



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

**TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**Plan estratégico de desarrollo turístico para la parroquia Guizhaguña
del cantón Zaruma, provincia de El Oro**

TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTOR: Pogo Lizaldes, Paula Soledad

DIRECTOR: Armijos Gonzalez, Karla Ximena, Ing.

LOJA - ECUADOR

2017



Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

Septiembre, 2017

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Ingeniera

Karla Ximena Armijos Gonzalez

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación: “Plan estratégico de desarrollo turístico sostenible para la parroquia Guizhaguiña, del cantón Zaruma, provincia de El Oro” realizado por Pogo Lizaldes Paula Soledad, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, marzo de 2017

f).....

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Pogo Lizaldes Paula Soledad declaro ser autora del presente trabajo de titulación: **Plan estratégico de desarrollo turístico sostenible para la parroquia Ghuizhaguiña del Cantón Zaruma** de la Titulación **Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras siendo Armijos González Karla Ximena** directora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico con todo mi amor a los mejores padres del mundo Hernán Pogo a pesar de haberlo perdido de manera repentina y a tan corta edad tengo la certeza que desde el cielo cuida de mí y a mi amada madre Gloria Lizaldes mi amiga, mi consejera, mi ejemplo a seguir, mi todo.

A mis hermanos Andrés y Salomé con quienes he compartido momentos de alegría, de tristeza, de disgustos, de confidencias pero sobre todo porque siempre están junto a mí en todo momento.

Así también a mi cuñada Mónica por haber formado parte de mi familia y por el mejor regalo y bendición que nos pudo dar; en espera de la llegada de mi primer sobrinito Joaquín Andrés.

AGRADECIMIENTO

Principalmente agradezco a Dios y a nuestra madre María Santísima por la gracia especialísima de la Consagración Total a Jesús por María y por todas las bendiciones y gracias recibidas. A mi familia mi núcleo de amor por confiar en mí y apoyarme en cada decisión tomada. A mí querido compañero y amigo Diego Sarmiento por su paciencia y ayuda incondicional en la culminación de este trabajo. Al Sr. Carlos Ochoa morador de la parroquia Guizhaguiña por su tiempo y compañía en cada uno de los recorridos turísticos.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	i
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
RESUMEN	1
SUMMARY.....	2
INTRODUCCIÓN	3
CAPITULO I.....	4
1. MARCO TEORICO	4
1.1. TURISMO.....	5
1.2. PRINCIPIOS DEL TURISMO SOSTENIBLE	5
1.2.1. TURISMO SOSTENIBLE	6
1.3. DESARROLLO TURÍSTICO	7
1.4. PLANIFICACIÓN.....	7
1.4.1. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.....	8
1.5. PLAN DE DESARROLLO.....	8
1.5.1. PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO	9
1.6. PRODUCTO TURÍSTICO	10
1.7. ATRACTIVOS TURÍSTICOS	11
CAPITULO II.....	12
2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA PARROQUIA GHUIZHAGUIÑA	12
2.1. Ámbito físico-espacial	13
2.1.1. Ubicación y Límites.....	13
2.1.2. Superficie y Extensión	14
2.1.3. Movilidad y conectividad	15
2.1.3.1. Vialidad urbana	16
2.1.3.2. Vialidad rural	16
2.1.4. Hidrografía.....	16
2.1.5. Características Climáticas.....	17
2.1.6. Geología	18
2.2. Ámbito Socio-Cultural	18
2.2.1. Población	18
2.2.2. Grupos Étnicos.....	18
2.2.3. Educación.....	19

2.2.3.1. Establecimientos Educativos.....	20
2.2.3.2. Analfabetismo	20
2.2.4. Salud	21
2.2.4.1. Numero de hospitales, centros, subcentros y puestos de salud	21
2.2.4.2. Natalidad	21
2.2.4.3. Mortalidad.....	22
2.2.5. Vivienda	23
2.2.6. Migración interna y externa.....	23
2.2.6.1. Inmigración	23
2.2.6.2. Emigración	24
2.2.7. Indicadores de desarrollo humano y pobreza.....	24
2.3. Ámbito Ecológico -Territorial	25
2.3.1. Condiciones ambientales	25
2.3.1.1. Eliminación de desechos sólidos.....	25
2.3.2. Geomorfología.....	25
2.3.2.1. SUELO.....	26
2.3.2.2. CLIMA.....	26
2.3.2.3. AGUA.....	26
2.3.3. ECOSISTEMAS	26
2.3.3.1. FLORA.....	27
2.3.3.2. FAUNA.....	28
2.3.4. RIESGOS Y SEGUIRDAD.....	29
2.4. AMBITO ECONÓMICO PRODUCTIVO	30
2.4.1. Contexto económico local.....	30
2.4.1.1. PEA	30
2.4.1.2. Estructura productiva.....	31
2.4.2. Sector productivo primario.....	32
2.4.2.1. Agricultura	32
2.4.2.2. Ganadería	32
2.4.3. Sector productivo secundario	32
2.4.3.1. Industria.....	32
2.4.3.2. Artesanías	32
2.4.4. Sector productivo técnico	33
2.4.4.1. Comercio.....	33
2.4.4.2. Transporte	33
2.4.4.3. Desarrollo Turístico	33

2.5. Político Administrativo.....	34
2.5.1. Estructura política administrativa de la institución pública	34
CAPITULO III.....	37
POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA GUIZHAGUIÑA.....	37
3.1 Análisis de la oferta	38
3.1.1 Planta Turística	38
3.1.2. Determinación del potencial turístico	41
3.1.3. Matriz del perfil competitivo de los atractivos turísticos de la parroquia Guizhaguiña	56
3.1.4. Caracterización de los productos Turísticos	60
3.2. Análisis de la demanda.....	61
3.2.1. Determinación del perfil del turista.....	62
3.2.3. Zonificación de los atractivos turísticos	75
3.3. Identificación de la problemática existente en la parroquia Guizhaguiña.....	75
CAPITULO IV.....	78
4. PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DE LA PARROQUIA GUIZHAGUIÑA	78
4.1. Formulación Filosófica.....	79
4.1.1. Misión	79
4.1.2. Visión.	79
4.1.3. Valores	79
4.2. Formulación estratégica.....	79
4.2.1. Objetivos del plan estratégico	79
4.2.2. Proceso Metodológico.....	80
4.2.3. Elaboración de estrategias	80
4.2.4. Metodología para la priorización de estrategias	85
4.2.5. Priorización de estrategias	86
4.2.6. Metodología para el mapa estratégico de gestión.....	86
4.3. Formulación de programas y proyectos	87
4.3.1. Identificación de programas y proyectos a partir del mapa estratégico con plazos, tiempo y presupuesto de ejecución.....	87
CONCLUSIONES.....	96
RECOMENDACIONES	97
BIBLIOGRAFÍA.....	98
ANEXOS.....	101

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Barrios de la Parroquia Guizhaguiña	14
Tabla 2. Distancia y tipos de vías.....	15
Tabla 3. Fuentes Hidrográficas.....	16
Tabla 4.- Proyecciones poblacionales de la parroquia Guizhaguiña.....	18
Tabla 5. Nacionalidad o Pueblo Indígena al que pertenece la parroquia Guizhaguiña	19
Tabla 6. Tasa de asistencia a un Nivel de Educación	19
Tabla 7. Establecimientos educativos	20
Tabla 8. Tasa de analfabetismo	21
Tabla 9. Vivienda	23
Tabla 10. Inmigración de la población de la parroquia Guizhaguiña.....	24
Tabla 11. Características de los Pobladores.....	25
Tabla 12. Ecosistemas Frágiles.....	27
Tabla 13. Especies Forestales.....	28
Tabla 14. Animales principales de la montaña.....	29
Tabla 15. Amenazas a inundaciones.....	30
Tabla 16. PEA de la parroquia Guizhaguiña	31
Tabla 17. Rama de actividades primer nivel parroquia Guizhaguiña	31
Tabla 18. Nombres de Itinerarios a Nivel parroquial desde el Cantón Zaruma	33
Tabla 19. Levantamiento de información acerca de la planta turística- Alojamiento	40
Tabla 20. Levantamiento de información acerca de la planta turística- Alimentos y Bebidas	40
Tabla 21. Atractivos Turísticos no inventariados	41
Tabla 22. Datos de Georreferenciación del Atractivo Cascada Sin Nombre.....	42
Tabla 23. Datos de Georreferenciación del Atractivo Cascada la Chorrera.....	43
Tabla 24. Datos de Georreferenciación del Atractivo Cascada el Chimbo.....	44
Tabla 25. Datos de Georreferenciación del Atractivo Cascada Clinka.....	45
Tabla 26. Datos de Georreferenciación del Atractivo Cascada Miskillaku	46
Tabla 27. Datos de Georreferenciación del Atractivo Cascada Plano Rumi.....	47
Tabla 28. Datos de Georreferenciación del Atractivo Cascada de Cachos.....	48
Tabla 29. Datos de Georreferenciación del Atractivo Fábricas de Molienda de Caña de Azúcar	49
Tabla 30. Datos de Georreferenciación del atractivo Petroglifos Canelal	50
Tabla 31. Petroglifos Corona del Inca	51
Tabla 32. Datos de Georreferenciación del Atractivo Petroglifos de Chepel	52
Tabla 33. Datos de Georreferenciación del Atractivo Gruta de la Virgen de Remedios.....	53
Tabla 34. Datos de Georreferenciación del Atractivo Santuario de la Virgen de los Remedios.....	54
Tabla 35. Romería de la Virgen de los Remedios	55
Tabla 36. Factores para Priorización de Atractivos.....	57
Tabla 37. Matriz del Perfil Competitivo de los Atractivos Turísticos de Guizhaguiña ...	58
Tabla 38. Posición Competitiva	59
Tabla 39. Matriz FODA.....	76
Tabla 40. Matriz análisis de fortalezas y oportunidades (FO)	81
Tabla 41. Matriz análisis de debilidades y amenazas (DA).....	82
Tabla 42. Matriz análisis de fortaleza y amenazas (FA)	83
Tabla 43. Matriz análisis de debilidades y oportunidades (DO)	84

Tabla 44. Matriz Foda Estratégico	85
Tabla 45. Matriz de priorización de estrategias	86
Tabla 46. Estrategias priorizadas	86
Tabla 47. Matriz mapa estratégico de gestión	87
Tabla 48. Proyecto 1	88
Tabla 49. Proyecto 2	89
Tabla 50. Proyecto 3	90
Tabla 51. Proyecto 4	91
Tabla 52. Proyecto 5	91
Tabla 53. Proyecto 6	92
Tabla 55. Proyecto 7	93
Tabla 56. Presupuesto tentativo total	95

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	División político administrativo del cantón Zaruma	14
Figura 2.	Organigrama del GAD parroquial.....	35
Figura 3.	Cascada Sin nombre.....	43
Figura 4.	Cascada la Chorrera	44
Figura 5.	Cascada el Chimbo	45
Figura 6.	Cascada Clinka	46
Figura 7.	Cascada Miskillaku.....	47
Figura 8.	Cascada Plano Rumi.....	48
Figura 9.	Cascada de cachos	49
Figura 10.	Molino de caña de azúcar	50
Figura 11.	Petroglifos de Canelal.....	51
Figura 12.	Petroglifos Corona del Inca.....	52
Figura 13.	Petroglifos de Porotillo.....	53
Figura 14.	Gruta de la Virgen de los Remedios.....	54
Figura 15.	Santuario de la Virgen de los Remedios.....	55
Figura 16.	Romería de la Virgen de los Remedios	56
Figura 17.	Nacionalidad.....	63
Figura 18.	Lugar de Residencia	63
Figura 19.	Ocupación.....	64
Figura 20.	Nivel de instrucción	65
Figura 21.	Primera vez que visita la parroquia	65
Figura 22.	Motivo principal del viaje	66
Figura 23.	Lugares visitados de la parroquia Guizhaguiña.....	67
Figura 24.	Frecuencia de visita a la parroquia.....	67
Figura 25.	Medio de transporte	68
Figura 26.	Formas de viajar	69
Figura 27.	Duración de visita	69
Figura 28.	Alojamiento utilizado	70
Figura 29.	Duración de visita	71
Figura 30.	Parroquia Guizhaguiña la única visitada.....	71
Figura 31.	Otras localidades visitadas	72
Figura 32.	Financiamiento del viaje	72
Figura 33.	Organización del viaje.....	73
Figura 34.	Gasto en transporte.....	73
Figura 35.	Gasto en restaurante	74
Figura 36.	Actividades al destino por mejorar.....	74
Figura 37.	Calidad del servicio	75

RESUMEN

La elaboración del “Plan estratégico de desarrollo turístico sostenible de la parroquia Guizhaguiña” se encamina en dar posibles soluciones a la informalidad turística que se presenta en el sector y a posibles problemas que esto conlleva como: estacionalidad turística, destrucción de sus riquezas culturales y naturales esto se debe al desconocimiento de la actividad turística que puede ejecutarse en la parroquia.

Por otro lado, se puede identificar que en la actualidad la parroquia no puede consolidarse con un destino turístico competitivo, debido a la inexistencia de infraestructura, poca promoción y difusión, inadecuación de los atractivos existentes, desconocimiento de la actividad turística por parte de la comunidad y falta de inversión pública y privada.

Es por ello; que en el presente proyecto se propone 4 programas fundamentados en los siguientes ejes: turístico, cultural, institucional, y ambiental, cada uno de estos han sido identificados y expuestos en 7 proyectos que van establecidos como base para las futuras aplicaciones y propuestas turísticas que se planteen ejecutar en la parroquia y que pretenden convertir el desarrollo del presente trabajo en una propuesta sostenible, ambiental y económica.

PALABRAS CLAVES: Plan estratégico, turismo sostenible, perfil del turista, desarrollo económico.

SUMMARY

The elaboration of the "Strategic Plan of Sustainable Tourism Development of the Guizhaguiña parish" is aimed at giving possible solutions to the tourist informality that is presented in the sector and possible problems that this entails as: tourist seasonality, destruction of its cultural and natural wealth, this is due to the ignorance of the tourist activity that can be executed in the parish.

On the other hand, it can be identified that at present the parish cannot consolidate itself as a competitive tourist destination, due to the lack of infrastructure, little promotion and diffusion, lack of adaptation of the existing attractions, ignorance of the tourist activity by the community, lack of public and private investment.

It is therefore; that the present project proposes to create strategies that solve the above mentioned problems in 4 established programs that are directed in important axes that are: Tourist, cultural, institutional, and environmental, each one of these have been identified and exposed in 7 projects that are established as a basis for future applications and tourism proposals that are intended to be implemented in the parish and which aim to make the development of this research work a sustainable, environmental and economic proposal.

KEY WORDS: strategic plan, tourism sustainable, profile of the tourist, development economic.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el PDETS es tomado como pilar fundamental al momento de la planificación de un territorio; de éste modo permite impulsar un desarrollo turístico sostenible que conserve la riqueza natural, cultural y el medio ambiente, y, así lograr un progreso de igual manera en la parte económica y social. El Ecuador ha tomado como concepto importante al momento de aplicar un proyecto de índole turístico la palabra sostenibilidad, debido a que busca crear una conciencia turística amigable con el medio ambiente y a su vez que aporte de manera social en el crecimiento económico; es por tal razón que surge la necesidad de realizar un Plan estratégico de desarrollo turístico sostenible en la parroquia Guizhaguiña del cantón Zaruma buscando crear oportunidades de crecimiento y desarrollo de la actividad turística.

El presente plan de desarrollo turístico requiere basarse en conceptualizaciones importantes que permitan sostener su fin, en tema de turismo, sostenibilidad y en sí la finalidad de un plan, como segundo paso se realizó un diagnóstico situacional de la parroquia con la finalidad de tener una visión clara de la realidad actual del sector donde se analizó las condiciones físicas, espaciales, ambientales, económicas, productiva, sociales y culturales al igual que problemáticas que presente la parroquia; en un tercer paso consistió, en determinar el potencial turístico como: demanda, oferta y situación turística actual además del levantamiento de información en cuanto a atractivos y planta turística mediante visitas IN SITU, a través de la metodología cuantitativa se planteó encuestas para determinar el perfil del turista, así como la identificación de la problemática por medio del análisis FODA; finalmente como parte concluyente se plantea la visión filosófica del plan y aquellas estrategias priorizadas que aporten a concluir la problemática existente por medio de programas y proyectos aplicables dentro de 1 a 4 años, con la finalidad de desarrollar la actividad turística, posicionando al turismo como un motor generador de ingresos a la comunidad.

CAPITULO I
1. MARCO TEORICO

En este primer capítulo se conceptualiza los temas inherentes que son necesarios para el desarrollo del presente proyecto.

1.1. TURISMO

Varios autores han descrito el término turismo, con características similares uno de otros de lo que realmente implica éste término, incluyendo peculiaridades como: desplazamiento, actividades de recreación y estancia temporal son las más citadas al momento de conceptualizarlo. Por ello se analizará conceptos relevantes que al pasar del tiempo han ido tomando mayor fuerza.

Burkart y Medlik (1981) (citados por Crosby & Moreda 2009), dan una visión concreta del turismo, alegando que “el turismo, son los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos lugares”.

Así mismo para los autores Walter Hunziker y Kart Krapf (citado por Quezada, 2010) brindan un concepto, dónde sesga las actividades con fines de lucro fuera del concepto idealizado de turismo, expresando que el “turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas”. Sin embargo el máximo regulador del turismo a nivel mundial OMT¹ por su siglas brinda un concepto globalizado expresando que “el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”.

1.2. PRINCIPIOS DEL TURISMO SOSTENIBLE

En el año de 1991, en el congreso de la Asociación Internacional de Expertos científicos del Turismo en sus siglas (AIEST) explota por primera vez el término de Turismo sostenible, a pesar de que años atrás ya ha sido utilizado a manera anónima por diferentes instituciones comunitarias, pero no fue hasta en 1992 en la cumbre de Rio donde comienza a generar una tendencia por incluir este nuevo término en la actividad turística.

Por consiguiente, la Unión Europea con la iniciativa de promover un turismo ecológicamente sostenible y crear políticas dónde se incluya la preservación del

¹ Organización Mundial de Turismo

ambiente como punto vital de cualquier actividad en la que el ambiente sea intervenido, se aprueba el V Programa comunitario de Política y Actuación en Materia de Medio Ambiente y Turismo sostenible, de ahí que, con el lema ecológico se da paso a las Agendas 21 sectoriales.

En consecuencia, la Organización Mundial del Turismo a través de la agenda 21, publica el artículo llamado "For the Travel and Tourism Industry. Towards environmentally sustainable development", documento que contiene los principios básicos en relación a turismo y medio ambiente. Para que el turismo garantice la sostenibilidad no sólo en sí, sino también localmente.

1.2.1. TURISMO SOSTENIBLE

Hablar de turismo sostenible es referirse a la importancia de custodiar el medio natural, cultural y social, superando así las expectativas de los visitantes y de la comunidad local, cuyo fin es satisfacer las necesidades del pueblo.

Es por ello, que en 1993 se llevó a cabo la Conferencia Euromediterránea sobre Turismo y Desarrollo Sostenible liderada por la Organización Mundial de Turismo, donde surge el documento titulado *Tourism the year 2000 and beyond qualitative aspects* (Citado por el autor Blasco, 2005) expresando que:

El Turismo Sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.

Por otra parte, el autor Tapia (2014), reafirma los principios del turismo sostenible, citando al turismo como una industria que debido a su accionar y las consecuencias que esta conlleva a causa de la explotación de los recursos naturales, se compromete a tener un bajo impacto para la preservación de los mismos, logrando así contribuir con el medio ambiente y convirtiendo el sector en un polo de desarrollo económico (pág. 1). Asimismo Biocomercio Andino (2014), expone que el:

Turismo sostenible como aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la

actividad son repartidos de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje.

1.3. DESARROLLO TURÍSTICO

El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos. (Pearce, 1991)

1.4. PLANIFICACIÓN

La planificación está vinculada al vivir diario de la humanidad, usada desde principios de tiempo, consiste básicamente en el planteamiento de objetivos que deben ser alcanzados en un cierto periodo, o como lo expone Wallingre, (citado por Caceres, 2012) "la acción de proponer el logro de determinadas metas mediante un proceso sistemático para la aplicación de los medios y la obtención de objetivos específicos intermedios escalonados en plazos", de esta manera Wallingre se enfoca también en el cómo conseguir dichos objetivos, es decir especificar acciones necesarias a desarrollarse, que llevaran al cumplimiento de las metas.

Por otra parte, desde un punto de vista netamente administrativo, la planificación se torna metodológica, debido a la complejidad que ésta requiere para proyectos o estrategias empresariales, es decir, "consiste en definir las metas de la organización, establecer una estrategia general para alcanzarlas y trazar planes exhaustivos para integrar y coordinar el trabajo de la (que hay que hacer) como de los medios (cómo hay que hacerlo). (Robbins & Coulter, 2005, pág. 158).

En resumen, "La planificación es seleccionar información y hacer suposiciones respecto al futuro para formular las actividades necesarias para realizar los objetivos organizacionales" (Terry, 1986).

1.4.1. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Desde el punto de vista turístico la planificación estratégica constituye los ejes principales de desarrollo turístico y al mismo tiempo puede ser definida como un proceso que conduce a determinar los objetivos generales, se la establece como una herramienta para el manejo de los recursos y toma de decisiones, de una manera general se la puede definir como:

Una herramienta de diagnóstico, análisis, reflexión y toma de decisiones colectivas, acerca del que hacer actual y el camino que deben recorrer en el futuro las comunidades, organizaciones e instituciones. No solo para responder ante los cambios y las demandas que les impone el entorno y lograr así el máximo de eficiencia y calidad de sus intervenciones sino también para proponer y concretar las transformaciones que requiere el entorno. (Burgwal, Gerrit y Cuellar, & Juan Carlos, 1999)

Por otra parte en su libro Administración dos pioneros en la materia como Koontz & Weihrich (1994) manifiestan que la planeación estratégica:

Analiza la situación actual y la que se espera para el futuro, determina la dirección de la empresa y desarrolla medios para lograr la misión. En realidad, este es un proceso muy complejo que requiere de un enfoque sistemático para identificar y analizar factores externos a la organización y confrontarlos con las capacidades de la empresa.

De manera simplificada y concreta se la puede catalogar como “el proceso gerencial de desarrollar y atender la dirección estratégica que pueda alinear las metas y recursos de la organización con sus oportunidades cambiantes de mercado”. (Kotler, 1990)

1.5. PLAN DE DESARROLLO

Es una herramienta de gestión, que sirve como promotor para el desarrollo social de un territorio o una subdivisión como región o incluso un barrio, contiene los planes de gobierno que se deben cumplir en cierto periodo, programas y proyectos. Establece los objetivos propuestos y dirige su atención con normativas al desarrollo social, cultural y ambiental que son necesarias para el desarrollo integral y sustentable del país.

Como el Gobierno de Cundinamarca (2008), menciona:

El plan de desarrollo se puede definir como el instrumento rector de la planeación nacional y territorial, que sirve como fundamento normativo de las políticas económicas, sociales, culturales y ambientales necesarias para el desarrollo integral y sustentable del país, que responden a los compromisos adquiridos en los programas de gobierno. Por ende está conformado por una parte general de carácter estratégico y por un plan de inversiones de carácter operativo a mediano y largo plazo.

Por otra parte la Municipio de Maní define al plan de desarrollo como un “pacto social entre la comunidad y estado para planificar el desarrollo territorial. El plan de desarrollo está conformado por una parte general de carácter estratégico y por un plan de inversiones de carácter operativo a mediano y corto plazo”.

En conclusión encontramos que La ley Orgánica del plan de Desarrollo -ley 152 de 1994- citado por el (Departamento Administrativo de Planeacion de Cundinamarca, 2001) conceptualiza al plan de desarrollo como:

Instrumento de Planificación a través del cual se organiza, regula y orienta el cumplimiento del Programa de Gobierno, de manera concertada entre la Comunidad y Administración local, en concordancia con los lineamientos Departamentales y Nacionales. Se constituye así en una herramienta para la acción de las instancias públicas y privadas del municipio, en el cual se establece lo que la administración quiere hacer durante su período de gobierno.

1.5.1. PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO

El plan de desarrollo turístico establece las directrices de un proyecto, consta como un modelo sistemático del cual se fundamenta las bases antes de llevar a cabo una acción turística; el cual implica todos los agentes involucrados en materia de desarrollo turístico de un país, creando una visión única en las propuestas. En la publicación del libro Gestión Pública del Turismo los autores Miralbell, Arcarons, Capellá, Gonzalez, & Pallás (2010), exponen que el plan de desarrollo turístico es “un instrumento de gestión que resulta del análisis, la elaboración y el consenso y por el que se establecerán los

objetivos, las estrategias, los programas, los proyectos y las actividades organizadas a corto, mediano y largo plazo”.

Por otra parte el Gobierno de Perú (2015) expresa que:

El Plan de desarrollo turístico es un instrumento guía que sirve para reunir, sistematizar y procesar información de las comunidades involucradas en la actividad turística local; a fin de plantear y desarrollar estrategias de gestión turística. Considera oferta, demanda, competencias, tendencias de mercado y características del territorio. Permite también la evaluación del potencial turístico territorial en el corto, mediano y largo plazo.

En resumen, un plan de desarrollo turístico instrumento que busca establecer medios, metas y objetivos en un horizonte a largo plazo con una actitud por activa, explorando las oportunidades externas y las fortalezas y debilidades internas, tratando al mismo tiempo de proyectarse hacia un futuro.

1.6. PRODUCTO TURÍSTICO

El producto turístico es el conjunto de bienes, servicios y atractivos que están destinados para la satisfacción de los turistas el autor Bigne, 2010, (citado por Mosquera, 2015), manifiesta que el producto turístico “es la combinación de servicios e infraestructuras turísticas como son el transporte, restauración, entretenimiento y alojamiento, así como los recursos públicos tales como paisajes, lagos, playas”.

Por otro lado Cardenas (1986), define al producto turístico desde el punto de vista armónico, tomando como prioridad las necesidades de confort del turista, es decir; se basa en la perspectiva de lo que el visitante desea, exponiendo que es el “conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado para un confort espiritual o material en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista”.

Finalmente Miguel Acerenza se basa además en los componentes del producto turístico, sabiendo que éstos dependerán del grupo de mercado al que sean objetivo es decir las facilidades, servicios e infraestructura será integrada a un producto, conociendo el interés del mercado y sus necesidades afirmando que:

Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista..., es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.

Sin embargo, no se puede descartar que el producto viene conformado por un por diferentes componentes que son elegidos e integrados al mismo por medio de criterios técnicos, además que dependerá en una gran parte al del público que vaya a ser dirigido; entre los que encontramos los siguientes:

1.7. ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Son las principales motivaciones que tiene un destino para el desplazamiento de los turistas; es decir contiene las actividades y lugares necesarios que despierten el interés del turista de desplazarse y hacer uso consumo de los mismos en los que encontramos: Atractivos Naturales; son todos los atractivos que involucra al turista con la naturaleza, de los cuales se desprende elementos involucrados con paisajes, montañas, ríos, etc.

Atractivos Culturales que son elementos tangibles como arquitectura, museos, o lugares de interés que han sido intervenidas por la mano del hombre; y los intangibles o propios de los pueblos y grupos étnicos como la lengua, organización social, museos entre otros. (Rojo & Martínez, 2013)

CAPITULO II
2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA PARROQUIA GHUIZHAGUIÑA

2.1 Ámbito físico-espacial

2.1.1. Ubicación y límites

La Parroquia Güizhagüiña es una de las 9 parroquias rurales que conforman el cantón Zaruma, de un total de 10; siendo Zaruma la única urbana.

La Parroquia Güizhagüiña se encuentra localizada en las estribaciones de la Cordillera de los Andes en las faldas del cerro Chinchilla zona conocida como la Palma, Tío Loma y Potrerillo, al sur oeste del Ecuador en el sector Oriental del Cantón Zaruma. Entre las coordenadas, Latitud: 3.68333; Longitud: -79.5333, y con una altitud entre los 600 y 3.000 m.s.n.m. (GAD Parroquial Güizhagüiña, 2016)

Limita:

Norte: Provincia de Loja y la Parroquia Salvias.

Sur: Río Amarillo y Cantón Portovelo.

Este: Río Luis y Cantón Portovelo.

Oeste: Río Amarillo, Parroquia Zaruma y Parroquia Sinsao.

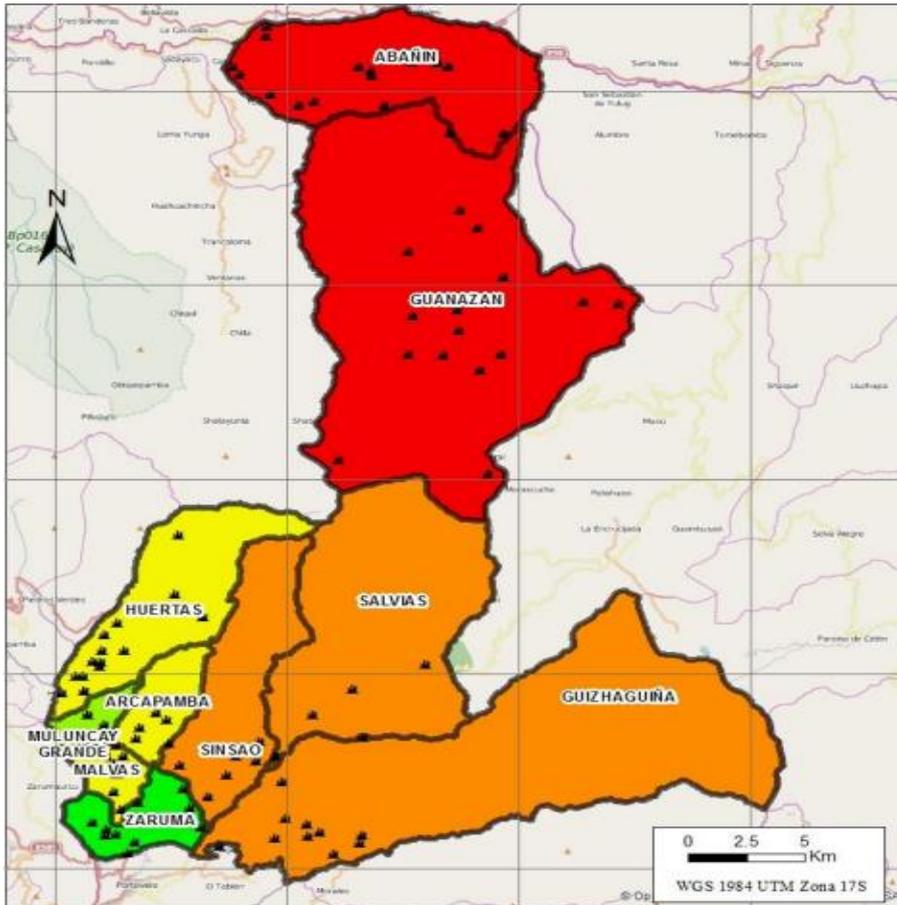


Figura 1 División político administrativo del cantón Zaruma

Fuente: PDYOT Guizhaguiña, 201

Elaboración: La autora, 2016.

2.1.2. Superficie y extensión

La parroquia Guizhaguiña cuenta con una extensión 155,35km², siendo la tercera con mayor extensión del cantón Zaruma, detrás de la parroquia Sinsao con 4571,15 km² y de la parroquia Guanazán con 192,94 km².políticamente está dividida en 14 barrios (PDyOT Guizhagüña, 2015).

Tabla 1. Barrios de la Parroquia Guizhaguiña

BARRIOS DE LA PARROQUIA GUIZHAGUIÑA				
Guizhaguiña	5 de Agosto	Bellavista	Canelal	Chorrera
Daule	Loma Larga Sur	La Florida	La Primavera	Loma Larga
Palmira	Pueblo Nuevo	San Juan de Bellavista	San Pablo	

Fuente: (PDyOT Guizhaguiña, 2015)

Elaboración: La autora,2016

2.1.3. Movilidad y conectividad

El estado vial interno de la parroquia no posee las mismas características a lo largo de su territorio; un 70% de sus vías no se encuentran adoquinadas mucho menos pavimentadas; interponiéndose como obstáculo para el desarrollo, económico, comercial y turístico del sector.

A continuación se detalla en el siguiente cuadro la distancia y el estado actual de las vías que conectan a la parroquia con la cabecera cantonal desde sus distintos barrios.

Tabla 2. Distancia y tipos de vías

Lugar	Lugares que cubre (desde a)	Tipo de vía		Ancho de vía	Tipo de capa de rodadura
		Uso	Km		
Cabecera Parroquial	Guizhaguiña Ducos, San Antonio, Ducos San Fe, La Primavera Los Llanos, Guizhaguiña Canela, Rio Luis	Publico	25Km	½ vía	Lastre
5 de Agosto	Palmira, Cabecera Parroquial	Publico	5km	9 metros	Doble riego
Bellavista	Bellavista, La Y	Publico	1/2km	½ vía	Lastre
Canelal	Canela, balsones, la florida, la Y	Publico	7km	½ vía	Lastre
Chorrera	Centro	Publico	6km	½ vía	Lastre
Daule	San Pablo, Ortega, Salvias, Palmas	Publico	20km	½ vía	Lastre
La Florida	La florida, la Y de pueblo nuevo	Publico	4km	½ vía	Lastre
La Primavera	La Primavera, Ducos Berros, Guapacasa, Pueblo nuevo centro	Publico	20km	½ vía	Lastre
Loma Larga	Centro	Publico	21/2km	½ vía	Veranera
Palmira	Centro	Publico	21/2km	½ vía	Doble riego
Pueblo Nuevo	La Y del Canelal hacia la cabecera parroquial	Publico	3km	½ vía	Lastre
San Juan de Bellavista	5 de Agosto, La Palmira, los ceibos, centro parroquial	Publico	7km	9 metros vía completa	Doble riego
San Pablo	Quebrada de Artones, bellavista la Gruta del centro parroquial	Publico	7km	½ vía	Lastre
Loma larga Sur	Chorrera, Progreso, al centro parroquial	Publico	10km	9 metros vía completa y ½ vía hacia el centro	Lastre y doble riego

Fuente: (PDyOT Guizhaguiña, 2015)V

Elaboración: La autora, 2016

2.1.3.1. Vialidad urbana

La principal vía de acceso que conecta a la parroquia con los cantones de Zaruma y Portovelo es de primer orden la misma que arriba a la cabecera parroquial, a una distancia de 25 km.

2.1.3.2. Vialidad rural

La mayoría de sus comunicadores viales internos son de tierra, es decir las carreteras que conducen a los barrios la Chorrera, San Pablo, Canelal, Pueblo Nuevo, Primavera y sobre todos los barrios más alejados cuenta con vías de tercer orden, notándose así el abandono vial; únicamente la cabecera parroquial goza de calles asfaltadas y adoquinadas (PDyOT Guizhagüña, 2015).

2.1.4. Hidrografía

El recurso hídrico es muy importante en la parroquia, debido a que es utilizada no únicamente para la agricultura, si no que Guizhagüña se caracteriza por ser una parroquia minera. Es por ello que este líquido vital, se ha visto afectado ya que no cuenta con un tratamiento de aguas, y al desembocar éstas vertientes a ríos en su mayoría quebradas produce mayor contaminación.

Además que el principal daño causado a estas fuentes hídricas son por parte del hombre debido a que varios sectores no cuentan con programas óptimos para la recolección de basura y son arrojados en algunos casos a estas fuentes (PDyOT Guizhagüña, 2015).

La parroquia cuenta con las siguientes fuentes hídricas entre ellos ríos y quebradas, que se han visto afectadas por contaminación como se explica en la siguiente tabla:

Tabla 3. Fuentes Hidrográficas

Principales ríos / quebradas					
Lugar	Nombre	Extensión	Nacimiento	Desembocan	Observaciones
Cabecera Parroquial	Q. Tacshana	3km	La Florida	Rio Luis	Contaminación antrópica
5 de Agosto	Q. El Banco	3km	Terreno de Herederos Espejo y Celiano Montaña	Rio Amarillo	Contaminación por actividad extractiva
Bellavista	Q. Bellavista	5km	Terrenos de Sr. Teófilo Ambuludí	Quebrada de Artones	Contaminación antrópica
Canelal	Quebrada Guno	7km	Terrenos de Rigoberto Ordoñez	Rio Luis	Contaminación por actividades pecuarias

	Quebrada Canelal	7km	Terrenos de Rigoberto Ordoñez y Segundo Yanza	Rio Luis	
	Quebrada Naranjo	5km	Terrenos de Miguel Carrión y pacifico	Rio Luis	Parte baja contaminada por actividades antrópicas
Chorrera	Quebrada Tacshana	6km	Terrenos de Manuel Ochoa y Arcelia Guamán	Rio Luis	Contaminación antrópica
	Quebrada Balsones	8km	Terrenos de Herederos Fierro Brito	Rio Luis	
Daule	Quebrada Daule	6km	Terrenos de José Rogel	Rio Amarillo	Parte baja contaminada por actividades antrópicas
El Progreso	Quebrada La Plaza	3km	Terrenos del Señor Nelson Espinosa	Rio Luis	Contaminación por actividades pecuarias
La Florida	Quebrada Tacshana	1km	Terrenos de Manuel Ochoa Y Arcelia Guamán	Rio Luis	Contaminación antrópica
	Quebrada la Maquina	3km	Terrenos de Omar Ortega	Rio Palenque	
La Primavera	Quebrada la Primavera	2km	Terrenos de Bolívar Aguilar	Rio Palenque	Contaminación por actividades pecuarias
Loma Larga	Quebrada El Filipilla	2km	Terreno de Luis Valdivieso	Rio Luis	Contaminación antrópica
San Antonio	Quebrada San Antonio	15km	Terrenos Pacífico Andrade	Rio Luis	Contaminación antrópica

Fuente: (PDyOT Guizhagüiña, 2015)

Elaboración: La autora, 2016

2.1.5. Características climáticas

La temperatura media anual de la parroquia Guizhagüiña es de 16 a 22°C, y la humedad relativa media es de 86%, la precipitación anual en el 2008 es de 1860mm. Se puede decir que es un territorio húmedo con un clima tropical. La época seca es julio, agosto y septiembre ya que cuentan con las precipitaciones más bajas en el año (PDyOT Guizhagüiña, 2015,).

2.1.6. Geología

La composición geológica predominante de la parroquia Guizhagüiña, es la formación andesita, pordifo andesítico, toba andesítica aglomerática en una extensión de 8142,67 que corresponde al 52,41 % del territorio; esta composición geológica poco adhesiva concuerda en que el 84,24% del territorio tenga alta susceptibilidad a movimientos en masa (PDyOT Guizhagüiña, 2015)

2.2. Ámbito Socio-Cultural

2.2.1. Población

De acuerdo al INEC, 2010 la población total de la parroquia Guizhagüiña es de 1704 habitantes, de los cuales 890 son hombres y 814 son mujeres.

Según las proyecciones SNI, 2014 se deduce que la tasa de crecimiento para el año en curso 2016 debería ser negativa por lo tanto la parroquia tendería a disminuir, es decir la población actual sería de 1651. Esta tasa de disminución se expone de mejor manera en el siguiente cuadro:

Tabla 4.- Proyecciones poblacionales de la parroquia Guizhagüiña

GUIZHAGÜIÑ		AÑOS						
A	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
	1704	1695	1686	1677	1668	1661	1651	1642

Fuente: (PDyOT Guizhagüiña, 2015)

Elaboración: La autora, 2016

En la parroquia Guizhagüiña existe un decrecimiento de la población debido a la tasa de mortalidad, al igual que se afectada a la creciente tasa de migración de los pobladores.

2.2.2 Grupos étnicos

La historia ha dado hechos históricos que han brindado rasgos particulares e identidad a los poblados, es la herencia que nos han brindado nuestros ancestros.

La parroquia Guizhagüiña cuenta con una étnica-cultural muy diversa como lo son: Indígenas, Afroecuatorianos, mestizo, montubios entre otros; de los cuales 1238 habitantes son montubios es decir; representa el 72, 65% de la población; seguido del 23,59% que se consideran mestizos (INEC, 2010) .

A continuación se indica en la siguiente tabla la diversidad cultural de la parroquia:

Tabla 5. Nacionalidad o Pueblo Indígena al que pertenece la parroquia Guizhagüña

Etnias	Casos	%
Indígena	2	0,12
Afroecuatoriano/a Afrodescendiente	11	0,65
Negro/a	2	0,12
Mulato/a	15	0,88
Montubio/a	1,238	72,65
Mestizo/a	402	23,59
Blanco/a	33	1,94
Se ignora	1	0,06
Total	1704	100

Fuente: (INEC, 2010)

Elaboración: La autora, 2016

2.2.3. Educación

En la parroquia Guizhagüña la alfabetización se ha llevado a cabo a través del proyecto emblemático de Educación Básica para Jóvenes y Adultos EBJA, con la provisión de servicios educativos de calidad para jóvenes y adultos, independientemente de sus orígenes étnicos y culturales. Cabe destacar que esta iniciativa, además de enseñar a leer y escribir, incluye educación a la ciudadanía, salud y nutrición; es así que la tasa de alfabetización en la parroquia es de 1098 personas, es decir el 91,58%. (PDyOT Guizhagüña, 2015)

A continuación se detalla el nivel de instrucción de acuerdo a las edades comprendidas en la parroquia:

Tabla 6. Tasa de asistencia a un Nivel de Educación

Nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió	Edades Escolares					Total	%
	De 3 a 5 años	De 6 a 12 años	De 13 a 18 años	De 19 a 25 años	26 años y más		
Ninguno	1	4	2	2	75	84	5,35
Ctro. De Alfabetización					18	18	1,15
Preescolar	7	2			2	11	0,7
Primario	7	202	42	68	612	931	59,26
Secundario		23	121	64	143	351	22,34
Edu. Básica	9	44	12	6	5	76	4,84

Fuente: (INEC, 2010)

Elaboración: La autora, 2016

Bachillerato Edu. Media			13	4	12	29	1,85
Ciclo Postbachillerato				1		1	0,06
Superior			2	26	21	49	3,12
Se ignora		1	1	1	18	21	1,34
Total	24	276	193	172	906	1571	100

2.2.3.1. Establecimientos educativos

La parroquia Guizhagüiña cuenta con 7 establecimientos educativos que están distribuidos respectivamente en cada uno de sus barrios, dos de las instituciones que se ubicaban en los barrios: Bellavista y San Juan de Bellavista se han cerrado debido a la resolución por el Ministerio de Educación de nuclearizar (escoger una escuela para recibir estudiantes de varias localidades) (PDyOT Guizhagüiña, 2015)

A continuación se detalla el número de establecimientos que existen en la parroquia:

Tabla 7. Establecimientos educativos

INFRAESTRUCTURA EDUCATIVA			
GHUIZAGÜIÑA	LUGAR	NOMBRE DE LA ESCUELA	NUM. DE ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS
	CABECERA PARROQUIAL	Juan Montalvo N° 28/ Colegio Técnico "Guizhagüiña"	2
	BELLAVISTA	Modesto Ángel Valarezo	1 (cerrada)
	CANELAL	José Antonio Jara Aguilar	1
	CHORRERA	Ambrosio Maldonado	1
	DAULE	Dr. Alfredo Pérez Guerrero	1
	LA PRIMAVERA	Primavera	1
	SAN JUAN DE BELLAVISTA	Tarqui N° 50	1(cerrada)
	SAN PABLO	Moisés Sáenz	1
	5 DE AGOSTO	5 de Agosto	1

Fuente: (PDyOT Guizhagüiña, 2015)

Elaboración: Paula Pogo, 2016

2.2.3.2. Analfabetismo

En la parroquia Guizhagüiña la falta de instrucción educativa representa el 8,42% de los pobladores entre ellos los hombres con 8,24 y las mujeres con 8,63 que no saben

leer ni escribir, la población que se consideró para este análisis fue a partir de los 15 años en adelante.

Tabla 8. Tasa de analfabetismo

INDICADOR		TOTAL
GUIZHAGUIÑA	Tasa de analfabetismo	8,42
	Tasa de analfabetismo de la población masculina	8,24
	Tasa de analfabetismo de la población femenina	8,63

Fuente: (INEC, 2010)

Elaboración: Paula Pogo, 2016

2.2.4. Salud

En la parroquia Guizhaguiña la atención médica está ofertada por el Sub centro de Salud, que es el encargado de brindar consultas externas en los ámbitos de odontología, medicina general, primeros auxilios, con la inserción del Plan Nacional del Buen Vivir el Estado Ecuatoriano garantiza la gratuidad en los servicios de salud, mejorando las condiciones de vida de los habitantes de esta zona (Ministerio de Salud , 2013).

2.2.4.1. Numero de hospitales, centros, subcentros y puestos de salud

La parroquia Guizhaguiña cuenta con un único Sub centro de salud, el personal está integrado por un médico, un odontólogo, una auxiliar de enfermería, todos cuentan con instrucción y formación académica para desarrollar estos cargos. En relación a la ubicación geográfica de las parroquias de Zaruma y de acuerdo a la población, el médico y el odontólogo rotan semanalmente por cada parroquia. Cabe señalar que como medidas de seguridad del Ministerio de Salud, se promocionan campañas de vacunación, desparasitación, y talleres de planificación familiar. (Ministerio de Salud , 2013)

De acuerdo al ministerio de salud en la parroquia se registraron 4277 consultas, 2930 al médico en turno, 1285 al odontólogo y 62 a la auxiliar de enfermería. Cabe recalcar que las consultas en su mayoría fueron femeninas con 2756 a diferencia de 1521 en hombres. (PDYOT PARROQUIA GUIZHAGUIÑA, 2015)

2.2.4.2. Natalidad

En cuanto a la natalidad de esta parroquia he podido constatar que no existe un dato exacto sobre este tema, sin embargo mediante a la información suministrado por el

INEC se pudo realizar una estimación sobre la tasa de natalidad, la población en edad fértil (15-49 años), se logró mediante la siguiente fórmula obtenida del (PDyOT Guizhagüiña, 2015) que pretende calcular la tasa general de natalidad para el año 2016:

$$TGN = \frac{NV}{MEF} * 1000 \quad [1]$$

$$TGN = \frac{18}{814} * 1000 \quad [1]$$

$$TGN = 0.022 * 1000 \quad [1]$$

$$TGN = 22$$

TGN: Tasa general de natalidad

NV: Nacidos vivos (18 Nacidos vivos, 7 Hombres, 11 Mujeres)

MEF: Número de mujeres entre 15-49 años (814 Mujeres)

Realizando los cálculos se proyecta que para el año 2016 sería la cantidad de 22 los nacimientos promedios en la parroquia.

2.2.4.3. Mortalidad

En lo referente a la Mortalidad y en base a los datos proporcionados por el Ministerio de Salud en la parroquia Guizhagüiña en el año 2013 ocurrieron 13 Muertes (8 hombres y 5 mujeres), el registro no ha sido actualizado hasta la fecha, siendo necesario elaborar una proyección para el presente año mediante la siguiente formula: (INEC, 2010)

$$\frac{\text{Total de defunciones ocurridas}}{\text{Población total}} * 1000$$

Población total = 1651

Total de defunciones ocurridas= 10

Realizando los cálculos pertinentes la tasa de mortalidad sería de 6,05%.

2.2.5. Vivienda

De la población actual se ha podido establecer que el 80,13% cuenta con vivienda propia, sin embargo el 89,96% presentan características físicas inadecuadas; adicionalmente se debe considerar que el índice de acceso a servicios públicos básicos es de apenas el 7,28%, lo que ha dado como resultado a que el 19,21% de viviendas tienen condiciones de habitabilidad aceptable. Incumpliendo con las necesidades básicas de los habitantes de la parroquia. (PDyOT Guizhagüiña, 2015)

Tabla 9. Vivienda

Total de hogares	Hogares que habitan en viviendas propias	Hogares que habitan en viviendas con características físicas inadecuadas	Porcentaje de hogares hacinado	Índice de acceso a servicios públicos básicos	Porcentaje de viviendas en condiciones de habitabilidad aceptable
458	367	412	12.01%	7.28%	19.21%

Fuente: (INEC, 2010)

Elaboración: La autora, 2016

2.2.6. Migración interna y externa

2.2.6.1. Inmigración

En la parroquia Guizhagüiña las personas que se han trasladado hacia este destino, en mayor cantidad son provenientes de la provincia de El Oro, es decir que a nivel interno de la provincia se han movilizad o en un 96,3%. (PDyOT Guizhagüiña, 2015, págs. 121-122)

Tabla 10. Inmigración de la población de la parroquia Guizhagüiña

Provincia donde vivía hace 5 años	Casos	%
Azuay	6	0.38
El Oro	1514	96.37
Guayas	3	0.19
Imbabura	5	0.32
Loja	14	0.89
Los Rios	1	0.06
Morona Santiago	1	0.06
Pichincha	17	1.08
Zamora Chinchipe	3	0.19
Santo Domingo de los Tsáchilas	3	0.19
Exterior	4	0.25
Total	1571	100

Fuente: (INEC, 2010)

Elaboración: La autora, 2016

2.2.6.2. Emigración

El desempleo y subempleo se han hecho presentes en los últimos 50 años en la parroquia Guizhagüiña, motivo por el cual muchas de las personas han asumido el riesgo de migrar al exterior y otra parte de la población a distintos lugares de las provincias del Ecuador, motivadas en busca de encontrar un mejor futuro para sus familiares. Las personas buscan migrar con la finalidad de encontrar nuevas oportunidades de empleo, educación, vivienda, etc.; con el objetivo de obtener un mejor futuro. De acuerdo al Censo realizado en el 2010 se han registrado 19 casos de migración; de los cuales en su mayoría han sido hombres. (PDyOT Guizhagüiña, 2015, pág. 122)

Las principales ciudades a las que emigran los pobladores de la parroquia Guizhagüiña son a las ciudades de Machala, Guayaquil, Quito y Loja en mayor porcentaje.

2.2.7. Indicadores de desarrollo humano y pobreza

En la parroquia Guizhagüiña el nivel de pobreza que se muestra es del 92,6%, que representa a 1562 personas, seguido de la población que no está en condiciones de pobreza que equivale a 125, y representa el 7,4%, constatando que la parroquia atraviesa por situaciones económicas precarias, por cuanto no cuentan con los medios y recursos suficientes para llevar un estilo de vida digno. (PDyOT Guizhagüiña, 2015)

Tabla 11. Características de los Pobladores

Pobreza por NBI	Total	%
No pobres	125	7,4
Pobres	1562	92,6
Total	1687	100
Pobreza extrema	468	27,7

Fuente: (INEC, 2010)

Elaboración: La autora, 2016

2.3. Ámbito Ecológico -Territorial

2.3.1. Condiciones ambientales

Las actividades humanas son las principales responsables del exterminio de los ecosistemas, en el caso puntual de la parroquia al aprovecharse de los recursos que encuentran en la naturaleza mediante intervenciones directas, han creado problemas de deforestación debido al avance de la agricultura y a la explotación inadecuada de los bosques para la obtención de madera que es utilizada para cerramientos y estructuras, la contaminación por desechos sólidos en ríos, quebradas y cascadas, además el pastoreo y la ganadería que con sus excrementos contaminan el suelo y las aguas que son distribuidas a toda la población generando así problemas de salud en la población. (PDYOT PARROQUIA GUIZHAGÜIÑA, 2015, pág. 67)

2.3.1.1. Eliminación de desechos sólidos

La parroquia Guizhagüiña atraviesa graves problemas de contaminación por el tratado de desechos sólidos ya que son difundidos directamente al medio ambiente por parte de la población que no cuentan con el servicio de tratamiento de residuos en su totalidad. A nivel cantonal se elimina la basura por carro recolector, la cual se moviliza a los diferentes centros barriales para para la recolección de desechos, sin embargo más del 50% de la población tiende a eliminar la basura arrojándola directamente a los recursos naturales; provocando así graves problemas de contaminación a vertientes de agua, incendios forestales y degradación de la flora y fauna existente (PDyOT Guizhagüiña, 2015, pág. 170)

2.3.2. Geomorfología

La parroquia Guizhagüiña tiene su emplazamiento en el sector oriental del catón Zaruma formada por una secuencia volcánico-alcalino dominado por andesitas, que forma una parte del Grupo Saraguro dominado por tobas dacíticas a riolíticas de edad Terciario Medio (Oligoceno) he instruido por stocks subvolcanicos de riolitas y cuerpos

de granodiorita de edad Oligoceno Tardío y Mioceno Temprano. En el caso puntual de la parroquia Guizhagüiña el 52,41% está compuesta de Andesita, pordifo, toba, aglomeratica; la capa de lutita negra es de 24,93% y un 18,46% proviene de rocas intrusivas indiferenciadas. (PDyOT Guizhagüiña, 2015)

2.3.2.1. Suelo

Las diferentes condiciones de suelo como profundidad, textura/estructura, permeabilidad, pedregosidad, ayudan a conocer la productividad del terreno, pero también se debe considerar la pendiente, grado de erosión y otros factores extrínsecos como la temperatura y pluviosidad. Los suelos del territorio Guizhagüiña en un 82,65% no son aptos para el cultivo, sino para la conservación y plantación forestal, ya que tienen una muy baja capacidad de retención de los nutrientes que se originan de la descomposición de la materia orgánica, la pérdida de los nutrientes por lavado o erosión no puede ser reemplazada por la eteorización del subsuelo; por otro lado el 6,79% del territorio debe ser considerado para la agricultura con fines de soberanía alimentaria. (PDyOT Guizhagüiña, 2015)

2.3.2.2. Clima

La parroquia Guizhagüiña se ubica en una zona con dos tipos de clima, cada uno se encuentra identificado en la siguiente matriz con sus principales características y sus superficies; en donde el 77.58%, del territorio corresponde al tipo de clima Ecuatorial Mesotérmico Semihúmedo. Ministerio del Ambiente de Ecuador (MAE, 2014),

2.3.2.3. Agua

En la parroquia Guizhagüiña cerca del 15% de los habitantes contaría con agua potable, sin embargo los pobladores manifiesta que el agua es tratada, ya que cuenta con un tanque de almacenamiento, mas no con todo un sistema de purificación. (INEC, 2010)

2.3.3. Ecosistemas

Tabla 12. Ecosistemas Frágiles

ECOSISTEMA	PRIORIDAD DE CONSERVACIÓN/ FRAGILIDAD	AREA (HA)	%
ABC, prioridad individual SOCIOBOSQUE	Alta	345,60	2,22
Herbazal del páramo	Alta	45,54	0,29
Otras áreas	Alta	3511,91	22,61
Bosque siempreverde estacional piemontano del Catamayo-Alamor	Media	57,35	0,37
Bosque siempreverde montano alto del Catamayo-Alamor	Media	969,77	6,24
Bosque siempreverde montano bajo del Catamayo-Alamor	Media	177,05	1,14
Bosque siempreverde montano del Catamayo-Alamor	Media	1152,92	7,42
Intervención	Baja	9275,33	59,70
TOTAL		15535,48	100,00

Fuente: (MAGAP, s.f.)

Elaboración: La autora, 2016

2.3.3.1. Flora

En la parroquia se conservan muchas tradiciones ancestrales, por lo tanto la mayoría de plantas que se cultivan son usadas por la comunidad para curar dolencias y enfermedades, es decir con fines medicinales, algunas de ellas son: hoja de la badea, el condurango, el paico, el matico, el llantén, la yerba buena, la menta, el Juanito, la guayusa, la cascarilla, el laritaco, el tabaco, la sábila. Su incremento productivo se da en época de invierno, cabe recalcar que el condurango y sábila se comercializa en un 20%.

Asimismo se puede encontrar con una variedad de flora entre las que se destacan: la granadilla, guayaba, naranja, mandarina, toronja, maracuyá, limón y papaya. (GAD Parroquial Güizhagüiña, 2016)

Para mayor comprensión se detalla las especies forestales existentes en la parroquia:

Tabla 13. Especies Forestales

Nombre del árbol	Nombre científico	Época floración
Pacay blanco	Inga Fullei	Invierno
Maco-maco	Myrsine Coriacea	Invierno
Cascarillo		Invierno
Pomarroso	Syzygium jambos	Septiembre y Octubre
Taparo		Septiembre y Octubre
Cedro	Cedrelafissilis	Septiembre y Octubre
Vahen		Septiembre y Octubre
Guabo	Inga sp.	Septiembre y Octubre
Machetón		Septiembre y Octubre
Eucalipto		Invierno
Zapotillo		Invierno
Guapala		Invierno
Guayabo		Invierno
Bella maría	Calophyllum brasiliense	Invierno
Cedro	Cedrelafissilis	Invierno
Canelo	Ocoteasp.	Invierno
Sanon		Septiembre y Octubre
Saca		Septiembre y Octubre
Higuerón	Centrolobiumochroxylum Rose	Septiembre y Octubre
Amarillo		Septiembre y Octubre
Teca		Septiembre y Octubre
Zapote		(Se reproduce de forma natural)
Mango		(Se reproduce de forma natural)

Fuente: (PDyOT Guizhagüña, 2015)

Elaboración: La autora, 2016

2.3.3.2. Fauna

En parroquia Guizhagüña se puede apreciar una gran variedad de fauna silvestre entre los cuales se destacan; ardillas, gavián, chilalos, loros y gallinazos, se los pueden observar en los bosques de la parte alta.

Entre otros animales que están en la parte baja de la parroquia encontramos: culebras, coral, equis, guatusa, armadillo, conejo, lechuza, y tigrillo. Cabe resaltar que estas especies de a poco se están perdiendo por la indiscriminada tala de árboles que se da

con frecuencia en esta zona. Los animales más representativos de la montaña son: Loros, guatusa, amardillo, conejo, gavián, culebras, chilalos, ardillas, gallinazo y tigrillo. (GAD Parroquial Guizhagüiña, 2016)

Por lo antes mencionado se detalle el nombre científico de algunas de las especies de fauna existente en la parroquia:

Tabla 14. Animales principales de la montaña

Nombre	Nombre científico	De que se alimenta
Culebras coral		Ratones, sapos y pollos
Culebras equis		Ratones, sapos y pollos
Ardilla	Sciurusgranatensis	Yuca, maíz
Guatusa	Dasyproctapuntata	Yuca, maíz, semillas, frutas
Gavián	Accipiternissus	Pollos, yuca, guineo, fréjol
Armadillo	Dasypusnovemcinctus	Pollos, yuca, guineo, fréjol
Conejo		Pollos, yuca, guineo, fréjol
Lechuza		Yuca, maíz
Chilalos	Furnariuscinnamomeus	Yuca, maíz
Gavián		Yuca, maíz
Churuca		Yuca, maíz
Loros	Aratingaerythrogenys	Yuca, maíz, semillas, frutas
Gallinazo		Yuca, guineo, maíz
Tigrillo	Leoparduspardalis	Yuca, guineo, maíz

Fuente: (PDyOT Guizhagüiña, 2015)

Elaboración: La autora, 2016

2.3.4. Riesgos y seguridad

7 de los barrios rurales que conforman la parroquia Guizhagüiña entre ellos: Daule, San Pablo, 5 de Agosto, Canelal, La Florida, La Chorrera y Pueblo Nuevo son lugares que presentan vulnerabilidad, esto se debe a los deslizamientos de tierra por terrenos inestables, especialmente en época invernal. (PDyOT Guizhagüiña, 2015, pág. 72)

En la siguiente tabla se expone el nivel de amenaza que se presenta en la parroquia:

Tabla 15. Amenazas a inundaciones

VALOR	AMENAZA	DESCRIPCIÓN
	INUNDACIONES	
1	Nula	Partes altas del relieve
2	Baja	En la terrazas medias y/o indiferenciadas de zonas altas en precipitaciones excepcionales anormales
3	Media	En zonas inundables con pendientes entre 0-5% y 5-12% por lluvias torrenciales y crecidas de ríos.
4	Alta	En zonas (bazines y depresiones, valles indiferenciados) con pendientes entre 0-5% que permanecen inundadas más de 6 meses durante el año. La acumulación de las aguas puede ser producto de las precipitaciones y por crecida de los ríos en tiempo de invierno.

Fuente: (SNRG, s.f.)

Elaboración: La autora, 2016

En lo que refiere al tema de seguridad la parroquia Guizhagüiña cuenta con Unidad de Policía Comunitaria (UPC) inaugurada hace pocos años, esta contribución ayuda con la seguridad de las personas. Las UPC básicamente constan de dos plantas, la primera que es para atención a la comunidad y un área para los policías, en el segundo piso tiene los dormitorios para seis uniformados y un área de estar para que los gendarmes descansen luego de su trabajo. Los patrulleros poseen Sistemas de Posicionamiento Global (GPS por sus siglas en inglés), esto permite a los comandantes de la zona o sub zona de seguridad conocer la ubicación exacta de una unidad de patrullaje para movilizarla inmediatamente al lugar de la emergencia. (PDyOT Guizhagüiña, 2015)

2.4. **Ámbito Económico Productivo**

2.4.1. **Contexto económico local**

2.4.1.1. **PEA**

En la parroquia Guizhagüiña la Población económicamente activa abarca la población desde los 10 y más años de edad, es decir 673 de 1704 son PEA, cabe señalar que la PEA femenina es de 121 personas, como resultado el aporte femenino de la economía es mínimo. (PDyOT Guizhagüiña, 2015)

A continuación para mayor entendimiento se detalla en la tabla lo antes mencionado:

Tabla 16. PEA de la parroquia Guizhagüiña

		INDICADOR	
ZARUMA	GUIZHAGÜIÑA	Población económicamente activa	673,00
		Población femenina económicamente activa	121,00
		Índice de feminidad de la PEA	21,92

Fuente: (SNI, 2014)

Elaboración: La autora, 2016

2.4.1.2. Estructura productiva

La PEA de la parroquia Guizhagüiña, está compuesta por diferentes actividades, dentro de las cuales la explotación de minas y canteras es la que más se destaca, seguido de la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, en una menor cantidad la población se dedica a industrias manufactureras, construcción, comercio mayor y menor, enseñanza, entre otras. (PDyOT Guizhagüiña, 2015).

Tabla 17. Rama de actividades primer nivel parroquia Guizhagüiña

		INDICADOR	Hombre	Mujer	Total
GUIZHAGÜIÑA		Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	346	30	376
		Explotación de minas y canteras	121	2	123
		Industrias Manufactureras	14	9	23
		Construcción	13	-	13
		Comercio al por mayor y menor	9	7	16
		Transporte y almacenamiento	8	1	9
		Actividades de alojamiento y servicios de comidas	-	3	3
		Actividades inmobiliarias	-	1	1
		Actividades profesionales, científicas y técnicas	1	-	1
		Actividades de servicios administrativos y de apoyo	3	-	3
		Administración pública y defensa	3	4	7
		Enseñanza	5	6	11
		Actividades de la atención de la salud humana	-	4	4
		Otras actividades de servicios	1	4	1
		Actividades de los hogares como empleadores	1	-	28
		No declarado	22	28	48
		Trabajador nuevo	6	26	7
	TOTAL	552	122	674	

Fuente: (INEC, 2010)

Elaboración: La autora, 2016

2.4.2. Sector productivo primario

2.4.2.1. Agricultura

El principal producto de comercialización actual es el aguardiente artesanal, mismo que es extraído por la fermentación de caña de azúcar que a su vez es expendido en la parte alta de la provincia de El Oro, parte de Azuay y Loja generando buenos ingresos económicos, uno de los principales derivados del aguardiente es la bebida alcohólica tradicional conocida como reposado. Existen otros productos como panela, plátano, sango, yuca y la papa china cuya producción es para el autoconsumo. (PDyOT Guizhagüiña, 2015)

2.4.2.2. Ganadería

La ganadería representa una parte importante de la producción agropecuaria como el ganado vacuno por lo que se estima una producción anual de 5000 cabezas de ganado, en lo referente a la producción porcina se estima 600 porcinos anuales, la actividad avícola también es muy representativa por lo que se obtiene 7270 aves, a pesar de haberse conformado una asociación ganadera (UNIGAN), la actividad como tal ha disminuido, ya que la población ve a la ganadería u otra producción pecuaria no rentable. Los mismos productos como (PDyOT Guizhagüiña, 2015)

La producción de carne, leche, queso y sus derivados, abastece la demanda principalmente de los cantones aledaños como Portovelo, Piñas y Zaruma y en menor cantidad en la ciudad de Guayaquil, de igual manera a turistas y conocidos que se abastecen de estos productos en menor cantidad.

2.4.3. Sector productivo secundario

2.4.3.1. Industria

Gran parte de los habitantes de la parroquia Guizhagüiña se dedica a la actividad minera, una es de carácter formal (minería industrial) y otra de tipo informal (minería artesanal y pequeña minería), la misma que constituye únicamente una economía de subsistencia. (PDyOT Guizhagüiña, 2015)

2.4.3.2. Artesanías

En la cabecera parroquial un grupo estimado de 25 personas que se dedican a la carpintería donde fabrican muebles, con un 80% de ventas; a más de eso existe una asociación ASOTUK Guizhagüiña que se dedica a la elaboración de artesanías (en dulces, madera, etc.), por lo general se realiza los fines de semana. En el Sitio Palmira

ubicamos la fábrica de juegos pirotécnicos donde se confeccionan variadas clases de cohetes y castillos esta actividad es muy reconocida ya que estas artesanías son vendidas en un 100% en todo el país. (PDyOT Guizhagüiña, 2015)

2.4.4. Sector productivo técnico

2.4.4.1. Comercio

En la parroquia Guizhagüiña existen 10 tiendas de abastos a nivel parroquial, además en la feria libre el día domingo, los pobladores sacan sus productos más representativos como lo son: caña de azúcar, el sango, yuca y la papa china, asimismo el ganado vacuno, la producción porcina y avícola generan ingresos rentables para la población. (PDyOT Guizhagüiña, 2015)

2.4.4.2. Transporte

Tabla 18. Nombres de Itinerarios a Nivel parroquial desde el Cantón Zaruma

TRANSPORTE	LUGAR DE PARTIDA	LUGAR DE DESTINO	TIEMPO APROX.
Trans. Paccha	Zaruma	Daule	1:15
Trans. Paccha	Zaruma	San Pablo	0:50
Trans. Paccha	Zaruma	Canelal	1:20
Trans. Paccha	Zaruma	Ghuizhagüiña	0:50

Fuente: (PDyOT Guizhagüiña, 2015)

Elaboración: La autora, 2016

La movilidad de la parroquia se realiza con vehículos motorizados, pequeñas motocicletas, y a pie. La mayor parte de las carreteras y caminos utilizados no son para vehículos de motor, en realidad muchas "carreteras" son simplemente senderos, caminos, veredas y puentes peatonales; en algunos casos sólo se pueden usar en determinadas estaciones y reciben poco mantenimiento. El transporte público llega a la cabecera parroquial dos veces al día, por lo que la en caso de emergencia o la demanda excedente es cubierta por empresas transportistas cantonales o de Portovelo. (PDyOT Guizhagüiña, 2015)

2.4.4.3. Desarrollo turístico

La parroquia Guizhagüiña es conocida principalmente por su devoción a la Virgen de los Remedios, lo cual ha permitido que muchos fieles se concentren en este lugar de manera frecuente, fundamentalmente por la fe que la Virgen inspira en ellos, generando así beneficios de carácter económico y comercial a la comunidad, conocido como

turismo religioso, que actualmente genera gran movilidad de peregrinos, gracias a esta actividad.

2.5. Político Administrativo

2.5.1. Estructura política administrativa de la institución pública

La parroquia Guizhagüiña fue creada mediante Ordenanza Municipal por el Concejo Cantonal de Zaruma, el día 21 de mayo de 1969 y aprobada por acuerdo Ministerial Ejecutivo N° 15 del 6 de Junio de 1969; la misma que se encuentra estructurada políticamente por el Gobierno Autónomo Descentralizado, conformada por 6 miembros que son: el presidente, vicepresidente, secretaria y 3 vocales que cumplen con sus funciones pertinentes.

La misión del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Guizhagüiña es la de promover el desarrollo y mejorar las condiciones socioeconómicas de la comunidad, fortaleciendo la identidad, la organización y la participación comunitaria mediante la coordinación; convirtiendo a Güizhagüiña en una Parroquia Líder, con gestión democrática y participativa de todos los ciudadanos, comprometidos en buscar y lograr el desarrollo sostenible, orientar con responsabilidad su desempeño; continuar con la conducción de la política Parroquial de desarrollo, atender las legítimas demandas sociales y empeñar su esfuerzo por consolidar el progreso y el avance económico como medio para aliviar las desigualdades y aumentar el bienestar de la sociedad a la que representa y sirve.

Organigrama funcional del GAD parroquial de Guizhagüña.

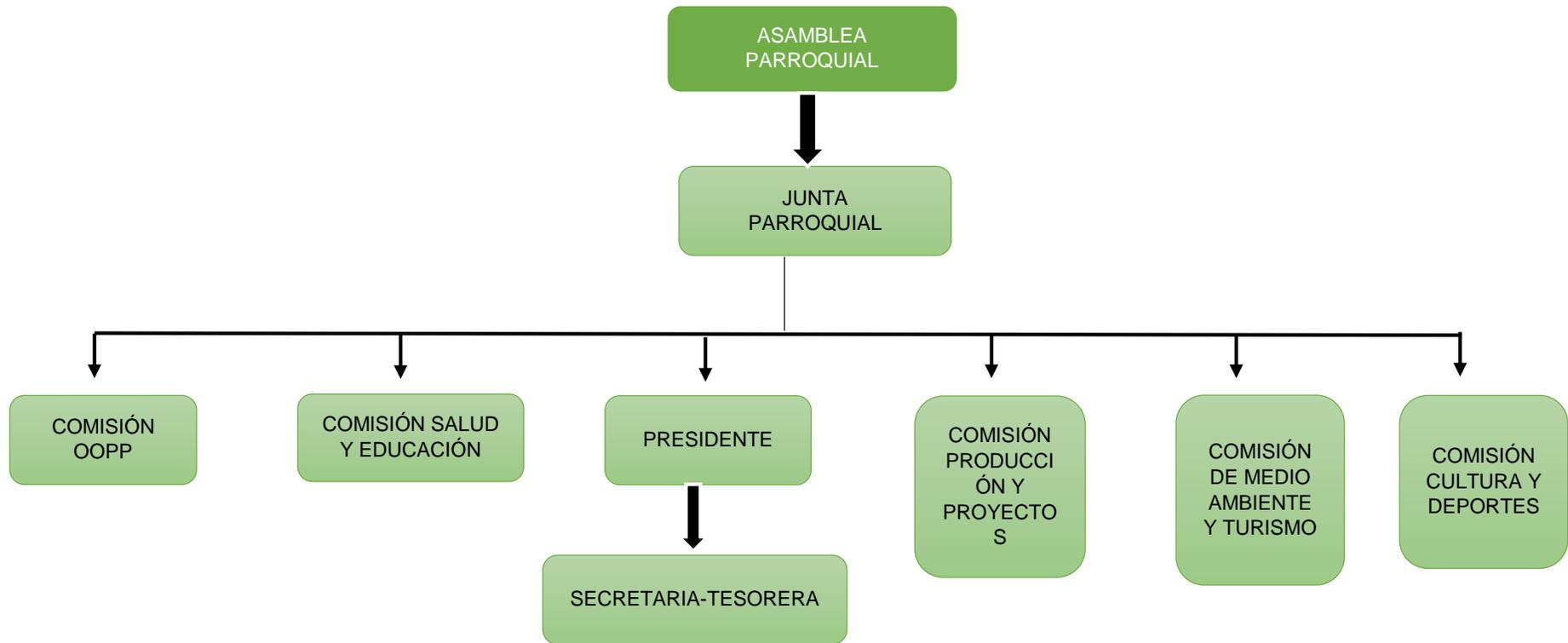
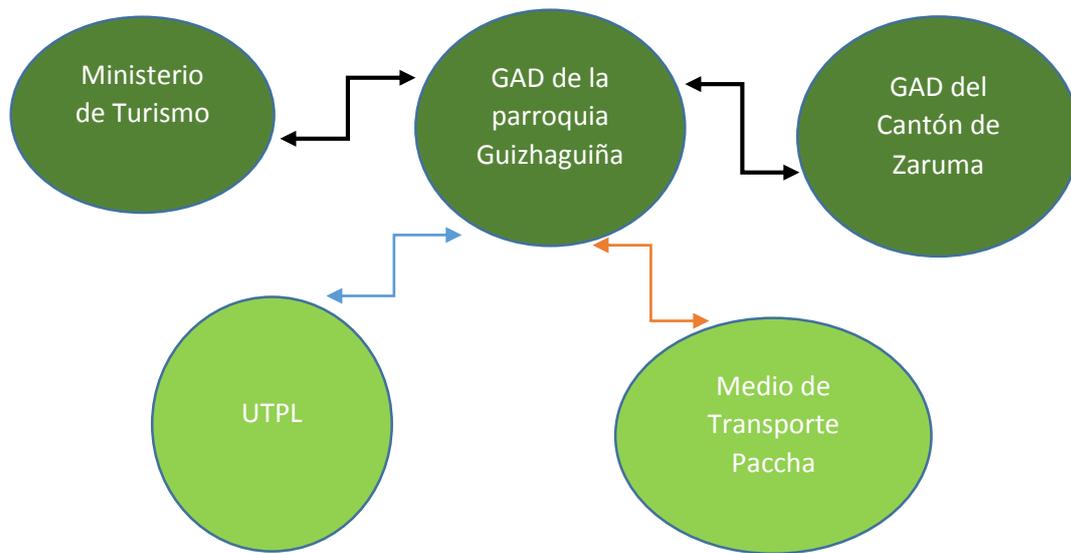


Figura 2. Organigrama del GAD parroquial

Fuente: (GAD Parroquial Güizhagüña, 2016)

Elaboración: La autora, 2016

2.5.2. Mapeo de actores que conforman la cadena de valor turística



SIMBOLOGÍA

ALTA

MEDIA

BAJA

ORGANIZACIONES

PÚBLICAS

PRIVADAS

CAPITULO III
3. POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA GUIZHAGUIÑA

3.1 Análisis de la oferta

El análisis de la oferta turística se llevó a cabo mediante visitas a la parroquia Guizhaguiña en los meses de agosto- septiembre, noviembre del 2016, con el apoyo del GAD parroquial; para ello se realizó el levantamiento de información de los atractivos turísticos según los lineamientos metodológicos que establece el Ministerio de Turismo (MINTUR).

3.1.1 Planta Turística

Según lo expuesto por el (Ministerio de Turismo, 2015) en el art. 5 de la Ley de Turismo; Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

Alojamiento Hotelero

- Hotel
- Hotel residencia
- Hotel apartamento
- Hostales
- Hostal residencia
- Pensiones
- Moteles
- Hosterías
- Cabañas
- Refugios
- Paradores
- Albergues

Restaurantes

- Cafeterías
- Fuente de soda
- Drives inn
- Bares

Entretenimiento

- Termas y balnearios

- Discotecas
- Salas de baile
- Peñas
- Centro de convenciones
- Centro de recreación turística
- Salas de recepción y banquetes

Agencias de servicios turísticos

Casinos, salas de juegos, hipódromos

Transportación

- Líneas de transporte aéreo nacional e internacional
- Líneas de transporte marítimo nacional e internacional
- Empresas de transporte terrestre nacional e internacional
- Empresas que arriendan medios de transporte, aéreo, fluvial y terrestre

En cuanto a la clasificación de la planta turística la parroquia Guizhaguiña no cuenta con un registro de ningún tipo de establecimientos, hoteles, hosterías, pensiones, restaurantes, agencias de viajes, centros de esparcimiento entre otros, que oferten servicios turísticos dentro de la parroquia.

En las visitas realizadas se pudo constatar la siguiente información en relación al número de establecimientos que brinden servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, esparcimiento y diversión.

Alojamiento

Dentro de la parroquia existen dos establecimientos que brindan servicio de alojamiento; siendo la casa del peregrino bajo la categoría de pensión un establecimiento en condiciones precarias que cuenta con 6 habitaciones, 3 de ellas son habitaciones triples y las 3 restantes son sencillas, no disponen de servicios básicos como televisor, internet, ducha caliente además posee solamente 2 baños los cuales son compartidos; además cuenta con un reducido salón de eventos con capacidad para 80 pax.

Así también el Complejo ecoturístico las cabañas de San Juan dispone de 5 habitaciones, dos de ellas son habitaciones dobles cada una con baño privada, Tv cable e internet.

Normalmente el flujo de turistas que pernoctan en estos establecimientos es muy reducido a excepción del mes de agosto, especialmente en la casa del peregrino, sus plazas no son suficientes para cubrir la demanda en esa temporada, lo que ha ocasionado que muchos visitantes se queden la noche en veredas.

Tabla 19. Levantamiento de información acerca de la planta turística- Alojamiento

INVENTARIO DE LA PLANTA TURISTICA DE LA PARROQUIA GUIZHAGUIÑA						
RAZÓN SOCIAL	PROPIETARIO	DIRECCION	CATEGORIA	HABITACIONES	PLAZA	Nº DE EMPLEADOS
Casa del Peregrino	Comité del Santuario	Plaza central	S/C	6	12	1
Hostería Cabañas de San Juan	Carlos Macas	Barrio San Juan	S/C	5	7	3

Fuente y Elaboración: La autora, 2016

Alimentos y Bebidas

En las visitas realizadas se constató que existen 3 establecimientos que prestan el servicio de alimentación ubicados en la plaza central de la parroquia cada uno con su respectivo permiso de funcionamiento, son establecimientos que en temporada alta no abastecen la demanda, es por ello que esas en fechas se incrementan los puestos de comidas, lamentablemente en condiciones de insalubridad es por ello que los visitantes se van inconformes con la calidad en los alimentos.

Tabla 20. Levantamiento de información acerca de la planta turística- Alimentos y Bebidas

INVENTARIO DE LA PLANTA TURISTICA DE LA PARROQUIA GUIZHAGUIÑA						
RAZÓN SOCIAL	PROPIETARIO	DIRECCION	CATEGORIA	MESAS	PLAZA	Nº DE EMPLEADOS
Restaurante Asortuguiña	Asortuguiña	Plaza central	S/C	9	36	7
Restaurante Chelita	Graciela Berzosa	Plaza central	S/C	10	40	4
Restaurante Geanelita	Mariana Ochoa	Plaza central	S/C	13	52	5

Fuente: Visitas In Situ a la parroquia

Elaboración: La autora, 2016

Esparcimiento

En cuanto a los lugares de esparcimiento la parroquia posee un coliseo ubicado frente a la plaza central con capacidad para 500 pax como propiedad de la junta parroquial, dispone de un servicio higiénico en mal estado. En este coliseo se llevan a cabo eventos que permite a los pobladores y turistas ser partícipes de actividades culturales, sociales y deportivas.

3.1.2. Determinación del potencial turístico

Guizhaguiña es una parroquia que posee una gran extensión y con ella incluye atractivos que pueden ser considerados con gran potencial turístico, a pesar de todo estas riquezas naturales y culturales, necesita una intervención en cada uno de ellos para su adecuada explotación y difusión; cabe indicar que no existe información de los de atractivos turísticos existentes, motivo por el cual se realizó las visitas In Situ, donde se levantó la información pertinente para su evaluación técnica, la metodología empleada para el levantamiento de información fue tomada del Ministerio de Turismo como guía para el inventario y jerarquización de atractivos turísticos.

Tabla 21. Atractivos Turísticos no inventariados

ATRATIVOS DE LA PARROQUIA GUIZHAGUIÑA NO INVENTARIADOS EN EL MINISTERIO DE TURISMO						
N°	Nombre del atractivo	Ubicación	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
1	Cascada sin nombre	Sector Balsones	Sitio Natural	Ríos	Cascada	I
2	Cascada Chorrera	Barrio la Chorrera	Sitio Natural	Ríos	Cascada	I
3	Cascada el Chimbo	Barrio San Pablo	Sitio Natural	Ríos	Cascada	I
4	Cascada Miskillaku	Barrio Canelal	Sitio Natural	Ríos	Cascada	I
5	Cascada Clinka	Barrio Canelal	Sitio Natural	Ríos	Cascada	I
6	Cascada de cachos	Sector de Cachos	Sitio Natural	Ríos	Cascada	I

7	Cascada Plano Rumi	Sector Porotillo	Sitio Natural	Ríos	Cascada	I
8	Petroglifos de Chepel	Sector Porotillo	Manifestaciones Culturales	Históricas	Sitios Arqueológicos	I
9	Petroglifos de Canelal	Canelal	Manifestaciones Culturales	Históricas	Sitios Arqueológicos	I
10	Petroglifos Corona del Inca	Sector Balsones	Manifestaciones Culturales	Históricas	Sitios Arqueológicos	I
11	Gruta de la Virgen de los Remedios	Parroquia Guizhaguiña	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	I
12	Santuario de la Virgen de los Remedios	Plaza central Guizhaguiña	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	II
13	Fábricas de Molienda de caña	Barrio la Chorrera	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Elaboración Agroindustrial	I
14	Romería Virgen de los Remedios	Parroquia Guizhaguiña	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares	II

Fuente y Elaboración: La autora, 2016

A continuación, se detalla cada uno de los atractivos turísticos, analizando sus características más relevantes y datos importantes para acceder y dirigirse a ellos:

1. CASCADA SIN NOMBRE

Tabla 22. Datos de Georreferenciación del Atractivo Cascada Sin Nombre

UBICACIÓN			GEORREFERENCIACIÓN		
PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	LONGITUD	LATITUD	ALTITUD
El Oro	Zaruma	Guizhaguiña	9592536	0662670	1453

Fuente: Visitas IN-SITU, 2016

Elaboración: La autora, 2016

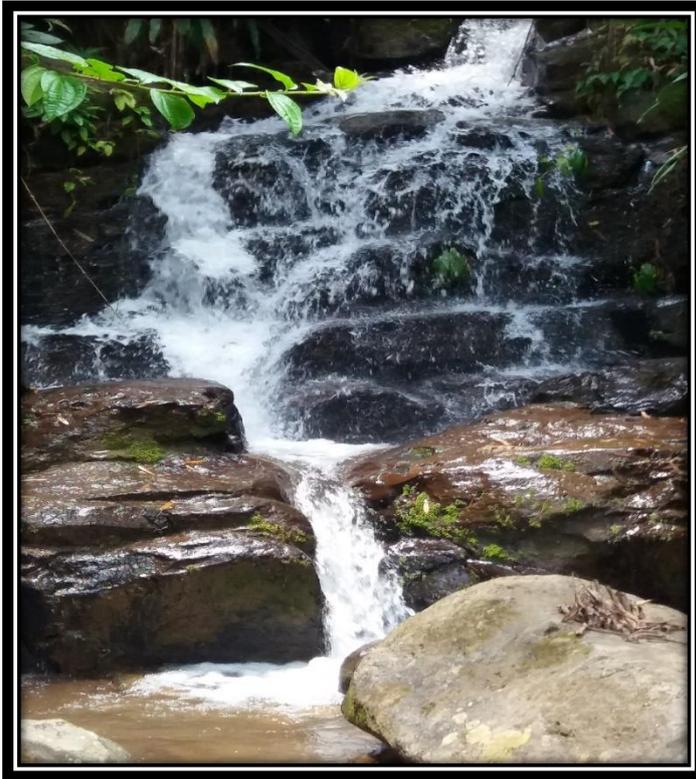


Figura 3. Cascada Sin nombre

Fuente y Elaboración: La autora, 2016

Esta cascada sin nombre se encuentra ubicada en el sector Balsones dentro de la propiedad de la Sra. Arcelia Guamán, para acceder a ella se debe caminar aproximadamente unos 25 minutos a pie, no existe señalización que nos dirija hacia ella.

2. CASCADA LA CHORRERA

Tabla 23. Datos de Georreferenciación del Atractivo Cascada la Chorrera

UBICACIÓN			GEORREFERENCIACIÓN		
PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	LONGITUD	LATITUD	ALTITUD
El Oro	Zaruma	Guizhaguiña	9608489	0647477	1083

Fuente: Visitas IN-SITU, 2016

Elaboración: La autora

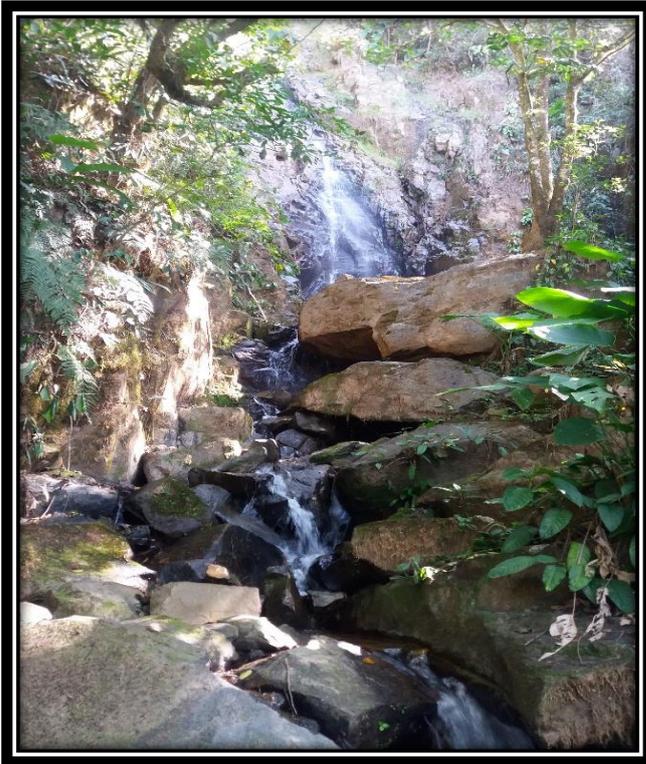


Figura 4. Cascada la Chorrera
Fuente y Elaboración: La autora, 2016

Como su nombre lo indica cascada La Chorrera llamada así por el barrio donde se encuentra, se localiza a una distancia de 300 metros de la vía principal, cabe recalcar que no existe señalización para acceder a la misma, el camino para llegar está lleno de arbustos que impiden su acceso, en temporada de verano hace que esta cascada se encuentre con poco agua.

3. CASCADA EL CHIMBO

Tabla 24. Datos de Georreferenciación del Atractivo Cascada el Chimbo

UBICACIÓN			GEORREFERENCIACIÓN		
PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	LONGITUD	LATITUD	ALTITUD
El Oro	Zaruma	Guizhaguiña	9595726	0660016	904

Fuente: Visitas IN-SITU, 2016
Elaboración: La autora



Figura 5. Cascada el Chimbo
Fuente y Elaboración: La autora, 2016

La cascada el Chimbo se encuentra ubicada en el barrio llamado San Pablo a una distancia de 8 km desde el centro de Guizhaguiña, la carretera que conduce es de tercer orden, el acceso para llegar a la cascada es a pie a unos 100 metros de la vía principal. Siendo una de las pocas cascadas que posee las condiciones adecuadas para su fácil acceso.

4. CASCADA CLINKA

Tabla 25. Datos de Georreferenciación del Atractivo Cascada Clinka

UBICACIÓN			GEORREFERENCIACIÓN		
PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	LONGITUD	LATITUD	ALTITUD
El Oro	Zaruma	Guizhaguiña	9591838	0662998	1203

Fuente: Visitas IN-SITU, 2016
Elaboración: La autora

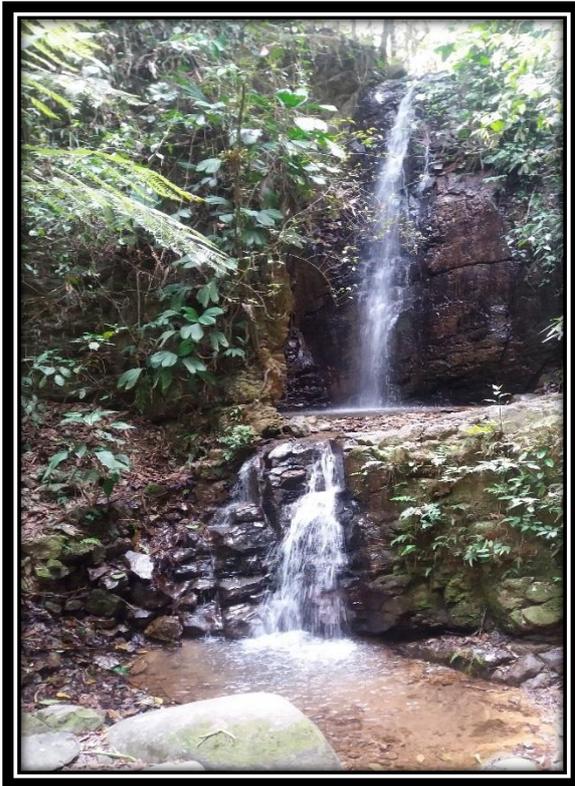


Figura 6. Cascada Clinka
Fuente y Elaboración: La autora, 2016

La casca Clinka que significa perdida, ubicada en el barrio Canelal a una distancia de 5k del centro de la parroquia, la vía que conduce es de tercer orden, para acceder se debe recorrer a pie unos 500metros de la vía principal; cabe destacar que se encuentra dentro de la propiedad del Sr. Carlos Ochoa.

5. CASCADA MISKILLAKU

Tabla 26. Datos de Georreferenciación del Atractivo Cascada Miskillaku

UBICACIÓN			GEORREFERENCIACIÓN		
PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	LONGITUD	LATITUD	ALTITUD
El Oro	Zaruma	Guizhaguiña	9591698	0663032	1162

Fuente: Visitas IN-SITU, 2016
Elaboración: La autora

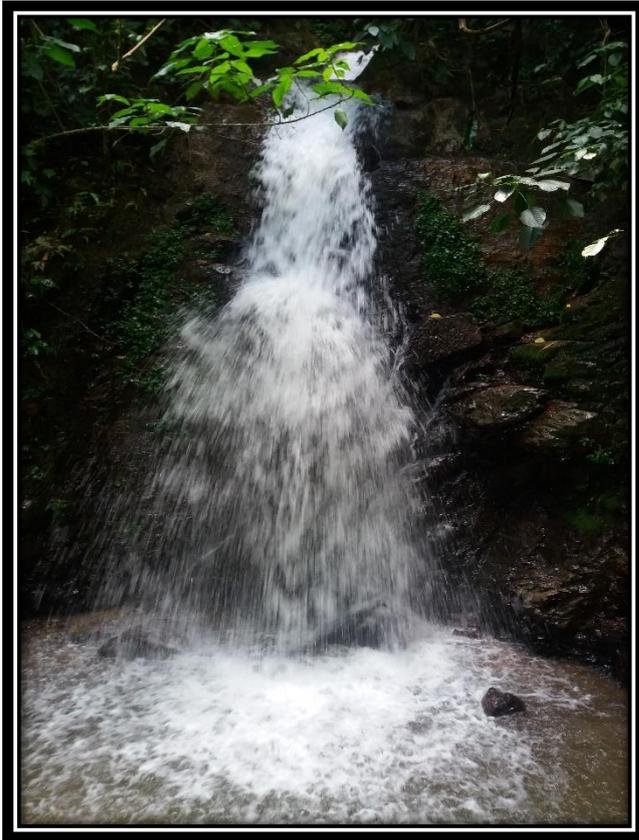


Figura 7. Cascada Miskillaku
Fuente y Elaboración: La autora, 2016

Cascada Miskillaku que significa agua dulce tiene una altura de aproximadamente 10m este atractivo se localiza en el mismo sector que se encuentra la cascada Clinka dentro de la propiedad del Sr. Carlos Ochoa aproximadamente a unos 300m de distancia entre ambas.

6. CASCADA PLANO RUMI

Tabla 27. Datos de Georreferenciación del Atractivo Cascada Plano Rumi

UBICACIÓN			GEORREFERENCIACIÓN		
PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	LONGITUD	LATITUD	ALTITUD
El Oro	Zaruma	Guizhaguiña	9592218	0665859	1266

Fuente: Visitas IN-SITU, 2016
Elaboración: La autora

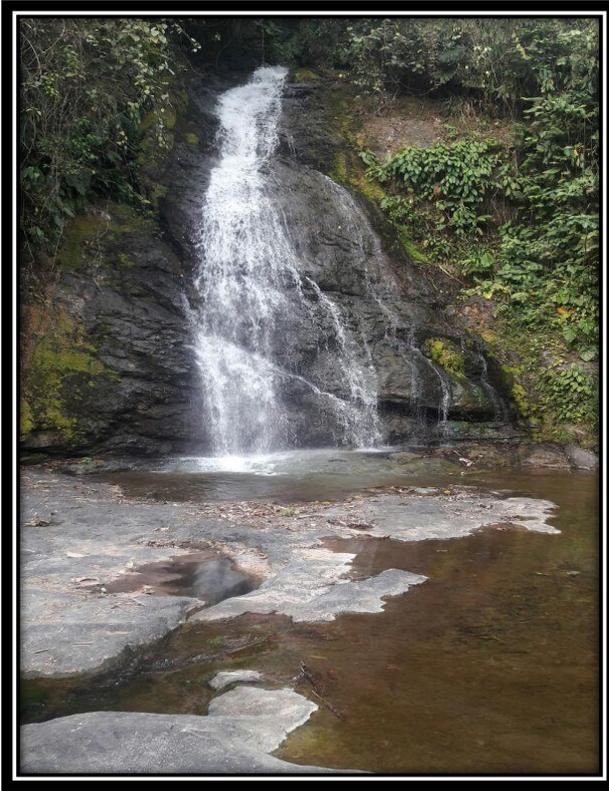


Figura 8. Cascada Plano Rumi
Fuente y Elaboración: La autora, 2016

La cascada Plano Rumi que significa pampa de piedra tiene una altura de 12m se localiza a 9km del centro de la parroquia, el poblado más cercano es el barrio Canelal y está a una distancia de 4 km, para acceder a esta cascada se debe caminar aproximadamente unos 300metros, la vía que conduce hasta este lugar es de tercer orden.

7. CASCADA DE CACHOS

Tabla 28. Datos de Georreferenciación del Atractivo Cascada de Cachos

UBICACIÓN			GEORREFERENCIACIÓN		
PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	LONGITUD	LATITUD	ALTITUD
El Oro	Zaruma	Guizhaguiña	9595974	0671241	2211

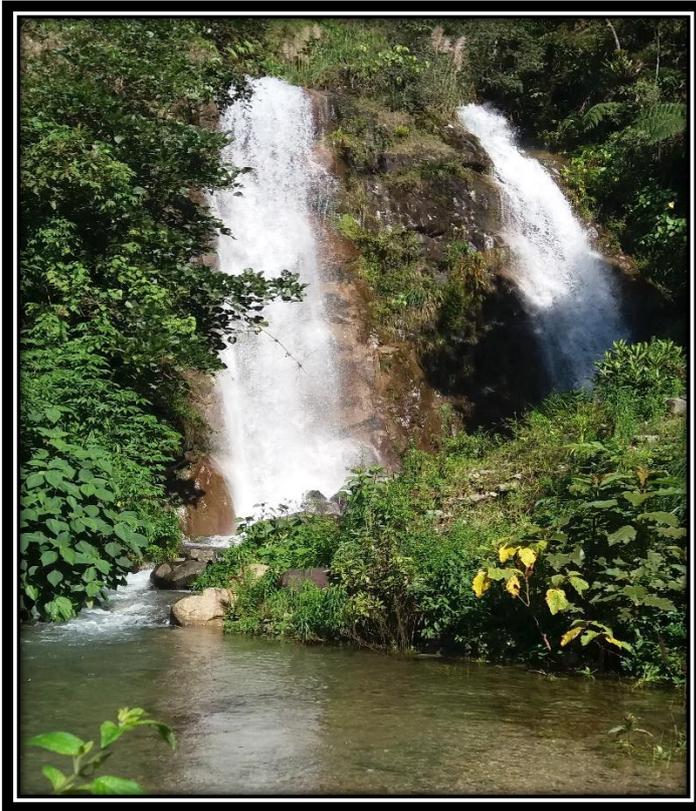


Figura 9. Cascada de cachos
Fuente y Elaboración: La autora, 2016

La cascada de cachos se encuentra en el sector del mismo nombre, a unos 10 metros de la vía principal que conduce a San Antonio, tiene dos caídas aproximadamente de 12 metros de altura, donde se forma una pequeña laguna en plena vía impidiendo el paso de vehículos pequeños, esto prácticamente sucede en temporada de invierno donde aumenta el caudal de agua.

8. FÁBRICAS DE MOLIENDA CAÑA DE AZÚCAR

Tabla 29. Datos de Georreferenciación del Atractivo Fábricas de Molienda de Caña de Azúcar

UBICACIÓN			GEORREFERENCIACIÓN		
PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	LONGITUD	LATITUD	ALTITUD
El Oro	Zaruma	Guizhaguiña	9608489	0647477	1016

Fuente: Visitas IN-SITU, 2016
Elaboración: La autora



Figura 10. Molino de caña de azúcar
Fuente y Elaboración: La autora, 2016

Existen 5 fábricas de molineras de caña de azúcar que se dedican a la elaboración de aguardiente artesanal, este proceso se lleva a cabo primeramente con la cosecha de la caña de azúcar luego se la transporta a mano hacia el trapiche a motor eléctrico empieza la extracción el jugo este pasa al sistema de fermentación en temporada de verano de 6 a 7 días de fermentación y en temporada de invierno por 2 o 3 días. Pasado este tiempo el jugo es colocado en grandes tanques de metal y estos introducidos en el horno sobre fuego del bagazo hasta que hierva por 60 minutos, el calor hace que el jugo se evapore y este vapor pase por una serpentina finalmente se condensa con agua como resultado final se obtiene el aguardiente, siendo este producto un motor económico importante para la parroquia, estas fábricas se encuentran en la vía que conduce a Portovelo- Salati a unos 600m de distancia del barrio la chorrera.

9. PETROGLIFOS DE CANELAL

Tabla 30. Datos de Georreferenciación del atractivo Petroglifos Canelal

UBICACIÓN			GEORREFERENCIACIÓN		
PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	LONGITUD	LATITUD	ALTITUD
El Oro	Zaruma	Guizhaguiña	9591896	0662979	1243

Fuente: Visitas IN-SITU, 2016
Elaboración: La autora



Figura 11. Petroglifos de Canelal
Fuente y Elaboración: La autora, 2016

Estos petroglifos se encuentran ubicados en el barrio el Canelal a unos 5km del centro de la parroquia, la vía principal que conduce a este lugar es de tercer orden y para acceder a ellos se debe recorrer a pie aproximadamente unos 15 minutos. Estos petroglifos cuyos signos o símbolos guardan un misterio que a su vez son de gran importancia cultural.

10. PETROGLIFOS CORONA DEL INCA

Tabla 31. Petroglifos Corona del Inca

UBICACIÓN			GEORREFERENCIACIÓN		
PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	LONGITUD	LATITUD	ALTITUD
El Oro	Zaruma	Guizhaguiña	9592557	0662669	1456

Fuente: Visitas IN-SITU, 2016
Elaboración: La autora



Figura 12. Petroglifos Corona del Inca
Fuente y Elaboración: La autora, 2016

Se desconoce el significado de lo que pudo haber representado este atractivo denominado como la Corona del Inca impregnado en una roca sobre las montañas, se considera que es uno de los pocos atractivos que aún se conserva en óptimo estado; se encuentra localizado a 30 metros de la cascada sin nombre en el sector de Balsones siendo este lugar propiedad de la Sra. Arcelia Guamán; el camino para acceder está lleno de arbustos, no existe señalización que indique su ubicación.

11. PETROGLIFOS DE CHEPEL

Tabla 32. Datos de Georreferenciación del Atractivo Petroglifos de Chepel

UBICACIÓN			GEORREFERENCIACIÓN		
PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	LONGITUD	LATITUD	ALTITUD
El Oro	Zaruma	Guizhaguiña	9592265	0666014	1336

Fuente: Visitas IN-SITU, 2016
Elaboración: La autora



Figura 13. Petroglifos de Porotillo
Fuente y Elaboración: La autora, 2016

Este atractivo con forma de espiral doble simboliza la vida eterna, los equinoccios, es decir que tanto el día y como la noche tienen la misma duración; ubicados a una distancia de 5 km del centro de la parroquia en el sector de porotillo para acceder hacia este lugar se debe caminar unos 300m a pie de la vía principal la misma que posee las condiciones de tercer orden. Estos grabados corren graves riesgos de deterioro y desaparición por la presencia del ser humano que caminan sobre la roca, también por la proliferación del mato, no existe señalización y senderos que permitan su fácil acceso, se presume que este sitio pudo haber sido un centro religioso o sagrado.

12. GRUTA DE LA VIRGEN DE LOS REMEDIOS

Tabla 33. Datos de Georreferenciación del Atractivo Gruta de la Virgen de Remedios

UBICACIÓN			GEORREFERENCIACIÓN		
PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	LONGITUD	LATITUD	ALTITUD
El Oro	Zaruma	Guizhaguiña	9592187	0660698	1302

Fuente: Visitas IN-SITU, 2016
Elaboración: La autora



Figura 14. Gruta de la Virgen de los Remedios
Fuente y Elaboración: La autora, 2016

Lo más representativos de la Gruta es la imagen de la Virgen de los Remedios, debajo de esta imagen existe una vertiente de agua bendita la misma que ha sido bendecida por el párroco; muchos de los que visitan este sitio llevan botellas para abastecerse del líquido quienes manifestaron que esta agua es milagrosa. La Gruta se encuentra ubicada a la entrada principal de la parroquia al pie de la vía principal, la carretera que conduce hacia este lugar es de primer orden, muchos de sus fieles han depositado su fe en la intercesión de la Virgen de los Remedios obteniendo muchos milagros.

13. SANTUARIO DE LA VIRGEN DE LOS REMEDIOS

Tabla 34. Datos de Georreferenciación del Atractivo Santuario de la Virgen de los Remedios

UBICACIÓN			GEORREFERENCIACIÓN		
PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	LONGITUD	LATITUD	ALTITUD
El Oro	Zaruma	Guizhaguiña	9591930	0661105	1288

Fuente: Visitas IN-SITU, 2016

Elaboración: La autora



Figura 15. Santuario de la Virgen de los Remedios
Fuente y Elaboración: La autora, 2016

El Santuario de la Virgen de los Remedios no existe una fecha exacta de su construcción, en sus principios ha sido una edificación de bareque, en la actualidad ha sido restaurado tiene una capacidad aproximadamente para 250 personas está ubicado en la plaza central de la parroquia, a este lugar concurren cientos de peregrinos cada año, motivados por la fe, el amor y en espera de recibir un milagro. Las principales imágenes que se veneran son la Virgen de los Remedios, San Pedro y María Auxiliadora.

14. ROMERÍA DE LA VIRGEN DE LOS REMEDIOS

Tabla 35. Romería de la Virgen de los Remedios

UBICACIÓN			GEORREFERENCIACIÓN		
PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	LONGITUD	LATITUD	ALTITUD
El Oro	Zaruma	Guizhaguiña	-	-	-

Fuente: Visitas IN-SITU, 2016
Elaboración: La autora



Figura 16. Romería de la Virgen de los Remedios
Fuente y Elaboración: La autora, 2016

La Romería de la Virgen de los Remedios en el año 2016 dio acogida a más de 15.000 peregrinos de diferentes lugares del Ecuador, como costumbre todos los años cada 25 de agosto se celebra la fiesta en honor a la Virgen de los Remedios, en donde los romeriantes caminan toda una mañana desde sus lugares de residencia hasta la parroquia.

3.1.3. Matriz del perfil competitivo de los atractivos turísticos de la parroquia Guizhaguiña

Para una correcta valorización e identificación de los atractivos turísticos de la parroquia, se llevó a cabo la estructuración de una matriz competitiva que a su vez permitirá evaluar e identificar las fortalezas tomando como referencia a poblados aledaños como principales competidores.

En primera instancia se ha establecido los valores de los factores con un peso de relevancia total de 1; los mismos que son infraestructura, demanda, servicios, transporte, accesibilidad y recreación cada uno con su peso individual que ha sido evaluado según el criterio del técnico ejecutante del proyecto.

Tabla 36. Factores para Priorización de Atractivos

Factores	Peso de Relevancia
Demanda Turística	0.13
Servicios Básicos	0.18
Transporte	0.13
Accesibilidad	0.16
Infraestructura	0.19
Recreación	0.21
Total	1

Fuente y Elaboración: La autora, 2016

Cabe señalar que para la respectiva evaluación de las condiciones en las que se encuentran los atractivos turísticos se realizaron visitas técnicas previas, las mismas que permitieron hacer un diagnóstico acerca del estado de la planta turística, carreteras e infraestructura y así poder constatar las potencialidades de los mismos. La calificación planteada es de 1 a 10 según el criterio personal:

Tabla 37. Matriz del Perfil Competitivo de los Atractivos Turísticos de Guizhaguiña

Atractivos		Cascada Chorrera		Cascada el Chimbo		Cascada Miskillaku		Cascada Clinka		Cascada Plano Rumi	
Factores	Peso de relevancia	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado
Demanda Turística	0,13	1	0,13	6	0,78	4	0,52	6	0,78	5	0,65
Servicios Básicos	0,18	2	0,36	5	0,90	3	0,54	3	0,54	3	0,54
Transporte	0,13	7	0,91	9	0,12	7	0,91	7	0,91	7	0,91
Accesibilidad	0,16	2	0,32	9	1,44	3	0,48	3	0,48	3	0,48
Infraestructura	0,19	1	0,19	3	0,57	3	0,57	3	0,57	1	0,19
Recreación	0,21	2	0,42	4	0,84	6	1,26	6	1,26	4	0,84
Total	1,00		2,33		4,65		4,28		4,54		3,61

Atractivos		Petroglifos de Chepel		Gruta de la Virgen de los Remedios		Santuario de la Virgen de los Remedios		Fábricas de Molienda de caña		Romería	
Factores	Peso de relevancia	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado
Demanda Turística	0,13	4	0,52	7	0,91	9	1,17	6	0,78	9	1,17
Servicios Básicos	0,18	1	0,18	8	1,44	8	1,44	6	1,08	8	1,44
Transporte	0,13	5	0,65	10	1,3	10	1,3	10	1,3	10	1,3
Accesibilidad	0,16	3	0,48	10	1,6	10	1,6	10	1,6	10	1,6
Infraestructura	0,19	1	0,19	5	0,95	5	0,95	3	0,57	4	0,76
Recreación	0,21	4	0,84	4	0,84	4	0,84	5	1,05	7	1,47
Total	1,00		2,86		7,04		7,30		6,38		7,74

Factores	Cascada sin nombre		Cascada de cachos		Petroglifos Corona del Inca		
	Peso de relevancia	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderado
Demanda Turística	0,13	1	0,13	1	0,13	2	0,26
Servicios básicos	0,18	2	0,36	1	0,18	1	0,18
Transporte	0,13	3	0,39	5	0,65	3	0,30
Accesibilidad	0,16	2	0,32	8	1,28	2	0,32
Infraestructura	0,19	1	0,19	1	0,19	1	0,19
Recreación	0,21	2	0,42	2	0,42	2	0,42
Total	1,00		1,81		2,85		1,67

Fuente y Elaboración: La autora, 2016

A continuación, se expone los resultados obtenidos de la posición competitiva a través de la evaluación en la matriz competitiva:

Tabla 38. Posición Competitiva

POSICIÓN	ATRACTIVO	CALIFICACIÓN COMPETITIVA
1	Romería de la Virgen de los Remedios	7.74
2	Santuario de la Virgen de los Remedios	7.30
3	Gruta de la Virgen de los Remedios	7.04
4	Fábricas de Molienda de caña	6.38
5	Cascada el Chimbo	4.65
6	Cascada Clinka	4.54
7	Cascada Misquillaku	4.28
8	Cascada Plano Rumi	3.61
9	Petroglifos de Chepel	2.86
10	Cascada la Chorrera	2.33
11	Cascada Sin nombre	1.81
12	Cascada de Cachos	2.85
13	Petroglifos Corona del Inca	1.67

Fuente y Elaboración: La autora, 2016

En la parroquia Guizhaguña existen 4 atractivos que representan gran potencial turístico entre ellos: Peregrinación, Santuario, la Gruta de la Virgen de los Remedios y las fábricas de molienda de caña las mismas que están por encima del puntaje promedio

que es 5, dando como resultado que los atractivos reúnen las condiciones para atraer y atender a turistas que visiten la parroquia.

Por otra parte los atractivos que están bajo el promedio de 5 puntos es porque carecen de condiciones y facilidades entre ellas (demanda turística, servicios básicos, accesibilidad, infraestructura y recreación) considerando estos principios básicos deficientes, de manera que con una buena intervención por parte de autoridades se logrará descartar nuevos atractivos.

3.1.4. Caracterización de los productos turísticos

Para la valoración de los productos turísticos de la parroquia Guizhaguiña se llevó a cabo mediante dos fases: fase de diagnóstico y fase de formulación.

a) Fase de Diagnóstico

A continuación, se detalla las fuentes de información en las que se basó para lograr determinar el potencial turístico de la parroquia Guizhaguiña:

Fuentes secundarias

- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Guizhaguiña.
- Inventario de atractivos Turísticos MINTUR
- Plan Estratégico de Turismo Sostenible del Ecuador (PLANDETUR 2020).

Fuentes primarias

Se realizaron visitas in situ los meses de agosto, septiembre, diciembre del 2016; siendo los meses de mayor afluencia de turistas, recolectando y levantando información para el inventario de atractivos turísticos, logrando así determinar el perfil del turista que contó con la colaboración del Sr. Carlos Ochoa morador de la parroquia y el Sr. Presidente del GAD parroquial en datos característicos generales.

Con la información obtenida se pudo determinar que la parroquia Guizhaguiña presenta gran impacto de actividad turística en el mes de agosto, por ende se podría difundir el turismo a lo largo de año, de esta manera se explotara los recursos turísticos existentes en forma regular.

b) Fase de formulación

A continuación se muestra los productos priorizados establecidos por el Ministerio de Turismo a finales del año 2015, como base para la formulación de los posibles productos que puedan ofertarse en la parroquia Guizhaguiña.

Productos priorizados

- **Naturaleza:** Aviturismo
- **Aventura:** Cicloturismo
- **Cultura:** Fiestas Patrimoniales
- **Sol & Playa:** Diversión y Relax
- **Gastronomía:** Ruta de Chocolate

Posterior a las visitas realizadas a la parroquia y una vez constatado los productos priorizados por el MINTUR se puede determinar que en la parroquia Guizhaguiña no existen productos turísticos establecidos que se estén comercializando y por ende no cuenta con una difusión y promoción turística destacada.

La parroquia es conocida y visitada principalmente por un atractivo turístico que es la romería existente en devoción a la Virgen de los Remedios; que impulsa a desarrollar actividades turísticas específicamente en la temática religiosa ya que además cuenta con una Gruta y el Santuario los dos con el mismo nombre en honor a la virgen.

3.2. Análisis de la demanda

El ingreso de turistas internacionales a Ecuador en el año 2015 fueron de 1,543,091 mientras que para el 2016 fue de 1,412,682, en su mayoría procedentes de Colombia (23%), Estados Unidos (19%) y Perú (10%). se puede notar un decrecimiento en cuanto al año anterior.

Los datos muestran que en el periodo enero- septiembre del 2016, el ingreso de divisas por Turismo alcanzó los USD 1.075,5 millones, representando un decrecimiento del 8,4% respecto al 2015. Sin embargo, la balanza turística registra un saldo positivo de USD 292,0 millones.

Nuevamente la actividad turística se ubica en tercera posición económica no petrolera después del banano y plátano, camarón. Ministerio de Turismo MINTUR, 2016.

A nivel Cantonal el ingreso de turistas por año es de 21.377 en su mayoría con el 97,6% turistas nacionales residentes de Loja, Quito, Cuenca, Guayaquil y Machala; el 1.1% representa a turistas internacionales de Perú y menor al 1% son de nacionalidad Alemana, Argentina, Colombiana y Estadounidense, como principal atractivo a visitar el centro Histórico de Zaruma. (Burneo Maldonado , 2016)

3.2.1. Determinación del perfil del turista

Al no contar con datos estadísticos de ingreso de turistas a la parroquia, se procedió a aplicar una encuesta en la que puntualiza lo siguiente: nacionalidad, ciudad de residencia, nivel de instrucción, ocupación, número de visitas a la parroquia y frecuencias, motivos del viaje, calidad de servicio recibido y gasto promedio.

La presente encuesta para determinar el perfil recurrimos a turistas que visitan Guizhaguña en temporada de festividad religiosa.

Determinación de la muestra:

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

$$n = \frac{(1.96)^2 (1651)(0.5)(0.5)}{(0.05)^2 * (1651 - 1) + (1.96)^2(0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{1584.96}{5085}$$

$$n = 312$$

Donde:

Z= nivel de confianza (95%=1.96)

N= Universo poblacional 1.651

P= población a favor (0,5)

q= población en contra (0,5)

e= error de estimación (5%=0,05)

n= tamaño de la muestra

El total de encuestas aplicadas a los turistas fueron 312 tomando agosto como el mes de mayor afluencia turística debido a la romería de la Virgen de los Remedios.

A continuación se expone la información recopilada por medio de la aplicación de la encuesta:

1. ¿Cuál es su nacionalidad?

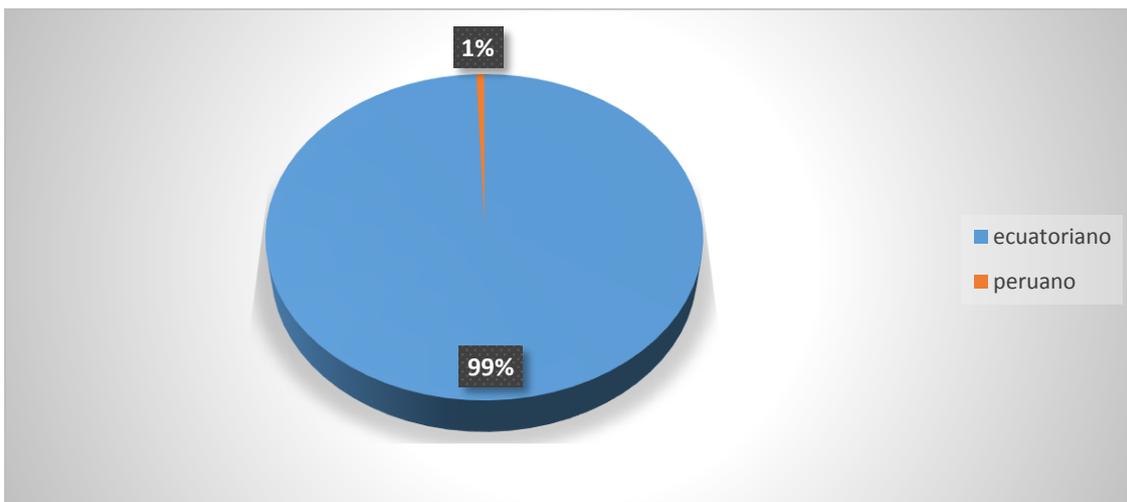


Figura 17. Nacionalidad

Fuente: Encuesta para determinar el perfil del turista de la parroquia Guizhagüiña

Elaboración: La autora, 2016

De la encuesta aplicadas a los turistas de la parroquia Guizhagüiña se ha detectado que el 99% que representa los 310 de los encuestados son de nacionalidad ecuatoriana; y, tan solo 2 encuestados que refleja el 1% son de nacionalidad peruana.

2. ¿Cuál es su ciudad de residencia habitual?

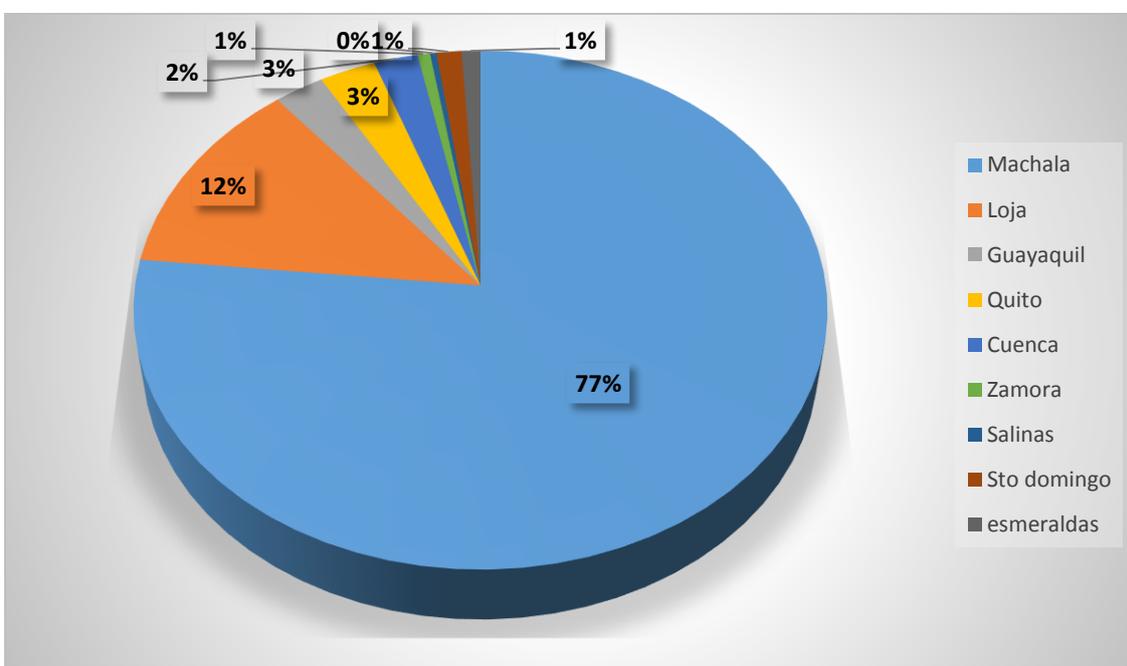


Figura 18. Lugar de Residencia

Fuente: Encuesta para determinar el perfil del turista de la parroquia Guizhagüiña

Elaboración: La autora, 2016

Los lugares de residencia de los turistas en su gran mayoría son de Machala con el 77%, principalmente se debe a que Guizhaguiña pertenece a esta provincia por ende su cercanía; un 12% reside en la ciudad de Loja, mientras que el 3% son provenientes de Quito y Guayaquil, Finalmente a la parroquia llega poca afluencia de visitantes originarios de Salinas, Santo Domingo, Esmeraldas, Cuenca y Zamora por motivo de distancia.

3. ¿Cuál es su situación ocupacional?

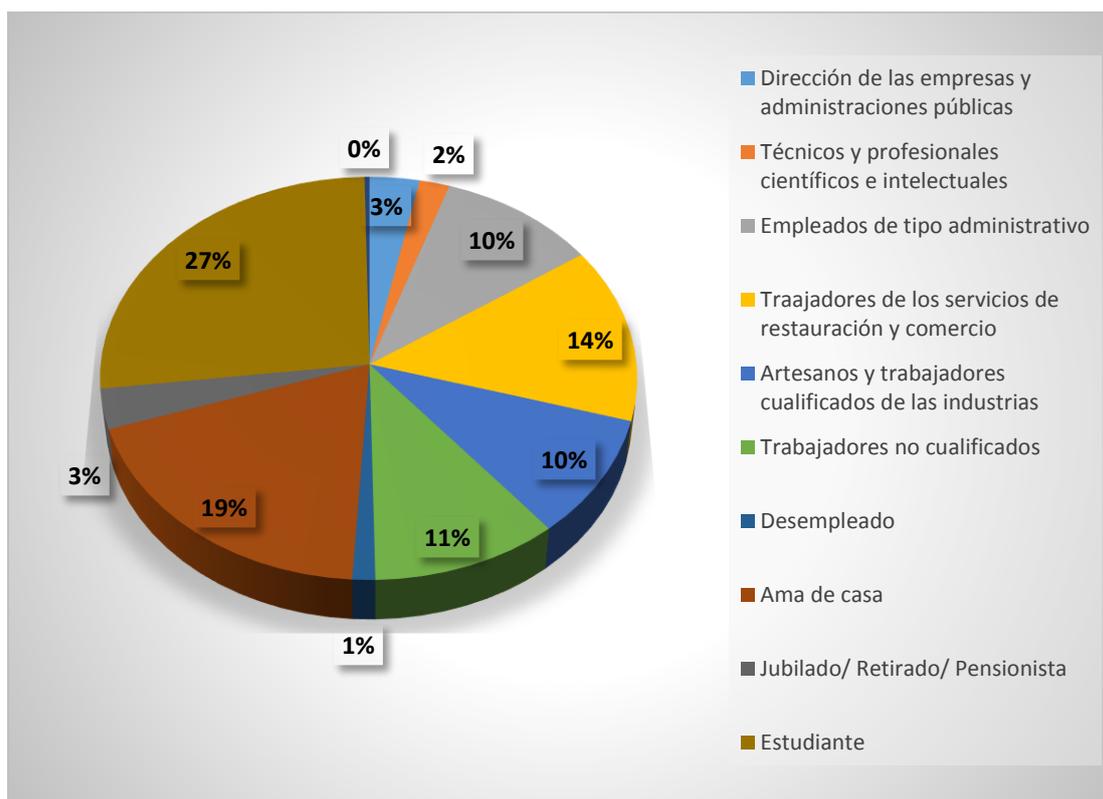


Figura 19. Ocupación

Fuente: Encuesta para determinar el perfil del turista de la parroquia Guizhaguiña

Elaboración: La autora, 2016

La situación ocupacional que tienen los turistas que visitan la parroquia Guizhaguiña son: un 27% corresponde a estudiantes es decir; son grupos jóvenes que año tras año tienen como costumbre religiosa ir en peregrinación caminando hacia la parroquia, mientras que el 19% que son amas de casa y un 14% trabajadores de servicios de restauración y comercio, por otra parte en un menor porcentaje son trabajadores no cualificados con un 11%, empleados de tipo administrativo y desempleados 10%, dirección de empresas y jubilados 3%, los técnicos y profesionales científicos 2% y dirección de las empresas que es el 1%.

4. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

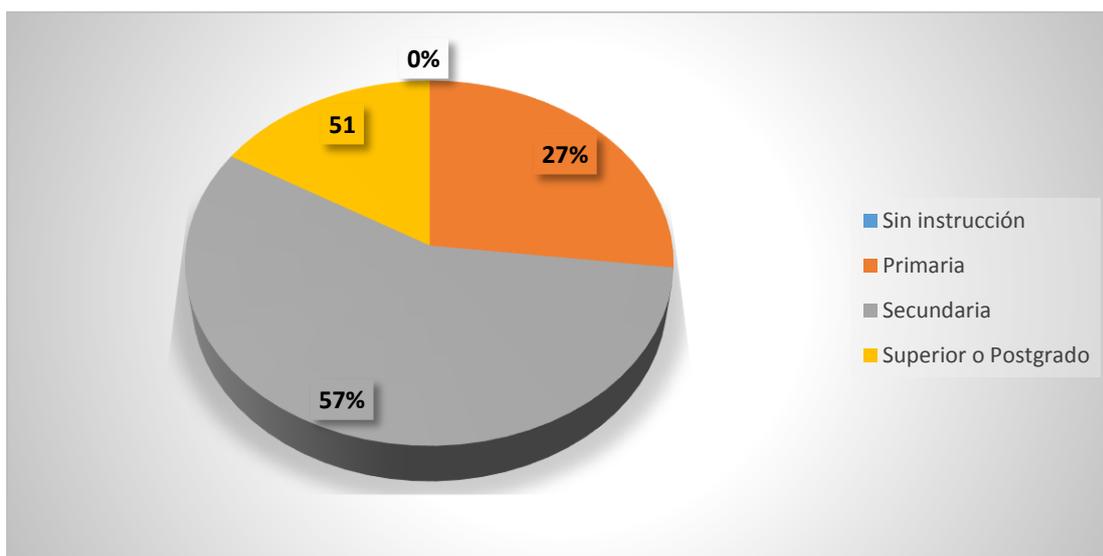


Figura 20. Nivel de instrucción

Fuente: Encuesta para determinar el perfil del turista de la parroquia Guizhagüña

Elaboración: La autora, 2016

Según la encuesta aplicada se ha obtenido los siguientes resultados en cuanto al nivel de instrucción de los turistas que visitan la parroquia: el 57% de los visitantes tienen una instrucción secundaria, es decir muchos de los encuestados solo han terminado el bachillerato, seguido el 27% con instrucción primaria quienes han descuidado sus estudios por dedicarse a actividades de agricultura y ganadería para sustentar a su familias y un 16% tienen instrucción superior o posgrado.

Como se resultado se evidencio que todos los encuestados han aprobado un nivel de instrucción.

5. ¿Es la primera vez que visita la parroquia?

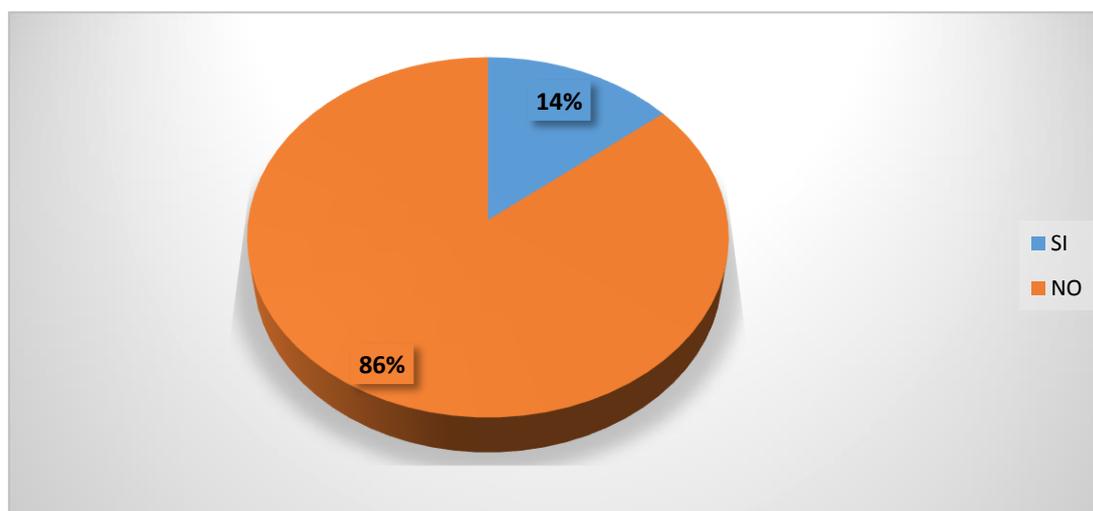


Figura 21. Primera vez que visita la parroquia

Fuente: Encuesta para determinar el perfil del turista de la parroquia Guizhagüiña
Elaboración: La autora, 2016

De la encuesta se obtuvo que el 86% de los turistas han visitado este lugar en anteriores ocasiones por motivo religioso ya que son fieles devotos de la imagen que se venera en esta parroquia conocida como la Virgen de los Remedios por lo general son visitantes que residen en cantones y parroquias cercanas, mientras que el 12% restante expresaron que fue su primera visita.

6. ¿Cuál fue el motivo principal del viaje?

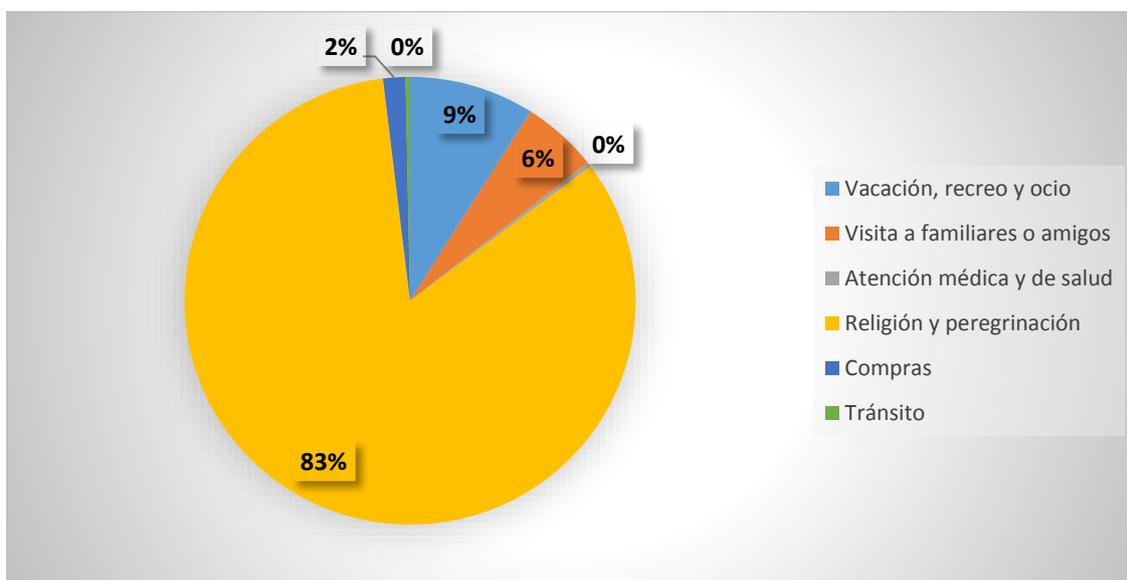


Figura 22. Motivo principal del viaje

Fuente: Encuesta para determinar el perfil del turista de la parroquia Guizhagüiña

Elaboración: La autora, 2016

El 83% de los encuestados manifestó que el principal motivo de su visita a la parroquia de Guizhagüiña es por actividades religiosas; festividad que se celebra el 25 de agosto de cada año, siendo los principales visitantes residentes de los cantones de Portovelo, Piñas, Machala y Loja; seguido del 9% por vacaciones, el 6% por visitas a familiares y el 2% por realizar actividades de compra. Sin duda alguna lo que los motiva a visitar la parroquia es por su devoción a dicha imagen.

7. ¿Qué lugares turísticos de la parroquia Visitó? Por favor menciónelos a continuación:

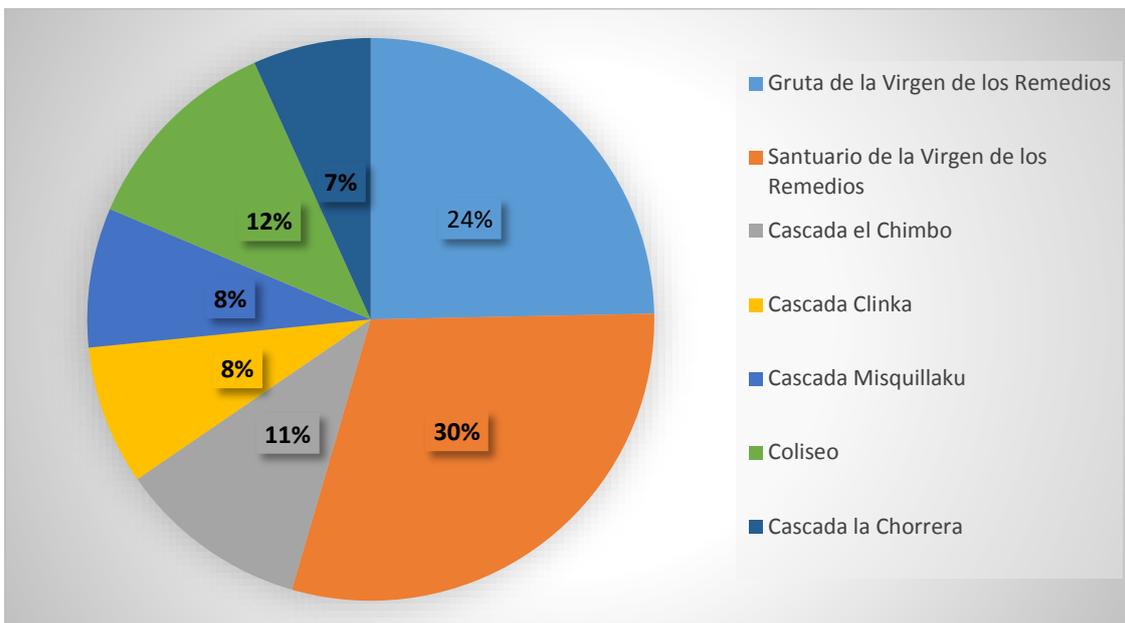


Figura 23. Lugares visitados de la parroquia Guizhagüiña

Fuente: Encuesta para determinar el perfil del turista de la parroquia Guizhagüiña

Elaboración: La autora, 2016

Los principales lugares turísticos visitados están relacionadas con la festividad religiosa que existe en la parroquia dos de los más concurridos son la Gruta de la Virgen de los Remedios y el Santuario que lleva el mismo nombre, seguido del coliseo y la cascada el Chimbo, cabe indicar que las cascadas Clinka, Miskillaku y Chorrera se encuentran ubicadas en propiedades privadas lo cual dificulta su libre acceso.

8. ¿Con qué frecuencia visita la parroquia?

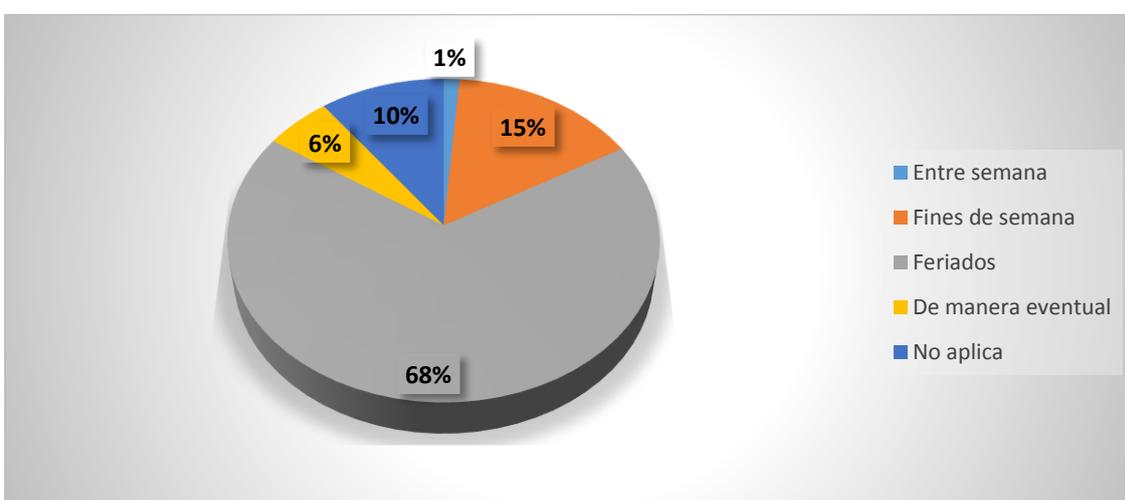


Figura 24. Frecuencia de visita a la parroquia

Fuente: Encuesta para determinar el perfil del turista de la parroquia Guizhagüiña

Elaboración: La autora, 2016

La frecuencia con la que visitan los turistas a la parroquia Guizhagüiña es: el 68% la visita solo en feriados cuando se celebra las fiestas en honor a la Virgen de los Remedios, mientras que el 15% lo realiza con frecuencia cada fin de semana por lo general los domingos a ser partícipes de la eucaristía, un 6% viaja de manera eventual a visitar a sus familiares y apenas el 1% lo realiza entre semana.

9. ¿Cuál es el medio de transporte para llegar y salir del destino?

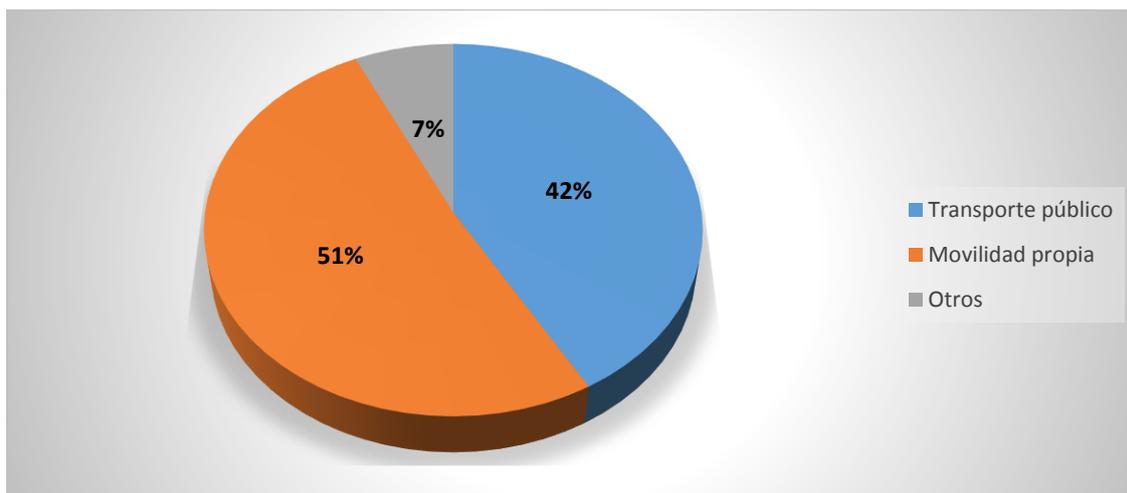


Figura 25. Medio de transporte

Fuente: Encuesta para determinar el perfil del turista de la parroquia Guizhagüiña

Elaboración: La autora, 2016

El medio de transporte más empleado que utilizaron los turistas para llegar y salir del destino es en vehículo propio con un 51%, mientras que el 42% utiliza transporte público conocidas como rancheras o cooperativas de taxis de Portovelo o Zaruma y existe un porcentaje del 7% que no hizo uso de estos medios de movilidad tradicionales puesto que fueron caminando a su lugar de destino por motivo de peregrinación.

10. ¿Forma de viajar?

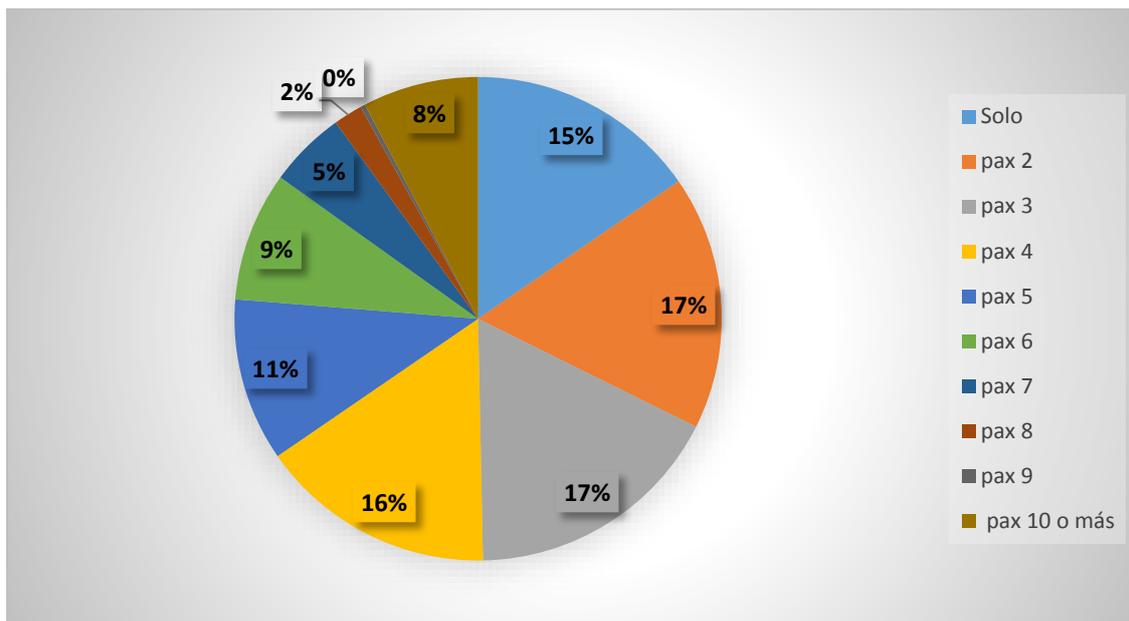


Figura 26. Formas de viajar

Fuente: Encuesta para determinar el perfil del turista de la parroquia Guizhagüiña

Elaboración: La autora, 2016

El 17% de los visitantes que llegan a la parroquia Guizhagüiña van acompañados de 2 a 3pax, seguido del 16% que representan 4pax y el 15% son personas que prefieren viajar solos. En menor porcentaje con el 11% 5pax, el 9% con 6pax y el 8% representa a grupos de personas que viajan de 10 en adelante. En su mayoría son familias de 3 a 4 miembros papas e hijos que usualmente visitan el lugar.

11. ¿Cuánto duró su visita al destino?

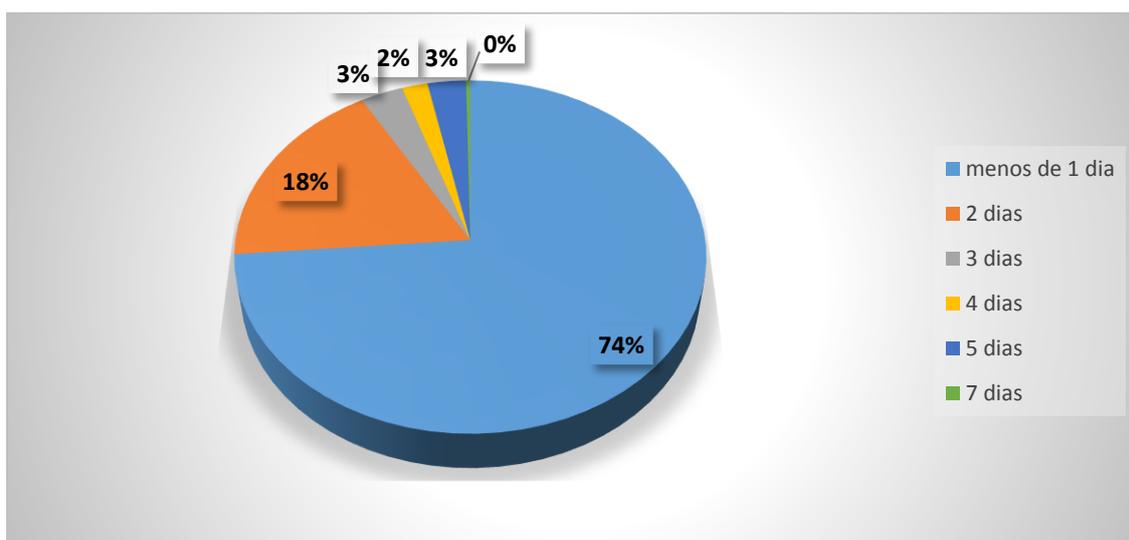


Figura 27. Duración de visita

Fuente: Encuesta para determinar el perfil del turista de la parroquia Guizhagüiña

Elaboración: La autora, 2016

La estancia de los turistas en la parroquia según los datos recogidos son: el 74% manifiesta que permanecieron menos de un día ya que solo fueron por escuchar misa, la falta de promoción de sus atractivos hace que los turistas no se interesen por quedarse más tiempo, el 21% visitaron de 2 a 3 días y de 4 a 7 días únicamente permaneció el 5% quienes se hospedaron en casas de sus familiares.

12. Alojamiento utilizado durante la visita

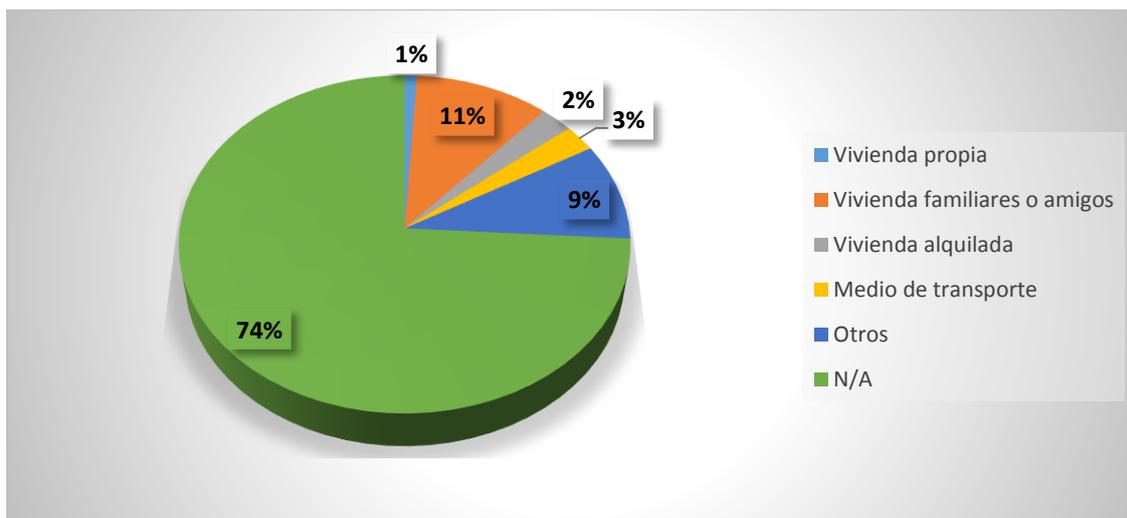


Figura 28. Alojamiento utilizado

Fuente: Encuesta para determinar el perfil del turista de la parroquia Guizhagüña

Elaboración: La autora, 2016

El 74% de los turistas no hicieron uso del servicio de alojamiento debido a que su visita fue durante el día, mientras que el 11% se alojaron en vivienda de familiares o amigos y el 9% pernoctaron en carpas o vías públicas (por motivo de romería).

Indique el Nro. de noches según el alojamiento utilizado

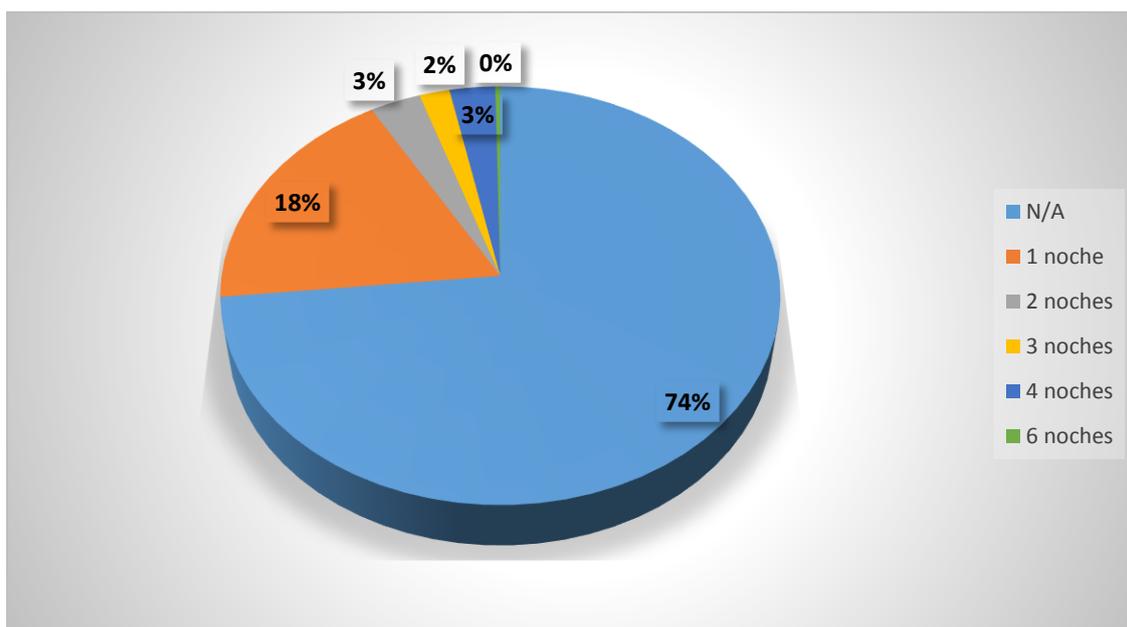


Figura 29. Duración de visita

Fuente: Encuesta para determinar el perfil del turista de la parroquia Guizhagüiña

Elaboración: La autora, 2016

Un porcentaje del 74% no aplica debido a que la mayoría de turistas visitaron la parroquia durante todo el día, el 18% pasó una noche, el 3% de los visitantes pernoctaron de 2 a 4 noches y tan solo el 2% pasaron 3 noches.

13. ¿En este viaje la Parroquia Guizhagüiña fue la única visitada?

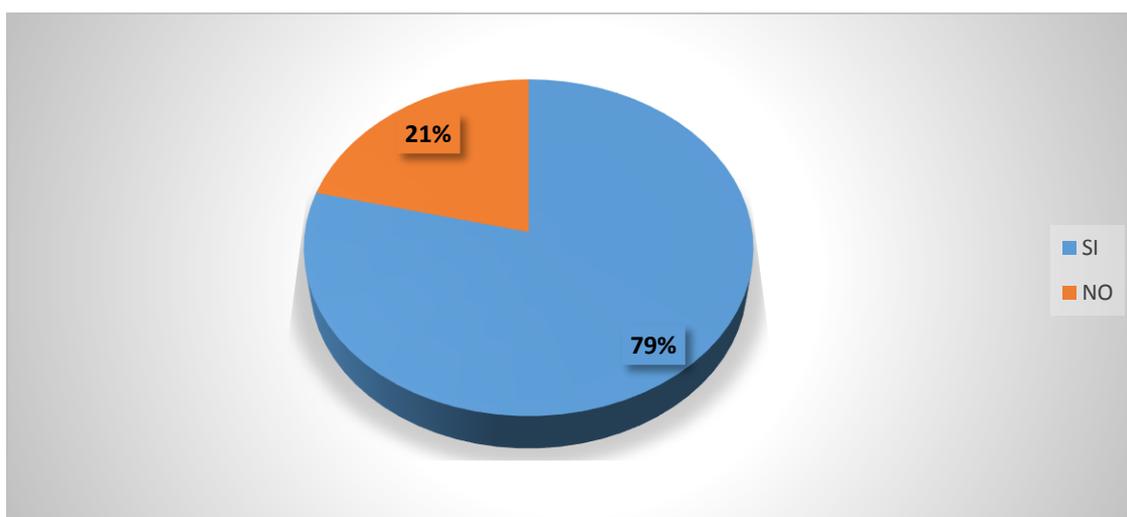


Figura 30. Parroquia Guizhagüiña la única visitada

Fuente: Encuesta para determinar el perfil del turista de la parroquia Guizhagüiña

Elaboración: La autora, 2016

El 79% manifestó que la parroquia Guizhagüiña fue el único lugar visitado, mientras que el 21% visitaron lugares aledaños a la parroquia.

14. Indique otras localidades visitadas o por visitar en este viaje

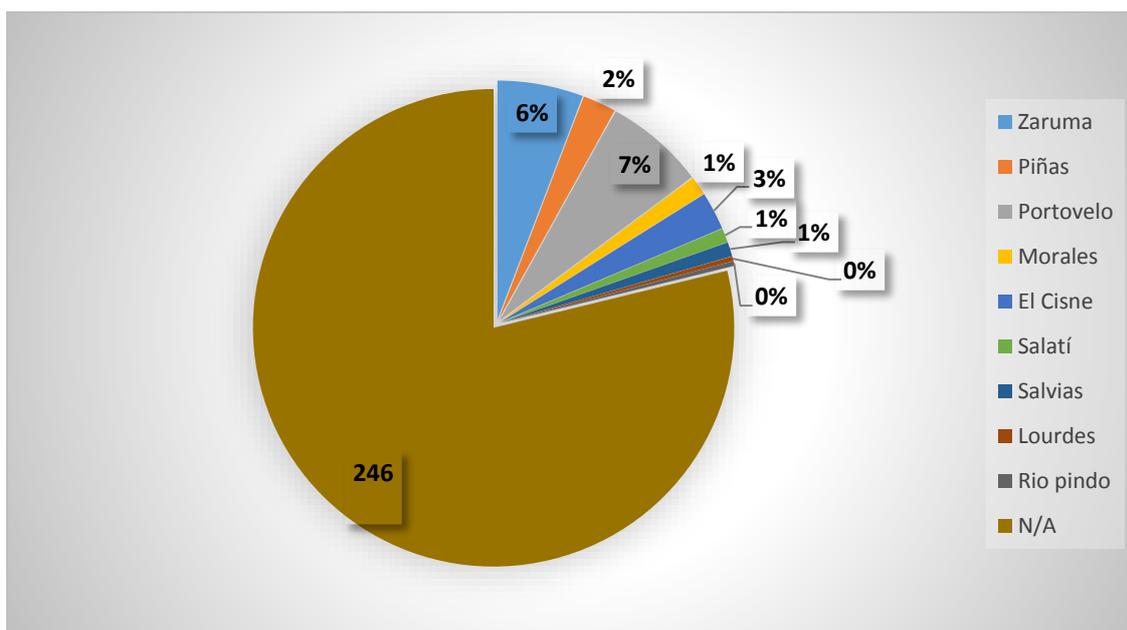


Figura 31. Otras localidades visitadas

Fuente: Encuesta para determinar el perfil del turista de la parroquia Guizhagüiña

Elaboración: La autora, 2016

Las principales localidades visitadas o por visitar representan Portovelo, Piñas, Zaruma, Morales y el Cisne siendo localidades que se encuentran muy cerca de la parroquia y son de gran interés turística y comercial y los 246 encuestados restantes no visitaron lugares fuera ya que su visita fue directamente a Guizhagüiña y su regreso era casi inmediato.

15. ¿Quién financió este viaje?



Figura 32. Financiamiento del viaje

Fuente: Encuesta para determinar el perfil del turista de la parroquia Guizhagüiña

Elaboración: La autora, 2016

Como resultado del análisis el 100% de los visitantes afirman que el financiamiento para este viaje lo realizaron por cuenta propia, es decir no necesitaron servicios de operadoras ya que consideraron que era más motivador un viaje exploratorio y de esta forma también motivaban su ahorro.

16. ¿Cómo organizó su viaje?



Figura 33. Organización del viaje

Fuente: Encuesta para determinar el perfil del turista de la parroquia Guizhagüiña

Elaboración: La autora, 2016

Como resultado del análisis el 100% de los turistas expresaron que el viaje lo organizaron por su cuenta sin la necesidad de utilizar paquete turístico o agencia de viajes, debido a que expresan que así pueden dirigirse a más atractivos sin un itinerario estricto ni horarios que los limite a disfrutar de ciertos lugares según deseen.

17. En este viaje ¿Cuál fue el gasto de cada artículo /servicio?

En transporte

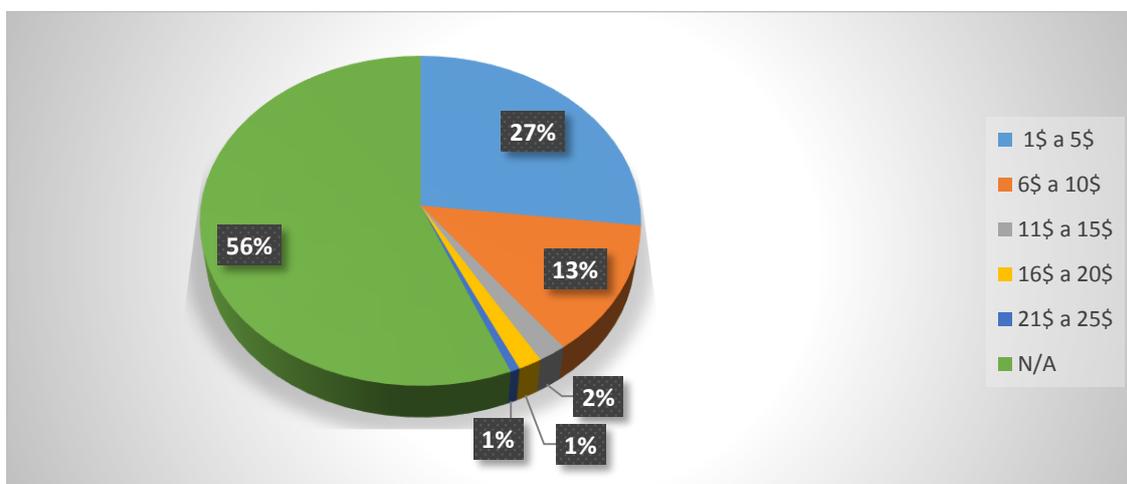


Figura 34. Gasto en transporte

Fuente: Encuesta para determinar el perfil del turista de la parroquia Guizhagüiña

Elaboración: La autora, 2016

El 56% de los turistas que visitaron la parroquia Guizhagüiña no hicieron gasto algunos en lo que refiere a transporte debido a la romería, mientras el 44% hizo un gasto de \$ 1 a 25\$ debido a costo de combustibles y transporte terrestre.

En restaurante

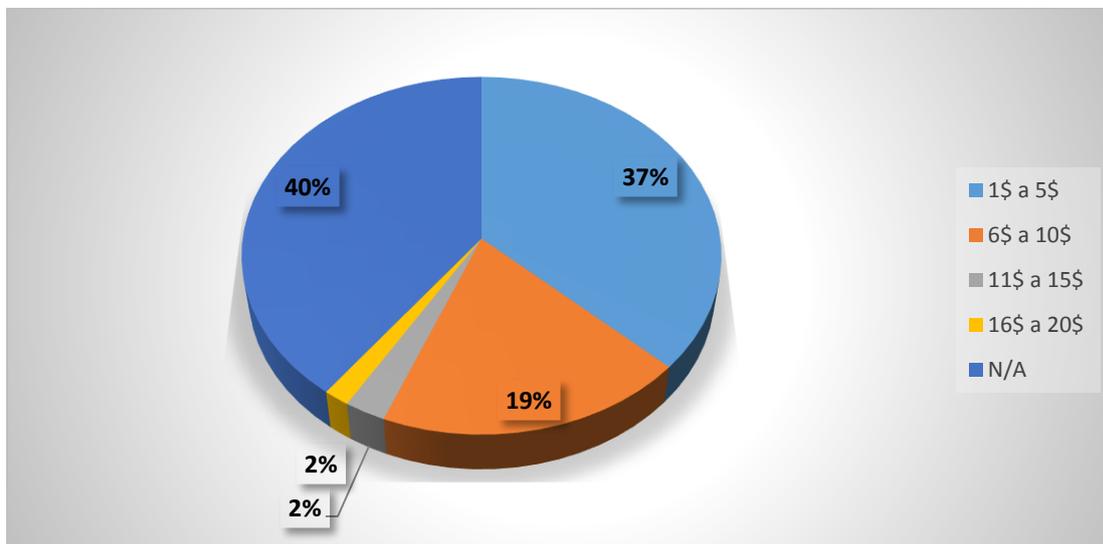


Figura 35. Gasto en restaurante

Fuente: Encuesta para determinar el perfil del turista de la parroquia Guizhagüiña

Elaboración: La autora, 2016

El 40% de los visitantes, no tuvieron un significado económica para la parroquia debido a que no permanecieron mucho tiempo en ella y en algunos casos llevaban sus propios alimentos; sin embargo, el 37% gastó de 1 a 5\$ seguido el 19% de 6 a 10 dólares, finalmente el 2% gastaron un promedio de 11 a 20 dólares; todo esto bajo los siguientes concepto de alimentación fuera de restaurant, souvenirs, regalos y artesanías.

18. ¿Qué actividades le falta al destino por mejorar?

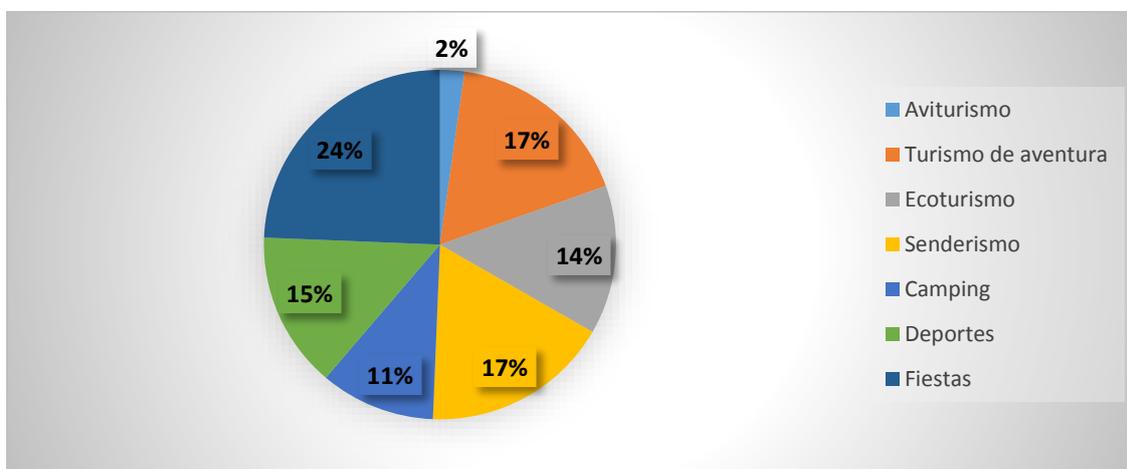


Figura 36. Actividades al destino por mejorar

Fuente: Encuesta para determinar el perfil del turista de la parroquia Guizhagüiña

Elaboración: La autora, 2016

Una de las principales actividades a mejorar son las fiestas, mientras que una gran mayoría afirma que sería interesante promover un turismo de aventura y actividades de senderismo. Porque un alto porcentaje que visita tienen tendencia a actividades de recreación.

19. Califique la calidad del servicio recibido

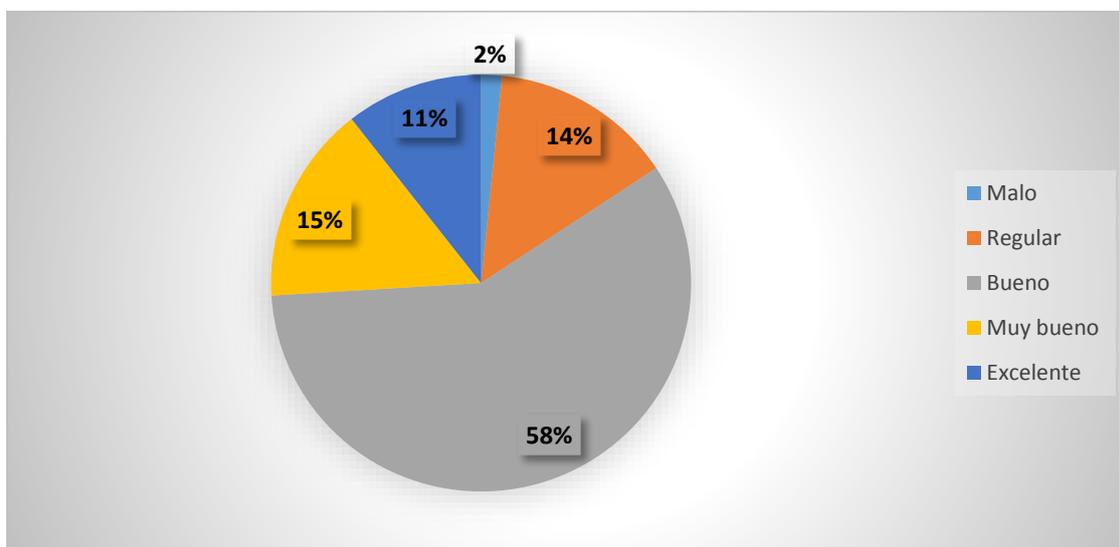


Figura 37. Calidad del servicio

Fuente: Encuesta para determinar el perfil del turista de la parroquia Guizhagüiña

Elaboración: La autora, 2016

La gran mayoría de los visitantes se fueron satisfechos por la atención, supieron manifestar que consideran bueno el servicio recibido en cuanto a la atención al cliente, mientras que un bajo nivel lo consideraron malo; debido de los atractivos turísticos a la falta de calidad en la alimentación contratada además de sus precios elevados.

3.2.3. Zonificación de los atractivos turísticos

La parroquia no cuenta con un inventario y jerarquización de los atractivos turísticos es por ello que se ha visto necesario hacer un recorrido turístico, con el fin de realizar el levantamiento de información para el inventario y jerarquización de cada uno de los atractivos naturales y culturales. Para realizar la zonificación, con la ayuda de un GPS se tomó la ubicación, altura, longitud y latitud de los mismos.

3.3. Identificación de la problemática existente en la parroquia Guizhagüiña

Para identificar la problemática existente en la parroquia Guizhagüiña se determinará a través de la herramienta FODA la misma que brindara una perspectiva general y a fondo de la parroquia.

Por medio de esta herramienta se procederá a identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas la misma que servirá para plantear estrategias y proyectos que beneficien al desarrollo turístico de la parroquia.

A continuación se detalla el análisis FODA:

Tabla 39. Matriz FODA

AMBITO INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
F1. Romería de la Virgen de los Remedios F2. Vías en buen estado a la parroquia F3. Riqueza Patrimonial y natural F4. Cooperación e interés de futuros proyectos por parte de las autoridades del GAD y de los moradores	D1. Atractivos naturales en propiedades privadas D2. Carece de adecuación en los atractivos turística D3. Estacionalidad turística debido a la falta de promoción y difusión de los atractivos turísticos por medio de las autoridades competentes D4. Carece de planta turística D5. Recursos humanos no capacitado en el área de turismo
AMBITO EXTERNO	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
O1. Convenios con entidades del Estado O2. Integrar a las asociaciones de la parroquia para la gestión en diferentes ámbitos O3. Tomar como paraguas turístico la imagen del cantón Zaruma O4. Creación de Circuitos turísticos con Cantones vecinos	A1. Arribo de personas que no generan gasto A2. Inexistencia de Inversión por parte del gobierno A3. Afluencia masiva de turistas que sobrepasa la capacidad de infraestructura y de logística

Fuente y Elaboración: La autora, 2016

CAPITULO IV

4. PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DE LA PARROQUIA GUIZHAGUIÑA

4.1. Formulación filosófica

4.1.1. Misión

Crear un desarrollo turístico sostenible mediante herramientas de planificación estratégica con la participación de la comunidad e inversión de entidades públicas y privadas para lograr la ejecución de proyectos que permitan impulsar el turismo del sector.

4.1.2. Visión.

Consolidar un turismo sostenible como medio económico formal de la zona que contribuya al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes, ofertando servicios e infraestructura de excelencia con prácticas ambientales que garanticen la protección del patrimonio natural y cultural de la parroquia.

4.1.3. Valores

- **Responsabilidad.-** Asumir riesgos en la toma de decisiones.
- **Participación.-** Intervención de la comunidad en la cooperación de proyectos turísticos
- **Compromiso.-** Atender a las necesidades de la parroquia, comprometiéndose a buscar soluciones beneficiarias para la comunidad.
- **Trabajo en equipo.-** Lograr buena relación entre actores turísticos y moradores de la parroquia.

4.2. Formulación estratégica

4.2.1. Objetivos del plan estratégico

- Consolidar a la parroquia como un destino turístico competente y competitivo mediante proyectos turísticos con criterios de sostenibilidad.
- Generar una oferta turística diversificada y de calidad para satisfacción de los turistas y captación de nuevos mercados.
- Ejecutar planes de capacitación y especialización para generar y explotar capacidades de la parroquia.
- Incentivar a la inversión pública y privada en infraestructura, fortaleciendo así los servicios turísticos para cumplir las necesidades y expectativas del turista.

- Promocionar a la Parroquia Guizhaguiña mediante el uso de medios de comunicación, y difundir con la colaboración de los ITUR de las parroquias y cantones aledaños.

4.2.2. Proceso Metodológico

Para la elaboración del Plan Estratégico de la parroquia Guizhaguiña se requieren de dos fases:

Fase 1: Con la participación en general de los moradores, miembros del GAD, el Plan de ordenamiento territorial y visitas In Situ se llevó a cabo el análisis FODA, donde surgen las necesidades y problemas que encierra la parroquia.

Fase 2. Para la elaboración del plan estratégico se parte del análisis FODA mediante el cual se determinó las estrategias priorizadas con una valorización alta, media y baja, posterior se procedió a definir la misión, visión y objetivos previo a la formulación de programas y proyectos inmersos en el Plan Estratégico.

4.2.3. Elaboración de estrategias

Para la formulación de las estrategias se tomó como base el análisis FODA, donde se hizo una combinación de variables (FO, DA, FA, DO) así mismo se les estableció una calificación con la siguiente letras: A (alto), B (medio), C (bajo).

En la siguiente tabla se presenta las matrices obtenidas:

Tabla 40. Matriz análisis de fortalezas y oportunidades (FO)

Uso de fortalezas para aprovechar oportunidades				
Fortalezas	Oportunidades			
	O1. Convenios con entidades del Estado	O2. Integrar a las diferentes asociaciones de la parroquia para la gestión en diferentes ámbitos	O3. Tomar como paraguas turístico la imagen del Cantón Zaruma	O4. Creación de circuitos turísticos culturales con Cantones vecinos
F1. Romería de la Virgen de los Remedios	BC	CA	CA	AA
F2. Vías en buen estado hacia la parroquia	CC	BB	AC	BA
F4. Riqueza patrimonial y natural	CA	CC	BA	AA
F5. Cooperación e interés por parte de las autoridades del GAD y los moradores en futuros proyectos	BB	AA	AC	AA

Fuente y Elaboración: La autora, 2016

Tabla 41. Matriz análisis de debilidades y amenazas (DA)

Minimizar debilidades y evitar amenazas			
Debilidades	Amenazas		
	A1. Arribo de personas que no generan gasto	A2. Inexistencia de inversión por parte del gobierno	A3. Afluencia masiva de turistas que sobrepasa la capacidad de infraestructura y logística
D1. Atractivos naturales en propiedades privadas	CC	BC	CB
D2. Carece de adecuación los atractivos turísticos	CB	AA	CC
D3. Estacionalidad turística debido a la falta de promoción y difusión de los atractivos por medio de las autoridades competentes	CC	CB	AB
D4. Carece de planta turística.	CB	AA	AA
D5. Recursos humanos no capacitado en el área de turismo	CC	BC	BC

Fuente y Elaboración: La autora, 2016

Tabla 42. Matriz análisis de fortaleza y amenazas (FA)

Uso de fortalezas para evitar amenazas			
Fortalezas	Amenazas		
	A1. Arribo de personas que no generan gasto	A2. Inexistencia de inversión por parte del gobierno	A3. Afluencia masiva de turistas que sobrepasa la capacidad de infraestructura y logística
F1. Romería de la Virgen de los Remedios	CB	AB	BB
F2. Vías en buen estado hacia la parroquia	CC	BC	CB
F3. Riqueza patrimonial y natural	BA	AC	AB
F4. Cooperación e interés por parte de las autoridades del GAD y los moradores en futuros proyectos	CC	CC	CC

Fuente y Elaboración: La autora, 2016

Tabla 43. Matriz análisis de debilidades y oportunidades (DO)

Disminuir debilidades y aprovechar oportunidades				
Debilidades	Oportunidades			
	O1. Convenios con entidades del Estado	O2. Integrar a las asociaciones para la gestión en diferentes ámbitos	O3. Tomar como paraguas turístico la imagen del Cantón Zaruma	O4. Creación de circuitos turísticos culturales con Cantones vecinos
D1. Atractivos naturales en propiedades privadas	AB	BA	AC	BB
D2. Carece de adecuación en los atractivos turísticos	BC	BA	CC	CB
D3. Estacionalidad turística debido a la falta de promoción y difusión de los atractivos por medio de las autoridades competentes	AB	BB	BC	AA
D4. Carece de planta turística.	BC	AB	BC	BC
D5. Recursos humanos no capacitados en el área de turismo	AB	AA	BC	BB

Fuente y elaboración: La autora, 2016

Tabla 44. Matriz Foda Estratégico

FO	
Aprovechar la romería de la Virgen de los Remedios para potencializar los demás atractivos naturales y culturales de la parroquia a través de un circuito turístico.	F1-O4
Fortalecer la identidad cultural del pueblo para integrarlo en la red de turismo del Cantón.	F4-O4
Fortalecer e incentivar la colaboración mutua entre asociaciones, autoridades del GAD y entidades del Estado para mejorar el turismo en la parroquia.	F5-O2-O4
DA	
Solicitar inversión al gobierno para adecuar a los atractivos turísticos de la parroquia.	D2-A2
Fomentar la participación del sector privado para la inversión turística en infraestructura.	D4-A2-A3
DO	
Promocionar y difundir los atractivos turísticos de la parroquia junto a cantones vecinos conocidos a nivel nacional.	D3-O4
Capacitación y formación del recurso humano en temas de turismo, hospitalidad y turismo sostenible.	D5-O2

Fuente y Elaboración: La autora, 2016

4.2.4. Metodología para la priorización de estrategias

Para la priorización de estrategias fue necesario la tabla 44. Matriz Foda Estratégico, donde se obtiene un nivel priorizado de estrategias, que a su vez se les asignará una calificación; alta, medio o baja.

Tabla 45. Matriz de priorización de estrategias

ESTRATEGIAS	PRIORIDAD ALTA	PRIORIDAD MEDIA	PRIORIDAD BAJA
Estrategia 1	F1,O4		
Estrategia 2		F4,O4	
Estrategia 3		F5,O2,O4	
Estrategia 4			D2,A2
Estrategia 5		D4,A2,A3	
Estrategia 6	D3,O4		
Estrategia 7	D5,O2		

Fuente y Elaboración: La autora, 2016

4.2.5. Priorización de estrategias

Una vez analizado y detectado las necesidades de la parroquia se consideraron las siguientes estrategias de prioridad alta-media, aquellas que fueron consideradas de mayor importancia para el desarrollo turístico de la parroquia.

Tabla 46. Estrategias priorizadas

ESTRATEGIAS	PRIORIDAD ALTA-MEDIA
Estrategia 1	Aprovechar la romería de la Virgen de los Remedios para potencializar los demás atractivos de la parroquia a través de un circuito turístico
Estrategia 2	Promocionar y difundir los atractivos turísticos de la parroquia juntos a cantones vecinos conocidos a nivel nacional e internacional.
Estrategia 3	Capacitación y formación del recurso humano en temas de turismo, hospitalidad y turismo sostenible.
Estrategia 4	Fortalecer la identidad cultural del pueblo para integrarlo en la red de turismo.
Estrategia 5	Incentivar la colaboración mutua entre mancomunidades, autoridades del GAD y entidades del Estado para mejorar el turismo en la parroquia.
Estrategia 6	Solicitar inversión al gobierno para adecuar a los atractivos turísticos de la parroquia.
Estrategia 7	Fomentar la participación del sector privado para la inversión turística en infraestructura.

Fuente y Elaboración: La autora ,2016

4.2.6. Metodología para el mapa estratégico de gestión

Para la elaboración del mapa estratégico de gestión se creara una matriz enfocada en cuatro ejes fundamentales: desarrollo institucional, desarrollo turístico, desarrollo cultural y desarrollo económico social, con la finalidad de mostrar un panorama real de la situación actual por la que atraviesa la parroquia su comunidad y autoridades; como

instrumento guía para la toma de decisiones acertadas que beneficiaran el desarrollo turístico sostenible de la parroquia.

Tabla 47. Matriz mapa estratégico de gestión

EJES	ESTRATEGIAS
DESARROLLO TURÍSTICO	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar la romería de la Virgen de los Remedios para anexar los demás atractivos de la parroquia por medio de un circuito turístico. • Promocionar y difundir los atractivos turísticos de la parroquia junto a cantones vecinos conocidos a nivel nacional.
DESARROLLO CULTURAL	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer la identidad cultural del pueblo para integrarlo en la red de turismo del Cantón. • Capacitación y formación del recurso humano en temas de turismo, hospitalidad y turismo sostenible.
DESARROLLO SOCIOECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar la participación del sector privado para la inversión turística en infraestructura.
DESARROLLO INSTITUCIONAL	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitar inversión al gobierno para adecuar a los atractivos turísticos de la parroquia. • Fortalecer e incentivar la colaboración mutua entre asociaciones, autoridades del GAD y entidades del Estado para mejorar el turismo en la parroquia.

Fuente y Elaboración: La autora, 2016

4.3. Formulación de programas y proyectos

4.3.1. Identificación de programas y proyectos a partir del mapa estratégico con plazos, tiempo y presupuesto de ejecución.

El presente Plan Estratégico de desarrollo turístico sostenible de la parroquia Guizhaguiña, perteneciente al cantón Zaruma provincia de El Oro, está conformado por 4 programas y 7 proyectos los mismos que se llevaran a cabo mediante un largo, corto y mediano plazo.

PROGRAMA 1

Nombre del programa: Desarrollo turístico

Tabla 48. Proyecto 1

Proyecto 1					
Campo			Detalle		
Nombre del proyecto			Creación de un circuito turístico para diversificar la oferta.		
Medida que la sustenta			GAD parroquial, PDOT		
Ubicación			Parroquia Guizhaguiña		
Objetivos			<p>General.- Implementar un circuito turístico para crear una oferta amplia e innovadora.</p> <p>Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diseñar la ruta de las cascadas - Promover los atractivos turísticos de la parroquia. 		
Visión del futuro			Consolidar a la parroquia Guizhaguiña como un eje importante del cantón Zaruma en turismo		
Tiempo estimado de implementación			1 año 2 meses		
Beneficiarios			Parroquia Guizhaguiña		
Medio	Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Inventario y jerarquización de los atractivos turísticos	Contar con un inventario exacto de los atractivos de la parroquia	Consultor externo, MINTUR	1 mes	600	Informe de consultoría Fotografías y fichas técnicas.
Estudio y evaluación de factibilidad	Crear oferta turística	Consultor externo, MINTUR	2 meses	3,000	Informe Técnico, Documentos
Socialización con las personas involucradas cuyos atractivos turísticos se encuentran dentro de sus propiedades	Aceptación e interés por parte de la comunidad que se verá beneficiada o afectada.	GAD parroquial, Consultor externo.	2 meses	\$120	Encuesta o entrevista, e informe de la socialización
Diseño del circuito turístico	Potencializar el turismo de la parroquia	Empresas Turísticas privadas.	3 meses	\$5,000	Mapas turísticos, afiches, trípticos, Uso de las TIC
Promoción y publicidad	Crear oferta turística	Jefatura de turismo del GAD Cantonal de Zaruma, GAD parroquial.	6 meses	\$240	Flujo de visitas a la parroquia
PRESUPUESTO TOTAL				\$8.960	

Fuente: Investigación de campo, 2016

Elaboración: La autora

Tabla 49. Proyecto 2

Proyecto 2					
Campo		Detalle			
Nombre del proyecto		Promoción y difusión de los atractivos turísticos de la parroquia basados en la imagen cantonal de Zaruma.			
Medida que la sustenta		5 pilares fundamentales del turismo			
Ubicación		A nivel local, provincial y regional.			
Objetivos		<p>General.- Promocionar y difundir los atractivos turísticos de la parroquia Guizhaguña.</p> <p>Específicos.-</p> <ul style="list-style-type: none"> · Crear la página web · Implementar material publicitario como trípticos, folletos y audiovisual. · Incrementar la llegada de turistas en todo el año. 			
Visión del futuro		Incrementar la afluencia de turistas procedentes de la localidad y otras ciudades del Ecuador.			
Tiempo estimado de implementación		1 año 3 meses			
Beneficiarios		Población y turistas			
Medio	Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Creación de la página web.	Mayor difusión y alcance del destino.	Diseñador web.	4 meses	\$1.300	Dominio de la página web.
Uso de las TIC y página web para difundir información de festividades, eventos que se presenten.	Mejorar el flujo turístico durante todo el año	GAD parroquial.	Continuo	\$200	Las publicaciones en redes sociales y página web.
Exposiciones en ferias y eventos turísticos.	Promocionar a la parroquia	GAD parroquial.	Participación continua en las diferentes ferias que se desarrollen en el año.	\$1.834	Fotografías e Informes de participación.
Spot publicitarios de radio y televisión.	Llegar a público regional y nacional	GAD parroquial, Medios de comunicación (canales y radios)	6 meses	\$850	Afluencia de turistas
Videos promocionales de los atractivos turísticos de la parroquia.	Dar a conocer las riquezas naturales y culturales del cantón	Empresa de producción audio visual	3 meses	\$1.000	Número de visitas y reproducciones del video
Publicidad en medios impresos (guías)	Difundir por medio impreso los atractivos	Equipo de diseño gráfico	2 meses	\$2.768	Material impreso

turísticas, folletos, trípticos, vallas publicitarias, mapas)					
TOTAL DEL PRESUPUESTO				\$ 7.952	

Fuente: Investigación de campo, 2016

Elaboración: La autora

Programa 2

Nombre del programa.- Desarrollo cultural

Tabla 50. Proyecto 3

Proyecto 3					
Campo		Detalle			
Nombre del proyecto		Capacitar a la comunidad sobre atención al cliente, guianza, preservación del medio ambiente y manejo de redes sociales.			
Medida que la sustenta		GAD parroquial, Plan Nacional del Buen Vivir,			
Ubicación		Parroquia Guizhaguiña			
Objetivos		<p>General</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contar con población capacitada en materia de servicios turísticos <p>Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alcanzar un mayor conocimiento en cuanto a actividades turísticas y ambientales se refiere. - Mejorar la atención de los servicios turísticos y con ello superar las expectativas de los turistas. 			
Visión del futuro		Lograr un desarrollo personal y profesional en los moradores			
Tiempo estimado de implementación					
Beneficiarios		Parroquia Guizhaguiña y turistas			
Medio	Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Capacitar en uso de las redes sociales	Uso y manejo de las redes sociales; (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube)	Empresa consultora	3 veces al año	\$350	Lista de asistencia y fotografías, certificados por asistencia.
Capacitación en atención y comunicación al cliente.	Crear un clima de atención con calidez hacia turistas	Empresa consultor	2 veces al año	\$250	Certificados emitidos por asistencia, fotografías.
Socialización de prácticas ambientales en la oferta turística.	Conservación de los recursos turísticos.	Ministerio del Ambiente, GAD parroquial	6 meses	\$250	Certificados emitidos por asistencia o aprobación, fotografías
Capacitación en guianza turística	Personal preparado	Capacitador en tema de Guía Turístico	3 veces al año	\$750	Certificados de aprobación y asistencia

PRESUPUESTO TOTAL	\$1.600	
-------------------	---------	--

Fuente: Investigación de campo, 2016

Elaboración: La autora

Tabla 51. Proyecto 4

Proyecto 4					
Campo		Detalle			
Nombre del proyecto		Fortalecer la identidad cultural de la parroquia para integrarlo en la red de turismo del cantón.			
Medida que la sustenta		GAD parroquial			
Ubicación		Parroquia Guizhaguiña			
Objetivos		General.- Mejorar la actividad turística aprovechando la identidad cultural, tradiciones, fiestas. Específicos <ul style="list-style-type: none"> - Promover la riqueza cultural - Rescatar las tradiciones culturales y festividades de la parroquia 			
Visión del futuro		Potenciar la identidad cultural de la parroquia			
Tiempo estimado de implementación		1 año			
Beneficiarios					
Medio	Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Capacitación en conservación de la riqueza cultural.	Valoración y conservación de la riqueza cultural.	Expositores locales, Ministerio de Cultura	3 veces al año	\$600	Certificados de asistencia
Programas y eventos culturales.	Ingresos económicos a la parroquia	GAD parroquial, Ciudadanía en general.	1 año	\$ 11.200	Fotografías
PRESUPUESTO TOTAL				\$11.800	

Fuente: Investigación de campo, 2016

Elaboración: La autora

Programa 3

Nombre del programa.- Desarrollo socioeconómico

Tabla 52. Proyecto 5

Proyecto 5	
Campo	Detalle
Nombre del proyecto	Fomentar la inversión de empresas privadas en proyectos de infraestructura.
Medida que la sustenta	PLANDETUR 2020
Ubicación	Parroquia Guizhaguiña
Objetivos	General.- Contar con una adecuada infraestructura turística en la cabecera parroquial. Específicos.-

		<ul style="list-style-type: none"> - Apoyo técnico especializado en gestión de crédito. - Exponer los múltiples beneficios de invertir en planta turística. - Identificación de oportunidades de inversión turística. 			
Visión del futuro		Poseer infraestructura turística óptima y de calidad para la recepción de turistas			
Tiempo estimado de implementación					
Beneficiarios		Parroquia Guizhaguíña, turistas			
Medio	Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Capacitación en políticas y líneas de crédito para emprendimientos turísticos.	Créditos	CFN, consultor externo	1 vez al año	\$200	Lista de asistentes
Capacitación técnica en emprendimientos de proyectos turísticos.	Crear infraestructura turística	MINTUR, consultor externo	3 veces al año	\$750	Lista de asistentes
Creación de oferta turística	Mejorar el flujo de turistas	MINTUR, UTPL	Continuo	0,00	Tesis
TOTAL PRESUPUESTO				\$950	

Fuente: Investigación de campo, 2016

Elaboración: La autora

Programa 4

Nombre del programa: Desarrollo Institucional

Tabla 53. Proyecto 6

Proyecto 6	
Campo	Detalle
Nombre del proyecto	Incentivar a la Inversión por parte del gobierno para la adecuación de los atractivos turísticos
Medida que la sustenta	PDOT
Ubicación	Parroquia Guizhaguíña
Objetivos	<p>General</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contar con atractivos de calidad y en buen estado para la recepción de turistas. <p>Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la accesibilidad a los atractivos. - Implementar equipamiento turístico como señalética y departamento turístico.
Visión del futuro	Consolidar a la parroquia Guizhaguíña como un eje importante del cantón Zaruma en turismo
Tiempo estimado de implementación	1 año 11 meses

Beneficiarios			Parroquia Guizhaguíña			
Medio	Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación	
Diseño de senderos.	Mejorar la facilidad de acceso y conservar las vías de acceso y senderos	GAD parroquial, Técnico capacitado.	3 meses	2.500	Fotografías, vías mejoradas y senderos Uso de las TIC	
Colocación de señalética turística en los atractivos e información de planta turística.	Áreas organizadas e información e atractivos turísticos de la zona	MINTUR, GAD	6 meses	\$9.000	Señalética	
Implementación del Departamento de Turismo en la parroquia Guizhaguíña.	Mejorar la atención de los visitantes	MINTUR, GAD	5 meses	\$7.600	Fotografías, espacios acondicionados	
PRESUPUESTO TOTAL				\$ 19.100		

Fuente: Investigación de campo, 2016

Elaboración: La autora

Tabla 54. Proyecto 7

Proyecto 8					
Campo			Detalle		
Nombre del proyecto			Creación de alianzas estratégica entre el sector público y privado en beneficio del turismo de la parroquia.		
Medida que la sustenta			PDOT Guizhaguíña, Plan del Buen Vivir		
Ubicación			Parroquia Guizhaguíña		
Objetivos			General <ul style="list-style-type: none"> - Fortalecer e incentivar la colaboración mutua entre asociaciones, autoridades del GAD y entidades del Estado como el MINTUR que influyan en el turismo para futuros proyectos Específicos <ul style="list-style-type: none"> - Capacitar a servidores públicos en materia turística - Integrar a expertos en materia de turismo para el desarrollo de proyectos turísticos en la parroquia. 		
Visión del futuro			Crear y fortalecer alianzas a nivel local para mejorar y potencializar el turismo en la parroquia		
Tiempo estimado de implementación					
Beneficiarios			Parroquia Guizhaguíña		
Medio	Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Capacitación a servidores	Brindar servicio de calidad	GAD parroquial,	3 veces al año	\$550	Informes técnicos,

públicos relacionados a la gestión turística.		consultor externo			listado de asistencia
Establecer políticas y normativas en beneficio del turismo.	Potencializar el turismo	MINTUR, consultor externo	1 vez al año	\$550	Informe técnico
Alianzas estratégicas con universidades sobre proyectos turísticos, creación de productos turísticos y capacitación en servicios.	Colaboración entre instituciones públicas y privadas	Universidades (UTPL), GAD parroquial	2 veces	\$ 300	Registro de socialización, tesis
PRESUPUESTO TOTAL				\$1.400	

Fuente: Investigación de campo, 2016

Elaboración: La autora

PRESUPUESTO TENTATIVO TOTAL DEL PLAN ESTRATÉGICO

Tabla 55. Presupuesto tentativo total

PROGRAMA 1		
DESCRIPCIÓN	VALOR	TOTAL
PROYECTO 1	8.960,00	
PROYECTO 2	7.952,00	
TOTAL PROGRAMA 1		16.912,00
PROGRAMA 2		
PROYECTO 3	1.600,00	
PROYECTO 4	11.800,00	
TOTAL PROGRAMA 2		13.400,00
PROGRAMA 3		
PROYECTO 5	950,00	
TOTAL PROGRAMA 3		950,00
PROGRAMA 4		
PROYECTO 6	19.100,00	
PROYECTO 7	1.400,00	
TOTAL PROGRAMA 4		20.500,00
TOTAL PLAN ESTRATÉGICO		51.762,00

Fuente: Investigación de campo, 2016

Elaboración: La autora

CONCLUSIONES

Al finalizar el presente proyecto se pudo concluir lo siguiente:

- Inexistencia de infraestructura turística, motivo por el cual la pernoctación de turistas es baja o nula y por ende el gasto igual.
- La parroquia no cuenta con ningún producto turístico que permita su comercialización a nivel local, provincial y nacional.
- La demanda turística existente en Guizhaguiña se centra principalmente cada 25 de agosto por festividades religiosas, esto conlleva directamente a la estacionalidad debido a la falta de promoción y difusión turística.
- El desconocimiento de la actividad turística en la parroquia y el abandono por parte de las autoridades a cada uno de sus atractivos, ha causado un retraso turístico en la misma.
- Según las visitas técnicas realizadas se pudo identificar el desinterés por parte de los moradores en materia turística, por la falta de apoyo a esta actividad, es así que prefieren dedicarse a actividades de agricultura, ganadería y comercio.
- Por medio de la evaluación de la matriz competitiva se pudo evidenciar, que en la actualidad la parroquia no puede consolidarse como un destino turístico competitivo frente a los cantones vecinos.

RECOMENDACIONES

- Gestionar el apoyo financiero de entidades gubernamentales y privadas para la implementación de la planta turística.
- Crear alianzas con universidad por medio de proyectos que permitan diversificar la oferta turística.
- Crear un plan de marketing para la promoción y difusión de sus atractivos menorando así la brecha de estacionalidad.
- Elaborar de un Plan de Manejo de los potenciales atractivos y talleres de capacitación en temas turísticos, ambientales y conservación de patrimonio.
- Impartir charlas de inducción turística y los benéficos de poder involucrarse en esta actividad, basándose en los proyectos establecidos del presente plan estratégico.
- Potencializar los atractivos tanto naturales o culturales mediante acuerdos con entidades públicas y privadas que permitan el desarrollo y la competitividad de los mismos.

BIBLIOGRAFÍA

- Biocomercio Andino. (2014). *Turismo Sostenible*. Recuperado el 29 de 04 de 2016, de <http://biocomercioecuador.ec/sectores-y-empresas/turismo-sostenible>
- Biocomercio Andino. (2014). *Turismo Sostenible*. Recuperado el 16 de 05 de 2016, de <http://biocomercioecuador.ec/sectores-y-empresas/turismo-sostenible>
- Blasco, M. (2005). *Aragon* . Obtenido de <http://www.aragon.es/estaticos/ImportFiles/06/docs/%C3%81reas/EducaSensib/Sensibilizaci%C3%B3nAmbienta/Campa%C3%B1as/TurismoSostenible/PonenciasPresentadas/INTRODUCCION.pdf>
- Burgwal, Gerrit y Cuellar, & Juan Carlos. (1999). *Planificación estratégica y operativa aplicada a gobiernos locales*.
- Burneo Maldonado , A. C. (2016). *Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Soatenible para el Cantón Zaruma, provincia El Oro*. Loja.
- Caceres, A. N. (2012). *Turismo Generador de Desarrollo Local* . Obtenido de http://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/1755/0237_Caceres.pdf?sequence=1
- Cardenas, F. (1986). *PROYECTOS TURISTICOS*. Mexico: Trillas.
- Carnedas, F. (1986). *PROYECTOS TURISTICOS*. Mexico: Trillas.
- Colima, J. M. (s.f.). *Producto Turístico*. Recuperado el 21 de 07 de 2016, de http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.2._Concepto_de_Producto_Turistico.pdf
- Crosby , A., & Moreda, A. (2009). *Desarrollo y Gestion del Turismo en areas Rurales-Naturales*.
- Departemento Administrativo de Planeacion de Cundinamarca. (2001). *Guia para la Elaboracion del Plan de Desarrollo Nacional*. Recuperado el 16 de 05 de 2016, de http://motavita-boyaca.gov.co/apc-aa-files/61353931313436326430343264663737/guia_plan_de_desarrollo.pdf
- GAD Parroquial Güizhagüiña. (24 de 07 de 2016). guizhaguina.gob.ec/. Obtenido de <http://guizhaguina.gob.ec/index.php/ct-menu-item-13/ct-menu-item-29>
- Gobierno de Cundinamarca. (2008). *El proceso de planificación en las entidades territoriales: el Plan de Desarrollo y sus Instrumentos para la Gestion* . Cundinamarca.
- Gobierno de Perú. (2015). *Plan de Desarrollo Turístico Local*. Obtenido de <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=5099>
- INEC. (2010).
- INEC. (2010). Obtenido de www.ecuadorencifras.gob.ec/: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- INEC. (2010). *POBLACIÓN Y TASAS DE CRECIMIENTO INTERCENSAL DE 2010-2001-1990 POR SEXO, SEGÚN PARROQUIAS*.
- Instituto Latinoamericana de Planificación Económica y Social. (2009). *Manual de Planificación Estratégica e Indicadores de Desempeño en el Sector PÚblico*.

- Koontz, H., & Weihrich, H. (1994). *Administración*.
- Kotler, P. (1990). *Principios del Marketing*.
- MAE. (2014).
- MAGAP. (s.f.). www.agricultura.gob.ec/.
- Mincetur. (10 de 2004). *Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Junín*. Recuperado el 16 de 05 de 2016, de http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/Turismo/pertur/PERTUR_Junin.pdf
- Mincetur. (2015). *Plan de Desarrollo Turístico Local*. Obtenido de <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=5099>
- Ministerio de Salud . (2013). www.salud.gob.ec.
- Ministerio de Turismo. (2015). *Reglamento General a la Ley de Turismo* .
- Ministerio de Turismo MINTUR. (2016). *5 pilares para la Gestión Turística*.
- Miralbell, O., Arcarons, R., Capellá, J., Gonzalez, F., & Pallás, J. (2010). *Gestión Pública del Turismo*. UOC.
- Mosquera, J. P. (2015). *Diseño de un producto turístico en la comuna San Jose* .
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (s.f.). <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>. Recuperado el 15 de 05 de 2016
- PDYOT PARROQUIA GUIZHAGUIÑA. (2015).
- (2015). *PDyOT Guizhagüña*.
- Pearce, D. (1991). *Investigación de Turismo*.
- Philip, k., & Gary, A. (1990). *Fundamentos de Marketing*.
- Quezada, R. (2010). *Elementos de Turismo, Teorías, Clasificación y Actividades*.
- Republica de Colombia; Departamento de Casanare; Municipio de Maní. (s.f.). *Plan de Desarrollo*. Recuperado el 16 de 04 de 2016, de http://www.mani-casanare.gov.co/apc-aa-files/37313036646461313138333136643462/Plan_de_Desarrollo_Mani.pdf
- Robbins, & Coulter. (2005). *Administración* .
- Rojo, G. R., & Martinez, L. ., (2013). *Recursos Turísticos*. Paraninfo.
- Secretaria de Gestión de Riesgo. (2016). *Gestión de Riesgos*. Obtenido de www.gestionderiesgos.gob.ec
- SENPLADES. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Obtenido de <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>
- SENPLADES. (2013).
- SNI. (2014). www.conacyt.gob.mx/index.php/el.../sistema-nacional-de-investigadores.

SNRG, S. d. (s.f.). *www.gestionderiesgos.gob.ec/*.

Tapia, G. (2014). *Turismo Sostenible. Introduccion y Marco Financiero*. Recuperado el 16 de 05 de 2016, de <http://www.econ.uba.ar/www/institutos/cma/Publicaciones/revistas/RIMFVol1/TURISMO%20SOSTENIBLE.pdf>

Terry, G. (1986). *Principios de Administración*.

ANEXOS

**MINISTERIO DE TURISMO
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS**

1. DATOS GENERALES:

1.1 ENCUESTADOR: Paula Soledad Pogo
1.2 FICHA N°01
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR:
1.4 FECHA
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cascada sin nombre 1.6 CATEGORÍA: Sitio Natural 1.7 TIPO: Río
1.8 SUBTIPO: Cascada

2. UBICACION:

2.1 PROVINCIA: El Oro 2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Zaruma 2.3 LOCALIDAD: Parroquia Guizhaguiña
2.4 CALLE:
2.5 NÚMERO:
2.6 LOCALIZACION GEOGRAFICA:
Latitud: 0662670 Longitud: 9592536

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

3.1 NOMBRE DEL POBLADO: DISTANCIA:
3.2 NOMBRE DEL POBLADO: DISTANCIA:

C A L I D A D	V A L O R	4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO:	PRECIPITACIÓN
		4.1 ALTURA: 1453 (m.s.n.m) TEMPERATURA(°C) :	PLUVIOMÉTRICA:
		DESCRIPCIÓN BREVE DEL ATRACTIVO (VER METODOLOGÍA)	
		Esta cascada sin nombre se encuentra ubicada en el sector Balsones dentro de la propiedad de la Sra. Arcelia Guamán, para acceder a ella se debe caminar aproximadamente unos 25 minutos a pie, no existe señalización que nos dirija hacia ella.	

C A L I F I C A D O	V A L O R E S A T R I B U T I V O S	4. USOS (SIMBOLISMO): Este atractivo no genera flujo de turistas, su entorno se encuentra deteriorado
	I N D I C E S	5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO: 5.1 ALTERADO 5.2 NO ALTERADO 5.3 CONSERVADO 5.4 DETERIORADO (X) 5.5 EN PROCESO DE DETERIORO 5.5 CAUSAS:
	A T R I B U T I V O S	6. ENTORNO 6.1 CONSERVADO 6.2 EN PROCESO DE DETERIORO 6.3 DETERIORADO (X) 6.4 CAUSAS:

D	ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS):											
	A P O Y O	7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO										
		TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD DE ACCESO
				B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L	
		TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					DIAS AL AÑO
			LASTRADO				AUTOMOVIL					
			EMPEDRADO				4X4				X	
			SENDERO		X		TREN					
		ACUATICO	MARITIMO				BARCO					DIAS AL MES
							BOTE					
FLUVIAL						CANOA						
					OTROS							
AEREO					AVION					HORAS AL DIA		
					AVIONETA							
					HELICOPTEROS							
OBSERVACIONES: NO EXISTE SEÑALIZACIÓN PARA LLEGAR HACIA EL ATRACTIVO.												

8. FACILIDADES TURISTICAS												
SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS	
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA			
	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas		
A	ALOJAMIENTO											
	ALIMENTACION											
	ESPARCIMIENTO											
	AGENCIAS DE VIAJE: CORREOS:	ALMACENES DE ARTESANIAS: TELEFONOS, FAX, TELEX :				OTROS:						
P	OBSERVACIONES:											
	CARECE DE PLANTA TURÍSTICA											

O Y O	9. INFRAESTRUCTURA BASICA
	9.1 AGUA:
	POTABLE ENTUBADA TRATADA DE POZO (X) NO EXISTE OTROS
	9.2 ENERGIA ELECTRICA
SISTEMA INTERCONECTADO (X) GENERADOR NO EXISTE (X) OTROS	
9.3 ALCANTARILLADO	
RED PUBLICA POZO CIEGO (X) POZO SÉPTICO NO EXISTE (X) OTROS	
9.4 PRECIO	
SI NO ENTRADA LIBRE (X) OTROS	
10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS	
Nombres: Petroglifos Corona del Inca	
Distancia: 30 metros	
S I G N I F I C A D O	11. DIFUSION DEL ATRACTIVO
	LOCAL : (X)
	PROVINCIAL
	NACIONAL
	INTERNACIONAL

**MINISTERIO DE TURISMO
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS**

1. DATOS GENERALES:

1.1 ENCUESTADOR: Paula Pogo

1.2 FICHA N°02

1.3 SUPERVISOR EVALUADOR:

1.4 FECHA

1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cascada la Chorrera

1.6 CATEGORÍA: Sitio Natural

1.7 TIPO: Río

1.8 SUBTIPO: Cascada

2. UBICACION:

2.1 PROVINCIA: El Oro

2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Zaruma

2.3 LOCALIDAD: Parroquia Guizhaguiña

2.4 CALLE:

2.5 NÚMERO:

2.6 LOCALIZACION GEOGRAFICA:

Latitud: 0647477

Longitud: 9608489

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Barrio la Chorrera

DISTANCIA: 1 km

3.2 NOMBRE DEL POBLADO:

DISTANCIA:

C A L L I D A D	V A L O R	<p>4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO:</p> <p>4.1 ALTURA 1083 (m.s.n.m) TEMPERATURA(°C) : PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA:</p> <p>DESCRIPCIÓN BREVE DEL ATRACTIVO (VER METODOLOGÍA)</p> <p>Como su nombre lo indica cascada La Chorrera llamada así por el barrio donde se encuentra, se localiza a una distancia de 300metros de la vía principal, cabe recalcar que no existe señalización para acceder a la misma, el camino para llegar está lleno de arbustos que impiden su acceso, la mala época hace que esta cascada se encuentre con poco agua.</p>
	I N T R I N S E C O	

C A L I D A D	V A L O R E X T R I N S E C O	4. USOS (SIMBOLISMO): Atractivo dentro de propiedad privada su entorno se encuentra en proceso de deterioro				
	5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO:					
	5.1 ALTERADO		5.2 NO ALTERADO		5.3 CONSERVADO	
	5.4 DETERIORADO		5.5 EN PROCESO DE DETERIORO (X)			
5.5 CAUSAS:						
6. ENTORNO						
6.1 CONSERVADO		6.2 EN PROCESO DE DETERIORO (X)				
6.3 DETERIORADO						
6.4 CAUSAS:						
ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS):						
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO						
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS	TRANSPORTE	FRECUENCIA	TEMPORALIDAD DE ACCESO	

A P O Y O			B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L		
	TERRESTRE	ASFALTADO				BUS						DIAS AL AÑO
		LASTRADO				AUTOMOVIL	X					
		EMPEDRADO				4X4						
		SENDERO		X		TREN						
	ACUATICO	MARITIMO				BARCO						DIAS AL MES
						BOTE						
		FLUVIAL				CANOA						
					OTROS							
	AEREO					AVION						HORAS AL DIA
						AVIONETA						
						HELICOPTEROS						
	OBSERVACIONES:											
	NO EXISTE SEÑALIZACIÓN PARA LLEGAR HACIA EL ATRACTIVO											

8. FACILIDADES TURISTICAS											
SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	
A ALOJAMIENTO											
ALIMENTACION											
ESPARCIMIENTO											
AGENCIAS DE VIAJE:		ALMACENES DE ARTESANIAS:				OTROS:					
CORREOS:		TELEFONOS, FAX, TELEX :									
P	OBSERVACIONES:										
	CARECE DE PLANTA TURISTICA										

O Y O	9. INFRAESTRUCTURA BASICA
	9.1 AGUA:
	POTABLE ENTUBADA TRATADA DE POZO NO EXISTE (X) OTROS
	9.2 ENERGIA ELECTRICA
	SISTEMA INTERCONECTADO GENERADOR NO EXISTE (X) OTROS
	9.3 ALCANTARILLADO
	RED PUBLICA POZO CIEGO POZO SÉPTICO NO EXISTE (X) OTROS
	9.4 PRECIO
	SI NO ENTRADA LIBRE (X) OTROS
	10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS
	Nombres Fábricas de molienda de caña Distancia 1km
S I G N I F I C A D O	11. DIFUSION DEL ATRACTIVO
	LOCAL (X)
	PROVINCIAL
	NACIONAL
	INTERNACIONAL

**MINISTERIO DE TURISMO
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS**

1. DATOS GENERALES:

1.1 ENCUESTADOR: Paula Pogo
1.2 FICHA N°03
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR:
1.4 FECHA
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cascada el Chimbo 1.6 CATEGORÍA: Sitio Natural 1.7 TIPO: Río
1.8 SUBTIPO: Cascada

2. UBICACION:

2.1 PROVINCIA: El Oro 2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Zaruma 2.3 LOCALIDAD: Parroquia Guizhaguiña
2.4 CALLE:
2.5 NÚMERO:
2.6 LOCALIZACION GEOGRAFICA:
Latitud: 0660016 Longitud: 9595726

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Barrio San Pablo DISTANCIA: 8km
3.2 NOMBRE DEL POBLADO: DISTANCIA:

C A L L I D A D	V A L O R	4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO:	PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA:
		4.1 ALTURA(m.s.n.m) TEMPERATURA(°C) :	
		DESCRIPCIÓN BREVE DEL ATRACTIVO (VER METODOLOGÍA)	
		La cascada el chimbo se encuentra ubicada en el barrio llamado San Pablo a una distancia de 8km desde el centro de Guizhaguiña, la carretera que conduce es de tercer orden, el acceso para llegar a la cascada es a pie a unos 100m de la vía principal. Esta es una de las pocas cascadas que posee las condiciones adecuadas para su fácil acceso.	
	I N T R I N S E C O		

C A L	V A L O R E X T R I N S E C O	4. USOS (SIMBOLISMO): Atractivo que genera llegada de visitantes locales especialmente los fines de semana, su entorno se encuentra conservado.					
	I	5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO: 5.1 ALTERADO 5.2 NO ALTERADO 5.3 CONSERVADO (X) 5.4 DETERIORADO 5.5 EN PROCESO DE DETERIORO 5.5 CAUSAS:					
	D	6. ENTORNO 6.1 CONSERVADO (X) 6.2 EN PROCESO DE DETERIORO 6.3 DETERIORADO 6.4 CAUSAS:					
	A	ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS):					
D	7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO						
		TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS	TRANSPORTE	FRECUENCIA	TEMPORALIDAD DE ACCESO

A P O Y O			B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L	
	TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					DIAS AL AÑO
		LASTRADO		X		AUTOMOVIL	X				
		EMPEDRADO				4X4					
		SENDERO				TREN					
	ACUATICO	MARITIMO				BARCO					DIAS AL MES
						BOTE					
		FLUVIAL				CANOA					
						OTROS					
	AEREO					AVION					HORAS AL DIA
						AVIONETA					
						HELICOPTEROS					
	OBSERVACIONES: Atractivo Restringido.										

8. FACILIDADES TURISTICAS												
SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS	
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA			
	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas		
A	ALOJAMIENTO											
	ALIMENTACION											
	ESPARCIMIENTO											
	AGENCIAS DE VIAJE: CORREOS:	ALMACENES DE ARTESANIAS: TELEFONOS, FAX, TELEX :				OTROS:						
P	OBSERVACIONES:											
	CARECE DE PLANTA TURÍSTICA											

**MINISTERIO DE TURISMO
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS**

1. DATOS GENERALES:

1.1 ENCUESTADOR: Paula Pogo

1.2 FICHA N°00

1.3 SUPERVISOR EVALUADOR:

1.4 FECHA

1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cascada Miskillaku

1.6 CATEGORÍA: Sitio Natural

1.7 TIPO: Río

1.8 SUBTIPO: Cascada

2. UBICACION:

2.1 PROVINCIA: El Oro

2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Zaruma

2.3 LOCALIDAD: Parroquia Guizhaguiña

2.4 CALLE:

2.5 NÚMERO:

2.6 LOCALIZACION GEOGRAFICA:

Latitud: 0663032

Longitud: 9591698

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Guizhaguiña

DISTANCIA: 5km

3.2 NOMBRE DEL POBLADO:

DISTANCIA:

C A L L I D A D	V A L O R I N T R I N S E C O	4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO:	PRECIPITACIÓN
		4.1 ALTURA 1162 (m.s.n.m) TEMPERATURA(°C) :	PLUVIOMÉTRICA:
		DESCRIPCIÓN BREVE DEL ATRACTIVO (VER METODOLOGÍA)	
		Cascada Miskillaku que significa agua dulce este atractivo se localiza en el mismo sector que se encuentra la cascada Clinka dentro de la propiedad del Sr. Carlos Ochoa aproximadamente a unos 300m de distancia entre ambas, tiene una caída de aproximadamente 10 metros de altura.	

C A L	V A L O R E X T R I N S E C O	4. USOS (SIMBOLISMO): Atractivo que se encuentra dentro de propiedad privada, su entorno se encuentra conservado					
	I	5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO:					
	D	5.1 ALTERADO 5.4 DETERIORADO 5.5 CAUSAS:		5.2 NO ALTERADO 5.5 EN PROCESO DE DETERIORO		5.3 CONSERVADO (X)	
	A	6. ENTORNO					
D	6.1 CONSERVADO (X) 6.2 EN PROCESO DE DETERIORO 6.3 DETERIORADO 6.4 CAUSAS:						
		ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS):					
		7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO					
		TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS	TRANSPORTE	FRECUENCIA	TEMPORALIDAD DE ACCESO

A P O Y O			B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L		
	TERRESTRE	ASFALTADO				BUS						DIAS AL AÑO
		LASTRADO		X		AUTOMOVIL	X					
		EMPEDRADO				4X4						
		SENDERO				TREN						
	ACUATICO	MARITIMO				BARCO						DIAS AL MES
						BOTE						
		FLUVIAL				CANOA						
					OTROS							
	AEREO					AVION						HORAS AL DIA
						AVIONETA						
						HELICOPTEROS						
	OBSERVACIONES: NO EXISTE SEÑALIZACIÓN HACIA EL ATRACTIVO											

8. FACILIDADES TURISTICAS												
SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS	
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA			
	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas		
A	ALOJAMIENTO											
	ALIMENTACION											
	ESPARCIMIENTO											
	AGENCIAS DE VIAJE: CORREOS:	ALMACENES DE ARTESANIAS: TELEFONOS, FAX, TELEX :				OTROS:						
P	OBSERVACIONES: CARECE DE PLANTA TURÍSTICA											

O Y O	9. INFRAESTRUCTURA BASICA
	9.1 AGUA:
	POTABLE ENTUBADA TRATADA DE POZO NO EXISTE (X) OTROS
	9.2 ENERGIA ELECTRICA
	SISTEMA INTERCONECTADO GENERADOR NO EXISTE (X) OTROS
	9.3 ALCANTARILLADO
	RED PUBLICA POZO CIEGO POZO SÉPTICO NO EXISTE (X) OTROS
	9.4 PRECIO
	SI NO ENTRADA LIBRE (X) OTROS
	10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS
	Nombres Cascada Clinka Distancia 200m
S I G N I F I C A D O	11. DIFUSION DEL ATRACTIVO
	LOCAL (X)
	PROVINCIAL
	NACIONAL
	INTERNACIONAL

**MINISTERIO DE TURISMO
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS**

1. DATOS GENERALES:

1.1 ENCUESTADOR: Paula Pogo
1.2 FICHA N°04
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR:
1.4 FECHA
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cascada Clinka
1.6 CATEGORÍA: Sitio Natural
1.7 TIPO: Río
1.8 SUBTIPO: Cascada

2. UBICACION:

2.1 PROVINCIA: El Oro
2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Zaruma
2.3 LOCALIDAD: Parroquia Guizhaguiña
2.4 CALLE:
2.5 NÚMERO:
2.6 LOCALIZACION GEOGRAFICA:
Latitud: 0662998 Longitud: 9591838

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Guizhaguiña DISTANCIA: 5km
3.2 NOMBRE DEL POBLADO: DISTANCIA:

C A L L I D A D	V A L O R I N T R I N S E C O	4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO:	PRECIPITACIÓN
		4.1 ALTURA 1203 (m.s.n.m) TEMPERATURA(°C) :	PLUVIOMÉTRICA:
		DESCRIPCIÓN BREVE DEL ATRACTIVO (VER METODOLOGÍA)	
		La casca Clinka que significa perdida, ubicada en el barrio Canelal a una distancia de 5k del centro de la parroquia, la vía que conduce es de tercer orden, para acceder se debe recorrer a pie unos 500metros de la vía principal; cabe destacar que se encuentra dentro de la propiedad del Sr. Carlos Ochoa.	

C A L	V A L O R E X T R I N S E C O	4. USOS (SIMBOLISMO): Atractivo que es visitado por turistas de manera eventual está dentro de propiedad privada, su entorno se encuentra conservado.					
	I	5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO: 5.1 ALTERADO 5.2 NO ALTERADO 5.3 CONSERVADO (X) 5.4 DETERIORADO 5.5 EN PROCESO DE DETERIORO 5.5 CAUSAS:					
	D	6. ENTORNO 6.1 CONSERVADO (X) 6.2 EN PROCESO DE DETERIORO 6.3 DETERIORADO 6.4 CAUSAS:					
	A	ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS):					
D	7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO						
		TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS	TRANSPORTE	FRECUENCIA	TEMPORALIDAD DE ACCESO

A P O Y O			B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L	
	TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					DIAS AL AÑO
		LASTRADO		X		AUTOMOVIL	X				
		EMPEDRADO				4X4					
		SENDERO				TREN					
	ACUATICO	MARITIMO				BARCO					DIAS AL MES
						BOTE					
		FLUVIAL				CANOA					
						OTROS					
	AEREO					AVION					HORAS AL DIA
						AVIONETA					
						HELICOPTEROS					
	OBSERVACIONES: NO EXISTE SEÑALIZACIÓN HACIA EL ATRACTIVO										

8. FACILIDADES TURISTICAS											
SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	
ALOJAMIENTO											
ALIMENTACION											
ESPARCIMIENTO											
AGENCIAS DE VIAJE: ALMACENES DE ARTESANIAS: OTROS: CORREOS: TELEFONOS, FAX, TELEX :											
P	OBSERVACIONES: CARECE DE PLANTA TURISTICA										

O Y O	9. INFRAESTRUCTURA BASICA
	9.1 AGUA:
	POTABLE ENTUBADA TRATADA DE POZO NO EXISTE (X) OTROS
	9.2 ENERGIA ELECTRICA
SISTEMA INTERCONECTADO GENERADOR NO EXISTE (X) OTROS	
9.3 ALCANTARILLADO	
RED PUBLICA POZO CIEGO POZO SÉPTICO NO EXISTE (X) OTROS	
9.4 PRECIO	
SI NO ENTRADA LIBRE (X) OTROS	
10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS	
Nombres: Cascada Miskillaku	
Distancia 200m	
S I G N I F I C A D O	11. DIFUSION DEL ATRACTIVO
	LOCAL (X)
	PROVINCIAL
	NACIONAL
	INTERNACIONAL

**MINISTERIO DE TURISMO
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS**

1. DATOS GENERALES:

1.1 ENCUESTADOR: Paula Pogo

1.2 FICHA N°00

1.3 SUPERVISOR EVALUADOR:

1.4 FECHA

1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cascada Plano Rumi

1.6 CATEGORÍA: Sitio Natural

1.7 TIPO: Río

1.8 SUBTIPO: Cascada

2. UBICACION:

2.1 PROVINCIA: El Oro

2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Zaruma

2.3 LOCALIDAD: Parroquia Guizhaguiña

2.4 CALLE:

2.5 NÚMERO:

2.6 LOCALIZACION GEOGRAFICA:

Latitud: 0665859

Longitud: 9592218

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Barrio Canelal

DISTANCIA: 4km

3.2 NOMBRE DEL POBLADO:

DISTANCIA:

C A L I D A D	V A L O R	4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO:	PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA:
		4.1 ALTURA(m.s.n.m) TEMPERATURA(°C) :	
		DESCRIPCIÓN BREVE DEL ATRACTIVO (VER METODOLOGÍA)	
		La cascada Plano Rumi que significa pampa de piedra tiene una altura de 12m se localiza a 9km del centro de la parroquia, el poblado más cercano es el barrio Canelal y está a una distancia de 4 km, para acceder a esta cascada se debe caminar aproximadamente unos 300metros, la vía que conduce hasta este lugar es de tercer orden.	

C A L	V A L O R E X T R I N S E C O	4. USOS (SIMBOLISMO): Su entorno se encuentra en proceso de deterioro, atractivo que no genera arribo de turistas por su lejanía a la parroquia.				
	I	5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO: 5.1 ALTERADO 5.2 NO ALTERADO 5.3 CONSERVADO 5.4 DETERIORADO 5.5 EN PROCESO DE DETERIORO (X)				
	D	6. ENTORNO 6.1 CONSERVADO 6.2 EN PROCESO DE DETERIORO (X) 6.3 DETERIORADO 6.4 CAUSAS:				
	A	ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS):				
D	7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO					
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS	TRANSPORTE	FRECUENCIA	TEMPORALIDAD DE ACCESO

A P O Y O			B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L		
	TERRESTRE	ASFALTADO				BUS						DIAS AL AÑO
		LASTRADO		X		AUTOMOVIL						
		EMPEDRADO				4X4	X					
		SENDERO				TREN						
	ACUATICO	MARITIMO				BARCO						DIAS AL MES
						BOTE						
		FLUVIAL				CANOA						
					OTROS							
	AEREO					AVION						HORAS AL DIA
						AVIONETA						
						HELICOPTEROS						
	OBSERVACIONES: ACCESO LIBRE											

8. FACILIDADES TURISTICAS												
SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS	
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA			
	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas		
A	ALOJAMIENTO											
	ALIMENTACION											
	ESPARCIMIENTO											
	AGENCIAS DE VIAJE: CORREOS:	ALMACENES DE ARTESANIAS: TELEFONOS, FAX, TELEX :				OTROS:						
P	OBSERVACIONES:											
	CARECE DE PLANTA TURISTICA											

O Y O	9. INFRAESTRUCTURA BASICA
	9.1 AGUA:
	POTABLE ENTUBADA TRATADA DE POZO NO EXISTE (X) OTROS
	9.2 ENERGIA ELECTRICA
SISTEMA INTERCONECTADO GENERADOR NO EXISTE (X) OTROS	
9.3 ALCANTARILLADO	
RED PUBLICA POZO CIEGO POZO SÉPTICO NO EXISTE (X) OTROS	
9.4 PRECIO	
SI NO ENTRADA LIBRE (X) OTROS	
10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS	
Nombres	Distancia
S I G N I F I C A D O	11. DIFUSION DEL ATRACTIVO
	LOCAL (X)
	PROVINCIAL
	NACIONAL
	INTERNACIONAL

**MINISTERIO DE TURISMO
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS**

1. DATOS GENERALES:

1.1 ENCUESTADOR: Paula Pogo

1.2 FICHA N°05

1.3 SUPERVISOR EVALUADOR:

1.4 FECHA

1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cascada de cachos

1.6 CATEGORÍA: Sitio Natural

1.7 TIPO: Río

1.8 SUBTIPO: Cascada

2. UBICACION:

2.1 PROVINCIA: El Oro

2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Zaruma

2.3 LOCALIDAD: Parroquia Guizhaguiña

2.4 CALLE:

2.5 NÚMERO:

2.6 LOCALIZACION GEOGRAFICA:

Latitud: 0671241

Longitud: 9595974

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

3.1 NOMBRE DEL POBLADO:

DISTANCIA:

3.2 NOMBRE DEL POBLADO:

DISTANCIA:

C A L L I D A D	V A L O R	<p>4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO:</p> <p>4.1 ALTURA 2211 (m.s.n.m) TEMPERATURA(°C) : PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA:</p> <p>DESCRIPCIÓN BREVE DEL ATRACTIVO (VER METODOLOGÍA)</p> <p>La cascada de cachos se encuentra en el sector del mismo nombre, a unos 10 metros de la vía principal que conduce a San Antonio, tiene dos caídas aproximadamente de 12 metros de altura, donde se forma una pequeña laguna en plena vía impidiendo el paso de vehículos pequeños, esto prácticamente sucede en temporada de invierno donde aumenta el caudal de agua.</p>
	I N T R I N S E C O	

C A L	V A L O R E X T R I N S E C O	4. USOS (SIMBOLISMO): Para acceder hacia este atractivo se recomienda medio de transporte 4x4, su entorno se entorno se encuentra conservado.					
	I	5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO: 5.1 ALTERADO 5.2 NO ALTERADO 5.3 CONSERVADO (X) 5.4 DETERIORADO 5.5 EN PROCESO DE DETERIORO 5.5 CAUSAS:					
	D	6. ENTORNO 6.1 CONSERVADO 6.2 EN PROCESO DE DETERIORO 6.3 DETERIORADO (X) 6.4 CAUSAS:					
	A	ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS):					
D	7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO						
		TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS	TRANSPORTE	FRECUENCIA	TEMPORALIDAD DE ACCESO

A P O Y O			B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L	
	TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					DIAS AL AÑO
		LASTRADO		X		AUTOMOVIL					
		EMPEDRADO				4X4	X				
		SENDERO				TREN					
	ACUATICO	MARITIMO				BARCO					DIAS AL MES
						BOTE					
		FLUVIAL				CANOA					
						OTROS					
	AEREO					AVION					HORAS AL DIA
						AVIONETA					
						HELICOPTEROS					
	OBSERVACIONES: ACCESO LIBRE										

8. FACILIDADES TURISTICAS												
SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS	
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA			
	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas		
A	ALOJAMIENTO											
	ALIMENTACION											
	ESPARCIMIENTO											
	AGENCIAS DE VIAJE: CORREOS:	ALMACENES DE ARTESANIAS: TELEFONOS, FAX, TELEX :				OTROS:						
P	OBSERVACIONES:											
	CARECE DE PLANTA TURISTICA											

O Y O	9. INFRAESTRUCTURA BASICA
	9.1 AGUA:
	POTABLE ENTUBADA TRATADA DE POZO NO EXISTE (X) OTROS
	9.2 ENERGIA ELECTRICA
SISTEMA INTERCONECTADO GENERADOR NO EXISTE (X) OTROS	
9.3 ALCANTARILLADO	
RED PUBLICA POZO CIEGO POZO SÉPTICO NO EXISTE (X) OTROS	
9.4 PRECIO	
SI NO ENTRADA LIBRE (X) OTROS	
10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS	
Nombres	Distancia
S I G N I F I C A D O	11. DIFUSION DEL ATRACTIVO
	LOCAL (X)
	PROVINCIAL
	NACIONAL
	INTERNACIONAL

**MINISTERIO DE TURISMO
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS**

1. DATOS GENERALES:

1.1 ENCUESTADOR: Paula Pogo

1.2 FICHA N°06

1.3 SUPERVISOR EVALUADOR:

1.4 FECHA

1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Petroglifos de Chepel

1.6 CATEGORÍA: Manifestaciones culturales

1.7 TIPO: Históricos

1.8 SUBTIPO: Sitios Arqueológicos

2. UBICACION:

2.1 PROVINCIA: El Oro

2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Zaruma

2.3 LOCALIDAD: Parroquia Guizhaguiña

2.4 CALLE:

2.5 NÚMERO:

2.6 LOCALIZACION GEOGRAFICA:

Latitud: 0666014

Longitud: 9592265

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Guizhaguiña

DISTANCIA: 5km

3.2 NOMBRE DEL POBLADO:

DISTANCIA:

C A L L I D A D	V A L O R I N T R I N S E C O	4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO:	PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA:
		4.1 ALTURA 1336 (m.s.n.m) TEMPERATURA(°C) :	
		DESCRIPCIÓN BREVE DEL ATRACTIVO (VER METODOLOGÍA)	
		Petroglifos con marco de piedra tallada, trazado con simétricas plataformas escalonadas, ubicados a una distancia de 5 km del centro de la parroquia en el sector de porotillo para acceder hacia este lugar se debe caminar unos 300m a pie de la vía principal la misma que posee las condiciones de tercer orden. El descuido y mal uso ha hecho que con el tiempo se vayan perdiendo los grabados, se presume que es sitio pudo haber sido un centro religioso o sagrado.	

A P O Y O			B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L		
	TERRESTRE	ASFALTADO				BUS						DIAS AL AÑO
		LASTRADO				AUTOMOVIL						
		EMPEDRADO		X		4X4		X				
		SENDERO				TREN						
	ACUATICO	MARITIMO				BARCO						DIAS AL MES
						BOTE						
		FLUVIAL				CANOA						
					OTROS							
	AEREO					AVION						HORAS AL DIA
						AVIONETA						
						HELICOPTEROS						
	OBSERVACIONES: ACCESO LIBRE											

8. FACILIDADES TURISTICAS												
SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS	
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA			
	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas		
A	ALOJAMIENTO											
	ALIMENTACION											
	ESPARCIMIENTO											
	AGENCIAS DE VIAJE: CORREOS:	ALMACENES DE ARTESANIAS: TELEFONOS, FAX, TELEX :				OTROS:						
P	OBSERVACIONES:											
	CARECE DE PLANTA TURISTICA											

O Y O	9. INFRAESTRUCTURA BASICA
	9.1 AGUA:
	POTABLE ENTUBADA TRATADA DE POZO NO EXISTE (X) OTROS
	9.2 ENERGIA ELECTRICA
SISTEMA INTERCONECTADO GENERADOR NO EXISTE (X) OTROS	
9.3 ALCANTARILLADO	
RED PUBLICA POZO CIEGO POZO SÉPTICO NO EXISTE (X) OTROS	
9.4 PRECIO	
SI NO ENTRADA LIBRE (X) OTROS	
10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS	
Nombres: cascada plano rumi	
Distancia 600m	
S I G N I F I C A D O	11. DIFUSION DEL ATRACTIVO
	LOCAL (X)
	PROVINCIAL
	NACIONAL
	INTERNACIONAL

**MINISTERIO DE TURISMO
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS**

1. DATOS GENERALES:

1.1 ENCUESTADOR: Paula Pogo

1.2 FICHA N°07

1.3 SUPERVISOR EVALUADOR:

1.4 FECHA

1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Petroglifos Corona del Inca
arqueológicos

1.6 CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales 1.7 TIPO: Históricas 1.8 SUBTIPO: Sitios

2. UBICACION:

2.1 PROVINCIA: El Oro

2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Zaruma

2.3 LOCALIDAD: Parroquia Guizhaguiña

2.4 CALLE:

2.5 NÚMERO:

2.6 LOCALIZACION GEOGRAFICA:

Latitud: 0662669

Longitud: 9592557

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

3.1 NOMBRE DEL POBLADO:

DISTANCIA:

3.2 NOMBRE DEL POBLADO:

DISTANCIA:

C A L I D A D	V A L O R	4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO:	PRECIPITACIÓN
		4.1 ALTURA 1456 (m.s.n.m) TEMPERATURA(°C) :	PLUVIOMÉTRICA:
		DESCRIPCIÓN BREVE DEL ATRACTIVO (VER METODOLOGÍA)	
		Este atractivo es uno de los petroglifos que aún se conservan en buen estado donde su figura es muy evidente cuya forma representa una corona se encuentra localizado en el sector de Balsones a una distancia de 30metros de la cascada sin nombre. Dentro de la propiedad de la Sra. Arcelia Guamán para acceder hacia este atractivo de debe pedir información a los moradores ya que no existe señalización.	
	I N T R I N S E C O		

C A L	V A L O R E X T R I N S E C O	4. USOS (SIMBOLISMO): Atractivo dentro de propiedad privada, su entorno en proceso de deterioro, se recomienda llevar ropa propicia de campo.					
	I	5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO: 5.1 ALTERADO 5.2 NO ALTERADO 5.3 CONSERVADO 5.4 DETERIORADO (X) 5.5 EN PROCESO DE DETERIORO 5.5 CAUSAS:					
	D	6. ENTORNO 6.1 CONSERVADO 6.2 EN PROCESO DE DETERIORO 6.3 DETERIORADO (X) 6.4 CAUSAS:					
	A	ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS):					
D	7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO						
		TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS	TRANSPORTE	FRECUENCIA	TEMPORALIDAD DE ACCESO

A P O Y O			B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L		
	TERRESTRE	ASFALTADO				BUS						DIAS AL AÑO
		LASTRADO				AUTOMOVIL		X				
		EMPEDRADO		X		4X4						
		SENDERO				TREN						
	ACUATICO	MARITIMO				BARCO						DIAS AL MES
						BOTE						
		FLUVIAL				CANOA						
					OTROS							
	AEREO					AVION						HORAS AL DIA
						AVIONETA						
						HELICOPTEROS						
	OBSERVACIONES:											
NO EXISTE SEÑALIZACIÓN												

8. FACILIDADES TURISTICAS												
SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS	
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA			
	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas		
A	ALOJAMIENTO											
	ALIMENTACION											
	ESPARCIMIENTO											
	AGENCIAS DE VIAJE: CORREOS:	ALMACENES DE ARTESANIAS: TELEFONOS, FAX, TELEX :				OTROS:						
P	OBSERVACIONES:											
	CARECE DE PLANTA TURISTICA											

O Y O	9. INFRAESTRUCTURA BASICA					
	9.1 AGUA:					
	POTABLE	ENTUBADA	TRATADA	DE POZO	NO EXISTE (X)	OTROS
	9.2 ENERGIA ELECTRICA					
	SISTEMA INTERCONECTADO	GENERADOR	NO EXISTE (X)	OTROS		
	9.3 ALCANTARILLADO					
	RED PUBLICA	POZO CIEGO	POZO SÉPTICO	NO EXISTE (X)	OTROS	
	9.4 PRECIO					
	SI	NO	ENTRADA LIBRE (X)	OTROS		
	10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS					
	Nombres	Cascada sin nombre	Distancia 30m			
S I G N I F I C A D O	11. DIFUSION DEL ATRACTIVO					
	LOCAL (X)					
	PROVINCIAL					
	NACIONAL					
	INTERNACIONAL					

**MINISTERIO DE TURISMO
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS**

1. DATOS GENERALES:

1.1 ENCUESTADOR: Paula Pogo

1.2 FICHA N°08

1.3 SUPERVISOR EVALUADOR:

1.4 FECHA

1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Petroglifos de Canelal

1.6 CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

1.7 TIPO: Históricas 1.8 SUBTIPO:

Sitios Arqueológicos

2. UBICACION:

2.1 PROVINCIA: El Oro

2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Zaruma

2.3 LOCALIDAD: Parroquia Guizhaguiña

2.4 CALLE:

2.5 NÚMERO:

2.6 LOCALIZACION GEOGRAFICA:

Latitud: 0662979

Longitud: 9591896

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Guizhaguiña

DISTANCIA: 5km

3.2 NOMBRE DEL POBLADO:

DISTANCIA:

C A L L I D A D	V A L O R I N T R I N S E C O	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:	PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA:
		4.1 ALTURA 1246(m.s.n.m) TEMPERATURA(°C) :	
		DESCRIPCIÓN BREVE DEL ATRACTIVO (VER METODOLOGÍA)	
		Estos petroglifos se encuentran ubicados en el barrio el Canelal a unos 5km del centro de la parroquia, la vía principal que conduce a este lugar es de tercer orden y para acceder a ellos se debe recorrer a pie aproximadamente unos 15 minutos. Estos petroglifos cuyos signos o símbolos guardan un misterio que a su vez son de gran importancia cultural.	

C A L I F I C A C I O N	4. USOS (SIMBOLISMO): Atractivo dentro de propiedad sufre de deterioro
	5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO: 5.1 ALTERADO 5.2 NO ALTERADO 5.3 CONSERVADO 5.4 DETERIORADO (X) 5.5 EN PROCESO DE DETERIORO 5.5 CAUSAS:
I D	

A D	6. ENTORNO										
	6.1 CONSERVADO (X) 6.3 DETERIORADO 6.4 CAUSAS:			6.2 EN PROCESO DE DETERIORO							
ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS):											
A P O Y O	7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO										
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD DE ACCESO
			B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L	
	TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					DIAS AL AÑO
		LASTRADO				AUTOMOVIL		X			
		EMPEDRADO		X		4X4					
		SENDERO				TREN					
	ACUATICO	MARITIMO				BARCO					DIAS AL MES
						BOTE					
		FLUVIAL				CANOA					
					OTROS						

AEREO					AVION					HORAS AL DIA
					AVIONETA					
					HELICOPTEROS					
OBSERVACIONES:										
NO EXISTE SEÑALIZACION										

8. FACILIDADES TURISTICAS											
SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	
ALOJAMIENTO											
ALIMENTACION											
ESPARCIMIENTO											
A	AGENCIAS DE VIAJE:		ALMACENES DE ARTESANIAS:				OTROS:				
	CORREOS:		TELEFONOS, FAX, TELEX :								
P	OBSERVACIONES:										
	CARECE DE PLANTA TURISTICA										

O Y O	9. INFRAESTRUCTURA BASICA
	9.1 AGUA:
	POTABLE ENTUBADA TRATADA DE POZO NO EXISTE (X) OTROS
	9.2 ENERGIA ELECTRICA
SISTEMA INTERCONECTADO GENERADOR NO EXISTE (X) OTROS	
9.3 ALCANTARILLADO	
RED PUBLICA POZO CIEGO POZO SÉPTICO NO EXISTE (X) OTROS	
9.4 PRECIO	
SI NO ENTRADA LIBRE (X) OTROS	
10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS	
Nombres Cascada Clinka	
Distancia 100m	
S I G N I F I C A D O	11. DIFUSION DEL ATRACTIVO
	LOCAL (X)
	PROVINCIAL
	NACIONAL
	INTERNACIONAL

**MINISTERIO DE TURISMO
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS**

1. DATOS GENERALES:

1.1 ENCUESTADOR: Paula Pogo

1.2 FICHA N°09

1.3 SUPERVISOR EVALUADOR:

1.4 FECHA

1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Fábricas de molienda de caña
Elaboración Agroindustrial

1.6 CATEGORÍA: Manifestaciones culturales 1.7 TIPO: Etnográficas

1.8 SUBTIPO:

2. UBICACION:

2.1 PROVINCIA: El Oro

2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Zaruma

2.3 LOCALIDAD: Parroquia Guizhaguiña

2.4 CALLE:

2.5 NÚMERO:

2.6 LOCALIZACION GEOGRAFICA:

Latitud: 0647477

Longitud: 9608489

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Barrio Canelal

DISTANCIA: 600m

3.2 NOMBRE DEL POBLADO:

DISTANCIA:

C A L I D A D	V A L O R I N T R I N S E C O	4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO:	PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA:
		4.1 ALTURA 1016 (m.s.n.m) TEMPERATURA(°C) :	
		DESCRIPCIÓN BREVE DEL ATRACTIVO (VER METODOLOGÍA)	
		Existen 5 fábricas de molindas de caña de azúcar que se dedican a la elaboración de aguardiente artesanal, este proceso se lleva a cabo primeramente con la cosecha de la caña de azúcar luego se la transporta a mano hacia el trapiche a motor eléctrico empieza la extracción el jugo este pasa al sistema de fermentación en temporada de verano de 6 a 7 días de fermentación y en temporada de invierno por 2 o 3 días. Pasado este tiempo el jugo es colocado en grandes tanques de metal y estos introducidos en el horno sobre fuego del bagazo hasta que hierva por 60 minutos, el calor hace que el jugo se evapore y este vapor pase por una serpentina finalmente se condensa con agua como resultado final se obtiene el aguardiente, siendo este producto un motor económico importante para la parroquia, estas fábricas se encuentran en la vía que conduce a Portovelo- Salatí a unos 600m de distancia del barrio la chorrera.	

C A L	V A L O R	4. USOS (SIMBOLISMO): Atractivos de interés por la comercialización de aguardiente artesanal, genera flujo de turistas a nivel local y nacional.													
	E X T R I N S E C O														
	I	5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO:													
	D	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%;">5.1 ALTERADO</td> <td style="width: 33%;">5.2 NO ALTERADO</td> <td style="width: 33%;">5.3 CONSERVADO (X)</td> </tr> <tr> <td>5.4 DETERIORADO</td> <td>5.5 EN PROCESO DE DETERIORO</td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="3">5.5 CAUSAS:</td> </tr> </table>					5.1 ALTERADO	5.2 NO ALTERADO	5.3 CONSERVADO (X)	5.4 DETERIORADO	5.5 EN PROCESO DE DETERIORO		5.5 CAUSAS:		
5.1 ALTERADO	5.2 NO ALTERADO	5.3 CONSERVADO (X)													
5.4 DETERIORADO	5.5 EN PROCESO DE DETERIORO														
5.5 CAUSAS:															
A	D	6. ENTORNO													
	I	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%;">6.1 CONSERVADO (X)</td> <td style="width: 33%;">6.2 EN PROCESO DE DETERIORO</td> <td></td> </tr> <tr> <td>6.3 DETERIORADO</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="3">6.4 CAUSAS:</td> </tr> </table>					6.1 CONSERVADO (X)	6.2 EN PROCESO DE DETERIORO		6.3 DETERIORADO			6.4 CAUSAS:		
	6.1 CONSERVADO (X)	6.2 EN PROCESO DE DETERIORO													
6.3 DETERIORADO															
6.4 CAUSAS:															
D	ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS):														
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO															
		TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS	TRANSPORTE	FRECUENCIA	TEMPORALIDAD DE ACCESO								

A P O Y O			B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L		
	TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS						DIAS AL AÑO
		LASTRADO				AUTOMOVIL	X					
		EMPEDRADO				4X4						
		SENDERO				TREN						
	ACUATICO	MARITIMO				BARCO						DIAS AL MES
						BOTE						
		FLUVIAL				CANOA						
					OTROS							
	AEREO					AVION						HORAS AL DIA
						AVIONETA						
						HELICOPTEROS						
OBSERVACIONES: ACCESO LIBRE												

8. FACILIDADES TURISTICAS												
SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS	
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA			
	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas		
A	ALOJAMIENTO											
	ALIMENTACION											
	ESPARCIMIENTO											
	AGENCIAS DE VIAJE: CORREOS:	ALMACENES DE ARTESANIAS: TELEFONOS, FAX, TELEX :				OTROS:						
P	OBSERVACIONES:											
	CARECE DE PLANTA TURISTICA											

O Y O	9. INFRAESTRUCTURA BASICA
	9.1 AGUA:
	POTABLE ENTUBADA TRATADA (X) DE POZO NO EXISTE OTROS
	9.2 ENERGIA ELECTRICA
SISTEMA INTERCONECTADO (X) GENERADOR NO EXISTE OTROS	
9.3 ALCANTARILLADO	
RED PUBLICA POZO CIEGO POZO SÉPTICO (X) NO EXISTE OTROS	
9.4 PRECIO	
SI NO ENTRADA LIBRE (X) OTROS	
10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS	
Nombres Cascada la Chorrera Distancia 400m	
S I G N I F I C A D O	11. DIFUSION DEL ATRACTIVO
	LOCAL (X)
	PROVINCIAL
	NACIONAL
	INTERNACIONAL

**MINISTERIO DE TURISMO
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS**

1. DATOS GENERALES:

1.1 ENCUESTADOR: Paula Pogo

1.2 FICHA N°10

1.3 SUPERVISOR EVALUADOR:

1.4 FECHA

1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Gruta de la Virgen de los Remedios

1.6 CATEGORÍA: Manifestaciones culturales

1.7 TIPO: Históricas

1.8

SUBTIPO: Arquitectura Religiosa

2. UBICACION:

2.1 PROVINCIA: El Oro

2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Zaruma

2.3 LOCALIDAD: Parroquia Guizhaguiña

2.4 CALLE:

2.5 NÚMERO:

2.6 LOCALIZACION GEOGRAFICA:

Latitud: 0660698

Longitud: 9592187

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

3.1 NOMBRE DEL POBLADO:

DISTANCIA:

3.2 NOMBRE DEL POBLADO:

DISTANCIA:

C A L I D A D	V A L O R I N T R I N S E C O	4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO:	PRECIPITACIÓN
		4.1 ALTURA 1302 (m.s.n.m) TEMPERATURA(°C) :	PLUVIOMÉTRICA:
		DESCRIPCIÓN BREVE DEL ATRACTIVO (VER METODOLOGÍA)	
		La Gruta de la Virgen de los Remedios se encuentra ubicada a la entrada principal de la parroquia, la carretera que conduce hacia este lugar es de primer orden, la mismo que se encuentra al pie de la vía principal, muchos de sus fieles han depositado su fe en la intercesión de la Virgen de los Remedios obteniendo muchos milagros. Imagen que se venera en esta Gruta.	

C A L I F I C A C I O I D	V A L O R E X T R I N S E C O	<p>4. USOS (SIMBOLISMO):</p> <p>Atractivo que es visitado con frecuencia por turistas locales y nacionales, su entorno se encuentra conservado.</p>
	<p>5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO:</p> <p>5.1 ALTERADO 5.2 NO ALTERADO 5.3 CONSERVADO (X)</p> <p>5.4 DETERIORADO 5.5 EN PROCESO DE DETERIORO</p> <p>5.5 CAUSAS:</p>	

AEREO					AVION					HORAS AL DIA
					AVIONETA					
					HELICOPTEROS					
OBSERVACIONES:										
ACCESO LIBRE										

8. FACILIDADES TURISTICAS											
SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	
ALOJAMIENTO											
ALIMENTACION											
ESPARCIMIENTO											
AGENCIAS DE VIAJE:		ALMACENES DE ARTESANIAS:				OTROS:					
CORREOS:		TELEFONOS, FAX, TELEX :									
OBSERVACIONES:											
CARECE DE PLANTA TURISTICA											

O	9. INFRAESTRUCTURA BASICA
	9.1 AGUA: POTABLE ENTUBADA TRATADA (X) DE POZO NO EXISTE OTROS
Y	9.2 ENERGIA ELECTRICA SISTEMA INTERCONECTADO GENERADOR (X) NO EXISTE OTROS
	9.3 ALCANTARILLADO RED PUBLICA POZO CIEGO POZO SÉPTICO NO EXISTE OTROS
O	9.4 PRECIO SI NO ENTRADA LIBRE (X) OTROS
10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS	
Nombres Santuario Virgen de los Remedios Distancia 600m	
S I G N I F I C A D O	11. DIFUSION DEL ATRACTIVO
	LOCAL (X)
	PROVINCIAL
	NACIONAL
	INTERNACIONAL

**MINISTERIO DE TURISMO
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS**

1. DATOS GENERALES:

1.1 ENCUESTADOR: Paula Pogo

1.2 FICHA N°11

1.3 SUPERVISOR EVALUADOR:

1.4 FECHA

1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Santuario Virgen de los remedios
Arquitectura Religiosa

1.6 CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

1.7 TIPO: Históricas 1.8 SUBTIPO:

2. UBICACION:

2.1 PROVINCIA: El Oro

2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Zaruma

2.3 LOCALIDAD: Parroquia Guizhaguiña

2.4 CALLE:

2.5 NÚMERO:

2.6 LOCALIZACION GEOGRAFICA:

Latitud: 0661105

Longitud: 9591930

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

3.1 NOMBRE DEL POBLADO:

DISTANCIA:

3.2 NOMBRE DEL POBLADO:

DISTANCIA:

C A L L I D A D	V A L O R I N T R I N S E C O	4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO:	PRECIPITACIÓN
		4.1 ALTURA 1288 (m.s.n.m) TEMPERATURA(°C) :	PLUVIOMÉTRICA:
		DESCRIPCIÓN BREVE DEL ATRACTIVO (VER METODOLOGÍA)	
		El Santuario de la Virgen de los Remedios no existe una fecha exacta de su construcción, en sus principios ha sido una edificación de bareque, hoy en la actualidad ha sido completamente remodelado, tiene una capacidad aproximadamente para 250 personas está ubicado en la plaza central de la parroquia, a este lugar concurren cientos de peregrinos cada año, motivados por la fe, el amor y en espera de recibir un milagro. Las principales imágenes que se veneran son la Virgen de los Remedios, San Pedro y María Auxiliadora.	

C A L I F I C A C I O I D	V A L O R E X T R I N S E C O	<p>4. USOS (SIMBOLISMO):</p> <p>Atractivo que es considerado como patrimonio cultural de gran interés turístico, que es visitado por turistas locales, nacionales especialmente los fines de semana.</p>
	<p>5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO:</p> <p>5.1 ALTERADO 5.2 NO ALTERADO 5.3 CONSERVADO (X)</p> <p>5.4 DETERIORADO 5.5 EN PROCESO DE DETERIORO</p> <p>5.5 CAUSAS:</p>	

A	6. ENTORNO										
	6.1 CONSERVADO (X)			6.2 EN PROCESO DE DETERIORO							
D	6.3 DETERIORADO										
	6.4 CAUSAS:										
ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS):											
A P O Y O	7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO										
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD DE ACCESO
			B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L	
	TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS					DIAS AL AÑO
		LASTRADO				AUTOMOVIL	X				
		EMPEDRADO				4X4					
		SENDERO				TREN					
	ACUATICO	MARITIMO				BARCO					DIAS AL MES
						BOTE					
		FLUVIAL				CANOA					
					OTROS						

AEREO					AVION					HORAS AL DIA
					AVIONETA					
					HELICOPTEROS					
OBSERVACIONES:										
ACCESO LIBRE										

8. FACILIDADES TURISTICAS											
SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	No Establ	Plazas	
ALOJAMIENTO							1	6			
ALIMENTACION							3	128			
ESPARCIMIENTO											
AGENCIAS DE VIAJE:		ALMACENES DE ARTESANIAS:				OTROS:					
CORREOS:		TELEFONOS, FAX, TELEX :									
OBSERVACIONES:											

A

P

O Y O	9. INFRAESTRUCTURA BASICA
	9.1 AGUA:
	POTABLE ENTUBADA TRATADA (X) DE POZO NO EXISTE OTROS
	9.2 ENERGIA ELECTRICA
SISTEMA INTERCONECTADO (X) GENERADOR NO EXISTE OTROS	
9.3 ALCANTARILLADO	
RED PUBLICA (X) POZO CIEGO POZO SÉPTICO NO EXISTE OTROS	
9.4 PRECIO	
SI NO ENTRADA LIBRE (X) OTROS	
10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS	
Nombres Gruta de la Virgen de los Remedios	
Distancia 600m	
S I G N I F I C A D O	11. DIFUSION DEL ATRACTIVO
	LOCAL (X)
	PROVINCIAL
	NACIONAL
	INTERNACIONAL

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS		
Nombre del atractivo: Romería de la Virgen de los Remedios		
Jerarquía: II		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
Calidad	a) Valor intrínseco	10/15
	b) Valor extrínseco	10/15
	c) Entorno	6/10
	d) Estado de conservación y/u organización	8/10
Apoyo	a) Accesos	5/10
	b) Servicios	3/10
	c) Asociación con atractivos	1/5
		9/25
Significado	a) Local	2/2
	b) Provincial	3/4
	c) Nacional	2/7
	d) Internacional	0/12
		7/25
TOTAL		50/100

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS		
Nombre del atractivo: Santuario de la Virgen de los Remedios		
Jerarquía: II		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
Calidad	a) Valor intrínseco	8/15
	b) Valor extrínseco	7/15
	c) Entorno	6/10
	d) Estado de conservación y/u organización	8/10
		29/50
Apoyo	a) Accesos	9/10
	b) Servicios	3/10
	c) Asociación con atractivos	1/5
		13/25
Significado	a) Local	2/2
	b) Provincial	1/4
	c) Nacional	1/7
	d) Internacional	0/12
		4/25
TOTAL		46/100

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS		
Nombre del atractivo: Cascada el Chimbo		
Jerarquía: I		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
Calidad	a) Valor intrínseco	4/15
	b) Valor extrínseco	4/15
	c) Entorno	4/10
	d) Estado de conservación y/u organización	4/10
		20/50
Apoyo	a) Accesos	5/10
	b) Servicios	0/10
	c) Asociación con atractivos	1/5
	9/25	
Significado	a) Local	1/2
	b) Provincial	1/4
	c) Nacional	1/7
	d) Internacional	0/12
	3/25	
TOTAL		24/100

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS		
Nombre del atractivo: Cascada sin nombre		
Jerarquía: I		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
Calidad	a) Valor intrínseco	1/15
	b) Valor extrínseco	1/15
	c) Entorno	3/10
	d) Estado de conservación y/u organización	3/10
		8/50
Apoyo	a) Accesos	3/10
	b) Servicios	0/10
	c) Asociación con atractivos	1/5
		4/25
Significado	a) Local	1/2
	b) Provincial	0/4
	c) Nacional	0/7
	d) Internacional	0/12
		1/25
TOTAL		13/100

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS		
Nombre del atractivo: Cascada Misquillaku		
Jerarquía: I		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
Calidad	a) Valor intrínseco	4/15
	b) Valor extrínseco	4/15
	c) Entorno	4/10
	d) Estado de conservación y/u organización	4/10
Apoyo	a) Accesos	3/10
	b) Servicios	0/10
	c) Asociación con atractivos	2/5
		5/25
Significado	a) Local	1/2
	b) Provincial	1/4
	c) Nacional	0/7
	d) Internacional	0/12
		2/25
TOTAL		23/100

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS		
Nombre del atractivo: Cascada la Chorrera		
Jerarquía: I		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
Calidad	a) Valor intrínseco	1/15
	b) Valor extrínseco	1/15
	c) Entorno	3/10
	d) Estado de conservación y/u organización	3/10
Apoyo	a) Accesos	5/10
	b) Servicios	0/10
	c) Asociación con atractivos	2/5
Significado	a) Local	½
	b) Provincial	0/4
	c) Nacional	0/7
	d) Internacional	0/12
TOTAL		16/100

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS		
Nombre del atractivo: Cascada Clinka		
Jerarquía: I		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
Calidad	a) Valor intrínseco	5/15
	b) Valor extrínseco	5/15
	c) Entorno	3/10
	d) Estado de conservación y/u organización	5/10
		18/50
Apoyo	a) Accesos	3/10
	b) Servicios	0/10
	c) Asociación con atractivos	2/5
		5/25
Significado	a) Local	½
	b) Provincial	1/4
	c) Nacional	0/7
	d) Internacional	0/12
		2/25
TOTAL		25/100

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS		
Nombre del atractivo: Cascada de Cachos		
Jerarquía: I		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
Calidad	a) Valor intrínseco	5/15
	b) Valor extrínseco	5/15
	c) Entorno	2/10
	d) Estado de conservación y/u organización	1/10
		13/50
Apoyo	a) Accesos	5/10
	b) Servicios	0/10
	c) Asociación con atractivos	1/5
	6/25	
Significado	a) Local	1/2
	b) Provincial	1/4
	c) Nacional	0/7
	d) Internacional	0/12
	2/25	
TOTAL		20/100

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS		
Nombre del atractivo: Fábricas de molienda de caña de azúcar		
Jerarquía: I		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
Calidad	a) Valor intrínseco	5/15
	b) Valor extrínseco	5/15
	c) Entorno	4/10
	d) Estado de conservación y/u organización	3/10
		19/50
Apoyo	e) Accesos	6/10
	f) Servicios	0/10
	g) Asociación con atractivos	0/5
	6/25	
Significado	h) Local	½
	i) Provincial	1/4
	j) Nacional	0/7
	k) Internacional	0/12
	2/25	
TOTAL		25/100

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS		
Nombre del atractivo: Cascada Plano Rumi		
Jerarquía: I		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
Calidad	e) Valor intrínseco	5/15
	f) Valor extrínseco	5/15
	g) Entorno	2/10
	h) Estado de conservación y/u organización	3/10
Apoyo	d) Accesos	3/10
	e) Servicios	0/10
	f) Asociación con atractivos	0/5
		3/25
Significado	e) Local	1/1
	f) Provincial	1/4
	g) Nacional	0/7
	h) Internacional	0/12
		2/25
TOTAL		20/100

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS		
Nombre del atractivo: Petroglifos		
Jerarquía: I		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
Calidad	a) Valor intrínseco	5/15
	b) Valor extrínseco	3/15
	c) Entorno	
	d) Estado de conservación y/u organización	3/10
		1/10
		12/50
Apoyo	a) Accesos	3/10
	b) Servicios	0/10
	c) Asociación con atractivos	0/5
		3/25
Significado	a) Local	1/1
	b) Provincial	1/4
	c) Nacional	
	d) Internacional	0/7
		0/12
		2/25
TOTAL		17/100

**ENCUESTA PARA DETERMINAR EL PERFIL DEL TURISTA****CONFIDENCIALIDAD**

Toda información proporcionada por Usted es estrictamente confidencial; por lo tanto, no se difundirá en forma individual, ni tampoco podrá utilizarse para fines tributarios u otros que no sean estadísticos.

A. DATOS DE LA ENCUESTA	
1.N° de formulario	
B. INFORMACION GENERAL	
2.-Cual es su nacionalidad	
3.-Cual es su ciudad de residencia habitual	
4.-¿Qué día arribó?	
5.-¿Qué día salió?	
6.-Es usted residente de la parroquia	SI () NO ()
7.-Cual es su situación ocupacional	
1) Dirección de las empresas y administraciones publicas	7) Fuerzas armadas
2)Técnicos y profesionales científicos e intelectuales	8) Desempleado
3)Empleados de tipo administrativo	9) Ama de casa
4)Trabajadores de los servicios de restauración y comercio	10) Jubilado/Retirado/Pensionista
5)Artesanos y trabajadores cualificados de las industrias	11) Estudiante
6) trabajadores no cualificados	12)Otros (especifique)
8.- ¿Cual es su nivel de instrucción?	
Sin instrucción ()	Secundaria ()
Primaria ()	Superioro postgrado ()
C. DATOS DEL VIAJE TURISTICO	
	SI () NO ()
10.- Cual fue el principal motivo de este viaje (marcar una sola respuesta)	
1) Vacación, recreo y ocio ()	10.- Que lugares turísticos de la parroquia visitó? (mencionalos)
2)Visita a familiares o amigos ()	
3) Educación y formación ()	
4)Atención médica y de salud	
5) Religión y peregrinaciones	
6) Compras	
7) Transito	
8) Otros motivos (especificar)	
11.-¿Con que frecuencia visita la parroquia?	
1) Entre semana	3)Feriados
2) Fines de semana	4) De manera eventual
12.- ¿Cual es el medio de transporte para llegar y salir del destino?	
Medio de transporte	1.IDA 2. REGRESO
1)Transporte publico carretera	
2) Movilidad propia (terrestre)	
3)Otros especifique	
13.- Forma de viajar	
1.Solo 2.ACOMPAÑADO	
14.-¿Cuanto duro la visita al destino?	
15. Indique el N° de noches según el alojamiento utilizado en su visita a la parroquia	
	SI NO N° de noches
Alojamiento	
Hotel o similar	
Viv. Familiar	
Vivienda propia/amigos	
Vivi. Alquilada	
otros especifique	
16.¿ Cual fue la principal localidad visitada en el destino?	
17.¿ En este viaje fue la parroquia Guizhaguña la única visitada?	
Si No	
18. ¿Indique otras localidades visitadas o por visitar en este viaje?	

19. Quien financió este viaje				
1) El viaje lo financio con su propio dinero o con dinero del hogar donde reside	3) Las dos anteriores			
2) Fue pagado por una institución	4) Desconoce quien lo financió			
5) Otros (especificar)				
20. ¿Como organizó su viaje?				
1) Paquete turistico comprado en el pais de residencia a una agencia de viajes				
2) Paquete turistico comprado en el pais de visita a una agencia de viajes				
3) El viaje lo oraganizó por propia ceunta, sin usar el paquete turistico				
4) Otros (especificar)				
21. ¿Qué tipos de servicios comprendió el paquete turistico comprado?				
1) Alojamiento	5) tours			
2) Transporte de ida	6) Traslado dentro/fuera			
3) Transporte de retorno	7) Seguro			
4) Alimentos y bebidas	8) Otros			
22. En este viaje ¿Cuál fue el gasto de cada artículo/servicio?				
Artículo/ servicio	1. SI USO	2. NO USO	3. NO SABE	VALOR
Paquete turistico				
Alojamiento				
Hotel o similar				
Casa, apartamento, camping arrendado				
otros especifique				
Trasporte				
transporte terrestre				
alquiler de vehiculos				
Gasolina o combustible				
Otros servicios de transporte				
Alimentos y bebidas				
En restaurantes				
Fuera de restaurantes				
Servicios culturales				
Servicios deportivos				
Souvenirs, regalo y artesanias				
Otros (lavanderia, peluqueria, otro)				
Otros gastos relacionados al viaje				
TOTAL				
23. ¿Que actividades le faltan al destino para mejorar?				
1) Aviturismo	4) senderismo			
2) Turismo de aventura	5) camping			
3) ecoturismo	6) deportes			
	7) fiestas			
24. Califique la calidad del servicio recibido en el destino?				
1. Malo	2. Regular	3. Bueno	4. Muy bueno	5. Excelente

RECURSO MEDIO 1.1 INVENTARIO Y JERARQUIZACION DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
CANTIDAD	RECURSOS	VALOR UNIT.	INVERSIÓN EN \$
1	Técnico capacitado	600	600
	TOTAL		600
RECURSO MEDIO 1.2 ESTUDIO DE EVALUACION Y FACTIBILIDAD			
CANTIDAD	RECURSOS	VALOR UNIT.	INVERSIÓN EN \$
1	Técnico capacitado	3.000	3.000
	TOTAL		3.000
RECURSO MEDIO 1.3 DISEÑO DEL CIRCUITO TURÍSTICO			
CANTIDAD	RECURSOS	VALOR UNIT.	INVERSIÓN EN \$
1	Material didáctico	120	120
	TOTAL		120
RECURSO MEDIO 1.4 SOCIALIZACIÓN CON LAS PERSONAS INVOLUCRADAS CUYOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS SE ENCUENTRAN DENTRO DE SUS PROPIEDADES.			
CANTIDAD	RECURSOS	VALOR UNIT.	INVERSIÓN EN \$
1	Equipo técnico	5.000	5.000
	TOTAL		5.000
RECURSO MEDIO 1.5 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD			
CANTIDAD	RECURSOS	VALOR UNIT.	INVERSIÓN EN \$
2000	Trípticos	0,08	160
2000	Hojas volantes	0,04	80
	TOTAL		240

Fuente y Elaboración: La autora, 2016

RECURSO MEDIO 2.1 CREACIÓN DE LA PÁGINA WEB.			
CANTIDAD	RECURSOS	VALOR UNIT.	INVERSIÓN EN \$
1	Página web (creación y mantenimiento)	1.300	1.300
	TOTAL		1.300
RECURSO MEDIO 2.2 USO DE LAS TIC Y PÁGINA WEB PARA DIFUNDIR INFORMACIÓN DE FESTIVIDADES, EVENTOS QUE SE PRESENTEN.			
CANTIDAD	RECURSOS	VALOR UNIT.	INVERSIÓN EN \$
1	Personal capacitado en uso de las TIC	200	200
	TOTAL		200
RECURSO MEDIO 2.3 EXPOSICIONES EN FERIAS Y EVENTOS TURÍSTICOS.			
CANTIDAD	RECURSOS	VALOR UNIT.	INVERSIÓN EN \$
1	Material publicitario	1.384	1.384
1	Expositor	150	150
1	Stand	300	300
	TOTAL		1.834
RECURSO MEDIO 2.4 SPOT PUBLICITARIOS DE RADIO Y TELEVISIÓN			
CANTIDAD	RECURSOS	VALOR UNIT.	INVERSIÓN EN \$
1	Cuñas televisivas (22 spots publicitarios)	400	400
6	Cuñas radiales (105 repeticiones mensuales)	75	450
	TOTAL		850
RECURSO MEDIO 2.5 VIDEOS PROMOCIONALES DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA.			
CANTIDAD	RECURSOS	VALOR UNIT.	INVERSIÓN EN \$
1	Técnico audio visual	1.000	1.000
	TOTAL		1.000
RECURSO MEDIO 2.6 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD			
CANTIDAD	RECURSOS	VALOR UNIT.	INVERSIÓN EN \$
3000	Trípticos	0,08	240
3000	Hojas volantes	0,04	120
300	Guías Turísticas	7,00	2.100
1	Vallas publicitarias	260	260
300	Mapas turísticos	0,16	48
	TOTAL		2.768

Fuente y Elaboración: La autora, 2016

RECURSO MEDIO 3.1 CAPACITAR EN USO DE LAS REDES SOCIALES			
CANTIDAD	RECURSOS	VALOR UNIT.	INVERSIÓN EN \$
3	Capacitador	100	300
1	Material didáctico	50	50
	TOTAL		350
RECURSO MEDIO 3.2 CAPACITACIÓN EN ATENCIÓN Y COMUNICACIÓN AL CLIENTE.			
CANTIDAD	RECURSOS	VALOR UNIT.	INVERSIÓN EN \$
2	Capacitador	100	200
1	Material didáctico	50	50
	TOTAL		250
RECURSO MEDIO 3.3 SOCIALIZACIÓN DE PRÁCTICAS AMBIENTALES EN LA OFERTA TURÍSTICA.			
CANTIDAD	RECURSOS	VALOR UNIT.	INVERSIÓN EN \$
2	Capacitador	100	200
1	Material didáctico	50	50
	TOTAL		250
RECURSO MEDIO 3.4 CAPACITACIÓN EN GUIANZA TURÍSTICA.			
CANTIDAD	RECURSOS	VALOR UNIT.	INVERSIÓN EN \$
3	Capacitador	150	450
3	Material didáctico	100	300
	TOTAL		750

Fuente y Elaboración: La autora, 2016

RECURSO MEDIO 4.1 FORMACIÓN DE GUÍAS LOCALES.			
CANTIDAD	RECURSOS	VALOR UNIT.	INVERSIÓN EN \$
3	Capacitador	150	450
3	Material didáctico	50	150
	TOTAL		600
RECURSO MEDIO 4.2 PROGRAMAS Y EVENTOS CULTURALES.			
CANTIDAD	RECURSOS	VALOR UNIT.	INVERSIÓN EN \$
4	Evento deportivo	300	1.200
1	Feria gastronómica	2.000	2.000
1	Festividades por carnaval	8.000	8.000
	TOTAL		11.200

Fuente y Elaboración: La autora, 2016

RECURSO MEDIO 5.1 CAPACITACIÓN EN POLÍTICAS Y LÍNEAS DE CRÉDITO PARA EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS.			
CANTIDAD	RECURSOS	VALOR UNIT.	INVERSIÓN EN \$
1	Capacitador	100	100
1	Material didáctico	100	100
	TOTAL		200
RECURSO MEDIO 5.2 CAPACITACIÓN TÉCNICA EN EMPRENDIMIENTOS DE PROYECTOS TURÍSTICOS.			
CANTIDAD	RECURSOS	VALOR UNIT.	INVERSIÓN EN \$
3	Capacitador	150	450
3	Material didáctico	100	300
	TOTAL		750

Fuente y Elaboración: La autora, 2016

RECURSO MEDIO 6.1 DISEÑO DE SENDEROS TURÍSTICOS			
CANTIDAD	RECURSOS	VALOR UNIT.	INVERSIÓN EN \$
1	Técnico de turismo	2.500	2.500
	TOTAL		2.500
RECURSO MEDIO 6.2 COLOCACIÓN DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA EN LOS ATRACTIVOS E INFORMACIÓN DE PLANTA TURÍSTICA.			
CANTIDAD	RECURSOS	VALOR UNIT.	INVERSIÓN EN \$
	Letreros informativos	6.000	6.000
	Mano de obra en la colocación de letreros	3.000	3.000
	TOTAL		9.000
RECURSO MEDIO 6.3 IMPLEMENTACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE TURISMO EN LA PARROQUIA GUIZHAGUIÑA			
CANTIDAD	RECURSOS	VALOR UNIT.	INVERSIÓN EN \$
	Arriendo de local	100	100
	Implementación de muebles y enseres de oficina	3.000	3.000
	Decoración adecuada	2.000	2000
	Implementación de equipos de oficina	2.500	2.500
	TOTAL		7.600

Fuente y Elaboración: La autora, 2016

RECURSO MEDIO 7.1 CAPACITACIÓN A SERVIDORES PÚBLICOS RELACIONADOS A LA GESTIÓN TURÍSTICA.			
CANTIDAD	RECURSOS	VALOR UNIT.	INVERSIÓN EN \$
3	Capacitador	150	450
2	Material didáctico	50	100
	TOTAL		550
RECURSO MEDIO 7.2 ESTABLECER POLÍTICAS Y NORMATIVAS EN BENEFICIO DEL TURISMO.			
CANTIDAD	RECURSOS	VALOR UNIT.	INVERSIÓN EN \$
3	Capacitaciones	150	450
2	Material didáctico	100	100
	TOTAL		550
RECURSO MEDIO 7.3 ALIANZAS ESTRATÉGICAS CON UNIVERSIDADES SOBRE PROYECTOS TURÍSTICOS, CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y CAPACITACIÓN EN SERVICIOS.			
CANTIDAD	RECURSOS	VALOR UNIT.	INVERSIÓN EN \$
3	Talleres de socialización	100	300
	TOTAL		300

Fuente y Elaboración: La autora, 2016