribuir a la preservación patrimonial.
  
- ✓ Impulsar la valorización local de la trascendencia cultural del cantón a través de promoción del destino como Pueblo Mágico del Ecuador a través de medios audiovisuales que proyecten las historias de vida, rasgos principales del patrimonio inmaterial de Zaruma.
  
- ✓ Desarrollo y mejora de planta turística existente por medio de la capacitación a prestadores de servicios para mejorar la atención al visitante y posicionar a Zaruma como un destino que acoge a sus turistas.

### **3.1.2 Herramientas de planificación aplicadas.**

La planificación de Zaruma a través de su declaratoria de Pueblo Mágico, requiere de la aplicación de herramientas que faciliten conocer el entorno, antecedentes históricos y planificaciones conjuntas para que el desarrollo sea sostenible y articular, en donde se evidencia un actuar conjunto de los distintos sectores productivos y económicos que integran el cantón.

En estas herramientas se aplica la identificación y clasificación de entes involucrados, determinación de situaciones actuales y factores de localización, evaluación dirección y control de FODA, en donde una vez identificado la situación actual y antecedentes se plantean estrategias operativas, funcionales y directivas que permitan generar los proyectos que integrarán la planificación propuesta.

Las herramientas constan de la aplicación de distintas matrices que a través de planteamientos, análisis de factores interno y externos benefician o perjudican al Cantón Zaruma deben ser tomados en cuenta al momento de realizar una planificación, para que esta sea amigable y benéfica hacia el territorio y todos los entes relacionados, los cuales cuentan con verificaciones numéricas y estadísticas que respaldan los resultados, además de la interpretación de los autores para su futura aplicación en los 4 proyectos programados.

## MATRIZ DE FACTORES DE LOCALIZACIÓN

Esta herramienta de diagnóstico permite analizar la situación de factores influyentes dentro del el territorio a ser planificado y conocer si tiene potencial o amenazas que puedan ser solucionadas con la propuesta dada.

Factores decisivos de localización		Puntuación	General
1	Existencia de vías de comunicación	3	5
2	seguridad de conducción	1	5
3	Intensidad de transito	3	5
4	Distancia con otros centros urbanos	1	5
5	Disponibilidad de agua	3	5
6	Disponibilidad de energía eléctrica	5	5
7	Disponibilidad de comunicaciones	4	5
8	Disponibilidad de terrenos	2	5
9	Atractivos turísticos	4	5
10	Condiciones sociales	3	5
11	Condiciones de Salubridad	4	5
12	Desarrollos circunvecinos	3	5
<b>SUMA</b>		<i>36</i>	<i>60</i>
<b>TOTAL</b>		<b>36</b>	

Factores importantes de localización		Puntuación	General
1	Proximidad a vías Principales	3	5
2	Costo del terreno	2	5
3	Condiciones de subsuelo	1	5
4	Topografía	1	5
<b>SUMA</b>		<i>7</i>	<i>20</i>
<b>TOTAL</b>		<b>10.5</b>	

EVALUACIÓN DE FACTORES	
PUNTOS	SIGNIFICADO DEL FACTOR
0	INEXISTENTE
1	POBRE
2	REGULAR
3	BUENO
4	EXCELENTE
5	ÓPTIMO

Factores deseables de localización		Puntuación	General
1	Disponibilidad de materiales e insumos	3	5
2	Mano de Obra	4	5
3	Condiciones meteorológicas	5	5
4	Manejo de aguas servidas	3	5
<b>SUMA</b>		<i>15</i>	<i>20</i>
<b>TOTAL</b>		<b>7.5</b>	

TABLA DE RESULTADOS DE LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN	
UBICACIÓN	PUNTUACIÓN TOTAL
Descartable	De 0 a 15
Malo	De 16 a 35
Regular	De 36 a 55
Bueno	De 56 a 75
Excelente	De 76 a 95
Optimo	De 96 a 100

<b>PUNTAJE TOTAL</b>	54
<b>ÁNALISIS</b>	Regular

La herramienta nos da a conocer que el Cantón Zaruma cuenta con un potencial que puede ser desarrollado para la actividad turística, pero también se diagnostica que existen elementos que son una desventaja competitiva como destino, pero al contar con una optimización de recursos, inversión y plan de manejo y difusión del destino puede posicionarse dentro del mercado laboral.

## MATRIZ DE FODA

Esta herramienta permite analizar las fortalezas, oportunidad, debilidades y amenazas identificadas en Zaruma como nuevo destino emergente dentro del mercado nacional y su relación a la declaratoria como Pueblo Mágico, para dinamizar la economía local y promover un desarrollo sostenible.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uso de la gastronomía para fomentar el turismo gastronómico hacía el territorio declarado pueblo mágico.</li> <li>• Articulación de las fincas para la realización de agroturismo</li> <li>• Obtención de un manual de servicio al cliente para los diferentes prestadores de servicios en el cantón.</li> <li>• Capacitación en gerencia de establecimientos turísticos a prestadores de servicios del catón.</li> <li>• Producción de material audiovisual para la difusión del valor turístico intrínseco del cantón.</li> <li>• Vinculación con las empresas mineras para realizar un turismo minero.</li> <li>• Aprovechamiento de la seguridad del cantón para la difusión de nuevo destino.</li> <li>• Patrimonio cultural y natural identificado para el aprovechamiento de la diversificación de la oferta</li> <li>• Zona templada que permite el aprovechamiento climático para presentar oferta turística durante todo el año</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Baja promoción de los diferentes establecimientos turísticos existentes en la localidad.</li> <li>• Manejo empírico de los prestadores de servicios</li> <li>• Falta de un centro de información e interacción al turista.</li> <li>• Falta de promoción y capacitación del agroturismo en la zona.</li> <li>• Desconocimiento de las artesanías de la localidad.</li> <li>• Dificultad de incentivar la valorización del cantón en la población juvenil.</li> <li>• Falta de señalética en atractivos turísticos</li> <li>• Inexistencia de itinerarios propuestos para visitantes que abarquen atractivos culturales y naturales.</li> <li>• Falta de operadores turísticos de Cuenca, Quito y Guayaquil con el producto Zaruma, Pueblo Mágico</li> <li>• Falta de definición de productos turísticos orientados a mercados potenciales como Cuenca y Guayaquil</li> </ul>

OPORTUNIDADES.	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Declaratoria del tigrillo como patrimonio inmaterial del Ecuador.</li> <li>• Incentivos gubernamentales para las localidades con la declaratoria de Pueblos Mágicos.</li> <li>• La socialización del valor cultural propio del cantón para la conservación y difusión por medio de los niños y jóvenes como embajadores de la marca turística.</li> <li>• La articulación de un comercio directo entre los diferentes productores de la localidad.</li> <li>• Percepción de la acogida y amabilidad de su gente hacia el turista.</li> <li>• Variedad de recursos turísticos pertenecientes al Cantón.</li> <li>• Bajos costos de movilización dentro del cantón.</li> <li>• Seguridad que brinda la ciudadanía hacia sus moradores y visitantes</li> <li>• Empoderamiento sobre la información cultural y turística del cantón por parte de la población</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Déficit de espacios para parqueo dentro de la ciudad.</li> <li>• Mal estado de las vías para el acceso a los diferentes atractivos.</li> <li>• Preferencia de la actividad minera frente a la agrícola por redito económico, lo que contribuye a la desaparición de productos locales propios para la gastronomía local.</li> <li>• Falta de cobertura por las empresas de telefonía móvil.</li> <li>• Disputa entre provincias Loja y El Oro por un atractivo turístico. (CERRO DE ARCOS)</li> <li>• Falta de conectividad con aeropuertos internacionales.</li> <li>• Escases de conexiones e infraestructura para transporte público que facilite el desplazamiento a partes periféricas del cantón.</li> <li>• Minería ilegal que amenaza la seguridad geológica del pueblo.</li> <li>• Escases de recursos económicos para inversión en desarrollo del cantón.</li> </ul>

Fortalezas	Uso de la gastronomía para fomentar el turismo gastronómico hacia el territorio declarado pueblo mágico.	Articulación de las fincas para la realización de agroturismo	Obtención de un manual de servicio al cliente para los diferentes prestadores de servicios en el cantón.	Capacitación en servicio al cliente y gerencia de establecimientos turísticos a prestadores de servicios del cantón.	Producción de material audiovisual para la difusión del valor turístico intrínseco del cantón.	Vinculación con las empresas mineras para realizar un turismo minero.	Aprovechamiento de la Seguridad del cantón para la difusión de nuevo destino.	Zona templada que permite el aprovechamiento climático para presentar oferta turística durante todo el año	Patrimonio cultural identificado para el aprovechamiento de la diversificación de la oferta	TOTAL
Uso de la gastronomía para fomentar el turismo gastronómico hacia el territorio declarado pueblo mágico.		1	1	1	0	1	1	0	1	6
Articulación de las fincas para la realización de agroturismo	0		1	0	1	0	1	1	1	5
Obtención de un manual de servicio al cliente para los diferentes prestadores de servicio en el cantón.	0	1		0	0	0	1	1	0	3
Capacitación en gerencia de establecimientos turísticos a prestadores de servicios del cantón.	0	1	1		1	0	1	1	1	6
Producción de material audiovisual para la difusión del valor turístico intrínseco del cantón.	1	0	1	0		1	1	1	0	5
Vinculación con las empresas mineras para realizar un turismo minero.	0	1	1	1	0		1	1	1	6
Aprovechamiento de la seguridad del cantón para la difusión de nuevo destino.	0	1	0	0	0	0		1	0	2
Zona templada que permite el aprovechamiento climático para presentar oferta turística durante todo el año	1	1	0	0	0	0	0		0	2
Patrimonio cultural y natural identificado para el aprovechamiento de la diversificación de la oferta	0	0	1	0	1	0	1	1		4

<b>OPORTUNIDADES</b>	Declaratoria del tigrillo como patrimonio inmaterial del Ecuador.	Incentivos gubernamentales para las localidades con la declaratoria de pueblos mágicos.	La socialización del valor cultural propio del cantón para la conservación y difusión por medio de los niños y jóvenes como embajadores de la marca turística.	La articulación de un comercio directo entre los diferentes productores de la localidad.	Percepción de la acogida y amabilidad de su gente hacia el turista.	Variedad de recursos turísticos pertenecientes al Cantón.	Bajos costos de movilización dentro del cantón.	Seguridad que brinda la ciudadanía hacia sus moradores y visitantes	Empoderamiento sobre la información cultural y turística del cantón por parte de la población	<b>TOTAL</b>
Declaratoria del tigrillo como patrimonio inmaterial del Ecuador.		0	0	0	1	0	1	1	0	3
Incentivos gubernamentales para las localidades con la declaratoria de pueblos mágicos.	1		1	1	1	0	1	1	0	6
La socialización del valor cultural propio del cantón para la conservación y difusión por medio de los niños y jóvenes como embajadores de la marca turística.	1	0		1	1	0	1	1	0	5
La articulación de un comercio directo entre los diferentes productores de la localidad.	1	0	0		1	0	1	1	0	4
Percepción de la acogida y amabilidad de su gente hacia el turista.	0	0	0	0		0	0	1	0	1
Variedad de recursos turísticos pertenecientes al Cantón.	1	1	1	1	1		0	0	1	6
Bajos costos de movilización dentro del cantón.	0	0	0	0	1	1		1	0	3
Seguridad que brinda la ciudadanía hacia sus moradores y visitantes	0	0	0	0	0	1	0		0	1
Empoderamiento sobre la información cultural y turística del cantón por parte de la población	1	1	1	1	1	0	1	1		7

Debilidades	Baja promoción de los diferentes establecimientos turísticos existentes en la localidad.	Manejo empírico de los prestadores de servicios	Falta de un centro de información e interacción al turista.	Falta de promoción del agroturismo en la zona.	Desconocimiento de las artesanías de la localidad.	Dificultad de incentivar la valorización del cantón en la población juvenil.	Falta de señalética en atractivos turísticos	Inexistencia de itinerarios propuestos para visitantes que abarquen atractivos culturales y naturales.	Falta de definición de productos turísticos orientados a mercados potenciales como Cuenca y Guayaquil	Falta de operadores turísticos de Cuenca, Quito y Guayaquil con el producto Zaruma, Pueblo Mágico	TOTAL
Baja promoción de los diferentes establecimientos turísticos existentes en la localidad.		0	0	0	0	1	0	0	1	0	2
Manejo empírico de los prestadores de servicios	1		1	1	0	0	0	0	0	0	3
Falta de un centro de información e interacción al turista.	1	0		0	0	0	1	1	0	0	3
Falta de promoción y capacitación del agroturismo en la zona.	1	0	1		0	0	0	1	1	1	5
Desconocimiento de las artesanías de la localidad.	1	1	1	1		0	0	0	1	1	6
Dificultad de incentivar la valorización del cantón en la población juvenil.	0	1	1	1	1		1	0	0	0	5
Falta de señalética en atractivos turísticos	1	1	0	1	1	0		1	0	0	5
Inexistencia de itinerarios propuestos para visitantes que abarquen atractivos culturales y naturales.	1	1	0	0	1	1	0		1	0	5
Falta de definición de productos turísticos orientados a mercados potenciales como Cuenca y Guayaquil	0	1	1	0	0	1	1	0		1	5
Falta de operadores turísticos de Cuenca, Quito y Guayaquil con el producto Zaruma, Pueblo Mágico	1	1	1	0	0	1	1	1	0		6

<b>Amenazas</b>	Déficit de espacios para parqueo dentro de la ciudad.	Mal estado de las vías para el acceso a los diferentes atractivos.	Preferencia de la actividad minera frente a la agrícola por redito económico, lo que contribuye a la desaparición de productos locales propios para la gastronomía local.	Falta de cobertura por las empresas de telefonía móvil.	Disputa entre provincias por un atractivo turístico. (CERRO DE ARCOS)	Falta de conectividad con aeropuertos internacionales.	Escases de conexiones e infraestructura para transporte público que facilite el desplazamiento a partes periféricas del cantón.	Minería ilegal que amenaza la seguridad geológica del pueblo.	Escases de recursos económicos para inversión en desarrollo del cantón.	<b>TOTAL</b>
Déficit de espacios para parqueo dentro de la ciudad.		0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
Mal estado de las vías para el acceso a los diferentes atractivos.	1		1	1	1	0	1	0	0	<b>5</b>
Preferencia de la actividad minera frente a la agrícola por redito económico, lo que contribuye a la desaparición de productos locales propios para la gastronomía local.	1	0		0	0	1	0	0	0	<b>2</b>
Falta de cobertura por las empresas de telefonía móvil.	1	0	1		1	1	0	0	0	<b>4</b>
Disputa entre provincias Loja y El Oro por un atractivo turístico. (CERRO DE ARCOS)	1	0	1	0		0	1	0	0	<b>3</b>
Falta de conectividad con aeropuertos internacionales.	1	1	0	0	1		0	0	1	<b>4</b>
Escases de conexiones e infraestructura para transporte público que facilite el desplazamiento a partes periféricas del cantón.	1	0	1	1	0	1		1	0	<b>5</b>
Minería ilegal que amenaza la seguridad geológica del pueblo.	1	1	1	1	1	1	0		0	<b>6</b>
Escases de recursos económicos para inversión en desarrollo del cantón.	1	1	1	1	1	0	1	1		<b>7</b>

Los resultados analizados tras una confrontación de elementos nos diagnostican que no 7 elementos en cada parte que integra el FODA las cuales pueden ser aprovechadas en caso de oportunidades y fortalezas, y mitigadas para las amenazas y debilidades.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Uso de la gastronomía para fomentar el turismo gastronómico hacia territorio declarado pueblo mágico.	Falta de promoción y capacitación del agroturismo en la zona.
Articulación de las fincas para la realización de agroturismo	Desconocimiento de las artesanías de la localidad.
Obtención de un manual de servicio al cliente para los diferentes prestadores de servicios en el cantón.	Dificultad de incentivar la valorización del cantón en la población juvenil.
Capacitación en gerencia de establecimientos turísticos a prestadores de servicios del cantón.	Falta de señalética en atractivos turísticos
Producción de material audiovisual para la difusión del valor turístico intrínseco del cantón.	Inexistencia de itinerarios propuestos para visitantes que abarquen atractivo culturales y naturales.
Vinculación con las empresas mineras para realizar un turismo minero.	Falta de definición de productos turísticos orientados a mercados potenciales como Cuenca y Guayaquil
Patrimonio cultural y natural identificado para el aprovechamiento de la diversificación de la oferta	Falta de operadores turísticos de Cuenca, Quito y Guayaquil con el producto Zaruma, Pueblo Mágico
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Declaratoria del tigrillo como patrimonio inmaterial del Ecuador.	Mal estado de las vías para el acceso a los diferentes atractivos.
Incentivos gubernamentales para las localidades con la declaratoria de Pueblos Mágicos.	Falta de cobertura por las empresas de telefonía móvil.
La socialización del valor cultural propio del cantón para la conservación y difusión por medio de los niños y jóvenes como embajadores de la marca turística.	Disputa entre provincias Loja y El Oro por un atractivo turístico. (CERRO DE ARCOS)
La articulación de un comercio directo entre los diferentes productores de la localidad.	Falta de conectividad con aeropuertos internacionales.
Variedad de recursos turísticos pertenecientes al Cantón.	Escases de conexiones e infraestructura para transporte público que facilite el desplazamiento a partes periféricas del cantón.
Bajos costos de movilización dentro del cantón.	Minería ilegal que amenaza la seguridad geológica del pueblo.
Empoderamiento sobre la información cultural y turística del cantón por parte de la población	Escases de recursos económicos para inversión en desarrollo del cantón.

MATRIZ DE CONFRONTACIÓN		OPORTUNIDADES							TOTAL	AMENAZAS							TOTAL
		Declaratoria del tigrillo como patrimonio inmaterial del Ecuador.	Incentivos gubernamentales para las localidades con la declaratoria de Pueblos Mágicos.	La socialización del valor cultural propio del cantón para la conservación y difusión por medio de los niños y jóvenes como embajadores de la marca turística.	La articulación de un comercio directo entre los diferentes productores de la localidad.	Variedad de recursos turísticos pertenecientes al Cantón.	Bajos costos de movilización dentro del cantón.	Empoderamiento sobre la información cultural y turística del cantón por parte de la población		Mal estado de las vías para el acceso a los diferentes atractivos.	Falta de cobertura por las empresas de telefonía móvil.	Disputa entre provincias Loja y El Oro por un atractivo turístico. (CERRO DE ARCOS)	Falta de conectividad con aeropuertos internacionales.	Escases de conexiones e infraestructura para transporte público que facilite el desplazamiento a partes periféricas del cantón.	Minería ilegal que amenaza la seguridad geológica del pueblo.	Escases de recursos económicos para inversión en desarrollo del cantón.	
FORTALEZAS	Uso de la gastronomía para fomentar el turismo gastronómico hacia el territorio declarado Pueblo Mágico.	10	1	5	10	10	0	5	41	0	0	0	0	0	0	5	5
	Articulación de las fincas para la realización de agroturismo	5	10	10	10	10	5	5	55	10	5	0	1	10	0	10	36
	Obtención de un manual de servicio al cliente para los diferentes prestadores de servicios en el cantón.	0	5	0	1	0	0	10	16	0	1	0	1	0	5	10	17
	Capacitación en gerencia de establecimientos turísticos a prestadores de servicios del cantón.	5	10	10	10	5	1	5	46	0	0	0	1	0	0	10	11
	Producción de material audiovisual para la difusión del valor turístico intrínseco del cantón.	5	1	10	1	10	1	10	38	0	5	10	5	5	0	10	35
	Vinculación con las empresas mineras para realizar un turismo minero.	0	10	5	1	5	0	10	31	0	0	0	0	0	10	10	20
	Patrimonio cultural y natural identificado para el aprovechamiento de la diversificación de la oferta	5	5	10	10	10	1	10	51	10	0	0	10	10	0	10	40
	<b>30</b>	<b>42</b>	<b>50</b>	<b>43</b>	<b>50</b>	<b>8</b>	<b>55</b>	<b>556</b>	<b>20</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>18</b>	<b>25</b>	<b>15</b>	<b>65</b>	<b>328</b>	
DEBILIDADES	Falta de promoción y capacitación del agroturismo en la zona.	5	10	10	0	5	0	10	40	1	1	1	5	10	10	10	38
	Desconocimiento de las artesanías de la localidad.	0	10	10	10	10	0	10	50	0	0	0	1	5	1	10	17
	Dificultad de incentivar la valorización del cantón en la población juvenil.	0	5	10	0	5	0	10	30	0	0	0	0	0	1	10	11
	Falta de señalética en atractivos turísticos	0	10	5	0	10	0	0	25	5	0	1	1	10	1	10	28
	Inexistencia de itinerarios propuestos para visitantes que abarquen atractivos culturales y naturales.	0	5	10	10	10	1	1	37	5	0	10	5	5	10	5	40
	Falta de definición de productos turísticos orientados a mercados potenciales como Cuenca y Guayaquil	1	10	5	1	10	5	10	42	1	0	10	10	10	1	1	33
	Falta de operadores turísticos de Cuenca, Quito y Guayaquil con el producto Zaruma, Pueblo Mágico	1	10	5	1	10	5	10	42	10	0	10	10	10	1	1	42
	<b>7</b>	<b>60</b>	<b>55</b>	<b>22</b>	<b>60</b>	<b>11</b>	<b>51</b>	<b>532</b>	<b>22</b>	<b>1</b>	<b>32</b>	<b>32</b>	<b>50</b>	<b>25</b>	<b>47</b>	<b>418</b>	

Se realiza una evaluación que confronta los distintos elementos de la matriz FODA para determinar las estrategias y su porcentaje de acción dentro de la planificación turística para el cantón salud entre ellas se determina principalmente se deben realizar estrategias ofensivas y defensivas que permita dar soluciones a las amenazas, mediante el aprovechamientos de las fortalezas y oportunidades que el Cantón Zaruma presenta dentro de la su análisis situacional frente a desarrollo de la actividad turística.

FODA CRUZADO (ESTRATEGIAS)		OPORTUNIDADES								AMENAZAS					
		Declaratoria del tigrillo como patrimonio inmaterial del Ecuador.	Incentivos gubernamentales para las localidades con la declaratoria de Pueblos Mágicos.	La socialización del valor cultural propio del cantón para la conservación y difusión por medio de los niños y jóvenes como embajadores de la marca turística.	La articulación de un comercio directo entre los diferentes productores de la localidad.	Variedad de recursos turísticos pertenecientes al Cantón.	Bajos costos de movilización dentro del cantón.	Empoderamiento sobre la información cultural y turística del cantón por parte de la población	Mal estado de las vías para el acceso a los diferentes atractivos.	Falta de cobertura por las empresas de telefonía móvil.	Disputa entre provincias Loja y El Oro por un atractivo turístico. (CERRO DE ARCOS)	Falta de conectividad con aeropuertos internacionales.	Escases de conexiones e infraestructura para transporte público que facilite el desplazamiento a partes periféricas del cantón.	Minería ilegal que amenaza la seguridad geológica del pueblo.	Escases de recursos económicos para inversión en desarrollo del cantón.
FORTALEZAS	Uso de la gastronomía para fomentar el turismo gastronómico hacía el territorio declarado pueblo mágico.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Creación de productos turísticos inclusivos orientados a una sociedad cuyo poder adquisitivo se Medió y Medio-bajo que permitan ya llegada de una demanda potencial en base a los bajos costos dentro de la localidad.</li> <li>2. Creación de rutas y cronogramas turísticos mediante la fusión de atractivos culturales y naturales, que potencialicen los recursos rurales del cantón como una nueva alternativa que permita el desarrollo y valorización de actividades como la agricultura y minería.</li> <li>3. Incentivar e impulsar la profesionalización de la prestación de servicios turísticos mediante el aprovechamiento de los incentivos gubernamentales y evaluación académica de instituciones vinculadas, que permitan capacitar a todo el personal sobre gerenciación, atención al cliente y desarrollo de agroturismo y turismo de minería para una correcta difusión de atractivos y socialización de los alcances que han permitido estas actividades.</li> <li>4. Creación y posicionamiento de eventos culturales y centros de turismo gastronómicos que permita la atracción de turistas en épocas de estacionalidad baja y a su vez impulsando la conservación y difusión del “tigrillo Zarumeño” que permita la a los visitantes conocer la historia y trasfondo cultural de la riqueza gastronómica que caracteriza al cantón, fomentando un circuito de comercio que beneficie a los productores locales permitiendo así la continuidad en sus actividades.</li> <li>5. Establecimientos de programas de emprendimientos turísticos de autofinanciamiento orientados a la población juvenil, para la obtención de los embajadores de la riqueza cultura y potencial turístico de cantón para tener un alcance total de difusión a todos los miembros de las familias zarumeñas y posicionamiento de la marca Pueblos Mágicos.</li> </ol>								<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Establecer proyectos de capacitación tecnológica y artesanal, formación turística y comercial en base a la manufacturación de bienes agrícolas, mineros y lácteos reconocidos en el cantón como: caña, café y oro, que permitan no solo la exportación de materia prima, sino la producción de nuevos bienes semi-artesanales y se promocióne la producción local mediante micro, mediana y macro empresas de Zaruma, que puedan vincular visitar turísticas a la planta y socializar la producción dándole un valor social y sustentable.</li> </ol>					
	Articulación de las fincas para la realización de agroturismo														
	Obtención de un manual de servicio al cliente para los diferentes prestadores de servicios en el cantón.														
	Capacitación en gerencia de establecimientos turísticos a prestadores de servicios del catón.														
	Producción de material audiovisual para la difusión del valor intrínseco del cantón.														
	Vinculación con las empresas mineras para realizar un turismo minero.														
	Patrimonio cultural y natural identificado para el aprovechamiento de la diversificación de la oferta														
		556	328												
DEBILIDADES	Falta de promoción y capacitación del agroturismo en la zona.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Creación de programas de concesión turística en las que se busque que propietarios privados pueden desarrollar actividad económica con rentabilidad bajo el compromiso social y legal de la mantención, promoción y optima gestión de los recursos para convertirlos en atractivos turísticos del cantón.</li> <li>2. Articulación de convenios y formación de operadores turísticos locales que creen rutas y paquetes turísticos que se posicionen en el mercado internacional aprovechando el patrimonio inmaterial del territorio y puedan comercializados en agencias nacionales y operadoras del país.</li> <li>3. Creación de una promoción digital y marketing estratégico que se convierta en medio de localización a través plataforma turística virtual, que se enfoque en dar conocer, programar y articular visitas a los artesanos locales del cantón para contar socialización de la valorización artesanal del cantón en madera, confitería y minería.</li> </ol>								<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Creación de programa de marketing de redes sociales y plataformas turísticas dentro de Planificación turística de PME, donde se gestione la articulación de los productores agrícolas para que se tenga un cronograma de operación local y nacional distribución equitativa de afluencia turística y se pueda diversificar la oferta local en agroturismo.</li> <li>2. Desarrollo de un producto turístico específico que opere actividades de aventura como: Canopy, senderismo y escalada en Cerro de Arcos para la captación de un nuevo segmento de mercado y evitar la pérdida de uno de los principales sitios de interés naturales del cantón, el cual dará apertura a un producto para la población juvenil y deportiva, derivando en nuevas fuentes de trabajo, capacitación de guías de aventura y colocación de infraestructura para atención de turistas como, centros de interpretación, refugios, baterías sanitarias y señalética en el recursos para la obtención de un nuevo atractivo.</li> </ol>					
	Desconocimiento de las artesanías de la localidad.														
	Dificultad de incentivar la valorización del cantón en la población juvenil.														
	Falta de señalética en atractivos turísticos														
	Inexistencia de itinerarios propuestos para visitantes que abarquen atractivo culturales y naturales.														
	Falta de definición de productos turísticos orientados a mercados potenciales como Cuenca y Guayaquil														
Falta de operadores turísticos de Cuenca, Quito y Guayaquil con el producto Zaruma, Pueblo Mágico															
		532	418												

<b>FORTALEZAS</b>	<b>TOTAL</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>TOTAL</b>
Uso de la gastronomía para fomentar el turismo gastronómico hacía el territorio declarado Pueblo Mágico.	3	Declaratoria del tigrillo como patrimonio inmaterial del Ecuador.	3
Articulación de las fincas para la realización de agroturismo	3	Incentivos gubernamentales para las localidades con la declaratoria de Pueblos Mágicos.	3
Obtención de un manual de servicio al cliente para los diferentes prestadores de servicio en el cantón.	1	La socialización del valor cultural propio del cantón para la conservación y difusión por medio de los niños y jóvenes como embajadores de la marca turística.	3
Capacitación en gerencia de establecimientos turísticos a prestadores de servicios del catón.	3	La articulación de un comercio directo entre los diferentes productores de la localidad.	2
Producción de material audiovisual para la difusión del valor turístico intrínseco del cantón.	3	Variedad de recursos turísticos pertenecientes al Cantón.	3
Vinculación con las empresas mineras para realizar un turismo minero.	2	Bajos costos de movilización dentro del cantón.	3
Patrimonio cultural y natural identificado para el aprovechamiento de la diversificación de la oferta	3	Empoderamiento sobre la información cultural y turística del cantón por parte de la población	2
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>		<b>19</b>
<b>PORCENTAJE QUE REPRESENTA</b>	<b>25.4%</b>		<b>26.8%</b>

DEBILIDADES	TOTAL	AMENAZAS	TOTAL
Falta de promoción y capacitación del agroturismo en la zona.	3	Mal estado de las vías para el acceso a los diferentes atractivos.	3
Desconocimiento de las artesanías de la localidad.	3	Falta de cobertura por las empresas de telefonía móvil.	1
Dificultad de incentivar la valorización del cantón en la población juvenil.	2	Disputa entre provincias Loja y El Oro por un atractivo turístico. (CERRO DE ARCOS)	2
Falta de señalética en atractivos turísticos	3	Falta de conectividad con aeropuertos internacionales.	2
Inexistencia de itinerarios propuestos para visitantes que abarquen atractivos culturales y naturales.	3	Escases de conexiones e infraestructura para transporte público que facilite el desplazamiento a partes periféricas del cantón.	2
Falta de definición de productos turísticos orientados a mercados potenciales como Cuenca y Guayaquil	2	Minería ilegal que amenaza la seguridad geológica del pueblo.	3
Falta de operadores turísticos de Cuenca, Quito y Guayaquil con el producto Zaruma, Pueblo Mágico	3	Escases de recursos económicos para inversión en desarrollo del cantón.	2
	<b>19</b>		<b>15</b>
	<b>26.8%</b>		<b>21.1%</b>

Los resultados obtenidos evidencian que:

<p style="text-align: center;"><b>FACTOR DE OPTIMIZACIÓN F+O</b></p>	<p style="text-align: center;">52.1%</p>	<p>A través de la siguiente matriz podemos establecer un análisis que evidencia el potencial que el Cantón Zaruma cuenta para posicionarse dentro del mercado turístico nacional, ya que cuenta con recursos culturales y naturales que pueden ser articulados en rutas y cronogramas turísticos para evitar la estacionalidad de visitantes a los cuales se puede atender con una planta turística eficiente si planificación incluye la profesionalización y capacitación de prestación de servicios tanto de alimentos y bebidas, alojamiento, transporte y operación turística para contar con un valor competitivo dentro del turismo y la captación de mercado potencial a través de una caracterización de segmentos.</p>
<p style="text-align: center;"><b>FACTOR DE RIESGO D+A</b></p>	<p style="text-align: center;">47.9%</p>	<p>A través de la siguiente matriz podemos establecer un análisis que el factor de riesgo tiene un porcentaje alto que supera el 40 %, presentando las principales debilidades y amenazas que pueden afectar el óptimo desarrollo de nuestra planificación pues a su vez representan las necesidades del cantón para desarrollar un turismo sustentable que contribuya al crecimiento social, económico y la preservación de los recursos del cantón, los cuales deben ser considerados en nuestro proyecto a través de estrategias de supervivencia, mitigación y ofensivas que subsanen dichas problemáticas y para que el mismo sea beneficioso para la comunidad receptora.</p>

## MATRIZ DE ALTERNATIVA SOLUCIÓN

Se aplica una matriz de alternativas solución para evaluar la valorización de cada una de las alternativas que dará solución a las amenazas y debilidades que se han encontrado dentro de la situación que afecta al Cantón Zaruma en la cual se determina un análisis cuantitativo observando que la creación de itinerarios y rutas permitirá un mejor manejo del destino Zaruma y potencializará la actividad turística bajo la declaratoria de pueblos mágicos permitiendo crear operadores y a su vez subsanando las demás debilidades encontradas

Matriz de Alternativas		Alternativa # 1	TOTAL	Alternativa # 2	TOTAL	Alternativa # 3	TOTAL
		Promoción y articulación de las artesanías dentro de la oferta turística existente		Creación de itinerarios o rutas propuestas para el manejo de una potencial demanda		Creación de campañas de promoción y difusión de los recursos y atractivos turísticos existentes	
CRITERIOS	COEFICIENTE						
TIEMPO	7	6	42	7	49	6	42
RECURSOS HUMANOS	3	4	12	8	24	8	24
COSTOS IMPRESIONES	2	1	2	2	4	3	6
MOVILIZACIÓN	8	8	64	8	64	5	40
RECURSOS TECNOLÓGICOS	6	8	48	6	36	8	48
ACCESO A INFORMACIÓN	5	4	20	8	40	5	25
ALOJAMIENTO	1	3	3	8	8	3	3
COSTOS DE PROMOCIÓN	4	8	32	5	20	8	32
<b>TOTAL</b>			<b>223</b>		<b>245</b>		<b>220</b>

## **3.2 Propuestas turísticas para el cantón.**

### **PROYECTO 1: Gestión del destino para habilitación de atractivos rurales como complementación de la oferta turística cultural.**

#### DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD.

El Cantón Zaruma dentro de su extensión territorial cuenta con nueve parroquias rurales, las cuales cuentan con distintos atractivos turísticos de carácter natural que pueden ser complementados con los culturales a través de la articulación de ciertos microemprendimientos es que ahí han surgido en torno a la actividad agrícola entre ellas a la producción cafetera, bananera y la extracción minera, generando nuevas actividades que los turistas pueden experimentar la verdadera identidad zarumeña y que los prestadores de servicios que socialicen los beneficios y la forma artesanal de dichas producciones económicas.

Entre dichos sitios que, al contar con un correcto desarrollo turístico, es decir, la implementación de señalética, mejoramiento de las vías de acceso y atender con personal capaz de interactuar correctamente a grupos de turistas y que tengan la capacidad de comunicarse con extranjeros, la dotación de folletos informativos en idioma español, inglés y francés, recordando que son los mayores afluentes de turistas que visitan la zona. Esto crearía la oportunidad de que las zonas marginadas puedan mejorar la calidad de vida a través de un desarrollo en la infraestructura pública y dinamizar su economía a través de la incursión en la actividad turística como complementos dentro de su fuente de ingresos económicos.

#### OBJETIVO GENERAL.

- ✓ Impulsar y dar a conocer los atractivos culturales y naturales del área rural del Cantón Zaruma a la sociedad ecuatoriana a través de la generación y desarrollo de emprendimientos agroturísticos locales como ente integrador de la sociedad con el turismo, en donde se revalorice el trabajo de campo, promoviendo la modernización y la consolidación sostenible del turismo y la habilidad manual de cada uno de los prestadores de servicios oferta.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- ✓ Establecer el proyecto para la articulación de microemprendimientos turísticos rurales del cantón dentro de la oferta del pueblo mágico Zaruma
- ✓ Potenciar la artesanía, agricultura local y la minería responsable a través de la experiencia vivencial del turismo comunitario
- ✓ Hacer visible y poner en valor la gastronomía, por medio de un circuito de producción local para dar realce a la riqueza agrícola del canto del cual derivan sus platos tradicionales.
- ✓ Fomentar el papel del agricultor y minero zarumeño como patrimonio local por las enseñanzas adquiridas y costumbres en torno a su profesión.
- ✓ Incrementar la competitividad de las fincas con potencial turístico en el área rural.
- ✓ Identificar nuevos retos y factores que incidan en el sector rural del cantón.

## FINCAS Y ATRACTIVOS CULTURALES

Las fincas agrícolas dentro del Cantón Zaruma normalmente se dedican a la producción cafetera, bananera, de hortalizas y cañaveral, y sus dueños han heredado la tradición de su labor durante generaciones familiares que se han dedicado a dichas actividades de labrar la tierra desde los inicios de la fundación de Zaruma. Sin embargo, es notable que muchos de ellos han desarrollado micro proyectos que buscan a dar a conocer sus actividades diarias mediante recorridos de la finca en donde explican la obtención de dichos productos y la más nos facturación de los mismos, pero se evidencia el descuido de las autoridades en los aspectos diales lo que hace difícil el acceso para muchos turistas debido a la lejanía y a las vías que se encuentran en mal estado, pero es necesario recordar que se pueden articular estos nuevos productos agro turístico para a su vez fomentar la riqueza gastronómica que posiciona a Zaruma como pueblo mágico mediante su patrimonio inmaterial

Las haciendas normalmente cuentan con extensiones que superan las 20 ha. entre ellas gran parte se encuentra cultivada y las otras son elevaciones que desembocan en cascadas debido a la riqueza hidrográfica propia del cantón estas cascadas son un gran

atractivo y normalmente debido a los asentamientos del paleolítico se pueden encontrar jeroglíficos pero que necesitan ser destaca.

Para ello es necesario contar con un centro de información turística en cada una de las fincas, baterías sanitarias, señaléticas y senderos que permitan aprovechar dichos atractivos para complementarlos con la oferta cultural propia de la parroquia urbana de Zaruma

Se puede hacer recorridos que visiten las cascadas, posterior un almuerzo típico con los productos de la zona cosechado por los mismos visitantes y que terminen en la compra de los productos manufacturados en dichas haciendas agrícolas, contando con Videos promocionales y folletos informativos que permitan a los visitantes extranjeros comprender dicha producción.

#### MATERIALES.

- ✓ Baterías sanitarias
- ✓ Herramientas agrícolas
- ✓ Folletos y señalética
- ✓ Canastas de recolección
- ✓ Equipo de protección de lluvias, botas
- ✓ Equipo de primeros auxilios.

#### TIEMPO PLANIFICADO PARA LA EJECUCIÓN:

3 meses

Esto es debido a que se debe considerar el tiempo de realizar levantamiento de datos sobre el proceso, adecuación de espacios, elaboración de guion, y hacer la simulación de una vista con guianza y proceso de aplicación del agroturismo vivencial.

#### FASES DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO:

Fase 1:

La primera fase consta en la socialización de la idea hacia las familias agricultoras mostrando un prototipo virtual del proyecto, que evidencie como puede ser la adecuación de sus fincas para convertirlos en centros de acogida agroturística en planos, sus objetivos

y ventajas, además de las desventajas existentes y hacer una lluvia de ideas y aportes que incluyan la perspectiva de los principales actores del lugar.

#### Fase 2:

Estructuración del ambiente consiste en elaborar un inventario de los materiales existentes y hacer una lista de los insumos necesarios para dotar a las fincas con emprendimientos agroturísticos con espacios de creación, cocción, socialización, galería y fotografía, para de esta manera tener el equipamiento mínimo que soporte una capacidad de carga de 25 pax a la vez sin que esta perjudique el trabajo diario de los agricultores. Abastecerse de los materiales, proveedores continuos de materiales para el continuo funcionamiento del proyecto que a su vez abarate los costos y permita tener una rentabilidad para los emprendedores.

#### Fase 3:

Elaboración de costos y presupuestos tanto para la renovación del lugar como para la elaboración de costos del producto contando con los salarios, materiales y porcentaje de rentabilidad. Determinar la política administrativa del proyecto y a su vez la capacitación previa frente a la administración y tributación necesaria para el proyecto.

#### Fase 4:

##### Elaboración de guías, folletos y estructuración de tareas

Consiste en definir las responsabilidades y delimitar los campos de acción que tiene cada persona para así en cada tarea estructurar los pasos y ordenar según deban ir realizándose dentro de cada finca agroturística, con sus atractivos individuales. Todas las personas del grupo deben tener definidas sus tareas, así como el tiempo que ha de dedicar a cada una de ellas. Es importante señalar cuándo comienza y cuándo termina cada una de las tareas. Todas estas instrucciones pueden y deben hacerse siempre con el apoyo de estímulos visuales como fotografías o dibujos e ir de esta manera elaborando la información para propiciar al visitante y a su vez los guiones de guianza para brindar un mejor servicio con el previo rescate de la herencia cultural de Zaruma.

#### Fase 5:

##### Aplicación de prueba piloto

De mejora y articulación de los convenios para vincular los emprendimientos turísticos identificados, para el futuro circuito turístico del Cantón.

CRONOGRAMA DEL PLAN:

<b>Cronograma proyecto 1:</b> Gestión del destino para habilitación de atractivos rurales como complementación de la oferta turística cultural.										
<b>Objetivo General</b>	<b>Objetivo Específico.</b>	<b>Actividades</b>	<b>Mes 1</b>				<b>Mes 2</b>			
			<b>Semana 1</b>	<b>Semana 2</b>	<b>Semana 3</b>	<b>Semana 4</b>	<b>Semana 1</b>	<b>Semana 2</b>	<b>Semana 3</b>	<b>Semana 4</b>
Impulsar y dar a conocer los atractivos culturales y naturales del área rural del Cantón Zaruma a la sociedad ecuatoriana a través de la generación y desarrollo de emprendimientos agroturísticos	Fomentar el papel del agricultor y minero zarumeño como patrimonio local por las enseñanzas adquiridas y costumbres en torno a su profesión.	Levantamiento de campo sobre atractivos rurales y prestadores de servicios de agroturismo								
	Identificar nuevos retos y factores que incidan en el sector rural del cantón	Socialización de ideas y recopilación de FODA.								
	Hacer visible y poner en valor la gastronomía, por medio de un circuito de producción local para dar	Elaboración de plan turístico para recepción de turistas								

locales como ente integrador de la sociedad	realce a la riqueza agrícola del canto del cual derivan sus platos tradicionales									
con el turismo, en donde se revalorice el trabajo de campo, promoviendo la modernización	Establecer el proyecto para la articulación de microemprendimientos turísticos rurales del cantón dentro de la oferta del pueblo mágico Zaruma	Elaboración costos y presupuestos para la adecuación de fincas para el turismo.								
y la consolidación sostenible del turismo y la habilidad	Incrementar la competitividad de las fincas con potencial turístico en el área rural.	Adecuación de espacios para fincas agroturísticas								
manual de cada uno de los prestadores de servicios ofertan.	Potenciar la artesanía, agricultura local y la minería responsable a través de la experiencia vivencial del turismo comunitario	Implementación de señalética e información en el taller (folletos, proyecciones audiovisuales y promoción)								



<b>Descripción Materiales empleados</b>				
<b>Elementos</b>	<b>Descripción</b>	<b>Estado</b>	<b>Costo Comercial</b>	<b>Costo Alquiler hora/unidad</b>
Equipo tecnológico	Computadora	Activos de ejecutores	\$1,000.00	\$0.00
	Proyector	Activos de ejecutores	\$200.00	\$0.00
	Parlantes	Activos de ejecutores	\$300.00	\$0.00
Instrumentos impresos	Folletos, planificación	Compra	\$300.00	\$300.00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$300.00</b>
<b>PRESUPUESTO GENERAL</b>				
<b>VALOR PRESUPUESTADO para ejecución del proyecto 1</b>				<b>\$1,765.00</b>

## **PROYECTO 2: Obtención de productos para nuevos operadores turísticos de Cantón Zaruma**

### **DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD.**

El Cantón Zaruma actualmente representa un destino potencial dentro del mercado turístico nacional, debido a que cuenta con varios de atractivos que permiten ofertar distintos productos para una amplia variedad de targets, como son: familias, viajeros ecoturísticos, investigadores de geología y minería, historiadores y personas interesadas en la gastronomía. Sin embargo, dichos atractivos se encuentran operando independientemente, lo que hace que muchos de ellos no sean conocidos u operen empíricamente, es por ello que se evalúa la necesidad de articular todos estos productos mediante rutas inclusivas, que permitan tener cronogramas propuestos para que los visitantes puedan disfrutar del destino como Pueblo Mágico con toda su riqueza cultural y natural, y a su vez lograr un impulso y desarrollo turístico equitativo entre la zona urbana y rural.

Varias de las manifestaciones culturales cuentan con siglos de antigüedad. Sin embargo, al estar dispersas en todo el Cantón Zaruma muchas de ellas aún no han sido descubiertas y aquellas que ya cuentan con una ficha de levantamiento sobre su historia no cuentan con la protección debida. Esto se da porque no existe el presupuesto y el desarrollo de una actividad que permita promocionarlos para su conservación.

La actividad turística actúa como un ente de protección al patrimonio a través de la difusión y valorización de atractivos que pueden crear fuentes de autofinanciamiento para la protección y difusión de dichos elementos, los cuales también pueden ser complementados con la riqueza natural del cantón, se reconoce que en el cantón existen artesanías de maderas, fábricas artesanales de confitería y dulces típicos de la zona, además de fincas que desean incursionar en el agroturismo pero estas son tratadas como atractivos independientes que no se conocen fácilmente. Por lo cual es necesario crear rutas e itinerarios propuestos para que el visitante pueda también conocer sobre estos atractivos.

La obtención de cronogramas itinerarios propuestos facilita el desarrollo de pautas, pues se cuenta con un prototipo y costos aproximados de lo que el turista invertiría para visitar dichos atractivos, además se cuenta con indicaciones, sugerencias para visitar los atractivos, que son información muy utilitaria para una buena gestión turística del destino. Las rutas deben también contar mapas de hoja de rutas, tiempos aproximados de visitas, contactos para que el turista pueda estar comunicarse con los prestadores de servicios, imágenes que permitan visualizar los atractivos a visitar y descripción breve, sugerencias e indicaciones que permitan que la visita del turista sea más segura y de calidad.

#### OBJETIVO GENERAL.

Establecer itinerarios propuestos que articulen los distintos productos turísticos culturales y naturales del cantón, para que futuros operadores turísticos puedan desarrollar y mejorar a afluencia de visitantes al territorio, y dinamizar así la economía de los lugares rurales y sus atractivos, además de contribuir a la preservación patrimonial.

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- ✓ Articular los atractivos culturales de la zona urbana de Zaruma con productos turístico-rurales.

- ✓ Desarrollar documentos informativos que faciliten la vista del turista a Zaruma con itinerarios propuestos que articule la variedad de atractivos turísticos del lugar.
- ✓ Dinamizar la oferta turística de Zaruma.
- ✓ Contribuir a la continuación de Zaruma dentro de PPME con el fomento de nuevos productos turísticos.
- ✓ Desarrollar una actividad turística socialmente solidaria, ecológicamente responsable y económicamente rentable para un optima gestión del destino.
- ✓ Brindar información estratégica facilite la visita y desplazamiento de turistas a los distintos atractivos del Cantón.

#### ATRATIVOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN.

El Cantón Zaruma ha sido reconocido por su declaratoria como pueblo mágico debido a la variedad de manifestaciones culturales y recursos naturales que el cantón dispone para el desarrollo de la actividad turística. Los atractivos culturales comúnmente conocidos son las manifestaciones artísticas, edificaciones religiosas y casas patrimoniales caracterizadas por su arquitectura republicana. Además del patrimonio intangible como se destaca la variedad de sus platos típicos que involucran queso, productos bananeros de la zona y además de la riqueza aurífera que en la zona existe.

En cuanto a los atractivos naturales, estos se encuentran ubicados en la zona rural del cantón, y en torno a esto se han desarrollado microemprendimientos relacionados al agroturismo, pero también se puede encontrar jeroglíficos que son un atractivo cultural que debe ser explotado y a su vez promocionado para contribuir a la preservación de dicho patrimonio. Dentro de su riqueza cultural se encuentran cascadas cuya señalética es mínima, pero pueden ser visitadas durante todo el año, sin embargo, en la época invernal estas comparten una singularidad belleza. Los productos derivados de la agricultura de la zona también son un gran atractivo pues de ellos se destaca el cultivo del café, reconocido como el mejor del Ecuador, además de los productos lácteos de su producción ganadera. Los productos que de ahí se deriva son parte fundamental para la elaboración de platillos típicos de la zona y de licores reconocidos a nivel nacional.

## MATERIALES.

- ✓ Herramientas de información geográfica
- ✓ Plantillas de rutas
- ✓ Programas de edición fotografía, computación.
- ✓ Catastro de atractivos turísticos
- ✓ Plantillas de folletos turísticos

## TIEMPO PLANIFICADO PARA LA EJECUCIÓN:

2 meses. Esto es debido a que se debe considerar el tiempo de realizar levantamiento de atractivos, localización geográfica, jerarquización de atractivos y adecuación de espacios, elaboración rutas y aplicaciones pilotos de itinerarios.

## FASES DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO:

### Fase 1:

Esta fase consta del levantamiento y adecuada clasificación de atractivos para la obtención de rutas dinámicas que involucren atractivos culturales y naturales del cantón dirigido a distintos targets de potenciales visitantes y varios intereses, para así poder abarcar una mayor cobertura de la demanda con productos inclusivos y que dinamicen una economía para los emprendimientos que están en desarrollo.

### Fase 2:

En esta fase se realiza la descripción de la ruta y la elaboración digital de un folleto sobre el posible producto. Elaborando la capacidad de carga y la socialización con los actores involucrados para una articulación entre la planta turística existente

### Fase 3:

Consiste en definir las responsabilidades y delimitar los campos de acción que tiene cada prestador de servicio para así en cada tarea estructurar los pasos y ordenar según deban ir realizándose en las pruebas piloto, con sus atractivos individuales. Todas estas instrucciones pueden y deben hacerse siempre con el apoyo de estímulos visuales como fotografías o dibujos e ir de esta manera elaborando la información para propiciar al visitante y a su vez los guiones de guianza para brindar un mejor servicio con el previo rescate de la herencia cultural de Zaruma.

### Fase 4:

### Aplicación de prueba piloto

Consta de la elaboración de rutas o pruebas piloto sobre el nuevo producto turístico a ofertar determinar si los tiempos se cumplen, si los costos son aproximados son mayor veracidad para una calidad de información dada a los turistas y la evaluación practica sobre las ventajas y desventajas del proyecto para pulir el producto.

#### Fase 5:

Esta fase se finaliza detalles de impresión y traducción de información a inglés. Francés y alemán como los idiomas de mayor uso a nivel nacional por extranjeros para la posterior promoción y difusión de los productos ofertados para que el mercado nacional tenga conocimiento de la oferta turística que da a conocer el Cantón Zaruma como pueblo mágico del Ecuador. También se incluye la impresión y entrega a lo largo de los distintos puntos estratégicos de visita de los turistas para que la información que este alcance de todos los turistas que visitan el cantón.

<b>Cronograma proyecto 2:</b> Obtención de productos para nuevos operadores turísticos de Cantón Zaruma										
<b>Objetivo General</b>	<b>Objetivo Específico.</b>	<b>Actividades</b>	<b>Mes 2</b>				<b>Mes 3</b>			
			<b>Semana</b>							
			<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Impulsar y dar a conocer los atractivos culturales y naturales del área rural del Cantón Zaruma a la sociedad ecuatoriana a través de la generación y desarrollo de emprendimien	Articular los atractivos culturales de la zona urbana de Zaruma con productos turístico-rurales.	Levantamiento y localización actualizada con la jerarquización y clasificación de atractivos								
	Desarrollar documentos informativos que faciliten la vista del turista a Zaruma con itinerarios propuestos que articule la variedad	Diseños de rutas temáticas y con la inclusión de productos para los distintos intereses de la demanda								

tos agroturísticos	de atractivos turísticos del lugar.									
locales como ente integrador de la sociedad con el turismo, en donde se revalorice el trabajo de campo, promoviendo la modernización y la consolidación sostenible del turismo y la habilidad	Dinamizar la oferta turística de Zaruma.	Elaboración de costos, información estratégica a presentar y tiempos de cada ruta								
	Contribuir a la continuación de Zaruma dentro de PPME con el fomento de nuevos productos turísticos.	Presentación a las autoridades y comité de PPME y corrección de información digital.								
	Desarrollar una actividad turística socialmente solidaria,	Aplicación de la información presentada mediante pruebas								

<p>manual de cada uno de los prestadores de servicios ofertan.</p>	<p>ecológicamente responsable y económicamente rentable para un optima gestión del destino.</p>	<p>piloto y evaluación del cumplimiento de cronograma, costos, tiempos.</p>								
	<p>Brindar información estratégica facilite la visita y desplazamiento de turistas a los distintos atractivos del cantón.</p>	<p>Corrección y cambios mediante los resultados obtenidos en las evaluaciones de rutas pilotos e impresión y difusión de las rutas propuestas.</p>								

<b>Presupuesto proyecto 2: Obtención de productos para nuevos operadores turísticos de Cantón Zaruma</b>					
DESCRIPCIÓN	Descripción del costo para la obtención y desarrollo de rutas y pruebas piloto				
<b>Gastos operativos</b>					
Elementos	Cantidad por PAX	# de días	Valor unitario x día	Valor total	VALOR PRESUPUESTADO
Trasportación	15 días (levantamiento de información y planificación y desarrollo de proyecto 1)	12	\$10.00	\$120.00	<b>SUBTOTAL</b>  <b>\$1,1880.00</b>
Alimentación	3 (Comidas diarias)	12	\$21.00	\$252.00	
Interpretación	5 (un guía por ruta)	12	\$40.00	\$480.00	
Alojamiento	1	12	\$18.00	\$216.00	
Gastos extras	1	12	\$10.00	\$120.00	
<b>Gastos Rutas pilotos</b>					
Entradas (agroturismo y museos)	5 (rutas)	5	\$40.00	\$200.00	<b>\$972.50</b>
Guías locales	5 (un guía por ruta)	5	\$15.00	\$75.00	
Alimentación	1 (almuerzo típico por ruta)	5	\$100.00	\$500.00	
	1 box lunch y bebidas	5	\$4.50	\$22.50	
Trasportación	5 (rutas)	5	\$10.00	\$50.00	
Equipo Producción Visual y materiales extras	5 (rutas)	5	\$25.00	\$125.00	
<b>Descripción Materiales empleados</b>					
Elementos	Descripción	Estado	Costo Comercial	Costo hora/unidad	Alquiler
Equipo Producción Visual	1 cámara profesional Canon - 4 lentes (fisheye-50mm-175mm)	Activos de ejecutores	\$1,000.00	\$15.00	

	Dron profesional MavicPro - 3 baterías de vuelo	Activos de ejecutores	\$2,500.00	\$25.00
	Estabilizador	Alquiler	\$300.00	\$10.00
Pantallas	Pantallas de proyección y edición	Alquiler	\$150.00	\$15.00
Instrumentos impresos	Folletos, planificación	Compra	\$15.00	\$15.00
Equipo de geolocalización	GDS- GPS	Alquiler	\$50.00	\$3.50
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$83.50</b>
<b>PRESUPUESTO GENERAL</b>				
<b>VALOR PRESUPUESTADO para ejecución del proyecto 1</b>				<b>\$2160.50</b>

### **PROYECTO 3: Elaboración de un video promocional y difusión de patrimonio que oferta Zaruma Pueblo Mágico del Ecuador**

La actividad consiste en realizar un video que recopile y muestre de manera audiovisual el patrimonio cultural y natural que contribuyeron a la obtención de la declaratoria como pueblo Mágico del Ecuador con los testimonios de los moradores, artesanos y prestadores de servicios más emblemáticos de Zaruma, contar con sus alegatos, conocimientos que son el patrimonio cultural intangible de su cantón y promocionar la marca turística de Zaruma que identifique y muestre la esencia del cantón para posicionar a esta en mercado nacional como destino potencial y pueblo mágico y que los mismos valoren la trascendencia cultural del lugar y que permitiendo así diversificar la oferta turística del país y conservar y generar una cultura de valorización sobre el patrimonio.

#### **OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un video turístico de pueblo Mágico de Zaruma y la oferta turística existente, que aporte en el desarrollo de esta actividad en el país y promueva la valorización y visita a los atractivos locales para ser posicionada en el mercado turístico nacional.

#### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Identificar los principales atractivos culturales y naturales del cantón a ser promocionados.
- ✓ Posicionar la marca turística local sobre el producto turístico a ofertar incrementado a afluencia de visitantes.
- ✓ Elaborar una propuesta artística basada en una idea original dirigida a captar el turismo nacional y extranjero.
- ✓ Elaborar un plan de marketing que permita captar a la demanda potencial de Guayas y Azuay.
- ✓ Manejo de redes sociales como medio de difusión de Zaruma Pueblo Mágico para posicionarlo como nuevo destino del país.

El siguiente trabajo está direccionado al diseño de un plan de promoción turística para el Cantón Zaruma. El mismo que se encaminará en evidenciar las actividades artesanales, atractivo naturales y culturales para la promoción del cantón. Su adaptación y aplicación contribuirá al desarrollo turístico, lo que creará nuevas oportunidades para el desarrollo turístico, social y económico de los habitantes y con esto incrementar la afluencia turística. Las estrategias del presente trabajo que se mencionan a continuación están dirigidas a difundir turísticamente la historia minera, agrícola y cultural de este cantón.

#### TARGET AL QUE VA DIRIGIDO:

El video está dirigido para todo público, pero primero se debe realizar la promoción en ferias turísticas, medios sociales actuales para desde ahí empezar la creación de una cultura de valorización del patrimonio nacional, sin embargo, también está dirigido para turistas nacionales y extranjeros para que conozcan la trascendencia del cantón.

#### TIEMPO PLANIFICADO PARA LA EJECUCIÓN:

El tiempo es de 2 meses

#### FASES DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO:

##### Fase 1: Planificación

La planificación es fundamental en toda campaña para concretar el conjunto de ideas y el mensaje antes de empezar la grabación, determinar los recursos, un boceto

previo de las tomas a realizar la duración del video, determinar los canales de publicación, actores, locaciones y paisajes guiones y determinar la marca que será lanzada al finalizar el video. En la fase de planificación de los vídeos conviene marcar estos objetivos y posteriormente analizar los resultados en la fase media.

#### Fase 2: Grabación.

Como ya mencionamos anteriormente, la mejor manera que tiene una empresa para empezar con vídeo marketing es centrarse en la creación de vídeos cortos, dinámicos y no monótonos. Conviene sistematizar el proceso de grabación del vídeo, determinar locaciones y rodar tomas para la posterior edición.

#### Fase 3: La edición de los vídeos

Se debe contar con los profesionales que tengan un dominio en los programas de edición, ya que sirven para mejorar la calidad o la presentación de los vídeos. La edición de vídeos es una parte fundamental en el vídeo marketing para dar un producto terminado y de calidad donde se minimicen los errores tecnológicos y humanos, se debe incluir links o información de fácil captación para posicionar el producto ofertado además en esta parte se inserta un título y la marca o logotipo al principio del vídeo con el objetivo de que se quede grabada en la mente del consumidor.

#### Fase 4: Difusión y marketing

Una vez que se han subido los vídeos a plataformas virtuales y se ha hecho campañas de marketing y lanzamiento es necesario también incluirlos en otras páginas para obtener la máxima presencia en Internet, y difundirla a los diferentes targets mientras se tiene una interacción con usuarios para dar vida a la marca creada.

CRONOGRAMA DEL PROYECTO

<b>Cronograma proyecto 3:</b> Elaboración de un video promocional y difusión de patrimonio que oferta Zaruma Pueblo Mágico del Ecuador										
<b>Objetivo General</b>	<b>Objetivo Específico.</b>	<b>Actividades</b>	<b>Mes 3</b>				<b>Mes 4</b>			
			<b>Semana 1</b>	<b>Semana 2</b>	<b>Semana 3</b>	<b>Semana 4</b>	<b>Semana 1</b>	<b>Semana 2</b>	<b>Semana 3</b>	<b>Semana 4</b>
Elaborar un video turístico de pueblo Mágico de Zaruma y la oferta turística existente, que aporte en el desarrollo de esta actividad en el país y promueva la valorización y visita a los	Elaborar una propuesta artística basada en una idea original dirigida a captar el turismo nacional y extranjero	Planificación de la puesta en escena, plan de rodaje, definición de puestos, locaciones, tiempos y escenas								
	Posicionar la marca turística local sobre el producto turístico a ofertar incrementado a afluencia de visitantes.	Redacción de guion literario y aplicación de marca turística.								
	Identificar los principales atractivos culturales y naturales	Ensayos de actuación								
		Producción: rodaje registro visual y								

atractivos locales para ser posicionada en el mercado turístico nacional.	del cantón a ser promocionados.	auditivo de las escenas urbanas y atractivos culturales										
		Grabación de rutas pilotos para promoción de servicios y planta turística existente										
		Edición (coloración - sonorización)										
	Elaborar un plan de marketing que permita captar a la demanda potencial de Guaya y Azuay. Manejo de redes sociales como medio de difusión de Zaruma Pueblo Mágico para posicionarlo como nuevo destino del país.	Promoción y difusión										

<b>Presupuesto proyecto 2: Elaboración de un video promocional y difusión de patrimonio que oferta Zaruma Pueblo Mágico del Ecuador</b>					
DESCRIPCIÓN	Elaboración de material audiovisual y digital para la promoción y posicionamiento del destino Zaruma dentro del mercado turístico, dando a conocer los elementos culturales y naturales que enriquecen su patrimonio				
<b>Gastos operativos</b>					
Elementos	Cantidad por PAX	# de días	Valor unitario día	x Valor total	VALOR PRESUPUESTADO
Transportación	15 días (Planificación, grabación, corrección y edición)	5	\$10.00	\$50.00	<b>SUBTOTAL</b>  <b>\$605.00</b>
Alimentación	3 (Comidas diarias)	15	\$21.00	\$315.00	
Alojamiento	días extra fuera de rutas piloto	5	\$18.00	\$90.00	
Gastos extras	Entradas, compras de productos para grabación de artesanías, materiales impresión	15	\$10.00	\$150.00	
<b>Gastos Video Promocional “Zaruma Pueblo Mágico, un patrimonio que encanta”</b>					
Grabación	Elección de locaciones patrimoniales, comidas típicas testimonios de vida y zonas naturales representativas	5	\$50.00	\$250.00	<b>\$1,672.50</b>
Edición Final	duración de video 1-2 min, spot publicitario.	1	\$50.00	\$50.00	
Publicidad redes sociales	5alcance y difusión 2 millones personas	45	\$30.00	\$1,350.00	
Gastos extras	materiales impresos, adquisición de productos grabados, etc.	5	\$4.50	\$22.50	
<b>Descripción Materiales empleados</b>					
Elementos	Descripción	Estado	Costo Comercial	Costo Alquiler hora/unidad	
Equipo Producción Visual	1 cámara profesional Canon - 4 lentes (fisheye-50mm-175mm)	Activos de ejecutores	\$1,000.00	\$15.00	
	Dron profesional MavicPro - 3 baterías de vuelo	Activos de ejecutores	\$2,500.00	\$25.00	
	Estabilizador	Alquiler	\$300.00	\$10.00	
Pantallas	Pantallas de proyección y edición	Alquiler	\$150.00	\$15.00	
Instrumentos impresos	Folletos, planificación	Compra	\$15.00	\$15.00	
Equipo de geolocalización	GDS- GPS	Alquiler	\$50.00	\$3.50	
<b>SUBTOTAL</b>					<b>\$83.50</b>
<b>PRESUPUESTO GENERAL</b>					
<b>VALOR PRESUPUESTADO para ejecución del proyecto 1</b>					<b>\$2,277.50</b>

## **PROYECTO 4: Desarrollo de competitividad y profesionalización de la Planta turística.**

Se debe tener en cuenta que la capacitación es el proceso sistemático por el que se modifica la conducta de las personas para favorecer el logro de los objetivos de la organización, proyecto o actividad planificada, a través de la adquisición de conocimientos y aptitudes que podrán aplicarse en el presente o en el futuro, consideramos de suma necesidad llevar a cabo una capacitación a prestadores de servicios del Cantón Zaruma con el objetivo de que el plan integrador para la promoción turística del Pueblo Mágico se evidencie en un producto de calidad, diferenciado que pueda ser un ente de preservación patrimonial del cantón, pues, se ha evidenciado que el lugar tiene un alto potencial turístico que aún no ha sido completamente desarrollado, ya que los moradores desconocen cómo llevar a ejecutar y prestar servicios turísticos de una forma adecuada y más no empírica.

La capacitación constará de módulos cada una con una temática y espacios de práctica con el objetivo de resolver dudas e ir corrigiendo actitudes, protocolos y elementos que serán fundamentales para la oferta dinámica de la riqueza agrícola, minera, cultural y natural por elementos de la oferta turística a promocionar, los módulos tendrán temas como, rehabilitación turística post pandemia (destino no masivo evitando la propagación del covid-19), destino seguro de administración de emprendimientos, satisfacción del consumidor, seguridad y normativa turística, y lingüística y señalética para tener instalaciones adecuadas para la vista tanto de personas nacionales, extranjeros tomando en cuenta los factores de inclusión social, para desarrollar esta capacitación nos basamos en el proceso dado por Chiavenato, quien nos dice que se divide en cuatro pasos: • Insumos: recopilación de recursos de la organización, información, conocimientos, etc. • Proceso u operación: procesos de enseñanza, programas de capacitación, aprendizaje individual, etcétera. • Productos: personal capacitado, competencias, éxito o eficacia organizacional, etcétera. • Realimentación o feedback: evaluación de los procedimientos y resultados de la capacitación, ya sea con medios informales o procedimientos sistemáticos. (CHIAVENATO, 1999)

**OBJETIVO GENERAL DE LA CAPACITACIÓN:**

Lograr la adaptación y formación del personal, artesanos y demás gestores para el ejercicio de la actividad turística y de esta manera dotar de conocimientos, habilidades y técnicas necesarias para ofertar servicios de calidad y estándares internacionales que mejor la percepción de la satisfacción de los visitantes.

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Promover un ambiente de mayor seguridad, satisfacción y acogida en el espacio destinado para el turismo con el propósito de desarrollar servicios turísticos de calidad y mejorar la productividad de los prestadores de servicios en el Pueblo Mágico.
- ✓ Proporcionar recursos y habilidades técnicas para que los prestadores de servicios sean altamente calificados en términos de conocimientos, habilidades y actitudes para el eficiente desempeño en la actividad propuesta.
- ✓ Lograr un cambio en los comportamientos, atención y dirección del proyecto en los gestores del proyecto como embajadores de la marca Pueblo Mágico.
- ✓ Optimizar las relaciones interpersonales, culturales entre todos los miembros de oferta turística del cantón y se evidencie en un entorno laboral óptimo para turistas y prestadores.

#### TIEMPO PLANIFICADO PARA LA EJECUCIÓN:

4 meses

Esto es debido a que se debe considerar el tiempo de desarrollo de los módulos y definición de participantes, tiempo de socialización, de práctica de los conocimientos y de la retroalimentación para lograr que se una capacitación óptima.

#### FASES DE LA CAPACITACIÓN

### Fase 1: Diagnóstico de las necesidades de capacitación.

La primera etapa es levantar un inventario de las necesidades o carencias que presenta la organización. Esas necesidades no siempre están claras y se deben diagnosticar con base en ciertos grupos de discusión e investigaciones internas capaces de localizarlas y descubrirlas. En la medida en que la capacitación se enfoque en estas necesidades y carencias y las elimine, entonces será benéfica para los colaboradores del proyecto.

#### Método: retroalimentación y análisis de necesidades

Consiste en crear una reunión de áreas de servicios y evaluar las debilidades y carencias determinar cuáles son primordiales para mejorar el éxito del plan de desarrollo turístico y en donde los participantes a dicha reunión expresen su percepción, realizar una síntesis clara y objetiva de que información, habilidades, competencias se necesitan para ejecutar mejor sus actividades.

### Fase 2: Diseño del programa de capacitación

El diseño del proyecto o programa de capacitación es la segunda etapa del proceso. Hace referencia a la planificación de las acciones de capacitación, una vez que se ha hecho el diagnóstico es necesario plantear la forma de atender esas necesidades en un programa integral y cohesionado. Para ello es fundamental tener los siguientes componentes básicos: personal en capacitación o educandos, sistemáticas de capacitación o recursos institucionales, contenidos de la capacitación, instructor o capacitador, espacios lo locación de capacitación, cronogramas y objetivos de la capacitación.

Capacitación del proyecto de desarrollo turístico del Cantón Zaruma como Pueblo Mágico del Ecuador.				
Segmento dirigido		Operarios de la empresa turística y áreas de producción económica y comercial de Zaruma		
<b>Objetivo:</b>	Lograr la adaptación y formación del personal, artesanos y demás gestores para el ejercicio de la actividad turística y de esta manera dotar de conocimientos, habilidades y técnicas necesarias para ofertar servicios de calidad y estándares internacionales que mejor la percepción de la satisfacción de los visitantes.			
<b>Fecha:</b>	2021	<b>Duración:</b>	4 meses (3 charlas en el mes y espacios aplicativos)	
<b>Tiempo establecido por formación:</b>	2 horas cada una	<b>Núm. De capacitaciones a la semana:</b>	1 cada 15 días	
<b>Local:</b>	Espacios públicos (aulas, salas de reuniones, centros de información) Zaruma para la formación de prestadores de servicios turísticos	<b>Capacitador:</b>	Miembro de la cruz roja Manager de Prestador de servicios turístico Comunicador social Autoridad de sistema turístico local. Profesionales del turismo. Docentes bilingües.	
Cronograma				
<b>Tema</b>	<b>Capacitador</b>	<b>Descripción</b>	<b>Recursos</b>	<b>Tiempo</b>
Administración de emprendimientos para target nacional y extranjero	Manager de Prestador de servicios turístico Autoridad de sistema	Formación de administración, tributación y dirección de un emprendimiento turístico para obtener	Instalaciones de la alfarería Plataformas tributarias	2 horas

	turístico local. Profesionales del turismo Docentes bilingües.	rentabilidad y sustentabilidad	Materia de Costos y presupuestos	
Primeros auxilios y salud comunitaria post pandemia	Miembro de cruz roja. Autoridad de sistema turístico local.	Capacitar al personal en primeros auxilios, destino seguro post Covid-19 para brindar ayuda previa en caso de heridas, contusiones, etc. Protocolos de bioseguridad, capacidad de carga	Botiquín Camilla Proyector Material didáctico	2 horas
Satisfacción al consumidor	Prestador de servicios Profesionales del turismo	Capacitar al personal sobre como brindar servicios de calidad, prestación y atención al cliente, resolución de conflictos.	Proyector Material didáctico	2 horas
Equipo señalética y normas de seguridad laboral	Comunicador social Autoridad de sistema turístico local. Profesionales del turismo. Docentes bilingües.	Capacitación al personal sobre señalética de prevención y prohibición, normas de seguridad, equipo manipulación de instrumentos o herramientas	Instalaciones Proyector Material didáctico Equipo de seguridad	2 horas

### Fase 3: Aplicación y conducción capacitación.

La conducción, implantación y ejecución del programa es la tercera etapa del proceso. En las cuales se define y aplica varias tecnologías para la capacitación y para desarrollar las habilidades requeridas en el programa de capacitación. En nuestro proceso de capacitación se define las siguientes técnicas:

#### Estrategia metodológica:

Las técnicas de clase: utilizan un aula y un instructor para desarrollar habilidades, conocimientos y experiencias relacionados con el puesto y la organización. Incluye actividades como la dramatización (role playing) y juegos de empresas (business games), acción demostrativa.

Lecturas: utilizada para transmitir información, es un medio de comunicación que implica una situación de mano única, en la cual un instructor presenta verbalmente información y presenta temas acompañados de lectura para comprender la temática de seguridad laboral, puede usas el reglamento interno, seguridad industrial el manual, etc. leerlo y posteriormente hacer una retroalimentación.

Dinámicas de integración y difusión de atractivos y sistema articulado de oferta turística local: son actividades lúdicas que transmite los contenidos de formas kinestésica, ya que evita la monotonía en la capacitación, permitiendo también fortalecer la relación laboral y el trabajo en equipo mientras se pone en práctica lo aprendido, ejemplo: simulacro de incendio, juego doctor a ciegas, dramatizaciones.

### Fase 4: Evaluación del programa de capacitación.

Es necesario saber si el programa de capacitación alcanzó sus objetivos. La etapa final es la evaluación para conocer su eficacia, es decir, para saber si la capacitación realmente satisfizo las necesidades de la organización, las personas y los clientes, lo primordial es evaluar si el programa de capacitación satisfizo las necesidades para las cuales fue diseñado y las áreas y elementos determinados para la evaluación son:

- ✓ Costo de inversión: incluyen materiales, el tiempo del instructor y las pérdidas de producción mientras los individuos se capacitan y no desempeñan su trabajo.

- ✓ Calidad: qué tan bien cumplió las expectativas si fue comprensible y aplicable en el ámbito laboral diario
- ✓ Servicio: satisfizo las necesidades de los participantes, es decir, si nuestros empleados ya pueden entender la importancia y aplicación de la seguridad laboral
- ✓ Rapidez: qué tan bien se ajustó a los nuevos desafíos que se presentaron si es evidente la aplicación de lo aprendido tanto en el manejo de equipos y uso y respeto de normativas de seguridad laboral
- ✓ Resultados: qué resultados ha tenido.

Cabe recalcar, que este programa de capacitación tendrá un control de seguimiento, el cual se realizará semestralmente para visualizar la aplicación y respeto en las normas de seguridad y valorar si las mejoras mejoran la producción y benefician al equipo de trabajo.

Para evaluar se utilizará la instancia de supervisión por parte de los superiores en el proyecto para ello, se debe aplicar técnicas de DNC que serán empleadas en cada segmento del proyecto, tales como, de observación, retroalimentación en grupo, grupos de discusión y assessment center. Finalmente, para la evaluación diagnóstica de la capacitación aplicaremos algunos niveles de resultado de kirkpatrick, como es la reacción “prueba de la sonrisa”, lo aprendido “habilidades y conocimientos” y para definir la satisfacción de los capacitados hacer una encuesta con el rango de puntaje más alto 5 (muy satisfactorio) y la menor 0 (insatisfactorio). Las preguntas a evaluar son:

Pregunta	1	2	3	4	5
¿La capacitación brindada sobre manejo de emprendimientos fue de utilidad?					
¿Aplica usted en todas sus labores lo aprendido?					
¿Considera que ahora cuenta con las destrezas necesarias para ser un mejor prestador de servicios?					
¿Se encuentra usted en facultad de brindar asistencia o ayuda en caso de accidentes y manejar situaciones altas en tensión?					
¿Sabe usted cómo actuar en caso de incendio?					
¿La empresa ... (nombre de su empresa) cuenta con el equipamiento y señalética preventiva para seguridad industrial?					
¿Los temas tratados en la capacitación fueron bien desarrollados?					

CRONOGRAMA DEL PLAN

Cronograma del Proyecto 4: Desarrollo de competitividad y profesionalización de la Planta turística.														
Objetivo General	Objetivo Específico.	Actividades	Mes 2				Mes 3				Mes 4			
			Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4
Lograr la adaptación y formación del personal, artesanos y demás gestores para el ejercicio de la actividad turística y de esta manera dotar de conocimientos, habilidades y técnicas necesarias para ofertar servicios	Promover un ambiente de mayor seguridad, satisfacción y acogida en el espacio destinado para el turismo con el propósito de desarrollar servicios turísticos de calidad y mejorar la productividad de los prestadores de servicios en el Pueblo Mágico.	Capacitación sobre administración de emprendimiento	■	■										
		Evaluación de capacitación # 1			■									
	Optimizar las relaciones interpersonales, culturales entre todos los miembros de oferta turística del cantón y se	Capacitación Primeros auxilios y salud comunitaria post pandemia				■	■							



**Presupuesto proyecto 4: Desarrollo de competitividad y profesionalización de la Planta turística.**

DESCRIPCIÓN	Desarrollo de capacitaciones a prestadores de servicios turísticos y demás entes relacionados para mejorar la competitividad del destino y brindar servicios de calidad que supere las expectativas del visitante
-------------	---

**Gastos operativos**

Elementos	Cantidad por PAX	# de días	Valor unitario día	x	Valor total	VALOR PRESUPUESTADO
Trasportación	60 días (movilización de ejecutores y transporte interno)	60	\$5.00		\$300.00	<b>SUBTOTAL</b>  <b>\$6,555.00</b>
Alimentación	3 (Comidas diarias) fuera de días de grabación y rutas.	45	\$15.00		\$675.00	
Alojamiento	días extra fuera de rutas piloto -grabación	60	\$18.00		\$1,080.00	
Gastos extras	Entradas, compras de productos para grabación de artesanías, materiales impresión	45	\$100.00		\$4,500.00	

**Gastos técnicos de capacitaciones**

honorarios profesionales	charlas técnicas de médicos, Lic. Turismo, administradores de empresa, personal bilingüe.	30	\$100.00		\$3,000.00	<b>\$3,274.00</b>
Refrigerios	box lunch capacitadores y educandos.	12	\$2.00		\$24.00	
Material didáctico	folletos, material de prácticas, pizarra, etc.	30	\$5.00		\$150.00	
Gastos extras	materiales impresos, adquisición de productos grabados, etc.	1	\$100.00		\$100.00	

**Descripción Materiales empleados**

Elementos	Descripción	Estado	Costo Comercial	Costo Alquiler hora/unidad
Equipo tecnológico	Computadora	Activos de ejecutores	\$1,000.00	\$0.00
	Proyector	Activos de ejecutores	\$200.00	\$0.00
	Parlantes	Activos de ejecutores	\$300.00	\$0.00
Pantallas	Pantallas de proyección y edición	Alquiler	\$150.00	\$15.00
Instrumentos impresos	Folletos, planificación	Compra	\$300.00	\$300.00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$315.00</b>

**PRESUPUESTO GENERAL**

**VALOR PRESUPUESTADO para ejecución del proyecto 1**

**\$9,829.00**

### 3.2.1 Descripción del plan, tiempos de ejecución, entes involucrados y alcance

CRONOGRAMA DEL PLAN:

Proyectos	Objetivo	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4			
		Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4
Gestión del destino para habilitación de atractivos rurales como complementación de la oferta turística cultural existente como medio de desarrollo de las parroquias rurales que ofertan atractivos y micro emprendimientos.	Gestión del destino para habilitación de atractivos rurales como complementación de la oferta turística cultural existente como medio de desarrollo de las parroquias rurales que ofertan atractivos y micro emprendimientos.																
Obtención de productos para nuevos operadores turísticos de Cantón Zaruma	Crear rutas turísticas como itinerarios propuestos que articulen los productos turísticos de la zona como atractivos culturales y naturales, gastronomía, agroturismo que permita atraer y crear operadores que																

	oferten la actividad turística a nivel nacional y dinamizar así la economía del lugar y contribuir a la preservación patrimonial.																	
Promoción y posicionamiento del destino Pueblo Mágico Zaruma en el mercado nacional	Impulsar la valorización local de la trascendencia cultural del cantón a través de promoción del destino como Pueblo Mágico del Ecuador a través de medios audiovisuales que proyecten las historias de vida, rasgos principales del patrimonio inmaterial de Zaruma.																	
Desarrollo de competitividad y profesionalización de la Planta turística.	Desarrollo y mejora de planta turística existente por medio de la capacitación a prestadores de servicios para mejorar la atención al visitante y posicionar a Zaruma como un destino que acoge a sus turistas.																	

Nombres	Carga Horaria Semanal	Costo Efectivo Hora (US \$)	Costo Mensual (US \$)	# Meses Laborados	Costo Semestre (US \$)	Costo Intervención en Proyecto (US \$)
<b>Profesores Participantes (Tiempo Completo/ Horas Cátedra/ Etc.)</b>						
Narcisa Ullauri Donoso	5	27.00	540.00	6	3,240.00	3,240.00
Santiago Malo Otatti	5	15.00	300.00	6	1,800.00	1,800.00
Juan Manuel Aguilar	5	10.00	200.00	4	800.00	800.00
<b>TOTAL</b>						5,840.00
<b>Profesores Participantes Con Asignación Horaria Nueva Para El Proyecto</b>						
Juan Manuel Aguilar	5	10.00	200.00	4	800.00	800.00
<b>TOTAL</b>						800.00
<b>Personal De Apoyo (Capacitadores, Técnicos)</b>						
Med. Doménica Astudillo	2	18.00	144.00	3	432.00	432.00
Mgr. Sebastián Rivera	4	15.00	240.00	3	720.00	720.00
Ph. Charly Chacón	2	7.50	60.00	3	180.00	180.00
Ejc. Diana Guartatanga	4	15.00	240.00	3	720.00	720.00
Adm. Gabriela Guachichulca	3	10.00	120.00	2	240.00	240.00
<b>TOTAL</b>						2,292.00
<b>Costo Total Recursos Humanos (US \$)</b>						<b>8,932.00</b>

**2. VIAJES TÉCNICOS.** Dentro del país para realizar trabajos de campo relacionados con el proyecto. Los costos de viáticos y subsistencias se sujetarán a los reglamentos vigentes establecidos por la Universidad; así mismo, se deberá incluir el valor de los pasajes aéreos o terrestres

Concepto	Lugar	Duración Días	No. Personas	Asignación Diaria (US \$)	Costo Total (US\$)
Viáticos	Cantón Zaruma	30.00	2.00	20.00	1,200.00
Subsistencias	Cantón Zaruma	30.00	2.00	15.00	900.00
<b>TOTAL VIÁTICOS Y SUBSISTENCIAS</b>					<b>2,100.00</b>

CONCEPTO	DESTINO	NÚMERO DE PERSONAS	COSTO Salida (US\$)	COSTO TOTAL (US\$)
Pasajes aéreos	Cantón Zaruma	2	45.00	90.00
Pasajes terrestres	Cantón Zaruma	2	45.00	90.00
<b>TOTAL PASAJES</b>				<b>180.00</b>
<b>COSTO TOTAL VIAJES TÉCNICOS</b>				<b>2,280.00</b>

**3. MATERIALES Y SUMINISTROS:** valor estimativo de papel, material de oficina, etc., requeridos para ejecutar el proyecto

MATERIALES / SUMINISTROS	CANTIDAD	PRECIO ESTIMADO (US \$)	COSTO TOTAL (US \$)
Papel y material de oficina	30.00	0.15	4.50
Instrumentos de fotografía y video	4.00	50.00	200.00
Gastos operativos (entradas, artesanías, platos típicos)	20.00	5.00	100.00
Gastos administrativos (folletos, impuestos y tasas municipales, servicios bancarios)	1.00	15.00	15.00
<b>COSTO TOTAL DE MATERIALES Y SUMINISTROS</b>			<b>319.50</b>

<b>RESUMEN PRESUPUESTARIO</b>	
<b>RUBRO</b>	<b>COSTO (US \$)</b>
1.-RECURSOS HUMANOS	8,932.00
2.- VIAJES TECNICOS	2,280.00
3.- MATERIALES Y SUMINISTROS	319.50
<b>TOTAL, COSTOS DIRECTOS</b>	<b>11,531.50</b>
COSTOS INDIRECTOS (25% DE COSTOS DIRECTOS)	2,882.88
<b>COSTO DEL PROYECTO</b>	<b>14,414.38</b>

<b>DESGLOSE DE GASTOS (US \$)</b>	
Inversión a través del rol general de pagos	6,640.00
Inversión por costo indirecto y gestión administrativa	2,882.88
Inversión adicional neta	<b>4,891.50</b>
<b>Total de presupuesto de proyecto:</b>	<b>14,414.38</b>

### **3.2.2 Evaluación del programa**

La evaluación de una planificación turística incluye en sus procesos el inventario de recursos turísticos y su clasificación de acuerdo con el potencial turístico, además de la identificación de recursos complementarios que pueden ser incluidos en la industria turística. Partiendo desde la declaratoria como pueblo mágico del Ecuador, la planificación turística orientada se basa en un contexto de aprovechar los recursos rurales y diversificar la oferta turística existente dentro del Cantón Zaruma, para articular un sistema integral que permita aquellas pequeñas localidades preservar su patrimonio y mejorar su sistema económico a través de una actividad complementaria.

La evaluación de esta planificación se mide mediante el grado de competitividad del destino frente a una amplia Red de oferta turística bajo la misma denominación de pueblos mágicos. En este contexto es necesario reconocer que para el presente año 2021 se han sumado más localidades al programa pueblos mágicos, lo que imparte resulta un beneficio pues se diversifica la oferta, pero pone en acción la necesidad de que cada destino sobresalga y se identifique por un producto turístico diferencial, que quede guardado en la mente del consumidor y pueda venderse bajo su potencial único.

Al evaluar la competitividad del destino Zaruma, nos referimos a controlar o juzgar multi-dimensional mente una amplia red de factores que permite evidenciar si ha existido o no una mejora continua de las ventajas competitivas de este destino, para determinar si dicho rango está dentro de un éxito debemos enfocarnos en la atención a los recursos y la determinación de mejoras físicas y conceptuales dentro del sistema turístico del cantón.

Una óptima estrategia de valuación de la planificación planteada es mediante los factores críticos de éxito (FCE), término que fue mencionado por primera vez en 1961 en donde se establece que es “la necesidad de eliminar temas que no estuvieran directamente relacionados con el éxito de una organización y así conformar sistemas de información eficientes que ayudasen a los directivos en la planificación y gestión de las organizaciones.” (Víctor, 2010)

Los factores aplicándolos dentro de una planificación permite evidenciar si aquellas áreas o proyectos han alcanzado resultados que resulte satisfactorio es frente a la planificación y cuyo rendimiento competitivo favorezca a la organización en este caso hay tanto. Si dichos resultados no son los esperados se establece que los objetivos o la aplicación en la gestión del destino turístico deben ser cambiados o caso contrario dicha planificación quedara en nulidad.

FCE son “condiciones, circunstancias, actividades o eventos que, específicamente, están limitados en número a las áreas en las que los resultados, si éstos son satisfactorios, podrán asegurar el rendimiento competitivo y con éxito de una organización” (Ferrerías, 2010)

Basados en dicha definición podemos evaluar los varios factores que intervienen en el FCE, que permiten que el destino se destaque a nivel internacional, pero no generar un aislamiento dentro del mercado turístico nacional, tal como ha sucedido en Galápagos, el cual es conocido por su riqueza natural, que resulta una ventaja pues turistas de todo el mundo buscan en conocer dicho destino. Sin embargo, existió una mala articulación dentro del mercado nacional por lo que se genera un aislamiento, en donde los turistas únicamente conocen a Galápagos y no el macro entorno que sería la diversa oferta turística del Ecuador, por lo cual se generan problemas de concentración turística en ciertos lugares, una sobrecarga en la capacidad de atención turística, degradación de ciertos atractivos y salida de divisas e ingresos turística a operadoras internacionales, derivando en un desarrollo reducido de la localidad frente a lo que debiera tener por su potencial turístico.

Articular los factores de éxito es de radical importancia porque a través de esta también se pueda generar una dinámica positiva de afluencia turística, pero que el destino sea reconocido por su óptico manejo de la industria. El primer factor de análisis son los medioambientales, de principal importancia dentro del cantón considerando que una de las principales actividades económicas es la industria minera por lo cual es de particular importancia que estos sectores articulen una supervivencia y conservación de los recursos bajo una cooperación que permita que ambas actividades generen un macro entorno de desarrollo económico e industrial para el Cantón Zaruma.

Los factores sectoriales son otros elementos de éxito que busca que el canto se relacione con el ambiente externo, es decir, otras localidades dentro del programa pueblos mágicos y juntos articulen un sistema en donde se aprovechan los recursos, habilidades y destinos para poder atraer una mayor afluencia turística al país. Los factores organizacionales ocupan un puesto que determina la historia, localización, recursos y competencias estratégicas que permiten caracterizar al destino por su originalidad y diversidad en la oferta turística.

La evaluación de la planificación turística del cantón salud como pueblo mágico del Ecuador involucra primero la identificación de los factores importantes entre ellos cuáles son las principales características que destacan a Zaruma como destino nacional, segundo

establecer relaciones y planificar como estas interactúan con la oferta turística existente. El factor de riesgo de generalizar las ventajas competitivas puede generar un problema pues evitan el progreso continuo del destino generalizando y llegando a una similitud otros destinos lo que permite la confusión de la marca PME.

La metodología utilizada para la determinación de componentes y evaluar la competitividad turística de Zaruma involucra el método Delphi. El cual se basa en evaluar la capacidad creativa de las generaciones de ideas que involucran la planificación, evaluar los argumentos legales que permiten la aplicación de dichos proyectos y obtener los resultados y enriquecimiento de cuestiones planteadas frente a productos propuestos.

La aplicación de la evaluación del fin se ha hecho mediante un criterio de selección de los estimados esenciales que plantea Delphi para evaluar la competitividad del destino, como se muestra a continuación en la tabla que establece una mediana, por lo tanto, un promedio que mediante una clasificación y evaluación de actores involucrados permitirá saber que si ésta está por debajo de la misma el destino aún no alcanza una competitividad óptima, y si esta supera dicha mediana podrá establecerse como un destino óptimo para gestionar y comercializarse dentro del mercado turístico nacional.

Tabla 7

FCE estimados crítico o esenciales en la evaluación de la competitividad de destinos turísticos:

DIMENSIONES CRITICAS DE INTEGRACIÓN				FCE DETERMINADOS PARA LA EVALUACION DE LA COMPETITIVIDAD DE ESTINOS TURISTICOS			
DIMENSIONES	Media	Medi a-na	Desv. típ.	Factores Críticos de Éxito	Medi a	Media- na	Desv. típ.
APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO: I+D+i	9,43	10,00	0,843	- Desarrollo de los RRHH	9,55	10,00	0,671
				- Desarrollo e innovación en productos y servicios	9,45	9,50	0,596
				- Desarrollo de infraestructuras (incluye inf. de accesibilidad)	9,23	9,00	0,813
				- Desarrollo e innovación tecnológica, de sistemas (reservas, gestión, comercialización,...)	9,18	9,00	0,907
DIRECCIÓN Y GESTIÓN DEL DESTINO	9,30	10,00	0,876	- Planeamiento integral del destino	9,21	10,00	0,976
				- Organización y coordinación del destino	9,17	10,00	1,193
				- Dirección y Gestión estratégica del destino	9,30	10,00	1,222
				- Gestión de los RRHH del destino	9,17	10,00	1,267
				- Gobernanza	9,11	9,00	0,737
				- Gestión del marketing del destino	9,13	9,00	1,140
				- Gestión turística responsable del destino	8,60	9,00	1,283
RECURSOS, ESTRUCTURA TURÍSTICA, INFRAESTRUCTURAS Y SERVICIOS DE APOYO Y	9,52	10,00	0,947	- Recursos Humanos (RRHH)	9,59	10,00	0,734
				- Facilidades de acceso (Accesibilidad)	9,36	10,00	0,902
				- Protección de los recursos	9,42	10,00	0,961
				- Atractivos turísticos	9,14	10,00	1,082
				- Infraestructuras generales	9,14	9,00	0,774

COMPLEMENTARIOS				- Estructura turística (Comodidades turísticas: alojamiento, restauración, tte. interior,...)	9,18	9,00	0,853
				- Servicios de apoyo y complementarios	8,95	9,00	1,046
DESARROLLO  SOSTENIBLE	9,26	10,00	1,251	- Innovación, creatividad, singularidad y unicidad del destino	9,73	10,00	0,647
				- Sensibilidad medioambiental	9,26	10,00	1,251
				- Políticas y prácticas de gestión sostenibles	9,27	10,00	1,279
				- Crecimiento social	8,67	10,00	1,290
				- Crecimiento económico	8,60	9,00	1,287
AGENTES IMPLICADOS (STAKEHOLDERS)	9,00	10,00	1,348	- Marco global, interrelaciones, 'ambiente' entre agentes implicados	9,23	10,00	1,020
				- Agentes implicados locales (prestadores de servicios turísticos y de apoyo)	9,14	10,00	1,207
				- Población residente	8,95	10,00	1,527
				- Administraciones Públicas turísticas	9,23	9,50	0,922
CLIENTE (Demanda turística)	8,91	10,00	1,807	- Satisfacción del cliente	9,70	10,00	1,063
				- Fidelización/ retención y seguimiento posterior del cliente	9,26	10,00	1,176
				- Captación de clientes	8,67	9,00	1,241
CONDICIONES DEL ENTORNO: INTERNACIONAL, NACIONAL Y SECTORIAL	8,96	9,00	1,147	- Hábitos, motivaciones y comportamiento demanda turística	9,45	10,00	0,858
				- Evolución TICs y condiciones internacionales del transporte	9,32	9,50	0,839
				- Condiciones económicas globales	8,86	9,00	0,990
				- Condiciones de éxito mundiales exigidas a un destino turístico	8,62	9,00	0,716
				- Condiciones entorno nacional y sectorial	8,64	9,00	1,002

Fuente: (Victor, 2010)

Dentro del estudio se validó a 35 factores esenciales que están orientados a dirigir y evaluar la competitividad del destino turístico como pueblo mágico Zaruma, evaluando una situación del antes de dicha declaratoria, del durante la declaración y un post aplicación de la planificación y su incidencia dentro de la competitividad para ello se elaboran distintos componentes entre los que se destacan: la innovación y singularidad del destino, Su satisfacción al cliente mediante un correcto manejo de recursos humanos, protección de recursos acceso y sostenibilidad ambiental, además del marketing y evolución de atractivos turísticos.

El modelo de evaluación sugerido tiene un componente subjetivo, el cual deriva de la metodología de Delphi, en donde además de una evaluación cualitativa se establecen técnicas para evaluar el perfil de la planta turística, la creatividad para promoción y manejo de atractivos y la dirección y modelo de gestión manejado por el gas municipal estableciendo la tipología particular del destino. Dentro de este sistema subjetivo se establecen tres fases indispensables para determinar si la propuesta turística fue óptima y permiten la mejora y desarrollo conjunto de la población local, entes involucrados y prestadores de servicio turístico, que beneficia el modus vivendi del Cantón Zaruma sin desplazar otras actividades turísticas que caracterizan al tanto, dichas fases son:

SEGUIMIENTO	EVALUACIÓN	CONCLUSIONES
<p>Con la obtención de los datos se procederá a dar seguimiento a la producción para la corrección de manuales y eficiencia de producción y rentabilidad del proyecto</p> <p>El proceso de seguimiento será mediante, testeo sobre los productos elaborados y estudios de los criterios de los consumidores como: encuestas, degustaciones gratuitas, procesos de retroalimentación.</p>	<p>Se debe realizar una evaluación interna a mediano plazo que permita ver la factibilidad del negocio y una a largo plazo mediante encuestas y matrices de confrontación para ver las estadísticas de producción, ventas, marketing e ingresos y pérdidas generadas</p> <p>El proceso de evaluación será mediante, la elaboración de un estado de balance, Kardex situacional sobre Activos, pasivos y patrimonio, y evaluación de utilidades, e ingresos declarados.</p>	<p>El proyecto está orientado a fortalecer la comercialización de productos naturales y transformados a nivel nacional e internacional, mediante la transformación de recursos naturales y culturales de Zaruma a través de la investigación, desarrollo de productos, optimización de los procesos de transformación y la implementación de las certificaciones de calidad.</p>

### **3.3 Socialización de la planificación turística con entes relacionados**

La socialización es un proceso mediante el cual los seres humanos, es decir, los entes involucrados dentro de una planificación aprenden interiorizan los proyectos, sucesos y elementos que permiten obtener las capacidades necesarias para el éxito de dicha planificación o programa. Existen distintas formas de socialización en las cuales involucran métodos didácticos que facilitan el aprendizaje a través de charlas, trabajos en equipo, evaluaciones conjuntas o talleres formativos con los contenidos planificadas.

“Proceso por cuyo medio la persona humana aprende e interioriza, en el transcurso de su vida, Los elementos socioculturales de su medio ambiente los integra a su estructura de su personalidad, bajo la influencia de experiencias de gentes sociales significativos, y se adapta así al entorno social en cuyo seno debe vivir”. (SILVA, 2010)

En función de dichos testimonios podemos establecer que la socialización es un proceso inacabable en donde el ser humano puede interiorizar elementos socios culturales significativos a través de la observación de modelos que pretenderán la modificación de una conducta para la obtención de un proceso planificado.

De esta forma, se observa que los seres humanos a través de la socialización adquieren un modelo de gestión o aplicación, mediante el cual se dieron representaciones simbólicas de procedimientos a adquirir y que les servirán de guía para que los entes involucrados puedan efectuar sus propias acciones orientadas a la planificación y en búsqueda de los resultados exitosos planificados.

Los participantes dentro de este proceso son primero los profesionales, que se desenvuelven en el rol de docente, gran parte del éxito dependerá de la forma de enseñanza que estos transmiten a los entes involucrados o capacitandos. El entorno son aquellas personas involucradas indirectamente pero que a su vez ejercen un rol en donde la formación integral se evidencia a través de la influencia cultural y de las perspectivas que tiene en este caso el pueblo o cantón.

### **3.2.1 Metodología y proceso de socialización**

Cuando hablemos de un planteamiento de sociabilización con una comunidad existen ventajas y desventajas al momento de la implementación de un proyecto o planificación dentro de su territorio. Existen componentes que deben ser evaluados previamente entre ellos se destacan las inquietudes y comentarios constructivos de los entes exteriores o indirectos, la metodología para sociabilizado con estos Stakeholders es a través de reuniones comunitarias en donde se concretan los conocimientos y se plantea el problema inicial y la posible solución.

La identificación del territorio en donde se piensa desarrollar dicha planificación es parte del diagnóstico en donde se comunicarán los objetivos, metodologías y herramientas de intervención que se utilizarán para alcanzar los propósitos de dicha planificación, que son desarrollar el potencial turístico del Cantón Zaruma bajo su declaratoria de pueblos mágicos a través de la articulación de atractivos culturales y naturales a lo largo del cantón. Para ello es de principal necesidad la socialización de la necesidad de que los habitantes se apropien de la identidad zarumeña.

Otra de la metodología aplicada es a través de entrevistas exploratorias a personas que son representantes dentro de grupos, asociaciones o prestadores de servicios en donde se puede ofrecer una evaluación sobre la planificación planteada, el objetivo de dicha entrevista es captar las manifestaciones que dichos representantes comunican y son la voz de quienes representan.

Otro método aplicado es el taller práctico en donde se realizan capacitaciones definidas y planificadas, con guías o profesionales en distintas áreas buscando que quienes participan de dichos talleres cuenten con la observación y autoanálisis de las prácticas elaboradas y a través de sus percepciones se pueden ir complementando y corrigiendo la planificación planteada, tomando en cuenta la dimensión ambiental, económica, política, social, cultural y turística, en este sentido, hacemos mención de aplicar estrategias que permitan dar solución a los problemas planteados y aprovechar las potencialidades del destino.

Para el proceso de sociabilización de la planificación es necesario la articulación de un plan en el cual se tengan parámetros de calidad para garantizar la integridad del proceso y captación del contenido, para ello se deben plantear alcances del proceso de relacionamiento, es decir el porcentaje de poblaciones estratégicas al que se busca llegar, definición de la de

influencia en el proyecto en este caso la definición del área turística y repartir responsabilidades para garantizar que cada ente cumpla con su función.

El área de influencia genera controversias de acuerdo al grupo que va dirigido, sin embargo, se establece que los entes involucrados deben ser sociedades, personas u organizaciones entre las cuales la interacción turística genere impactos significativos dentro de su cotidianidad. Determinación de impactos genera la necesidad de la clasificación de los mismos para determinar si estos son directos o indirectos y a su vez si estos generan resultados positivos o negativos sobre los recursos aplicados, ya sean estos tangibles o intangibles. El diseño de buenas prácticas es un proceso óptimo que se debe tomar en cuenta evaluando los escenarios para la coyuntura del proceso de socialización, es decir, identificar las situaciones que pueden generarse durante la sociabilización y las necesidades a cubrir durante etapas futuras del proyecto. Finalmente, la documentación y pautas son una manera conjunta de establecer ejercicios y actuaciones que generarán oportunidades de aplicación de los contenidos aprendidos para los distintos entes.

#### SOCIABILIZACIÓN CON CONSUMIDORES POTENCIALES.

Al hablar de público potencial o de consumidores, hacemos referencia al mercado turístico al que queremos alcanzar para el cual se debe establecer un plan de marketing que permita el consumo del producto turístico que Zaruma pretende ofertar. Es necesario para la puesta en marcha de la planificación por el beneficio económico, organizativo que supone para un posicionamiento de la marca en el mercado turístico. además de identificar los cambios, aumentar la predisposición de venta y captación de mercado.

#### OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING:

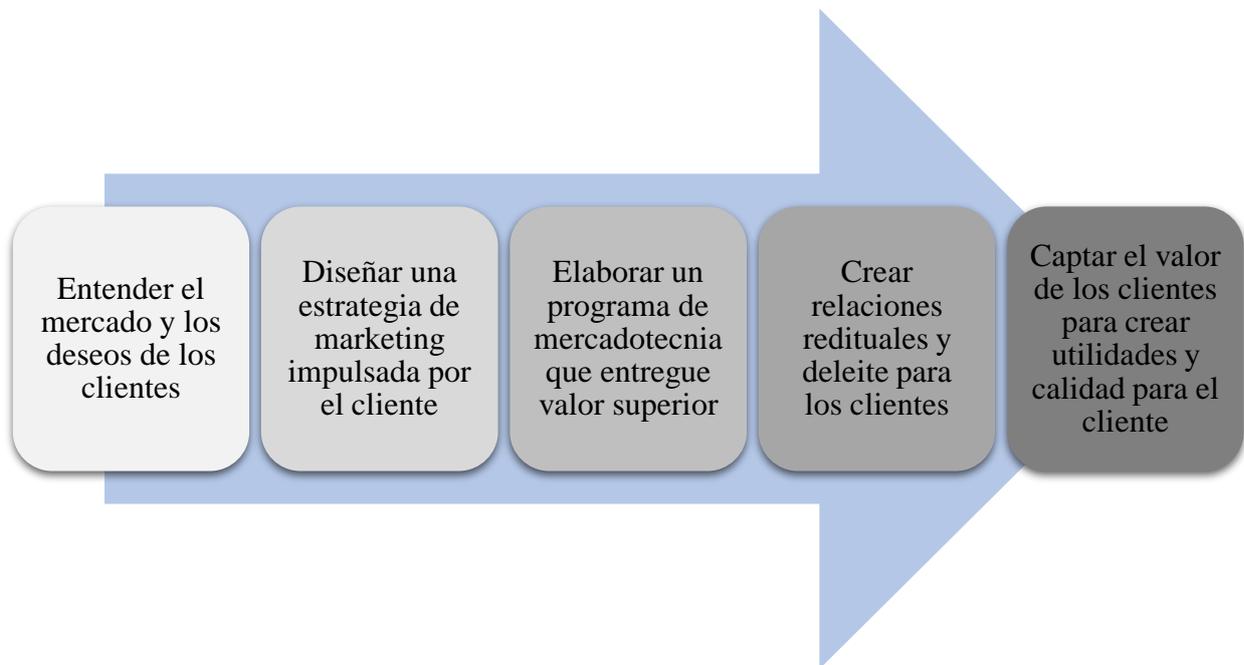
- ✓ Definir de los valores y objetivos generales, estratégicos, tácticos y operacionales para una toma de decisiones acordes con los objetivos marcados y disminución de los posibles riesgos empresariales.
- ✓ Estudio de mercado internacional, nacional, regional y local para una gestión óptima, en cuanto a normas, presupuestos y programas a ser implementados para captar un mayor número de clientes.

- ✓ Majeño de marca, marketing para una fidelización de clientela en el mercado, siendo competitivos en el entorno.

Para desarrollar un adecuado manejo de técnicas de mercadeo y marketing es necesario realizar un estudio del mercado de referencial, lo que comprende el micro entorno, lo que está conformado por los actores que están más próximos a la relación de intercambio y por tanto su influencia es más inmediata, estos son: los suministradores, los intermediarios, los competidores, los intereses de grupo y otras instituciones comerciales. El macro entorno de la empresa, una influencia menos inmediata y afectan no solo a la actividad comercial sino también a otras actividades humanas y sociales, estos son: los aspectos demográficos, económicos, culturales, sociales, legales, políticos, tecnológicos y del medioambiente. Tomando en cuenta elementos básicos de la planificación estratégica de marketing de una organización.

La delimitación del mercado de referencia toma en cuenta el conjunto de consumidores que forman la demanda actual o potencial hacia aquellos productos o servicios que cumplen la misma función que un producto o servicio determinado. En el caso del Pueblo Mágico Zaruma, se diferencia entre clientes nacionales, extranjeros, locales, o a su vez agrupándolos en individuales, grupales. Las funciones son los beneficios que van a obtener los turistas al contratar sus servicios.

Otro de los beneficios diferenciales es contar también con una serie de servicios adicionales que hace aumentar la satisfacción de cliente (lo que se conoce con el nombre de producto aumentado) y sirve como elemento motivador a la hora de elegir un destino u otro. Nuestro modelo de marketing a seguir tomas cinco diferentes pautas que abarca los distintos segmentos de clientes, es decir, huéspedes que comparten características similares al momento de elegir un producto turístico, dicho modelo se orienta en:



Las ofertas del mercado no están limitadas a productos físicos, también incluyen servicios, que son actividades o beneficios ofrecidos para su venta y son básicamente intangibles y no tienen como resultado la propiedad de algo, se podría llegar a un acuerdo con las empresas responsables y crear paquetes a medida para los clientes, crear pequeños segmentos de mercado para animarles a participar en nuevo productos turísticos planteado y diseñados para distintos targets, lo que incluye actividades o descuentos para sus clientes, dándoles facilidades para el transporte, alojamiento, interpretación y alimentación.

Los fenómenos sociales, políticos, económicos y tecnológicos en la actualidad han obligado a los destinos turísticos a dedicar un importante esfuerzo para conocer su ambiente y así determinar las distintas políticas que le permitan adaptarse a él. Todo lo anterior refleja que un destino emergente no puede considerarse aislada del entorno; por esa razón, que se deben crear estrategias para ampliar la oferta de productos y beneficios que diferencia del resto de destinos.

Los consumidores tienen más acceso y de manera más rápida a la información, por lo que adquieren un mayor conocimiento sobre los productos y servicios que ofrecen las empresas, así como los de la competencia. Esto hace que sean mucho más exigentes y reclamen productos personalizados, en el lugar y tiempo requerido. Como consecuencia, los destinos de PME tienen que tener la capacidad de poder adaptarse lo más rápido posible a todos los cambios que se van produciendo en el mercado.

También hay que considerar los impactos del turismo y de las externalidades, positivas y negativas, de los operadores privados, así como apostar por un enfoque centrado en la sostenibilidad a largo plazo. Los organismos públicos en materia de turismo son los responsables de la planificación turística y tienen el papel de primer orden en la promoción del destino en los mercados emisores, mediante acciones promocionales propias y ejerciendo un papel de apoyo al sector privado en sus iniciativas promocionales.

### ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL

El uso de herramientas, plataformas digitales es un beneficio amplio en las estrategias de marketing y publicidad, debido a que reduce costos de promoción, tiene un mayor alcance y una dinámica de captar nuevos segmentos de mercado. Los consumidores cada vez más utilizan este medio para hacer reservas de hoteles, paquetes turísticos, vuelos, etc. Ya que les permite comparar en tiempo real toda la oferta existente, de una forma muy cómoda (desde su hogar, lugar de trabajo u otro sitio elegido), las 24 horas del día de los 365 días del año (máxima flexibilidad) y comprar en el momento deseado. Evitar la miopía del marketing es un factor fundamental para un mejor posicionamiento del mercado turístico ya que permite no solamente concentrarse en el producto tangible un tangible, si no ofertas de más experiencias servicios y cualidades que marquen la diferencia dentro de un establecimiento como, es por ello que la principal estrategia de marketing de nosotros se basa en crear una política pública licitaría positiva basada en la promoción de la calidad y diferenciación de servicios.

El uso de plataformas digitales, Facebook, Instagram, YouTube, Booking.com o Advisor es una forma de alcanzar a los nuevos clientes digitales sea empresas o personas o grupo de personas cuya reserva y trabajo es netamente digital dejando de lado la forma tradicional de la reserva, lo cual no es motivo para deshacerse de otra forma de reserva ya que con la utilización de otras plataformas y de la forma tradicional de reserva se puede captar un segmento más amplio de mercado, potencializando ventas o afluencia turística.

### SEGMENTACIÓN DEL MERCADO:

La segmentación del mercado consiste en agrupar grupos potenciales de acuerdo con características y preferencias similares Amento de consumir un producto es por ello que nuestro paso de segmentación se divide en las siguientes etapas:



#### SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

1. Identificación de los criterios de segmentación del mercado.
2. Desarrollo de perfiles de los segmentos resultantes.



#### SELECCIÓN DEL MERCADO

3. Desarrollo de medidas de interés del segmento.
4. Selección del segmento(s) objetivo(s)



#### POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO

5. Desarrollo de posicionamiento para cada segmento objetivo.
6. Desarrollo del marketing mix para cada segmento objetivo.

### TÉCNICAS DE MARKETING A EMPLEAR:



#### MARKETING EN MASA

- El vendedor promociona en masa el producto a todos los compradores.
- Alojamiento para todo tipo de visitantes que lleguen a Zaruma



#### MARKETING DE VARIEDAD DE PRODUCTOS

- El vendedor produce dos o más productos que tienen diferentes características, estilos, calidad, tamaño, etc.
- La línea de productos se produce para variedad a los compradores, mejora atraerlos a segmentos de mercados diferentes.



#### MARKETING SELETIVO

- Aquí el vendedor identifica los segmentos de mercado, selecciona uno o más, y desarrolla productos y marketing mix a medida de cada segmento seleccionado.

### 3.2.2 Entes relacionados en actividad turística.

La presente matriz consiste de un análisis de los principales actores involucrados dentro de nuestro proyecto y su definición y clasificación de acuerdo al sector al que pertenecen, determinando si la afectación es directa o indirecta dentro del proyecto.

<b>Segmentación de entes involucrados (Stakeholders)</b>								
<b>Actores del proyecto</b>	<b>Interno</b>	<b>Externo</b>	<b>Directo</b>	<b>Indirecto</b>	<b>Individual</b>	<b>Colectivo</b>	<b>Público</b>	<b>Privado</b>
Universidad del Azuay		X	X			X		X
Directora de tesis: Mg. Narcisa Ullauri	X		X		X			X
Tribunal Académico: Mg. Ronal Chaca- Mg. Santiago Malo		X	X			X		X
Ejecutores: Diana Guartatanga-Sebastián Rivera	X		X			X		X
Alcalde: Jhansy López	X			X	X		X	
Dirección de Turismo Zaruma	X		X			X	X	
Director de PPME:		X		X	X		X	
Proveedores de servicios de Alojamiento		X	X			X		X
Proveedores de servicios de Alimentación		X	X			X		X
Proveedores de servicios de Intermediación e Interpretación		X	X			X		X
Proveedores de servicios de Transportación		X	X			X		X
Propietarios de Minas.		X		X		X		X
Propietarios de Minas vinculados a productos turísticos	X		X			X		X
Personal de planta turística.	X		X			X		X
Población el Cantón Zaruma		X		X		X		X
Agricultores		X		X		X		X
otras localidades con declaratoria de Pueblos Mágicos del Ecuador		X	X			X	X	
MINTUR		X	X			X	X	
Agricultores vinculados a proyectos turísticos	X		X			X		X

La presente herramienta de análisis es una matriz de caracterización de los actores o Stakeholders identificados en la tabla anterior, en la cual presentamos un análisis de los intereses particulares de cada ente involucrado, además de la identificación de las problemáticas e inconvenientes percibidos entorno a cada actor para el desarrollo de nuestro proyecto. También se realiza un levantamiento de información sobre que recursos ya sea físicos, económicos, académicos, técnicos, etc. Estos aportan en la planificación de desarrollo turístico del Cantón Zaruma.

<b>MATRIZ DE CARACTERIZACIÓN DE ACTORES</b>			
<b>ACTORES</b>	<b>INTERESES</b>	<b>PROBLEMAS PERCIBIDOS</b>	<b>MANDATOS O RECURSOS</b>
Universidad del Azuay	Graduación de profesionales que puedan incorporarse en el mundo laboral de su campo de estudio.	Elaboración de trabajos de poca eficiencia o de baja calidad que ponga en riesgo la imagen académica de la universidad.	Formación académica- acompañamiento profesional y docente, campos de prácticas, convenios
Directora de tesis: Mg. Narcisa Ullauri	Elaboración y evaluación de un trabajo de graduación optimo y que contribuya al desarrollo del convenio establecido entre UDA y GAD de Zaruma	Información desactualizada y dificultad de movilización para socialización y levantamiento del territorio	Capacitaciones y tutorías virtuales para elaboración del proyecto
Tribunal Académico: Mg. Ronal Chaca- Mg. Santiago Malo	Evaluación del trabajo de titulación para asegurar el cumplimiento de los estándares educativos.	Retraso en la obtención de información, dificultando el avance del proyecto.	Rúbrica de calificación de proyectos y herramientas de planificación e investigación
Ejecutores: Diana Guartatanga-Sebastián Rivera	Desarrollo de una planificación turística eficiente que permita dinamizar la actividad turística del cantón, en base a la declaratoria de Pueblo Mágico.	Problemas de movilización mediante la emergencia sanitaria, información desactualizada, falta de comunicación y atención con los entes involucrados.	Herramientas de planificación, investigación bibliográfica, levantamiento de información in situ.

Alcalde: Jhansy López	Obtención de un proyecto que permita la continuación al programa e impulse una nueva actividad económica en Zaruma.	Oposición frente a la planificación propuesta, o inconformidad con las deficiencias encontradas en el desarrollo turístico del cantón.	Catastros realizados, información levantada por el GAD.
Dirección de Turismo Zaruma	Obtención de una planificación que pueda ser articulada a la documentación requerida dentro PME y genere una mejora dentro del sistema turístico del cantón.	Inconformidad con las deficiencias encontradas en el desarrollo turístico del cantón, deficiencias en planificación y planta turística deficiente, estancamiento de la declaratoria PME.	Catastros realizados, información levantada por el GAD, Informes de capacitación y proyectos planteados anteriormente
Director de PPME:	Obtención de un proyecto para la entrega de la planificación anual que integren los planteamientos dentro del Programa Pueblos Mágicos Ecuador.	Desacuerdo con la planificación realizada por los tesisistas de la universidad y los entes involucrados.	Normativa, base del programa PPME , información del programa.
Proveedores de servicios de Alojamiento	Obtención de una planificación realista y aplicable que permita evidenciar a corto plazo los beneficios del desarrollo turístico del cantón en base a la declaratoria PME y que estos sean reflejados en un incremento del número de visitantes para dinamizar la economía local.	Inactividad o estancamiento del turismo en el territorio por falta de financiamiento de proyectos a nivel público. Incumplimiento de planificación propuesta.	Estadísticas de ventas e ingresos en períodos diferentes de aplicación y perspectivas o iniciativas a considerar dentro de la planificación.
Proveedores de servicios de Alimentación			
Proveedores de servicios de Intermediación e Interpretación			
Proveedores de servicios de Transportación			
Propietarios de Minas.	Evitar el estancamiento de la actividad minera e impedir la satanización de la minería en el cantón.	Contaminación dentro del territorio, inestabilidad económica y social por la oposición a la extracción de los diferentes metales.	Información de los beneficios evidenciados por parte de la actividad minera.
Propietarios de Minas vinculados a productos turísticos	Vinculación de la actividad minera a través del uso de sus infraestructuras y conocimientos para la ejecución de proyectos turísticos que permitan conocer sobre la actividad minera y la valoración de la	Falta de infraestructura y déficit de manejo frente a la actividad turística propuesta.	Predisposición de infraestructura, personal y conocimientos para el desarrollo de nuevos productos.

	misma, generando nuevas fuentes de ingresos económicos.		
Personal de planta turística.	Incremento del número de visitantes para mejorar la economía del sector, implementación de un centro de información turística para la difusión y promoción de los atractivos de la localidad.	Inconformidad con las deficiencias encontradas en la planta turística deficiente e incumpliendo de planes propuestos por autoridades y prestadores de servicios	Información de los beneficios evidenciados por parte de la actividad turística y aportes que permitan la realización de los proyectos planteados
Población el Cantón Zaruma	Desarrollo de un turismo sostenible y responsable que beneficie al desarrollo económico del territorio y vaya en conformidad a los objetivos de los moradores.	Sobrecarga de visitantes que generen la migración de moradores, mal uso o disfrute de los atractivos encontrados y degradación de la localidad.	Criterios personales y comunitarios para la elaboración y levantamiento de información
Agricultores	Incremento de su producción agrícola para ser proveedores de los prestadores de servicio y que el incremento de turistas permita una mayor venta de su producción	Deficiencia de capacidad de producción para satisfacer la demanda y sobreexplotación de suelos con problemas de invasión minera.	Criterios personales y comunitarios para la elaboración y levantamiento de información.
Otras localidades con declaratoria de Pueblos Mágicos del Ecuador	Aprender e insertar la planificación propuesta para Zaruma como modelo de gestión de la declaratoria de Pueblo Mágico ya obtenidos.	Falta de promoción y gestión de nuevos destinos por la preferencia a localidades ya posicionadas evitando la dinamización de nuevos lugares.	Proyectos para realizar estudios comparativos y de efectividad para el desarrollo de PME.
MINTUR	Mejorar el modelo de planificación, vinculándose con entidades que presten apoyo e interés a los nuevos destinos y diversificar la oferta turística nacional	Carencia de conocimiento de las realidades locales, mala gestión de destinos potenciales y falta ejecución y	Estadísticas nacionales, Normativas de aplicación. Criterios de clasificación establecidos.

		promoción de proyectos obtenidos	
Agricultores vinculados a proyectos turísticos	Vinculación de la actividad agrícola a través del agroturismo, uso de su infraestructura y prestación de técnicas para la ejecución de proyectos turísticos que permitan conocer sobre la actividad y la valoración de la misma, generando nuevos de ingresos económicos.	Deficiencia de capacidad de producción para satisfacer la demanda y sobreexplotación de suelos con problemas de invasión minera. Desacuerdos con agricultores que muestran posición al turismo	información sobre la capacidad de carga de cada establecimiento y oferta de productos existentes. Conocimientos y propuestas para desarrollar nuevos productos.

La presente tabla consta de un análisis que establece la definición de estrategias para mitigar, reducir o resolver las problemáticas encontradas con cada uno de los stakeholders, de acuerdo a la valoración que cada actor ha obtenido y se plantean estrategias para fortalecer la actividad proactiva de actores positivos, y en cuando antes cuya valoración haya sido negativa se plantean estrategias de fortalecimiento, dirección y planeación que ayuden a resolver inconvenientes que surgen en el proyecto y que dichas tácticas también están basadas en los intereses de los actores y cuyo conjunto sean estrategias en respuesta para el desarrollo de una planificación eficiente.

<b>DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS</b>		
<b>INVOLUCRADO</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>ESTRATEGIA</b>
Universidad del Azuay	· Titulación de profesionales en Turismo	· Educación eficiente para los estudiantes cuenten con conocimientos teóricos y prácticos en su área.
Directora de tesis: Mg. Narcisa Ullauri	· Obtención de una tesis de calidad y que cumpla el protocolo para la titulación de estudiantes.	· Supervisión y acompañamiento en el desarrollo del proyecto de titulación de los estudiantes y tutorías en temas de planificación, redacción e investigación.
	· Desarrollo de un proyecto que cumpla con el convenio de vinculación entre UDA y GAD municipal de Zaruma.	· Desarrollo de una planificación turística para el fortalecimiento de la declaratoria de Pueblos Mágicos, con una integración de 3 proyectos y diferentes programas.

<p>Tribunal Académico: Mg. Ronal Chaca- Mg. Santiago Malo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluación del trabajo de titulación para asegurar el cumplimiento de los estándares educativos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Revisión del cumplimiento de los parámetros para la presentación de planificación turística de Zaruma.</li> <li>Valoración del cumplimiento los objetivos planteados dentro del proyecto.</li> </ul>
<p>Ejecutores: Diana Guartatanga- Sebastián Rivera</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollo de una planificación turística eficiente que permita dinamizar la actividad turística del cantón, en base a la declaratoria de Pueblo Mágico.</li> <li>Obtención de un proyecto de titulación que represente un aporte al convenio establecido con el municipio del cantón.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aplicación de herramientas de planificación como matrices, presupuestos, técnicas de investigación y capacitación para el fortalecimiento y cumplimiento del proyecto.</li> <li>Visitas técnicas e investigación bibliográfica que permita establecer vínculos y un óptimo desarrollo de la investigación y del proyecto para el conocimiento de la situación actual y perspectiva de los entes involucrados.</li> </ul>
<p>Alcalde: Jhansy López</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Obtención de un proyecto que permita la continuación al programa e impulse una nueva actividad económica en Zaruma.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilitar el proceso de levantamiento de información para los ejecutores del proyecto.</li> <li>Obtención de autorización de investigaciones y estudios para el planteamiento de la planificación turística.</li> <li>Realización de encuentros presenciales para socialización, consultas y entrega del proyecto.</li> </ul>
<p>Dirección de Turismo Zaruma</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecimiento de la declaratoria Pueblos Mágicos para la promoción turística del cantón.</li> <li>Obtención de una mejora dentro del sistema turístico del cantón.</li> <li>Posicionamiento de Zaruma dentro de la oferta turística nacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ejecución y aprovechamiento del convenio interinstitucional entre UDA y GAD de Zaruma para la planificación turística en base a la declaratoria obtenida.</li> <li>Socialización de la planificación propuesta para la mejora de la oferta turística del cantón.</li> <li>Aplicación de los programas propuestos que permitan dinamizar la planta turística existente.</li> </ul>
<p>Director de PPME:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Obtención de un proyecto para la entrega de la planificación anual que integren los planteamientos dentro del Programa Pueblos Mágicos Ecuador.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acceso a una orientación estratégica para los ejecutores de la planificación en bases a los requerimientos del programa.</li> </ul>
<p>Proveedores de servicios de Alojamiento</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incremento de la afluencia de turistas en el cantón y de los ingresos para diferentes actores vinculados con prestación de servicios turísticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cumplimiento de la capacitación propuesta para la mejora de servicios brindado a turistas y visitantes.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Impulso y posicionamiento del alojamiento turístico zarumeño dentro de la oferta nacional para poder mejorar la promoción del destino.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Planificación que contemple una adecuación de la infraestructura para el desarrollo de un mejor servicio de alojamiento.</li> </ul>
Proveedores de servicios de Alimentación	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Incremento den la afluencia de turistas en el cantón y de los ingresos en esta actividad de prestación de servicios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Promoción del plato gastronómico dentro del mercado turístico nacional.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Impulso y posicionamiento de los establecimientos de alimentación dentro de la oferta nacional para poder mejora la promoción de este.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Cumplimiento de la capacitación propuesta para la mejora de servicios brindado a turistas y visitantes.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Promoción y fortalecimiento de la declaratoria de patrimonio cultural inmaterial de su plato gastronómico “tigrillo”.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Planificación que contemple una adecuación de la infraestructura para el desarrollo de los servicios de restaurantes, bares, cafeterías, soda bares y etc.</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>· Creación de nuevos establecimientos una oferta gastronómica variada para poder ofertar un amplio menú de productos AA&amp;BB</li> <li>· Fortaleciendo de la gastronomía local para la preservación de patrimonio cultural del cantón</li> </ul>
Proveedores de servicios de Intermediación e Interpretación	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Incremento del número de visitantes para mayores ingresos económicos en el sector turístico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Cumplimiento de la capacitación propuesta para la mejora de servicios brindados a turistas y visitantes</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Profesionalización de servicios de intermediación e interpretación turística para poder atraer más visitantes extranjeros.</li> </ul>	
Proveedores de servicios de Transportación	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Incremento del número de visitantes para mayores ingresos económicos en el sector turístico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Mejora del servicio de transportación.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Incremento del uso de trasporte público y privado para la realización de actividades turísticas del cantón.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Capacitación al personal que labora dentro del sector.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Incremento del número de salidas y entradas al cantón para una mayor actividad de transportación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Adecuación de terminales y señalética para una eficiente movilización dentro de Zaruma.</li> </ul>
Propietarios de Minas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Continuación de la explotación minera.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Manejo adecuado de recursos para poder continuar con esta actividad económica.</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>· Demostración de la rentabilidad de la extracción minera manejada de forma responsable.</li> </ul>

Propietarios de Minas vinculados a productos turísticos	· Inclusión de sus infraestructuras y conocimientos para la ejecución de proyectos turísticos que permitan conocer sobre la actividad minera y la valoración de la misma.	· Adecuación de la infraestructura minera para actividades turísticas.
	· Aceptación de una explotación responsable y sustentable que permita contribuir a desarrollo dinamizando la oferta productiva del cantón.	· Creación de productos y servicios turísticos que permitan mejorar sus ingresos económicos. · Capacitación del personal para el desarrollo de proyectos turísticos.
Personal de planta turística.	· Incremento del número de visitantes para mejora la economía del sector.	· Acudir a la socialización de los proyectos planteados.
	· Adecuación de establecimientos de trabajo para un mejor desarrollo de sus labores. · Continuar en la permanencia dentro de PPME para un incremento del número de visitantes al territorio.	· Presentación de programas que permitan mejorar la oferta turística existente.
Población el Cantón Zaruma	· Aplicación del turismo como una alternativa de producción que permita generar beneficios para la localidad.	· Aceptación de la actividad turística del cantón.
	· Gestionar la ayuda de autoridades nacionales para el desarrollo y preservación del patrimonio de Zaruma.	· Incentivar la acogida a visitantes para poder mejora la promoción turística de Zaruma.
Agricultores	· Regulación de la actividad minera para mitigación de daños por la extracción dentro de las actividades agrícolas	· Aceptación de la actividad turística en la localidad.
	· Incremento de la producción para poder ser proveedores de los establecimientos de servicios turísticos.	· Incentivar la acogida a visitantes para poder mejora la promoción turística de Zaruma. · Obtención de productos de calidad para mejorar sus ventas.
Otras localidades con declaratoria de Pueblos Mágicos del Ecuador	· Obtener una gestión turística del cantón para posicionarse dentro del mercado turístico nacional como destino potencial por su riqueza cultural o natural.	· Analizar y evaluar la gestión de PM ya existente.
	· Aprender el modelo de gestión y obtención de convenios para la ejecución de proyectos que contribuyan a la declaratoria de Pueblo Mágico ya obtenidos.	· Creación de planes de desarrollo turístico que fortalezcan su declaratoria

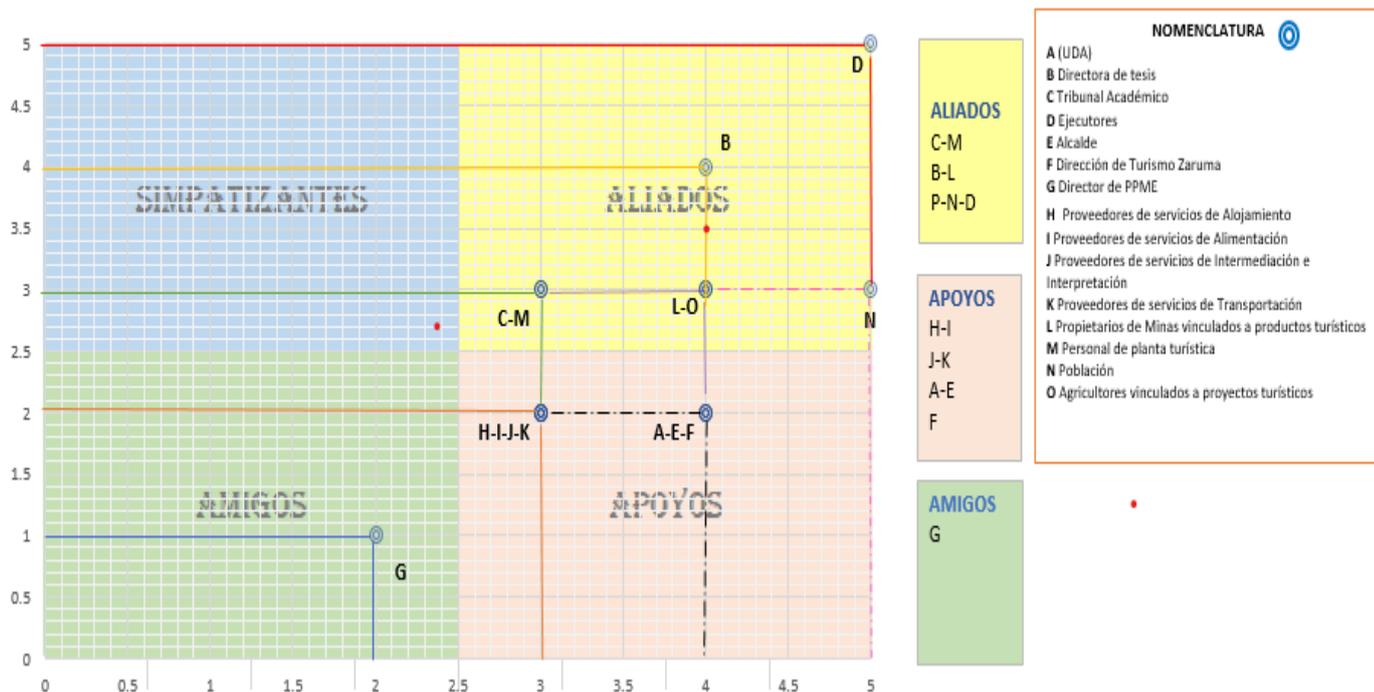
MINTUR	· Cumplimiento de la planificación PPME	· Creación de programas de desarrollo turístico.
	· Dinamizar la oferta turística nacional existente.	· Brindar capacitación sobre la gestión de destinos.
	· Atracción de un mayor número de visitantes al país.	· Ampliar la oferta turística del país.
	· Prolongar la estancia de turistas en el país para mejorar los ingresos económicos del turismo.	· Regular la actividad turística nacional.
· Obtención de información actualizada sobre atractivos, prestadores de servicios y demás catastros del sector.		
Agricultores vinculados a proyectos turísticos	· dar a conocer sus productos mediante proyectos turísticos como ferias de emprendimiento, productos turísticos y el consumo de los bienes agrícolas.	· Plan de manejo para el fortalecimiento de agroturismo en las haciendas agrícolas existentes
		· Creación de productos y servicios turísticos que permitan mejorar sus ingresos económicos.
		· Capacitación del personal para el desarrollo de los proyectos turísticos.

#### MATRIZ DE VALORACIÓN DE INVOLUCRADOS

Esta matriz es un estudio de la posición que cada actor toma en relación con el desarrollo de nuestro proyecto. Se establece nuestra percepción en cuanto al nivel de poder e interés que cada uno refleja en nuestra planificación de desarrollo turístico del Cantón Zaruma y su fortalecimiento como PME. En las siguientes páginas se realiza la gráfica y análisis, de cada Stakeholders y determinar cuál de ellos, cuya valoración es positiva, puede ser aliado, apoyo, amigo o simpatizante. En caso de poseer una valoración negativa nos permite identificar si su postura es como obstáculo, enemigo, crítico o adversario y en base a dichos resultados establecer líneas de acción con cada actor y las estrategias a aplicar para un óptimo desarrollo del proyecto que beneficie a cada actor planteado.

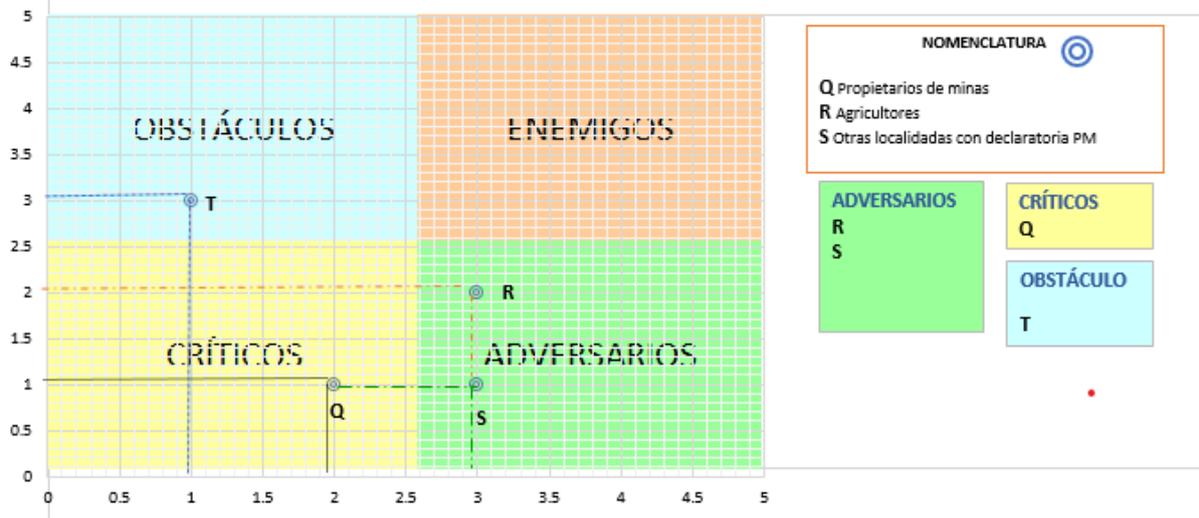
<b>VALORACIÓN DE INVOLUCRADOS</b>			
<b>ACTORES</b>	<b>POSICIÓN</b>	<b>PODER</b>	<b>INTERES</b>
Universidad del Azuay	+	2	4
Directora de tesis: Mg. Narcisa Ullauri	+	4	4
Tribunal Académico: Mg. Ronal Chaca- Mg. Santiago Malo	+	3	3
Ejecutores: Diana Guartatanga-Sebastián Rivera	+	5	5
Alcalde: Jhansy López	+	2	4
Dirección de Turismo Zaruma	+	2	4
Director de PPME	+	1	2
Proveedores de servicios de Alojamiento	+	2	3
Proveedores de servicios de Alimentación	+	2	3
Proveedores de servicios de Intermediación e Interpretación	+	2	3
Proveedores de servicios de Transportación	+	2	3
Propietarios de Minas.	-	1	2
Propietarios de Minas vinculados a productos turísticos	+	3	4
Personal de planta turística.	+	3	3
Población el Cantón Zaruma	+	3	5
Agricultores	-	2	3
Otras localidades con declaratoria de Pueblos Mágicos del Ecuador	-	1	3
MINTUR	-	1	3
Agricultores vinculados a proyectos turísticos	+	3	4
<b>VALORES POSIBLES</b>			
Posición	Signo "+" si está a favor; Signo "-" si está en contra		
Poder:	5 muy Alto; 4 Alto; 3 Medio; 2 Bajo; 1 Muy bajo		
Interés	5 muy Alto; 4 Alto; 3 Medio; 2 Bajo; 1 Muy bajo		

## VALORACIÓN DE ACTORES POSITIVOS



Actores	INTERES x	PODER Y
Universidad del Azuay	4	2
Directora de tesis: Mg. Narcisa Ullauri	4	4
Tribunal Académico: Mg. Ronal Chaca- Mg. Santiago Malo	3	3
Ejecutores: Diana Guartatanga-Sebastián Rivera	5	5
Alcalde: Jhansy López	4	2
Dirección de Turismo Zaruma	4	2
Director de PPME:	2	1
Proveedores de servicios de Alojamiento	3	2
Proveedores de servicios de Alimentación	3	2
Proveedores de servicios de Intermediación e Interpretación	3	2
Proveedores de servicios de Transportación	3	2
Propietarios de Minas vinculados a productos turísticos	4	3
Personal de planta turística.	3	3
Población el Cantón Zaruma	5	3
Agricultores vinculados a proyectos turísticos	4	3

## VALORACIÓN DE ACTORES NEGATIVOS



## VALORACION DE ACTORES NEGATIVOS

ACTORES	INTERES	PODER
	x	Y
Propietarios de Minas.	2	1
Agricultores	3	2
Otras localidades con declaratoria de Pueblos Mágicos del Ecuador	3	1
MINTUR	1	3

La siguiente tabla presenta los resultados obtenidos tras el análisis de la gráfica en el plano cartesiano definiendo la función que cada actor asume en el desarrollo de nuestro proyecto y la influencia que cada uno incidirá, en la planificación, ejecución y evaluación del proyecto.

<b>ACTORES</b>	<b>POSICIÓN</b>
Universidad del Azuay	APOYO
Directora de tesis: Mg. Narcisa Ullauri	ALIADO
Tribunal Académico: Mg. Ronal Chaca- Mg. Santiago Malo	ALIADO
Ejecutores: Diana Guartatanga-Sebastián Rivera	ALIADO
Alcalde: Jhansy López	APOYO
Dirección de Turismo Zaruma	APOYO
Director de PPME:	AMIGO
Proveedores de servicios de Alojamiento	APOYO
Proveedores de servicios de Alimentación	APOYO
Proveedores de servicios de Intermediación e Interpretación	APOYO
Proveedores de servicios de Transportación	APOYO
Propietarios de Minas.	CRITICO
Propietarios de Minas vinculados a productos turísticos	ALIADO
Personal de planta turística.	ALIADO
Población el Cantón Zaruma	APOYO
Agricultores	ADVERSARIO
Otras localidades con declaratoria de Pueblos Mágicos del Ecuador	ADVERSARIO
MINTUR	OBSTÁCULO
Agricultores vinculados a proyectos turísticos	ALIADO

## MATRIZ - HOJA DE RUTA

La presente herramienta analiza a las partes involucradas directa o indirectamente, evaluando las funciones o roles que desempeñan dentro de la planificación planteada y estableciendo un documento, elemento o producto entregable y establecimiento tiempos medibles para la obtención de dichos resultados como método de evaluación que puede ser empleado para verificar el cumplimiento adecuado del proyecto.

<b>HOJA DE RUTA</b>				
<b>Stakeholders</b>	<b>Eje de Acción</b>	<b>Funciones y Responsabilidades</b>	<b>Entregable</b>	<b>Período de tiempo del Accionar</b>
Universidad del Azuay	Planificación	Orientar la obtención del documento de graduación en Licenciatura en Turismo.	Tesis de Grado/ Calefacciones de sustentación	6 meses
Directora de tesis: Mg. Narcisa Ullauri	Planificación	Dirigir y Evaluar la redacción del proyecto para la aprobación académica	Planificación turística en base a la temática Pueblos Mágicos- Planificación Piloto de Capacitación Propuestas de rutas turísticas para el Cantón	6 meses
	Ejecución	Dirección y control del cumplimiento de la vinculación entre GAD- UDA		12 meses
Ejecutores: Diana Guartatanga- Sebastián Rivera	Planificación	Elaboración De una Planificación turística que permita el aprovechamiento de PME y los atractivos turísticos rurales	Planificación Turística para Zaruma	6 meses
	Ejecución	Implementación de programa de Capacitación, Difusión y creación de nuevos productos turísticos para el cantón.	Programas pilotos de capacitación a prestadores de servicios/ Productos y rutas Turísticas para Ejecutar en el cantón, video promocional y de difusión del patrimonio del Zaruma	12 meses

	Operación	Aplicación y articulación de la planes, programas y proyectos propuestos para impulsar el desarrollo turístico de Zaruma	Resultados medibles sobre la mejora de la actividad turística del cantón.	18 meses
Alcalde: Jhansy López	Operación	Control de la ejecución de los programas propuestos en planificación	Informe de rentabilidad de la aplicación de proyectos, inversión de recursos para mejorar la calidad de los atractivos	18 meses
Dirección de Turismo Zaruma	Planificación	Dirección del cumplimiento de PDOT, y normativas del PME frente a la planificación turística existente	Información estadística, bibliográfica y Planes de desarrollo turísticos anteriores	6 meses
	Ejecución	Colaboración indirecta para la aplicación de los programas de capacitación, difusión y elaboración de productos turísticos para la potencial demanda.		12 meses
Director de PPME: Ramiro Jaramillo	Ejecución	Articulación y colaboración para aplicación de programas de capacitación y aprobación de la planificación propuesta	Catastros turísticos levantados, lista de productos propuestos y planificación de capacitación propuesta.	12 meses
Proveedores de servicios de Alojamiento	Ejecución	Asistencia a las capacitaciones brindadas e implementación de las mejoras, conjuntamente con la aplicación y promoción de atractivos y productos turísticos propuestos y socialización con su personal para la articulación de un sistema tirsito de calidad.	Protocolos de aplicación de programas propuestos, datos estadísticos de sus establecimientos	12 meses
	Operación			18 meses
Proveedores de servicios de Alimentación	Ejecución	Asistencia a las capacitaciones brindadas e implementación de las mejoras, conjuntamente con la aplicación y promoción de atractivos y productos turísticos propuestos y socialización con su personal para la articulación de un sistema tirsito de calidad.	Protocolos de aplicación de programas propuestos, datos estadísticos de sus establecimientos	12 meses
	Operación			18 meses

Proveedores de servicios de Intermediación e Interpretación	Ejecución	Asistencia a las capacitaciones brindadas e implementación de las mejoras, conjuntamente con la aplicación y promoción de atractivos y productos turísticos propuestos y socialización con su personal para la articulación de un sistema turístico de calidad.	Protocolos de aplicación de programas propuestos, datos estadísticos de sus establecimientos	12 meses
	Operación			18 meses
Proveedores de servicios de Transportación	Ejecución	Asistencia a las capacitaciones brindadas e implementación de las mejoras, conjuntamente con la aplicación y promoción de atractivos y productos turísticos propuestos y socialización con su personal para la articulación de un sistema turístico de calidad.	Protocolos de aplicación de programas propuestos, datos estadísticos de sus establecimientos	12 meses
	Operación			18 meses
Propietarios de Minas.	Planificación	Cooperación para la regulación de contaminación y reducción de la minería ilegal y preservación de productos agrícolas y artesanales de Zaruma.	Permisos de funcionamientos y alternativas de sustentabilidad minera.	6 meses
Propietarios de Minas vinculados a productos turísticos	Planificación	Articulación de la minería como parte de la identidad de cantón y como alternativa de producto turístico en base al conocimiento y vistas a las platas mineras del territorio.	Propuestas e información estadística sobre manejo de la actividad minera.	6 meses
	Ejecución	Asistencia a las capacitaciones e implementación de protocolos y programas para adecuación de plantas y recursos para recibir visitantes.	Protocolos de capacitación turística para la actividad minera.	12 meses
	Operación	Promoción y concientización de una actividad minera responsable a través de la actividad turística como medio de valorización de una actividad económica rentable y tradicional del cantón	Evaluación de la aplicación de programas propuestos.	18 meses
Personal de planta turística.	Ejecución	Asistencia a las capacitaciones brindadas e implementación de los protocolos	Propuestas para la mejora de planta turística existente.	12 meses

	Operación	conjuntamente con la aplicación y promoción de atractivos y productos turísticos propuestos y profesionalización de sistema turístico	Información y protocolos de difusión de atractivos y servicios turísticos.	18 meses
Población el Cantón Zaruma	Ejecución	Valorización y difusión del potencial turístico del cantón. Para el desarrollo de una nueva actividad económica que contribuya al desarrollo.	Estadísticas y resultados tangibles de la mejora de sistema turístico existente.	12 meses
Agricultores	Planificación	Cooperación para circuito productivo y preservación de productos agrícolas típicos de Zaruma	Protocolos comercio directo para la potencialización de gastronomía local	6 meses
otras localidades con declaratoria de Pueblos Mágicos del Ecuador	Planificación	Evaluación de la planificación establecida para realizar un estudio de oferta turística existente e implementación frente a otros Pueblos Mágicos del país con el desarrollo e innovación del sistema turístico integral.	Instrumentos de evaluación y control del desarrollo turístico del Pueblo Mágico Ecuador.	6 meses
MINTUR	Planificación	Observación de la planificación propuesta como instrumento referencial para el desarrollo turístico del programa Pueblos Mágicos Ecuador y la eficiencia de la gestión del destino.	Instrumentos de evaluación y control estadístico del desarrollo turístico del Pueblo Mágico Ecuador y sus beneficios tangibles a la localidad.	6 meses
Agricultores vinculados a proyectos turísticos	Planificación	Articulación de la agricultura de café, caña, banano como parte riqueza gastronómica de cantón y como alternativa de producto agroturístico.	Propuestas e información estadística y de productos y cronogramas de vista sobre agroturismo	6 meses
	Ejecución	Asistencia a la capacitaciones e implementación de protocolos y programas para adecuación de plantaciones y recursos para recibir visitantes.	Protocolos de capacitación turística y adecuación de fincas para los productores locales.	12 meses
	Operación	Promoción y concientización de una actividad agricultura responsable a través de la actividad turística como medio de valorización de riqueza gastronómica reconocida a nivel nacional.	Instrumentos de Evaluación y administración turística frente a la aplicación de programas propuestos.	18 meses

### 3.2.3 Cronograma de socialización.

Proyectos	Objetivo	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4			
		Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4
Gestión del destino para habilitación de atractivos rurales como complementación de la oferta turística cultural.	Reunión de socialización entes involucrados																
	Entrevista consultiva de atractivos de interés																
	Capacitación de rutas ofertadas																
	Socialización de rutas turísticas																
Obtención de productos para nuevos operadores turísticos de Cantón Zaruma	Identificación de operadores																
	Sociabilización FODA con stakeholders																
	Identificó de situación turística actual																
	Sociabilización de rutas pilotos																

Elaboración de un video promocional y difusión de patrimonio que oferta Zaruma Pueblo Mágico del Ecuador	Reunión de recolección de datos de atractivos a promocionar																
	Sociabilización de Plan de Marketing																
	Sociabilización de Video promocional “10 razones por las que visitar Zaruma”																
	Evaluación de Segmentos de mercados alcanzados																
	Retroalimentación de marketing interno a implementar																
Desarrollo de competitividad y profesionalización de la Planta turística	Sociabilización de capacitaciones																
	Control de capacitaciones brindadas																
	Socialización de temáticas a brindar																
	Reunión de control de mejoras competitivas en planta turísticas																

### **3.4 Análisis de los resultados**

El análisis de los resultados es a través de cinco rutas propuestas, que incluyen la vinculación de las distintas parroquias y sus atractivos tanto culturales como naturales, con el objetivo de crear un sistema turístico articulado, que permite el desarrollo conjunto de las nueve parroquias del cantón. Al ser una planificación turística los resultados se pueden evidenciar una vez hecha la aplicación de dichos proyectos. No obstante, bajo un sondeo y entrevistas realizadas tanto a prestadores de servicio, autoridades y moradores se ha determinado que el potencial turístico de Zaruma es alto y que la vocación del cantón también pretende utilizar la actividad turística, como fuente de nuevos ingresos económicos y herramienta para preservar las tradiciones y elementos tangibles e intangibles que caracterizan la riqueza cultural de Zaruma.

En cuanto al video promocional, se reconoce que el resultado es positivo debido a las nuevas tendencias de marketing que se están elaborando, al reconocer que los potenciales consumidores del destino utilizan más redes sociales y medios digitales para informarse sobre los lugares que van a visitar, resulta de suma productividad y reducción de costos el alcance que un video puede tener frente a medios publicitarios impresos. Los resultados tras una evaluación de la planificación propuesta pueden evidenciar que los mismos deben basarse en que el destino Zaruma alcance una competitividad que le permita atraer más afluencia turística como los principales destinos del Ecuador que son: Quito, Guayaquil, Cuenca y por supuesto Galápagos.

En el momento en el que Zaruma pueda fijarse dentro de la mente del consumidor nacional como del viajero extranjero, podemos establecer que gran parte de los objetivos planteados en esta planificación han sido alcanzados. Sin embargo, también reconocemos la importancia de que el sistema y la planta turística existente deben tener una mejora adecuada, lo que se puede evidenciar en un manejo de promoción y atención al cliente superior, pues, no basta con tener una buena publicidad. Es necesario contar con una planta turística que tenga criterios de sostenibilidad, conozca las condiciones de capacidad y manejo de carga.

Aplicando los principios de una cultura turística, los cuales según el libro “PROGRAMA DE CULTURA TURÍSTICA, “ZARUMA MI TIERRA, MÁS CERCA DEL CIELO”, Se establece que más allá de la hospitalidad de la gente los prestadores de servicios turísticos y las

autoridades encargadas de potenciar esta actividad dentro del cantón, deben tener conocimiento sobre el profesionalismo es decir brindar un adecuado servicio que guarde una relación ética entre precio y calidad. Además, contar Con una conciencia turística, la cual se debe basar en no subestimar al Turismo con el mismo puede ser positivo siempre y cuando la gestión del destino sea óptima y se priorice las necesidades de la localidad receptora. También es de vital importancia de crear una conciencia de fidelización, reconociendo que Zaruma es un lugar visitado por extranjeros que suelen ir a dirigir empresas mineras, pero durante su estancia estos realizan actividades turísticas en el cantón y provincias aledañas.

El brindar una buena imagen no solo de un establecimiento en singular, sino del conjunto de atractivos y servicios que presta el cantón permite que este destino, declarado como pueblo mágico, pueda venderse en un programa, WOM, Una técnica de marketing que consiste en que los visitantes, a través de una experiencia positiva y genuina, sean ellos los que transmitan una publicidad positiva de Zaruma y a su vez incentive a potenciales visitantes arribar a este destino.

RESULTADOS / PRODUCTOS ESPERADOS

Nombre de la Ruta	Descripción	Locaciones	Actividades	Tiempo aproximado
Lonchera Viajera	<p>Es un atractivo turístico, que se pasa en una tradición propia del cantón donde los moradores llevaban la comida a los trabajadores de la mina y así aliviar un poco su carga laboral.</p> <p>Inicia en el parque central con la narración, de la tradición y posterior a esa se realiza una parada frente a la Iglesia central donde se bendecían los alimentos, arribando a la Mina el Sexmo, para poder conocer sobre dicha actividad.</p> <p>Para en el restaurante para consumo de platos típicos, y en la tarde visita finca agroturística “La Cascada” en Güizhagüiña para aprender del Agroturismo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mina el sexmo</li> <li>• Restaurante El mirador.</li> <li>• Santuario de la Santísima Virgen del Carmen</li> <li>• Parque Central</li> <li>• Parroquia Güizhagüiña</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Walking Tour</li> <li>• Agroturismo.</li> <li>• Visita didáctica mina de Sexmo</li> <li>• Compra de souvenirs- Artesanías.</li> </ul>	8 horas- Full Day
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">    </div>				

<p>Pintón –verde y Maduro</p>	<p>El recorrido inicia con un viaje hacia la parroquia llamada Salvias, ubicada a 14km de la cabecera cantonal, donde se puede visitar la cascada “Chaca Cápac”, que, si bien no es un balneario, se puede realizar senderismo, fotografía y observación de flora y fauna, este atractivo requiere de la realización de una caminata de 4 horas aprox. Conocer sobre la elaboración de quesos de forma artesanal y aprovechar visita cultural Petroglifos de Salvia.</p> <p>Por la tarde se continua en una visita cultural, cuyo propósito es conocer el proceso de elaboración y la historias trasfondo del Patrimonio Inmaterial que custodia Zaruma, como es su Tradicional tigrillo. La visita se realiza en las instalaciones y en el centro de expendio finca “Café Gálvez” conocer sobre su historia y forma de tradicional de preparación, para una posterior enseñanza de cocina tradicional.</p> <p>Culminando la visita a un bar central para la degustación del tradicional licor de la zona “ojo de pollo”, una bebida alcohólica que consiste en licor destilado, con jugo de caña y zumo de limón. y se termina el recorrido con las escalinatas tradicionales de Zaruma y la visita a una tienda de souvenirs.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Finca Agroturística “Café Gálvez”</li> <li>• Cascadas de Salvias</li> <li>• Petroglifos Salvias</li> <li>• Cafetería Tertulia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Senderismo</li> <li>• Agroturismo</li> <li>• Fotografía</li> <li>• Baño en cascada <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cocina tradicional</li> </ul> </li> <li>• Degustación gastronómica</li> </ul>	<p>6 horas- Full day</p>
-------------------------------	---	---	--	--------------------------

	  			
<p>Zaruma pre-hispánica</p>	<p>Consiste en la visita de los lugares más antiguos del cantón, cuyos asentamientos humanos proceden de más de 500 años, que incluyen asentamientos prehispánicos de Huayquichuma, que narran la conexión con la cultura incaica, con una para técnica a la cascada de Huayquichuma, donde se puede realizar senderismo y disfrutar del baño en cascadas, y capturar fotografías paisajísticas. El almuerzo es el típico seco de gallina y el arroz mote, en el restaurante EL MIRADOR finalizando el recorrido retornamos al centro histórico del cantón con la visita al museo municipal que nos relatara la historia de Zaruma y sus eventos importantes, city tour por las calles empedradas y céntricos y la degustación de una café propio de la zona.</p>	<p>Parroquia Huertas Centro histórico Zaruma Cafeterita al Romería</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Senderismo</li> <li>• Agroturismo</li> <li>• Fotografía</li> <li>• Baño en cascada <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cocina tradicional</li> </ul> </li> <li>• Degustación gastronómica (box lunch)</li> </ul>	<p>7 horas aprox.</p>



<p>Zaruma, mi tesoro.</p>	<p>El recorrido inicia con la vista a la Parroquia Sinsao, ubicada a 46km de centro de Zaruma. En este lugar podremos conocer la iglesia de la roca, donde se evidencia el ingenio de la población para observar como un templo religioso se edifica y se complementa con una roca de más de 5 metros de diámetro. Continuaremos el recorrido hacia una casa tradicional, aventurándonos en la degustación de las Carmelitas, son como panes realizados con panela, y harina de chuno, complementado con café, de unas de las riquezas gastronómicas del cantón, seguido visitaremos la cascada “El Roble” donde se puede tomar un baño y realizar fotografía. por un city tour en el casco histórico. Posteriormente nos embarcamos en una visita a la parroquia</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Centro histórico Zaruma</li> <li>• Parroquia Salvias             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fincas agroturísticas</li> </ul> </li> <li>• Parroquia Abañin</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Senderismo</li> <li>• Agroturismo</li> <li>• Fotografía</li> <li>• Baño en cascada             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cocina tradicional</li> </ul> </li> </ul>	<p>48 horas (2D/1N)</p>
---------------------------	---	---	--	-------------------------

	<p>Abañin en la visita de los lugares más antiguos del cantón, cuyos asentamientos humanos proceden de hace más de 2000 años, que incluyen los monolitos antropomorfos de Abañin, seguido por la visita a Payama cuyos petroglifos cuentan con formas circulares y cuadradas en donde el hombre aun no conocía la escritura, y nos dirigimos a la unión de Tamacado y por la noche un camping de integración, en dicha parroquia. El retorno es a Zaruma donde nos espera un hotel de 3 estrellas, para el descanso y tiempo libre por la cabecera cantonal.</p>			
	  			
<p>Zaruma, escondida</p>	<p>Esta es una de las rutas más cautivadoras al paladar y la Vista pues consiste, pues visitaremos aquellas riquezas escondidas en la parte rural del cantón empezando el centro histórico y su</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Centro histórico.</li> <li>• Parroquia Malvas</li> <li>• Minas El Sexmo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Senderismo</li> <li>• Agroturismo</li> <li>• Fotografía</li> </ul>	<p>12 horas – full Day</p>

	<p>tradicional cafetería Central para iniciar el día con un desayuno típico que de fuerza para el recorrido en la mina turística del Sexmo y continuar por el cantón malvas, cuya iglesia matriz cuyo arte barroco, permite ver la riqueza en su techo por pinturas famosas, y la degustación y compra de dulces tradicionales. En la parroquia de Salvias, para hacer una ruta de senderismo y disfrutar de la naturaleza nos dirigiremos al cerro Chivaturco. Donde se puede observar durante el recorrido cascadas, flora y fauna, pero se requiere de un vehículo 4x4 y caminar aproximadamente 2 horas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parroquia Salvias.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Baño en cascada <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cocina tradicional</li> </ul> </li> </ul>	
				

VIDEO PROMOCIONAL PARA ZARUMA, PUEBLO MÁGICO DEL ECUADOR

<b>Título</b>	<b>6 RAZONES POR LAS QUE VISITAR ZARUMA</b>					
<b>Objetivo</b>	Dar a conocer el Cantón Zaruma perteneciente a la Provincia El Oro en el sur de la República del Ecuador, a través de material audiovisual con tomas que nos permitan evidenciar los atractivos culturales y naturales del Cantón.					
<b>Materiales</b>	Drone Profesional	Cámara Profesional	Estabilizadores	Reflectores	Programas de edición	Micrófono
<b>Tomas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Panorámicas</li> <li>• Primeros Planos</li> <li>• Tilds</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Travelings</li> <li>• Tomas mixtas</li> <li>• General</li> </ul>		
<b>Duración aproximada</b>	2 minutos y 30 segundos	<b>Director</b>		Diana Guartatanga.	Sebastián Rivera.	
<b>Plan de video</b>						
<b>Descripción</b>	Se han realizado las tomas generales del casco urbano de la ciudad de Zaruma, en donde podemos observar su arquitectura, iglesia, y sus casas patrimoniales , seguidamente se ha realizado la toma con el drone desde el cerro clavario, el mirador más alto de la ciudad en donde complementaremos con los atractivos naturales, como cascadas , bosques , fincas agroturísticas en vías de desarrollo, buscando el valor intrínseco del patrimonio que caracterizara a Zaruma como destino competitivo dentro del mercado nacional.					
<b>Duración por escena</b>	Las escenas varían entre 20 y 30 segundo para que el video al narrar no sobrepase los dos minutos, tomando en cuenta la “regla de atención en el marketing” que sugiere que es un tiempo adecuado para captar eficientemente la atención del espectador.					

<b>Escena</b>	<b>Descripción</b>	<b>Planos De Grabación</b>	<b>Materiales Localidad</b>	<b>Razón /Asociación</b>
Panorámica de Zaruma	Toma aérea del centro histórico de Zaruma	General	Zaruma- Cerro El Calvario	Porque su riqueza cultural se manifiesta a través de su centro histórico y su icono principal la iglesia
Mina el sexmo	Toma terrestre y aérea de la actividad minera de manera turística	Mixtos	Zaruma	Da a conocer la actividad económica principal de la localidad, cuya combinación con la actividad turística permite generar la percepción de hospitalidad hacia los visitantes.
Gastronomía.	Toma terrestre de platos típicos del cantón	General	Zaruma- Parroquia Malvas- cafetería la romería	Permite evidenciar una de las principales riquezas culturales intangibles, como son la gastronomía que encierra un conjunto de tradiciones orales y la transformación actual de cómo la gente preserva sus platos típicos
Atractivos naturales	Toma Terrestre	General	Parroquia Güizhagüiña	Mostrar que la riqueza que abarca un pueblo mágico va más allá de manifestaciones culturales, pues también se enmarcan a través de majestuosas cascadas, montañas y lagunas que permiten admirar la belleza paisajística del cantón

Café / agroturismo	Toma Terrestre de visitas a centros de agroturismo y hospitalidad de la gente	General	Zaruma Parroquia Güizhagüiña-finca la cascada.	La identidad Zarumeña es un conjunto de elementos que enriquecen y muestran un pueblo que supo llevar su identidad a través del grano de café y busca que su gente tenga un desarrollo equitativo donde turistas y visitantes puedan conocer la cotidianidad Zarumeña a través del agroturismo
Parroquias Rurales de Zaruma	Toma Terrestre y aéreas de los atractivos rurales	Mixtas	Malvas Sinsao Muluncay Güizhagüiña	Mostrar la diversidad de atractivos que Zaruma puede ofertar al turista a través de sus parroquias cada una con sus rasgos que las hacen únicas y creen un complemento y un circuito turístico para evidenciar que Zaruma es un pueblo mágico y un destino emergente con gran potencial

## CONCLUSIONES

El Ecuador dentro de su Plan de Desarrollo Nacional 2017-2021, plantea que el turismo es una actividad económica potencial y prioritaria, que debe contar con proyectos que impulsen el desarrollo económico, social, cultural y ambiental, cuyos resultados se evidencien dentro de la matriz productiva a través de: la preservación del patrimonio, atracción de inversión pública y privada, desarrollo equitativo en localidades rurales, el posicionamiento en mercadotecnia y la dinamización de la afluencia turística nacional. La planificación turística propuesta adquiere su importancia tras la declaratoria que recibió el Cantón Zaruma como Pueblo Mágico, que busca posicionar a este lugar, como un destino competitivo en Ecuador. No obstante, para que la aplicación de este Plan sea sustentable en la localidad receptora, surge la necesidad de una previa investigación de los antecedentes que rodean al Cantón Zaruma previo a su declaratoria. Además de analizar los avances y cambios a los que este territorio se ha enfrentado; y articularlos con los potenciales resultados que este territorio pretende alcanzar, al generar una gestión eficiente en todo su sistema turístico.

La presente planificación turística ha logrado integrar cuatro proyectos en los que se involucra a todos los entes tanto públicos y privados, para desarrollar programas que incrementen la afluencia turística, sin descuidar la calidad de servicios ofertados dentro del Cantón Zaruma y garantizando una capacitación y desarrollo continuo del sistema existente en el área turística.

El análisis realizado previo al planteamiento de la planificación permitió identificar a través de matrices que Zaruma, es un territorio cuyos factores de localización, establecen que en conexión vial estatal cuenta con buenas referencias. No obstante, dentro de la gestión interna se evalúa una concentración de recursos que desencadenan que el área urbana sea la más intervenida y desarrollada, para el turismo esto representa un reto. Obtener la declaratoria fue gracias a sus riquezas culturales pero la permanencia en el programa requiere, de un modelo de gestión eficiente que logre articular los atractivos y servicios que se pueden encontrar en el área rural.

Los atractivos o recursos turísticos rurales tienen un gran potencial, pero estos no han sido muy considerados, tal es así, que al realizar una evaluación general observamos que problemas como vialidad de tercer orden son la única forma de acceder a estos sitios, que se encuentran casi abandonados y que los moradores de forma empírica guían a los visitantes. La

forma de subsanar estaos déficit es fomentar un turismo sostenible que los moradores están muy prestos a colaborar y dinamizar su economía. La evaluación, se plantea mediante el análisis de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (FODA), que establece los componentes para ser aprovechados en la planificación entre los que se destacan los elementos patrimoniales, que son únicos en el país, pueden ser un factor de competitividad en el destino. Mediante estrategias ofensivas y operativas, orientadas a vincular a todos los entes y pueda desarrollarse un sistema turístico articulado que garantice rentabilidad, ecología y responsabilidad social y cultural.

Este plan cuenta con el desarrollo de cuatro ejes que fueron plasmados en distintos proyectos. El primero fue la investigación, el cual ha logrado integrar los antecedentes históricos del Cantón y evaluar las actividades, políticas y propuestas ejecutadas por las autoridades que han logrado convertir a este Cantón en un centro minero y que tiene potencial turístico. El marketing, la cual ha sido desarrollada de manera eficiente tomando en cuenta producto, precio, plaza y promoción, generando una nueva forma de alcance a potenciales consumidores que permitan una estrategia óptima de comercialización, canales de distribución y generar nuevas plazas de consumo debido a que se genera un producto que da a conocer una innovación de oferta turística como pueblo mágico.

La profesionalización también es de suma importancia, cabe destacar que un destino no puede alcanzar una competitividad eficiente únicamente con la promoción, debe tener un sistema turístico capacitado para atender a los visitantes y ofertar productos que guarden una relación óptima entre precio y calidad, se puede señalar que la planta turística existente es manejada de forma empírica, pero para que esta incluso tenga un mayor porcentaje de rentabilidad, también debe contar con conocimientos cuyos propietarios o directores puedan aplicar para una gestión de cada establecimiento turístico. Algo semejante ocurre con la apropiación y valorización de la cultura zarumeña, los habitantes se sienten orgullosos de su cultura y tradiciones. No obstante, es necesario generar programas que vinculen a la población juvenil para que esta sea el portavoz oficial y embajadores de la marca Zaruma, Pueblo mágico.

La planificación presentada, representa una oportunidad para que el Cantón Zaruma pueda aplicar durante su gestión administrativa diversos programas que le permitan la continuación dentro del Programa Pueblos Mágicos Ecuador y permita fortalecer esta declaratoria incrementando los beneficios derivados de la actividad turística. En esta tesis se ha analizado leyes, reglamentos antecedentes y criterios de los entes involucrados en torno a la actividad, para que este trabajo permita un desarrollo sostenible de este territorio y cuya

aplicación no sea impositiva o agresiva frente a la cotidianidad y deseos de los moradores o población receptora.

Zaruma ha manejado de manera muy eficiente la marca turística, durante nuestras visitas técnicas hemos observado que existen programas que crean rutas, servicios digitales que orientan al turista, y la calidez de la gente que recibe permite tener un marketing positivo de la marca. Sin embargo, es necesario también subsanar ciertas problemáticas identificadas en las que no se vinculan el área rural o el agroturismo que es un fuerte potencial dentro de este territorio.

Finalmente, cabe mencionar que el análisis de esta planificación permite reconocer los principales atractivos y desarrollar nuevos productos para que operadores nacionales identifiquen a Zaruma como un destino competitivo y que este pueda posicionarse dentro del mercado nacional y marque la diferencia frente a otras localidades que también han adquirido esta declaratoria actualmente

## REFERENCIAS

- GAD Municipal de Zaruma. (2020). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTÓN ZARUMA 2020 - 2030*. Zaruma.
- Álvarez Sousa, J. A. (2005). Aspectos teórico-metodológicos” en Política y sociedad, vol 42, n°1. En *La contribución del turismo al desarrollo integral de las sociedades receptoras* (págs. 57-84).
- ATM. (30 de octubre de 2014). *EGLAMENTO DE CALIFICACIÓN TÉCNICA DEL SISTEMA DE POSICIONAMIENTO GLOBAL (GPS) PARA PROVEEDORES DE OPERADORAS DE TRANSPORTE TERRESTRE PÚBLICO Y COMERCIAL*. Obtenido de <https://www.atm.gob.ec/Show/NormativaTransportePublico?AspxAutoDetectCookieSupport=1>
- Becerra, V. C. (2015). DENTIDAD, TERRITORIO, NARRATIVA. CONFIGURACIÓN, REFIGURACIÓN Y DESFIGURACIÓN DE UN PUEBLO MÁGICO. *Revista de Arquitectura, Urbanismo y Territorios*, BUAP.
- Castro, R. Q. (2010). Elementos de Turismo. Teoría, Clasificación Y Actividad. San José - C R: EUNED.
- CHIAVENATO, I. (1999). *ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS*. Mc Graw Hill.
- Chiavetano, I. (2009). *GESSTION DEL TALENTO HUMANO Tercera Edicion*. México d.f: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- CHUMBI, J., & QUILLAY, R. (s.f.). INVENTARIO DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DE LA PARROQUIA SAN JOAQUIN .
- Chumby, J., & Quillay, R. (2007). Inventario de Atractivos Turistcos de la Parroquia San Joaquin. Cuenca, Ecaudor: UDA.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador.
- ECUADOR221. (13 de julio de 2019). Zaruma a punto de convertirse en Pueblo Mágico. *EL Telégrafo*. (agosto de 2011). Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/informacion-general/1/solo-4-de-32-aeropuertos-tienen-calificacion-a-en-ecuador>
- El Telégrafo. (02 de noviembre de 2014). El patrimonio de Zaruma espera el reconocimiento de la Unesco. *El Telégrafo*.
- El Telégrafo. (6 de febrero de 2020). Viaja Ecuador, la apuesta para fomentar el turismo en el país.
- El Universo. (13 de julio de 2020). Prefectura del Oro.
- Entorno Turístico. (2020). Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/ano-en-que-fueron-nombrados-los-pueblos-magicos-de-mexico/>
- Ferreras, V. H. (2010). *Estudios y Perspectivas en Turismo vol 19*. Buenos Aires: Centro de Investigaciones y Estudios.
- GAD Municipal de Zaruma. (marzo de 2020). Obtenido de <https://www.zaruma.gob.ec/verpdyot/a-diagnostico>
- GAD ZARUMA Dirección de Obras Públicas. (s.f.). ESTUDIO SOCIO ECONÓMICO AMBIENTAL DEL ÁREA DE IMPACTO DE LOS BORDILLOS Y CUNETAS EN CALLES DE LA CIUDAD DE ZARUMA. Ecuador.

- GAD Zaruma; INTEGRAR CONINCO CIA LTDA. (noviembre de 2014). ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTÓN ZARUMA, EL ORO. Zaruma, El Oro, Ecuador.
- Gobierno de México. (s.f.). Obtenido de <https://www.gob.mx/sectur/articulos/pueblos-magicos-206528>
- Gobierno del Ecuador. (2008). CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. Ecuador.
- Gobierno Provincial El Oro. (14 de agosto de 2015). El Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial – PDOT 2015 – 2025. El Oro, Ecuador.
- Goeldner, C. y. (2011). Tourism: Principles, practices, philosophies. Wiley., New Jersey,, EEUU: Doceava ed.
- Gonzales, C. (2009). El turismo, factor de aprovechamiento y conservación del patrimonio cultural de la humanidad. *IV Encuentro Estatal de Investigación Científica y Tecnológica*. México: ISBN.
- Grupo Internacional de trabajo para el Desarrollo del Turismo Sustentable. (2009). *Recomendaciones en cuanto a Políticas para el Desarrollo del Turismo Sostenible*. Obtenido de [http://esa.un.org/marrakechprocess/pdf/tf\\_tourism\\_Policy\\_Recommendations\\_S.pdf](http://esa.un.org/marrakechprocess/pdf/tf_tourism_Policy_Recommendations_S.pdf)
- Herrera, G., Carrión, J. S., & Carrión, P. (2013). Estrategias de Mercadeo para el Sector Turístico de Zaruma-Portovelo y su Incidencia en el Desarrollo. *Revista Tecnológica - ESPOL*.
- J.R. (19 de marzo de 2019). Sigue adelante el programa de Pueblos Mágicos de Ecuador. *EXPRESO*.
- Liliana López Levi, C. V. (2018). Pueblos magicos una vision interdisciplinaria . México d.f: D.R. © Universidad Autónoma Metropolitana.
- Llorens Prats, A. S. (2011). Turismo, identidad y patrimonio, las reglas de juego. Tenerife: PASOS.
- López, J. (26 de noviembre de 2019). Zaruma declarada Pueblo Mágico de Ecuador. (MINTUR, Entrevistador)
- Martinez, A. (12 de octubre de 2018). *¿Qué beneficio tiene ser Pueblo Mágico?* Obtenido de Grupo En Concreto: <https://grupoenconcreto.com/que-beneficio-tiene-ser-pueblo-magico/>
- Mincetur; GIZ; PDRS. (junio de 2011). Guía de Interpretación del Patrimonio Natural y Cultural . Lima, Perú: LEDEL S. A. C.
- Mincetur; PDRS; GIZ. (junio de 2011). Guía de Interpretación del Patrimonio Cultural y Natural. Lima, Perú: LEDEL S. A. C.
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. (junio de 2015). MEMORIA TÉCNICA CANTÓN ZARUMA/BLOQUE 2.5 COBERTURA Y USO DE LA TIERRA, SISTEMAS PRODUCTIVOS.
- MINTUR. (15 de agosto de 2018). Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/emprende-turismo-una-iniciativa-para-fomentar-el-turismo-en-ecuador/>
- MINTUR. (2019). *Zaruma declarada Pueblo Mágico de Ecuador*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/zaruma-declarada-pueblo-magico-de-ecuador/>
- MINTUR. (2020). *Pueblos Magicos Ecuador*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/pueblos-magicos>
- Naciones Unidas; OMT. (1 de Octubre de 1999). CÓDIGO ÉTICO MUNDIAL PARA EL TURISMO. Santiago de Chile, Chile.

- Notimex. (2008). "Nace Programa Pueblos Mágicos con filosofía de desarrollo local".  
Obtenido de <http://www.turista.com.mx/article904.html>
- PÉREZ, R. M., & VILLA, C. C. (2011). Teoría General del Turismo: un enfoque global y nacional. La Paz: UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA SUR.
- Pinchevsky, M. (enero de 2020). Estos son los primeros cinco Pueblos Mágicos de Ecuador. *EL UNIVERSO*.
- Poncela, A. M. (2015). *UNA REVISIÓN DEL PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS*. Mexico d.f.
- Poncela, A. M. (2016). *UNA REVISIÓN DEL PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS*. Mexico d.f.
- Quezada, J. A. (2016). Producción de libro fotográfico "Zaruma una ciudad en las alturas". Cuenca, Azuay, Ecuador: UPS.
- Rafael Esteve Secall, E. T. (2006). Estructura de mercado turístico. Barcelona: EDITORIO UOC.
- Real Academia Española. (2020). *Diccionario de la lengua española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/generaci%C3%B3n>
- REPORTUR.mx. (5 de agosto de 2018). México asesora a Ecuador para replicar los Pueblos Mágicos. *REPORTUR.mx*.
- Salazar, Ñ. V., & Reyes, C. A. (septiembre de 2016). Análisis Gastronómico del Cantón Piñas, Provincia de El Oro. Guayaquil, Guayas, Ecuador: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.
- SECTUR. (22 de OCTUBRE de 2013). *Programa pueblos mágicos. México, D. F. Sectur*. Obtenido de Sectur (Secretaría de Turismo) (2008) Programa pueblos mágicos. México, D. F.  
Sectu[http://www.ordenjuridico.gob.mx/Publicaciones/CDs2008/CDProgramas\\_yreglas/pdf/45.pdf](http://www.ordenjuridico.gob.mx/Publicaciones/CDs2008/CDProgramas_yreglas/pdf/45.pdf)
- SECTUR. (2014). Guía de incorporación y pertenencia Pueblos Mágicos. Mexico d.f, México. Obtenido de <http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2014/10/GUIA-FINAL.pdf>
- Sectur.mx. (octubre de 2014). *Guía de incorporación y permanencia de Pueblos Mágicos*. Obtenido de <http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2014/10/GUIA-FINAL.pdf>
- SILVA, A. P. (2010). *Socialización y ambientes virtuales*. BRASILIA VIRTUAL.
- Tobar, R. A. (2012). *Habilidades Gerenciales. Desarrollo de destrezas, competencias y actitud*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- UDLAP Contexto . (7 de febrero de 2017). La sustentabilidad detrás de los pueblos mágicos.
- UNIANDINOS. (30 de mayo de 2017). *Noticias Uniandinos*. Obtenido de <https://www.uniandinos.org.co/comportamiento-de-los-baby-boomers-en-el-mercado>
- Universidad Técnica Particular de Loja. (5 de diciembre de 2020). *Pueblos Mágicos en Ecuador*. Obtenido de <https://noticias.utpl.edu.ec/pueblos-magicos-en-ecuador#:~:text=Esta%20definici%C3%B3n%20se%20origin%C3%B3%20en,M%C3%A1gicos%20por%20sus%20caracter%C3%ADsticas%20aut%C3%A9nticas>.
- UNL; PNUD; SNGR. (2012). *Análisis de Vulnerabilidades a Nivel Municipal*. Loja.
- UNWTO. (2014). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de <http://www.eunwto.org/content/w73413n0870p>
- Víctor, H. A. (2010). Estudios y Perspectivas en Turismo. Buenos Aires: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.