



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

*La Universidad Católica de Loja*

## **ÁREA ADMINISTRATIVA**

**TITULACIÓN DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**Análisis del perfil del visitante, potencial turístico del cantón Saraguro y su  
promoción turística.**

**TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN**

**AUTORA:** Ruales Torres, Verónica Gabriela

**DIRECTOR:** Suasnavas Rodríguez, María Gabriela, Lcda.

**CENTRO UNIVERSITARIO LOJA**

**2015**

## APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN

Licenciada.

María Gabriela Suasnavas Rodríguez

**DOCENTE DE LA TITULACIÓN**

De mi consideración:

El presente trabajo de fin de titulación: **Análisis del perfil del visitante, potencial turístico del cantón Saraguro y su promoción turística** realizado por Verónica Gabriela Ruales Torres, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, marzo de 2015.

f).....

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo Verónica Gabriela Ruales Torres declaro ser la autora del presente trabajo de fin de titulación: **Análisis del perfil del visitante, potencial turístico del cantón Saraguro y su promoción turística**, de la Titulación de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, siendo María Gabriela Suasnavas Rodríguez 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 o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f).....

Autora: Verónica Gabriela Ruales Torres

Cédula: 1104872161

## **DEDICATORIA**

A Dios, por guiarme en cada momento de mi vida y permitirme llegar a este instante tan importante. Por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido el soporte fundamental en el transcurso de mis estudios.

Agradecer hoy y siempre a mi familia por los esfuerzos realizados. De manera especial a mis padres por haberme formado con buenos sentimientos, hábitos y valores. A mis hermanos que con su comprensión y cariño me han sabido dar la fortaleza necesaria para seguir adelante. Es por ellos que he conseguido este triunfo tan anhelado, los amo con mi vida.

A todos ustedes con mucho cariño.

**Verónica Ruales**

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente agradezco a Dios por permitirme estar junto a los seres más importantes de mi vida, mi familia. Gracias a ellos he podido culminar con éxito este reto profesional.

A la Universidad Técnica Particular de Loja, de manera especial a la titulación de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras y a todos los profesores y compañeros, por haber compartido conmigo el aprendizaje en esta etapa de formación personal, académica y profesional.

Gracias de todo corazón a aquellas personas que me supieron ayudar y orientar en el transcurso de este proyecto, de manera especial para:

La Lcda. María Gabriela Suasnavas Rodríguez, directora de mi tesis, que me ha ayudado en la elaboración y consecución de la misma, por todo el apoyo brindado, por su calidad humana y por su guianza en este proceso. Así mismo a los delegados del tribunal Mgs. Estefanía Sánchez y Mgs. Christian Viñán por dedicarme su tiempo, sus herramientas y su espacio.

También dejo constancia de mi gratitud al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural de Saraguro, que me brindó su apoyo incondicional en la ejecución del presente proyecto, que constituirá un apoyo importante para el desarrollo turístico del cantón.

A todos ellos mis más sinceros agradecimientos.

## ÍNDICE

PORTADA .....	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN .....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
ÍNDICE .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
RESUMEN.....	1
ABSTRACT .....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>5</b>
DIAGNÓSTICO DEL ÁREA DE ESTUDIO.....	5
1.1. Ámbito físico espacial .....	6
1.1.1. Ubicación y límites. ....	6
1.1.2. Superficie y extensión. ....	6
1.1.3. Hidrografía. ....	6
1.1.4. Características climáticas.....	7
1.2. Ámbito socio cultural .....	7
1.2.1. Población. ....	7
1.2.2. Grupos étnicos .....	8
1.2.3. Educación. ....	8
1.2.3.1. <i>Establecimientos educativos</i> . ....	9
1.2.3.2. <i>Analfabetismo</i> . ....	9
1.2.4. Salud.....	10
1.2.4.1. <i>Número de hospitales, centros, subcentros y puestos de salud</i> . ....	10
1.2.4.2. <i>Natalidad</i> .....	10
1.2.4.3. <i>Mortalidad</i> . ....	10
1.2.4.4. <i>Vivienda</i> . ....	11
1.2.5. Migración externa e interna. ....	11
1.2.6. Indicadores de desarrollo humano y pobreza.....	11
1.3. Ámbito ecológico territorial .....	12
1.3.1. Condiciones ambientales. ....	12
1.3.2. Ecosistemas.....	13
1.3.2.1. <i>Flora</i> .....	13
1.3.2.2. <i>Fauna</i> .....	14
1.4. Ámbito económico productivo .....	14
1.4.1. Contexto económico local. ....	15
1.4.1.1. <i>Estructura productiva</i> . ....	15
1.4.2. Sector productivo primario. ....	15
1.4.2.1. <i>Agricultura</i> .....	16
1.4.2.2. <i>Ganadería</i> . ....	16
1.4.2.3. <i>Otros</i> . ....	17
1.4.3. Sector productivo secundario.....	17
1.4.3.1. <i>Industria</i> . ....	17
1.4.3.2. <i>Artesanías</i> .....	18

1.4.4.	Sector productivo técnico.....	19
1.4.4.1.	<i>Comercio</i> .....	20
1.4.4.2.	<i>Transporte</i> .....	20
1.4.4.3.	<i>Desarrollo turístico</i> .....	21
1.5.	Político administrativo.....	22
1.5.1.	Estructura política administrativa de la institución pública.....	23
1.5.2.	Mapeo de actores.....	23
<b>CAPÍTULO II</b>	.....	24
<b>ANÁLISIS DEL PERFIL DEL VISITANTE Y POTENCIAL TURÍSTICO DEL CANTÓN SARAGURO</b>		
	SARAGURO.....	24
2.1.	Visitante nacional.....	25
2.1.1.	Psicología del visitante nacional.....	25
2.1.2.	Situación económica del visitante nacional.....	27
2.2.	Visitante extranjero.....	28
2.2.1.	Psicología del visitante extranjero.....	28
2.2.2.	Situación económica del visitante extranjero.....	30
	Investigación de campo.....	35
2.3.	Potencial Turístico del cantón Saraguro.....	55
2.3.1.	Atractivos turísticos del cantón Saraguro.....	55
2.3.1.1.	<i>Inventario de los atractivos turísticos del cantón Saraguro</i> .....	56
2.3.1.2.	<i>Matriz del perfil competitivo de los atractivos turísticos del cantón Saraguro</i> .....	80
2.3.2.	Identidad y tradiciones.....	85
<b>CAPÍTULO III</b>	.....	98
<b>PROPUESTA PARA FOMENTAR LA ACCIÓN PARTICIPATIVA ENTRE LA COMUNIDAD Y EL GOBIERNO LOCAL</b>		
	.....	98
3.1.	Cultura.....	99
3.1.1.	Valores culturales.....	99
3.2.	Líneas de acción.....	101
3.2.1.	Planificación participativa de comunidades y gobierno local.....	101
<b>CAPÍTULO IV</b>	.....	109
<b>PROPUESTA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LOS ATRACTIVOS</b>		
	.....	109
4.1.	Plan y estrategias de promoción turística.....	110
	Conclusiones.....	119
	Recomendaciones.....	120
	Bibliografía.....	121
<b>ANEXOS</b>	.....	124
ANEXO 1	.....	124
ANEXO 2	.....	130
ANEXO 3	.....	134

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla Nº 1</b>	Migración externa del cantón Saraguro.....	11
<b>Tabla Nº 2</b>	Otros sectores .....	17
<b>Tabla Nº 3</b>	Mapeo de los tipos de actores del cantón Saraguro.....	23
<b>Tabla Nº 4</b>	Principales países emisores .....	32
<b>Tabla Nº 5</b>	Residencia habitual.....	36
<b>Tabla Nº 6</b>	Día que arribó .....	39
<b>Tabla Nº 7</b>	Día que salió.....	40
<b>Tabla Nº 8</b>	Lugares turísticos que visitó.....	43
<b>Tabla Nº 9</b>	Gasto de cada artículo / servicio .....	49
<b>Tabla Nº 10</b>	Calificación del servicio recibido en el destino .....	51
<b>Tabla Nº 11</b>	Perfil del turista del cantón Saraguro .....	53
<b>Tabla Nº 12</b>	Inventario de atractivos turísticos “Vivienda de los indígenas Saraguros” .....	56
<b>Tabla Nº 13</b>	Inventario de atractivos turísticos “Iglesia Matriz de Saraguro” .....	57
<b>Tabla Nº 14</b>	Inventario de atractivos turísticos “Bosque Protector Washapamba”.....	58
<b>Tabla Nº 15</b>	Inventario de atractivos turísticos “Laguna de Chinchilla”.....	59
<b>Tabla Nº 16</b>	Inventario de atractivos turísticos “Cerro de Arcos”.....	60
<b>Tabla Nº 17</b>	Inventario de atractivos turísticos “Paredones de los Incas”.....	61
<b>Tabla Nº 18</b>	Inventario de atractivos turísticos “León Dormido” .....	62
<b>Tabla Nº 19</b>	Inventario de atractivos turísticos “Lagunas de Chayazapa” .....	63
<b>Tabla Nº 20</b>	Inventario de atractivos turísticos “Valle de Zapotepamba” .....	64
<b>Tabla Nº 21</b>	Inventario de atractivos turísticos “Ingapirca de Saraguro” .....	65
<b>Tabla Nº 22</b>	Inventario de atractivos turísticos “Plazoleta del Barrio Sucre” .....	66
<b>Tabla Nº 23</b>	Inventario de atractivos turísticos “Parque la Madre” .....	67
<b>Tabla Nº 24</b>	Inventario de atractivos turísticos “El Salado” .....	68
<b>Tabla Nº 25</b>	Inventario de atractivos turísticos “Indumentaria de la Etnia Saraguro” .....	69
<b>Tabla Nº 26</b>	Inventario de atractivos turísticos “Sombreros de lana”.....	70
<b>Tabla Nº 27</b>	Inventario de atractivos turísticos “Telares de la Comunidad las Lagunas” .....	71
<b>Tabla Nº 28</b>	Inventario de atractivos turísticos “Artesanías: Orfebrería” .....	72
<b>Tabla Nº 29</b>	Inventario de atractivos turísticos “Cerámicas de Gunudel” .....	73
<b>Tabla Nº 30</b>	Inventario de atractivos turísticos “San Antonio de Cumbe” .....	74
<b>Tabla Nº 31</b>	Inventario de atractivos turísticos “Virgen de la Cascada” .....	75
<b>Tabla Nº 32</b>	Inventario de atractivos turísticos “Baño del Inca” .....	76
<b>Tabla Nº 33</b>	Inventario de atractivos turísticos “Parque de las Culturas” .....	77
<b>Tabla Nº 34</b>	Atractivos turísticos “Taita Puglla” .....	78
<b>Tabla Nº 35</b>	Atractivos turísticos “Laguna de Condorshillu” .....	79
<b>Tabla Nº 36</b>	Matriz del perfil competitivo de los atractivos turísticos del cantón Saraguro ..	81
<b>Tabla Nº 37</b>	Matriz del perfil competitivo de los atractivos turísticos del cantón Saraguro ..	81
<b>Tabla Nº 38</b>	Matriz del perfil competitivo de los atractivos turísticos del cantón Saraguro ..	82
<b>Tabla Nº 39</b>	Matriz del perfil competitivo de los atractivos turísticos del cantón Saraguro ..	82
<b>Tabla Nº 40</b>	Matriz del perfil competitivo de los atractivos turísticos del cantón Saraguro ..	83
<b>Tabla Nº 41</b>	Posición competitiva .....	84
<b>Tabla Nº 42</b>	Plan participativo de comunidades y gobierno local – Objetivo 1 .....	103
<b>Tabla Nº 43</b>	Plan participativo de comunidades y gobierno local – Objetivo 2 .....	105
<b>Tabla Nº 44</b>	Plan participativo de comunidades y gobierno local – Objetivo 3 .....	106

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura Nº 1</b>	Visitante extranjero.....	28
<b>Figura Nº 2</b>	Atractivos del Cantón Saraguro.....	55
<b>Figura Nº 3</b>	Vivienda de los indígenas Saraguros .....	56
<b>Figura Nº 4</b>	Iglesia Matriz de Saraguro.....	57
<b>Figura Nº 5</b>	Bosque Protector Washapamba.....	58
<b>Figura Nº 6</b>	Lagunas de Chinchilla .....	59
<b>Figura Nº 7</b>	Cerro de Arcos .....	60
<b>Figura Nº 8</b>	Paredones de los Incas.....	61
<b>Figura Nº 9</b>	León Dormido.....	62
<b>Figura Nº 10</b>	Lagunas de Chayazapa.....	63
<b>Figura Nº 11</b>	Valle de Zapotepamba .....	64
<b>Figura Nº 12</b>	Ingapirca de Saraguro.....	65
<b>Figura Nº 13</b>	Plazoleta del Barrio Sucre .....	66
<b>Figura Nº 14</b>	Parque la Madre.....	67
<b>Figura Nº 15</b>	El Salado.....	68
<b>Figura Nº 16</b>	Indumentaria de la Etnia Saraguro .....	69
<b>Figura Nº 17</b>	Sombreros de lana .....	70
<b>Figura Nº 18</b>	Telares de la Comunidad las Lagunas .....	71
<b>Figura Nº 19</b>	Artesanías: Orfebrería .....	72
<b>Figura Nº 20</b>	Cerámicas de Gunudel.....	73
<b>Figura Nº 21</b>	San Antonio de Cumbe .....	74
<b>Figura Nº 22</b>	Virgen de la Cascada .....	75
<b>Figura Nº 23</b>	Baño del Inca .....	76
<b>Figura Nº 24</b>	Parque de las Culturas.....	77
<b>Figura Nº 25</b>	Taita Puglla .....	78
<b>Figura Nº 26</b>	Laguna Condorshillu .....	79
<b>Figura Nº 27</b>	Música y Danza.....	88
<b>Figura Nº 28</b>	Kulla Raymi .....	90
<b>Figura Nº 29</b>	Vestimenta .....	92
<b>Figura Nº 30</b>	Artesanías .....	93
<b>Figura Nº 31</b>	Gastronomía .....	94
<b>Figura Nº 32</b>	Gastronomía .....	97
<b>Figura Nº 33</b>	Gastronomía .....	97
<b>Figura Nº 34</b>	Tríptico portada .....	114
<b>Figura Nº 35</b>	Tríptico contraparte .....	115
<b>Figura Nº 36</b>	Separador de libros – portada y contraparte.....	116
<b>Figura Nº 37</b>	Valla publicitaria .....	117
<b>Figura Nº 38</b>	Investigación de campo.....	134
<b>Figura Nº 39</b>	Investigación de campo.....	134
<b>Figura Nº 40</b>	Investigación de campo.....	135
<b>Figura Nº 41</b>	Investigación de campo.....	135
<b>Figura Nº 42</b>	Investigación de campo.....	136
<b>Figura Nº 43</b>	Investigación de campo.....	136

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico N° 1</b>	Nacionalidad.....	35
<b>Gráfico N° 2</b>	Sexo .....	37
<b>Gráfico N° 3</b>	Estado Civil.....	38
<b>Gráfico N° 4</b>	Rango de edad .....	38
<b>Gráfico N° 5</b>	Situación ocupacional.....	41
<b>Gráfico N° 6</b>	Nivel de instrucción.....	41
<b>Gráfico N° 7</b>	Visita a la parroquia / cantón.....	42
<b>Gráfico N° 8</b>	Motivo de la visita. ....	42
<b>Gráfico N° 9</b>	Frecuencia de la visita .....	44
<b>Gráfico N° 10</b>	Medio de transporte para llegar y salir del destino turístico.....	44
<b>Gráfico N° 11</b>	Formas de viajar. ....	45
<b>Gráfico N° 12</b>	Permanencia de la visita.....	45
<b>Gráfico N° 13</b>	Tipo de alojamiento utilizado en la parroquia / cantón.....	46
<b>Gráfico N° 14</b>	Principal localidad visitada en el destino.....	46
<b>Gráfico N° 15</b>	¿En este viaje fue la parroquia / cantón la única visitada?.....	47
<b>Gráfico N° 16</b>	Otras localidades visitadas o por visitar en este viaje .....	47
<b>Gráfico N° 17</b>	Financiamiento del viaje. ....	48
<b>Gráfico N° 18</b>	Utilización de agencias de viajes. ....	48
<b>Gráfico N° 19</b>	Actividades que le hacen falta al destino para mejorar. ....	50

## RESUMEN

El presente proyecto denominado: “Análisis del perfil del visitante, potencial turístico del cantón Saraguro y su promoción turística”; tiene como prioridad realizar un estudio de la situación actual del lugar en sus diferentes ámbitos, para de esta manera contar con una base sólida de información. También realizar un estudio del tipo de viajero que visita el cantón para determinar sus gustos y preferencias, con esto aprovechar el potencial turístico considerando las necesidades de los visitantes nacionales y extranjeros con fines turísticos.

El proyecto está basado en cuatro capítulos, el primero consiste en realizar un análisis situacional del cantón, en el segundo se determina el perfil del visitante mediante un estudio de campo y con la aplicación de la encuesta, misma que fue aprovechada en los meses de septiembre, octubre y noviembre cuando hay más afluencia de turistas debido a la temporada de vacaciones. En el tercer capítulo se plantea una planificación participativa del gobierno local y de la comunidad en general, finalmente en el cuarto capítulo se presenta una promoción turística de los atractivos naturales y culturales.

**Palabras clave:** Turismo, perfil del visitante, potencial, promoción, atractivos naturales y culturales.

## ABSTRACT

The present project entitled "Analysis of the visitor profile, tourist potential of the canton of Saraguro and its tourism promotion"; aims to make a study of the current situation of this place in different fields, thereby counting with a solid base of information. Also, make a study regarding the kind of traveler who visits the canton, in order to determine their likes and preferences, and harness the tourist potential considering the needs of domestic and foreign visitors for tourism purposes.

The project is based on four chapters, the first chapter consists of a situational analysis of the canton, in the second chapter the visitor profile is determined through a field study and the application of the survey, which was applied in the months of September October and November, when exists more influx of tourists due to the holiday season. In the third chapter, a participatory planning of local government and the community is made, in general. Finally, in the fourth chapter a tourist promotion of natural and cultural attractions is presented.

**Keywords:** tourism, visitor profile, potential, promotion, natural and cultural attractions.

## INTRODUCCIÓN

El turismo es mucho más importante que una industria mundial, representa a una gran población móvil y en continuo crecimiento. Es un gran fenómeno con alcances económicos y sociales. En muchos países se ha convertido en la principal plataforma de desarrollo, mediante la creación de empleo y generación de divisas.

A un país no se lo conoce a través de sus principales centros urbanos sino de una autenticidad natural y cultural. Es el caso de Ecuador, para conocer estos dones que mantiene este territorio, hay que dirigirse a las regiones que han guardado las tradiciones naturales y culturales de un pueblo y esto aún se puede encontrar en Saraguro Provincia de Loja.

Saraguro posee una cultura autóctona y respetuosa de las creencias religiosas, es un pueblo que sabe agradecer a Dios. Es único y de gran sincretismo por la vida.

Día a día se evidencia la presencia de visitantes tanto nacionales como extranjeros.

Pero para una obtención de buenos resultados, se necesita de la coordinación de los sectores públicos y privados. Los gobiernos receptores son quienes tienen la obligación de actuar como buenos anfitriones de sus visitantes, pero no siempre se entiende ya que las acciones y las políticas pueden ser inadecuadas.

Existen factores como la falta de conocimiento del sistema turístico, falta de conocimiento de los recursos turísticos, desorganización e interés individualizado de ciertos sectores, escaso levantamiento de información en cuanto a las necesidades del visitante, mismos que impiden el desarrollo y progreso del cantón. No se toman en cuenta los recursos que pueden ser explotados y en los que se puede realizar diferentes actividades como religiosas, de aventura, de salud, de naturaleza y comunitario. Todas ellas dirigidas a locales, nacionales y extranjeros.

La problemática de falta de información en cuanto a las necesidades del visitante, falta de conocimiento de los recursos turísticos por parte de sus habitantes, será analizada con el fin de plantear alternativas que contribuyan a una oportuna solución, para ello se identificará el potencial turístico, se analizarán las necesidades del visitante y se promocionará turísticamente al sector.

Así mismo, surge una inspiración por aportar al desarrollo del turismo natural y cultural del cantón Saraguro. Con esta acción se beneficiará directamente al pueblo en general, a los prestadores de los servicios, a las instituciones intervinientes, al sector comercial. Esto permitirá establecer las bases necesarias para que la población de forma autónoma y acorde al medio y recursos naturales y culturales que posee, pueda promocionarlos y prepararlos como atractivos de interés para futuras visitas turísticas; de la misma forma, la información documentada será de beneficio porque aportará como fuente de consulta bibliográfica para la comunidad local, y como base informativa para expertos en el ámbito cultural interesados en profundizar en el tema.

Para cumplir con la siguiente investigación planteada se debe aplicar diferentes métodos y técnicas.

Para dar cumplimiento al primer objetivo es necesario aplicar el método descriptivo y analítico. El método descriptivo ayudará a describir la situación actual del cantón. Esto gracias a las salidas de campo para comprobar y verificar dicha situación. El método analítico para analizar e identificar los actores de turismo local y atractivos turísticos que posee el lugar de estudio, procediendo a levantar la línea de base.

En el cumplimiento del segundo objetivo es utilizar el método analítico para analizar el tipo de turista que visita el lugar y la información obtenida de sus necesidades. De la misma manera identificar el potencial turístico. Esto surge con las salidas de campo.

Por su parte el método inductivo servirá para formular una propuesta de participación, capacitación y concienciación a los que estén inmersos en el ámbito turístico.

El cuarto objetivo es cumplir mediante la utilización del método deductivo alternativas para realizar la promoción turística del lugar de estudio.

**CAPÍTULO I**  
**DIAGNÓSTICO DEL ÁREA DE ESTUDIO**

Con el fin de llevar a cabo la investigación, es necesario contar con información general del Cantón, de esta manera se pueda identificar diferentes ámbitos.

## **1.1. Ámbito físico espacial**

### **1.1.1. Ubicación y límites.**

De acuerdo al Plan de Desarrollo Territorial del cantón Saraguro (2006: 36) menciona que:

Está ubicado a 64 km. al norte de la ciudad de Loja, en la hoya del río Jubones, en las faldas del puglla; y a 140 km. del sur de Cuenca. Es uno de los cantones más antiguos de la provincia de Loja y uno de los más importantes centros indígenas de América del Sur, su cabecera cantonal es Saraguro.

Al norte limita con la provincia del Azuay, al sur con el nudo del Cerro Acacana del cantón Loja, al este con la provincia de Zamora Chinchipe y al oeste con el cantón Zaruma provincia de El Oro.

### **1.1.2. Superficie y extensión.**

Según el Plan Plurianual del cantón Saraguro Movimiento Are 61 (2014) establece que:

La superficie del cantón es de 1.088,02 km<sup>2</sup> (180108 ha), corresponde el 9.7% del total de la provincia. Sus coordenadas geográficas son: 3° 31' 38'' de latitud sur, y 79° 43' 41'' de longitud oeste.

Saraguro se encuentra desde los 1.000 msnm hasta los 3.800 msnm. La cabecera cantonal se encuentra a 2.525 msnm.

Cuenta con once parroquias: una urbana y diez rurales: Saraguro, El Paraíso de Celén, Lluzhapa, San Antonio de Cumbe, Manú, Tablón, San Pablo de Tenta, Selva Alegre, San Sebastián de Yúluc, Urdaneta y Sumaypamba.

### **1.1.3. Hidrografía.**

Conforme al Plan de Desarrollo Territorial del cantón Saraguro (2006: 34) indica que:

Pertenece a la cuenca hidrográfica del río Jubones que se encuentra al norte de Loja, formando parte de las provincias de Azuay, El Oro y Loja, en ese tramo el río se denomina Oña, el mismo que también constituye el límite geográfico entre las dos provincias, para aguas abajo unirse con el León y formar el Jubones.

#### **1.1.4. Características climáticas.**

Acorde al Plan de Trabajo del candidato para alcalde del cantón Saraguro (2014) menciona que:

La temperatura promedio del cantón es de 12.9 a 15 grados centígrados, presenta diferentes climas: seco tropical, húmedo subtropical, húmedo templado y subhúmedo templado. Gracias a ello se desarrolla gran diversidad de flora y fauna”.

La pluviosidad está entre 758 – 1.250 mm/año. De noviembre a mayo es época de lluvia, de junio a septiembre se presentan los fuertes vientos y las heladas en los meses de diciembre a enero. La humedad fluctúa de 80 a 88%.

#### **1.2. Ámbito socio cultural**

Existen escritores que refieren el aspecto socio cultural del cantón, es el caso de Carrión (1998: 159) quien indica:

Según La raza predominante en Saraguro es la indígena, constituyéndose en el centro indígena más interesante de América. En cuanto a su origen no se ha podido establecer con claridad de donde provienen. Todos los historiadores coinciden en afirmar que los “Saraguros” son “mitimaes” traídos del Cuzco para consolidar el Imperio del Tahuantinsuyo. Otros historiadores afirman que no son cuzqueños, sino bolivianos de las orillas del Titicaca.

Formó parte del “camino real” por donde transitaban los runas desde Quito hacia Cajamarca, llevando las riquezas para salvar a Atahualpa, realizando diferentes ritos y ceremonias en adoración a sus dioses. Su idioma era el Kichwa o Inka Shimi que quiere decir lengua de seres humanos.

Partiendo desde la primera teoría, el espacio que ahora ocupa Saraguro, anteriormente fue ocupado por los paltas, mismos que fueron desplazados por los Inkas, brevemente se cree que a esta hermosa región la conquistó Tupak – Yupanki, sustituyendo a los paltas por una de las tribus del altiplano con buenas características humanas, étnicas y culturales que pueden ser apreciadas en Saraguro perteneciente a la nacionalidad Kichwa.

##### **1.2.1. Población.**

De acuerdo al Censo realizado en el 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) se estima que:

La población cantonal total es de 30.183 habitantes, del cual se puede evidenciar que el número de mujeres es mayor con 16.060, mientras que el de los hombres es 14.123, el índice es menor. El 11.15% corresponde a la población urbana y 88.85% corresponde a la zona rural.

### **1.2.2. Grupos étnicos.**

Según (INEC, 2010), “el 34.81% se denominan indígenas y el 63.46% mestizos”.

Dentro de la provincia de Loja, los saraguros es el único grupo étnico que ha sobrevivido la colonización española. Al hablar de un pueblo indígena ecuatoriano, se habla de Saraguro de nacionalidad indígena kichwas.

Los saraguros habitan principalmente al sur de la sierra ecuatoriana, de ahí proviene el nombre del cantón perteneciente a la provincia de Loja.

Algunos residen en otras provincias como Zamora Chinchipe y también fuera del país.

Varios historiadores difieren en cuanto al origen del nombre de Saraguro, es el caso de Carrión (1998: 159-160) quien indica:

Nombre netamente Kichwa, compuesto de Zara (seguramente TZA) = maíz y Guru = gusano, del Prof. Aquiles Pérez. La versión popular es: Sara = maíz y Guro = olla. Se conoce este cantón como: “La tierra del maíz” o el “Lugar del maíz”, grano que se cultiva en gran escala, sin técnica, sin maquinaria, sólo con la ayuda de los bueyes y un arado rudimentario, fabricado al calor del sudor y el llanto del mismo indígena, cuyo rondador, flauta pingullo o quipa, expresan en lenguaje muy tierno y sentido, la amargura y la desesperación de una raza vencida.

### **1.2.3. Educación.**

De acuerdo (INEC, 2010), “existen 1.456 personas que poseen un nivel de educación superior y 69 personas que tienen educación de postgrado”.

Hoy en día gracias a la globalización y a la preocupación tanto de las autoridades públicas como del sector privado, el pueblo avanza y se prepara de manera adecuada, contando así con personal capacitado y tecnología idónea para una mejor educación primaria y secundaria.

La educación es uno de los puntos más importantes para la etnia, siendo así que existe la posibilidad de estudiar los dos idiomas que predominan en el cantón, el kichwa idioma de la comunidad y castellano, sin dejar a un lado el inglés. Algunas instituciones educativas permiten elegir este idioma nativo como materia opcional. Cumpliéndose así con una educación intercultural en la comunidad indígena de los Saraguros.

Con respecto al tercer y cuarto nivel de educación, los saragurenses no cuentan con un centro universitario. Ellos optan por las diferentes universidades de las ciudades más cercanas al cantón, como Cuenca y Loja; siendo la UTPL una de ellas. También eligen universidades fuera del país.

De esta manera se preparan para enfrentarse a una sociedad del conocimiento y sobre todo para servir a su pueblo.

#### **1.2.3.1. Establecimientos educativos.**

Conforme al Plan de Desarrollo Territorial del cantón Saraguro (2006: 123) indica que:

Cuenta con 102 escuelas correspondientes a la educación primaria, un plantel en cada cabecera parroquial. Se encuentran distribuidas alrededor de las parroquias de acuerdo al número de habitantes. En cuanto a la educación secundaria, en el cantón existen 8 colegios de los cuales cuatro pertenecen a la cabecera cantonal y los demás están ubicados en las parroquias Tenta, Urdaneta, Manú y Selva Alegre.

En lo que a educación superior se refiere, el cantón no cuenta con un establecimiento educativo. Anteriormente se contaba con la extensión de la UTPL, pero debido a los altos costos, no asequibles a la economía, se produjo una migración a los lugares más cercanos para obtener un título universitario.

Actualmente se han creado bibliotecas integrales y efectivas, poseen internet satelital, infraestructura básica y material didáctico, a la vez cuentan con una red vial de calidad que permite el acceso a los centros educativos.

#### **1.2.3.2. Analfabetismo.**

Anteriormente y por la idiosincrasia de los saragurenses, se creía que la mujer tenía que dedicarse únicamente a las labores de la casa y a la crianza de los niños, además se hacía difícil el acceso a los centros educativos debido a la falta de unidades móviles por las pésimas condiciones de las vías; razón por la cual se les imposibilitaba el acceso a una

educación. Por tanto en las zonas rurales los hijos de los campesinos eran los más afectados. Situación que se supera hoy en día.

Según (INEC, 2010), “el 15,54% de la población no cuenta con un nivel de educación”.

#### **1.2.4. Salud.**

Acorde a (Muñoz Silva, 2014), “los diferentes entes se han preocupado de velar por el completo bienestar físico, mental y social. Es por ello que Saraguro dispone de diferentes centros de salud públicos y privados para una adecuada atención”.

Adicionalmente, siendo Saraguro un pueblo indígena, preserva los conocimientos ancestrales, realizando prácticas de medicina tradicional y farmacéutica. Para aliviar las dolencias, ellos utilizan hierbas curativas y montes de los cerros. Con la disponibilidad de información sobre la salud que ellos obtengan, mejoraría el acceso para una apropiada atención sanitaria en base a su cultura. Así como a una educación sanitaria, acceso al agua potable y a una vivienda óptima.

##### **1.2.4.1. Número de hospitales, centros, subcentros y puestos de salud.**

Para resolver los problemas de salud, Saraguro posee un hospital público en la cabecera cantonal. Para atender a las emergencias de las comunidades cada parroquia tiene un centro de salud.

De acuerdo a (Sarango Quizhpe, 2014), “en el cantón hay veinte y ocho casas de salud: un hospital en la cabecera cantonal, nueve subcentros de salud, catorce son puestos de salud y cuatro dispensarios médicos de seguro social campesino”.

##### **1.2.4.2. Natalidad.**

Indica (INEC, 2010), “el total de nacimientos fueron 413, de los cuales 198 fueron hombres, mientras que 215 fueron mujeres, siendo este último el índice mayor”.

##### **1.2.4.3. Mortalidad.**

Para (Muñoz Silva, 2014), “las principales causas de enfermedad y muerte son por padecimientos diarreicos, infecciones respiratorias, enfermedades sistema óseo y gastritis. Esto se produce por las malas condiciones de vida y salubridad, como la falta de servicios básicos, agua potable, contaminación atmosférica”.

#### 1.2.4.4. Vivienda.

En la definición planteada por el INEC: la vivienda es un recinto de alojamiento estructuralmente separado y con entrada independiente; edificada para ser habitada por un grupo de personas.

Según (INEC, 2010), “se considera que el número de viviendas en todo el cantón es de 4.271, de las cuales 1.879 pertenecen a la zona urbana y 2.392 a la zona rural”.

#### 1.2.5. Migración externa e interna.

Tabla Nº 1 Migración externa del cantón Saraguro

Destino / razón	Trabajo	Unión familiar	Estudios	Otro	Total
Fuera del país	768	63	38	8	877

Fuente: (INEC, 2010)

Elaboración: Verónica Ruales

En el cantón existe un alto índice de migración externa, misma que se vive desde décadas atrás. En base a la fuente de información, la razón principal de traslado es por situaciones de trabajo, con 768 casos, la segunda razón de este fenómeno es por prevalecer la unión familiar contando así con 63 casos, luego se encuentra el tema de estudios con 38 casos y finalmente 8 casos por diferentes motivos. Todo ello da un total de 877 procesos de migración externa.

Para (Bravo Bravo, 2008), “el principal traslado interno se realiza hacia las provincias de Zamora Chinchipe, Azuay y Loja. Para la prestación de mano de obra en las construcciones se trasladan a Quito, Guayaquil y Cuenca”.

Dentro de la migración interna de Saraguro no existen datos específicos

#### 1.2.6. Indicadores de desarrollo humano y pobreza.

En base al INEC (2010) se estima que:

Saraguro es la parroquia con menor pobreza con 73.3% a nivel personal y 71.7% a nivel familiar. En cambio las parroquias de San Antonio de Cumbe, Tenta, Celén, Tablón, Lluzhapa y Selva Alegre presentan mayor índice de pobreza”.

Es notoria la inequidad que existe en las zonas urbanas y rurales, de acuerdo a los estudios realizados para el cálculo de las necesidades básicas insatisfechas (NBI), la

dependencia económica es el único indicador donde la parroquia Saraguro, no presenta el menor porcentaje. A nivel cantonal, Saraguro no está dentro de los más pobres.

Las dimensiones del índice de pobreza que se toman en cuenta son: características físicas de la vivienda, disponibilidad de servicios básicos de la vivienda, hacinamiento del hogar, hogares con niños que no asisten a clases y dependencia económica del hogar.

### **1.3. Ámbito ecológico territorial**

Conforme al Plan Plurianual del cantón Saraguro Movimiento Are 61 (2014) establece que:

La cubierta vegetal se convierte en un factor muy dinámico con la intervención permanente del hombre en ciertas áreas. Cuando la acción humana es menos intensa, los cambios son poco notorios. En cambio cuando la intervención del hombre es permanente, cambia la fisonomía.

La cubierta forestal del cantón, a parte de otros estratos vegetales, constituye el factor más crítico y por tanto el máspreciado recurso natural por la protección hidrológica más completa que ofrece al frágil suelo. Este recurso natural que cumple tantas funciones, pero la más importante en el entorno ecológico provincial es quizá la de incrementar el almacenamiento del agua proveniente de las lluvias, regulando algunas fases del ciclo hidrológico, que a su vez contribuyen a aumentar la corriente de base, para la “producción” permanente de agua. Los bosques son los mejores aliados al bienestar social, por la estabilización del medio ambiente, la producción de bienes procedentes de la fitoleñosa y servicios como la recreación y la belleza escénica. Sin embargo actualmente la silvicultura juega un rol fundamental como medio para revertir los procesos de degradación de los ecosistemas forestales y en caso de las zonas áridas o semiáridas, como Loja, por su influencia en el ciclo hidrológico, la estabilización de los suelos y en el rendimiento hídrico de las cuencas.

#### **1.3.1. Condiciones ambientales.**

En base a (Sarango Quizhpe, 2014), “el medio ambiente corresponde al patrimonio natural que sostiene y determina las actividades de la población. Las mejores condiciones que deben tomarse en cuenta deben ser las que apliquen un proceso sostenible, racional y rentable de los recursos”.

Es por ello que el objetivo del gobierno actual del cantón, es crear condiciones adecuadas para el desarrollo de las actividades humanas, buscando sostenibilidad y durabilidad. Con ello aseguran no atentar al futuro de las nuevas generaciones.

### **1.3.2. Ecosistemas.**

Debido a la variación climática se puede evidenciar una riqueza paisajística con ecosistemas estratégicos aptos para la agricultura y ganadería. Posee cuencas, cauces, zonas vulnerables y susceptibles a amenazas naturales dentro del cantón.

Acorde al Plan Plurianual del cantón Saraguro Movimiento Are 61 (2014) establece que:

Se evidencia un bosque montano bajo en las parroquias de Celén, Lluzhapa, Tenta y Cumbe, lo que permite el cultivo de cebada, maíz, haba, trigo, fréjol, papa, col, coliflor, algunos frutales como capulí, lima, guabo, tocte y algunos maderables como el aliso y sauce.

En las localidades de Selva Alegre, Manú, Saraguro y Urdaneta, se presentan las mismas condiciones bióticas anotadas anteriormente, pero cuentan con un tipo de bosque húmedo montano bajo que lo hace idónea para actividades de pastoreo. Yúluc por su parte se encuentra en un bosque seco subtropical donde se cultiva en su mayoría cereales.

Otra actividad a la que se dedican es sin duda a la cría de animales domésticos, donde predomina el ganado ovino, bovino, porcino y caballar.

Según Cueva (2010) indica que:

En Saraguro existen 14 unidades vegetales: páramo, bosque húmedo denso, bosque húmedo intervenido, matorral húmedo alto, matorral seco alto, matorral seco bajo, pasto natural, pastizal, cultivos asociados andinos, cultivos asociados subtropicales, cultivo de café, plantación de pino, plantación de eucalipto, asociación - pasto – plantación – cultivo, ríos, laguna, suelo desnudo, área urbana, infraestructura, nube, sombra.

#### **1.3.2.1. Flora.**

La flora forma parte muy importante del ecosistema. En el cantón existe una diversidad muy alta sobre todo en los bosques nublados.

De acuerdo al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural de Saraguro (1998) informa que:

En el bosque nativo huashapamba se encuentran gran variedad de especies de árboles de *p. oleifolius* “romerillo”, *prumnopitys montanus* “mullon”, *rugea hirsuta* “cedrillo”, *weinmannia fagaroides* “sara”, *w. nacrohylla* “sara cashco”, siendo estos los nativos y más representativos. Es común encontrar en la copa de los árboles

numerosas orchidaceae “orquídeas” perteneciente a la flora endémica, bryophyta “musgos” y mezobromelia capituligera “bromelias”.

En las zonas que han sido devastadas se encuentran arbustos de melastaceae, rubiaceae y chusquea y entre las especies de pastos prevalecen el kikuyo pennisetum clandestinum, pasto azul pennisetum clandestinum y el trébol trifolium repens.

Flora en peligro de extinción: romerillo, sara, duku, laurel, capulí, sacha.

#### **1.3.2.2. Fauna.**

Conforme al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural de Saraguro (1998) informa que:

La diversidad de aves es muy alta, entre cuyas especies podemos mencionar pava de monte penelope barbata, loro carirojiso halalopsittaca pyrrhops, que están incluidos en el libro rojo de especies en peligro de extinción y son endémicas del área. También se observa mirlost Turdus fuscater, traupiso, sigchas, cyanocorax sp., trogon personatus trogón, tucán andino andigena hypoglauca.

Así mismo, dentro de los mamíferos podemos citar al tapir o danta tapirus pinchaque, osos de anteojos tremarctos ornatus, chontos mazama rufina, venado del páramo odocoileus virginianus y el puma felis concolor.

#### **1.4. Ámbito económico productivo**

Saraguro es uno de los cantones de la provincia de Loja más productivos debido a las tierras fértiles. Produce una gran variedad de frutales, hortalizas, cereales, y verduras, mismas que son cultivadas de una manera natural y rudimentaria, propia de su cultura.

Según (Sarango Quizhpe, 2014), “los días feriados son idóneos para comercializar sus productos, en Saraguro lo hacen los días sábados y domingos en las ferias libres y el mercado. Los días jueves en la parroquia Sumaypamba y sus alrededores”.

Parte de la producción es para el consumo de la familia del productor, otra parte es vendida en el mercado local o a comerciantes intermediarios”.

Conforme (INEC, 2010), “Saraguro posee 596 establecimientos comerciales, equivalente a un porcentaje relativo de 23,14%. Por su parte los propietarios de los negocios con

calificación artesanal es del 2,85% y los propietarios que no son calificados es del 97,15% es decir la mayoría”.

#### **1.4.1.Contexto económico local.**

La agricultura y la ganadería son las actividades orientadas a la producción de los saragurenses. Las manualidades también se las considera como actividades complementarias, ya sean tejidos de mullos, de lana o elaboración de cerámicas.

Acorde INEC (2010) se estima que:

La población económicamente activa se dedica a la ganadería, agricultura, caza y silvicultura representando el 75,51%, seguido de la población que se dedica a la construcción 4,23%. Luego el 4,07% que se dedican a la enseñanza, el 2,71% al comercio por mayor y menor y finalmente el 2,32% propuestas a producción manufacturera. Las demás actividades como: administración de servicio público, quehaceres domésticos, hoteles, restaurantes, entre otras, se desarrollan en menor porcentaje.

##### **1.4.1.1. Estructura productiva.**

De acuerdo al Plan de Desarrollo Territorial del cantón Saraguro (2006: 161) menciona que:

En áreas en donde hay más influencia humana, la cubierta vegetal se comporta como un factor muy dinámico, puesto que cambia su fisionomía a causa de la intervención permanente del hombre; en cambio, en donde predominan las condiciones naturales, dichos cambios son poco notorios, ya que la acción humana es menos intensa, la cual se orienta a aprovechar en algún grado la cubierta natural existente.

La mayor parte del área del cantón Saraguro está cubierta de pasto natural con 25.158,82 hectáreas, seguido de cultivos anuales en suelos erosionados que corresponde a 13.371,42 hectáreas, en menor cantidad cultivos anuales con erosión en 1.410,71 hectáreas y por último agrosilvicultura en una superficie de 739,25 ha.

#### **1.4.2.Sector productivo primario.**

Siendo Saraguro un cantón productivo, su población aprovecha al máximo la gran variedad de recursos que posee, sobre todo los de actividades agrícolas y pecuarias. De esta manera genera ingresos económicos al hogar.

Según INEC (2010) informa que:

La agricultura, ganadería, pesca y silvicultura son las actividades principales del lugar con un 67.5%. También se dedican a la explotación de minas y canteras, a la producción manufacturera, construcción, ventas al por mayor y menor, transporte, almacenamiento, actividades inmobiliarias, enseñanza, administración pública y defensa, actividades de alojamiento y de servicio de comidas.

#### **1.4.2.1. Agricultura.**

Los principales productos que se cultivan son: maíz, yuca, camote, papa, tomate, babaco, trigo, habas, melloco, tomate de árbol, tomate de riñón bajo invernadero, cebada, frutales. Conforme el Plan de trabajo del candidato para alcalde del cantón Saraguro (2014) menciona que:

En las zonas calientes se cultiva la caña de azúcar, cebolla, yuca, ají, cítricos y algunas hortalizas. Por ejemplo en las parroquias de Manú, Yúluc y Sumaypamba que están en dicha zona y que limitan con otras provincias como el Azuay y El Oro, aprovechan la cercanía para comercializar sus productos, consiguiendo así mejorar su nivel de vida.

Las técnicas de cultivo son rudimentarias y autóctonas del lugar, mediante el arado de yunta.

Para iniciar con el proceso de siembra, el campesino primero roza la vegetación en el lugar donde se va a sembrar, luego quema dicha vegetación para ser esparcida en el sitio. Con la humedad y absorción de la lluvia, se procede a la siembra con la ayuda de herramientas rudimentarias. Aquel sistema es llamado “tolado”.

En cuanto a la distribución y comercialización existe aún mucho por hacer, es por ello que el agricultor consume parte de su producción, otra parte es vendida en la localidad o a vendedores intermediarios, siendo los que generan más utilidad.

El municipio de Saraguro está trabajando continuamente para mejorar y ofrecer al agricultor facilidades en cuanto a la expansión, comercialización y accesibilidad de sus productos. Tiene proyectos de viabilidad interprovincial, generación de microempresas para impulsar la producción y comercio en general.

#### **1.4.2.2. Ganadería.**

Según el Plan de Trabajo del candidato para alcalde del cantón Saraguro (2014) establece que:

El principal medio de ingresos se da mediante la actividad pecuaria. Por lo general todas las familias poseen ganado para la producción de carne, leche y quesillo, los

rendimientos promedios de leche en el cantón son de 3 litros vaca/día. También se incluye la crianza de bovinos, equinos, caprinos, porcinos, cobayos, pavos y gallinas. Mismos que están destinados al comercio o al consumo familiar.

La crianza de ovinos es muy importante para la obtención de lana para la vestimenta, y otros productos artesanales que son generadores de recursos económicos.

El Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca desarrolla proyectos para una mejor producción pecuaria del cantón. Especialmente en aspectos como la higiene, reproducción y mejoramiento genético.

Conforme (Sarango Quizhpe, 2014), “la tercera parte del cantón está cubierta por vegetación donde se desarrolla la actividad pecuaria, con la ayuda de un buen manejo de los recursos, esta actividad constituye un factor muy productivo para la población”.

#### 1.4.2.3. Otros.

**Tabla Nº 2** Otros sectores

Sectores	Casos	%	Acumulado %
Manufactura	45	7,91	7,91
Comercio	333	58,52	66,43
Servicios	190	33,39	99,82
Otros	1	0,18	100,00

Fuente: (INEC, 2010)

Elaboración: Verónica Ruales

Se realizan varias actividades de gran importancia para el desarrollo y progreso del cantón. Según hace referencia la fuente de consulta existe 45 casos en la actividad manufacturera, 333 se dedican al comercio, 190 casos son de servicios y 1 se considera dentro del rango varios. Como se puede apreciar la actividad del comercio es fundamental para el lugar.

#### 1.4.3. Sector productivo secundario.

Dentro de las múltiples actividades que desarrollan los saragurenses, está la industria y la artesanía, consideradas como complementarias en el diario vivir. Estas reflejan su identidad y cultura, a la vez son generadoras de ingresos económicos.

##### 1.4.3.1. Industria.

Todos los pueblos como entes geográficos siempre han fincado sus intereses y esperanzas de progreso en su trabajo y es así que desde tiempos muy remotos se conoce que el hombre saragureño se dedica a la industria.

Con el apoyo de instituciones públicas y privadas del cantón, se han creado algunas microempresas de lácteos, textiles y bebidas. Aprovechando de esta manera la materia prima y demás recursos con los que cuentan; a la vez generando ingresos económicos a los productores. Una parte es para cubrir gastos de producción y otra para gastos de salud, vestimenta y educación.

Los productos lácteos que se comercializan son: la leche, queso maduro y quesillo. Los mismos son consumidos por la localidad y región sur del país. Los fines de semana algunos vendedores informales viajan a Loja para expandirlos en los mercados de la ciudad. Por su parte, microempresas legalmente constituidas realizan su distribución directamente con centros comerciales y micro mercados.

El proceso de elaboración del queso lo realizan mediante el quesillo, es molido con sal, reposado y moldado durante cierto tiempo. Por lo general lo hacen de una a dos libras. Su precio varía dependiendo de la temporada.

Actualmente se está socializando el tema de registro sanitario con la Gobernación de la ciudad de Loja; algunos productores no están de acuerdo con este registro.

Conforme a Carrión (1998: 163) quien indica:

La industria textil es otra forma de vida en Saraguro. Se dice que este bello arte lo realizan desde tiempos ancestrales, tomando ideas de los tejidos y labor de las arañas y de los nidos que elaboraban los pájaros, entrelazando las ramas dentro y fuera, lo cual es la base del tejido. Primero usaron las ramas para elaborar las esteras, luego aprendieron a usar la lana de animales para su vestimenta.

Según Andrade (2002) establece que:

Hoy en día, el taller que se destaca en el cantón por sus maravillosos atuendos autóctonos de lugar, es el taller de tejidos folklóricos "Quizhpe". El propietario realiza esta actividad desde 1978, fue instruido en Otavalo, donde aprendió técnicas de tejido. Ha ido perfeccionado su trabajo hasta convertirlo en producto de exportación.

#### **1.4.3.2. Artesanías.**

Acorde a Carrión (1998: 163) quien indica:

Saraguro se caracteriza por su autenticidad en sus tradiciones, una de ellas es la elaboración de artesanías. Existen varios tipos como: los tejidos de mullos, tejidos de lana, cerámica, carpintería, sombrería y artefactos de cuero. Siendo la mayor fortaleza la habilidad innata, creatividad, mano de obra, conocimientos para tejer a mano en telares y tinturado de los trajes típicos Saraguro. Las principales oportunidades que se deben aprovechar para potenciar la producción y el comercio son: la creación del Ministerio de Cultura y los mercados potenciales de Cuenca y Loja.

Al llegar al parque central de Saraguro se puede observar a los artesanos, quienes dedican su tiempo a la fabricación de joyas, alforjas, cobijas, trajes típicos, llaveros, ponchos entre otros, los cuales ofrecen sus productos a los habitantes del cantón y a los turistas. El Sr. Miguel Ángel Lozano es uno de los más conocidos en el arte, tiene su taller en la comunidad de Gunudel. En el elabora y vende las diferentes artesanías fabricadas por su persona y su familia; ya lo han visitado cientos de turistas nacionales y extranjeros. Actualmente sus artesanías son de exportación. De acuerdo al requerimiento varían los precios, desde 1 hasta 100 dólares.

En las comunidades de Ñamarín y Gunudel se elaboran los sombreros de lana, telares, objetos cerámicos y ornamentales.

Según la Revista del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural de Saraguro (2014, Marzo 14) establece que:

La asociación de artesanos de Saraguro, está conformada por cerca de 60 integrantes, entre activos y pasivos, los mismos que se dedican día a día a confeccionar todo tipo de artesanías. La fabricación de cada una de ellas les toma un tiempo considerable, los mismos que se encuentran a un precio módico, dependiendo de la complejidad de la elaboración. Es importante mencionar que la confección de cada uno de ellos, requiere un trabajo minucioso, de tiempo completo y con una gran inversión.

#### **1.4.4. Sector productivo técnico.**

Dentro del desarrollo cantonal se evidencia un gran crecimiento del comercio, transporte y el turismo. Gracias a las diversas gestiones de las autoridades pertinentes, Saraguro es conocido y reconocido como uno de los cantones más ricos cultural y naturalmente.

#### **1.4.4.1. Comercio.**

De acuerdo al Plan de Desarrollo Territorial del cantón Saraguro (2006: 29) indica que:

Antiguamente los Saraguros mantenían una economía de subsistencia, a través de un sistema de trueque con poblaciones de la provincia de Loja, Zamora Chinchipe y El Oro, esta se basaba en el intercambio de queso, quesillo y granos con sal, panela, arroz; actividad que la realizaban con grandes caminatas o con ayuda de acémilas, hasta las regiones de Zaruma, Portovelo, Chilla, Pasaje en El Oro; Celica y Chantaco en la Provincia de Loja; actividad que se realizó hasta la década de 1940.

Actualmente la relación entre productores, municipio y otras instituciones se han organizado para canalizar de la mejor manera la salida de los productos, ya que por ser entes dinámicos y activos en el proceso, se enfocan en el beneficio tanto de los productores como de los consumidores por igual. La distribución de los productos se hace en base a contactos directos con fábricas y mayoristas, en los mercados externos de la región y el país.

Con la implementación de estrategias se pretende mejorar la calidad de vida del comerciante y habitante del cantón, incentivando así a una mejor producción, comercialización y distribución de los productos, incorporando el valor agregado y la agroindustria. Esto permite la generación de recursos económicos para un mejor desarrollo.

#### **1.4.4.2. Transporte.**

El 7,34% de las vías son asfaltadas, recientemente asfaltaron las calles de la cabecera cantonal. La vía a Urdaneta se encuentra en buenas condiciones gracias a que esta atraviesa la vía Panamericana.

Según Castillo (2014) quien indica:

Las vías del cantón en su mayor parte presentan capas de rodadura de Lastre y tierra con un 35.96 % y 56.70 %, respectivamente, apenas el 7.34 % de las vías son asfaltadas.

El análisis respecto del estado de las vías en el cantón Saraguro, determina que, en términos generales, las vías se encuentran en estado regular 31.16 %, y Malo 38.04 %.

Saraguro cuenta con el servicio de empresas interprovinciales de transporte que cubren la ruta Loja – Cuenca y viceversa: “Cooperativa de Transporte Loja”, “Cooperativa de Transporte Viajeros”, “Cooperativa de Transporte Santa” y “Cooperativa de Transporte San Luis”. También ofrecen el servicio de camionetas privadas.

En el transporte interparroquial, están a la disposición: “Cooperativa de Transporte Unión Cariamanga y “Cooperativa de Transporte Sur Oriente”. Cabe recalcar que ambas se trasladan desde las parroquias hacia Loja y viceversa. Las parroquias que cubren son: Tenta, Selva Alegre, Celén, Lluzhapa y Manú.

Estas empresas interprovinciales e interparroquiales ofrecen sus servicios cada hora durante todo el día. El costo depende de la ruta.

En la cabecera cantonal se pueden apreciar servicios de transporte diversos como: taxis, camiones, camionetas, chivas, busetas, entre otras. Estas se dirigen de manera particular a las diferentes parroquias del cantón.

Las camionetas doble cabina y chivas rancheras de las “Cooperativas de Transporte 10 de Marzo y La Leonera” cubren las rutas de las parroquias de El Tablón, Urdaneta y Cumbe.

No todas las parroquias tienen servicio de transporte debido a las pésimas condiciones viales. En vista de aquello el Municipio está trabajando en proyectos de mejoramiento vial.

#### **1.4.4.3. Desarrollo turístico.**

La autenticidad de las comunidades indígena, las tradiciones y sus tierras caracterizan al cantón como uno de los más diversos en cuanto a su cultura y recursos naturales, por ende lo han convertido en un lugar turístico.

El turismo es uno de los ejes fundamentales para el desarrollo del cantón, por la existencia de la diversidad ecológica, encantos naturales, vestigios ancestrales como ruinas y templos, la gastronomía, vestuario, artesanías, música, cultura, fiestas tradicionales y la diversidad ecológica atraen a los turistas.

Saraguro posee una gran diversidad gastronómica que se destaca especialmente cuando celebran sus fiestas tradicionales, mismas que unen e invitan a todo un pueblo y a sus visitantes a disfrutar de sus encantos gastronómicos. Toda su comida proviene de sus propios cultivos, especialmente del maíz que lo cultivan a gran escala.

Según (Carrión Burneo, 1998), “las comidas típicas son: cuy asado con papas, mote pelado, tortillas del maíz, queso y quesillo, tamales y humitas, chicha de jora, chicha de hongos, sopa de quinua y chuchuga, caldo de gallina criolla, wajanku, mishqui, champús, tortillas de maíz”.

En base al Plan de Trabajo del candidato para alcalde del cantón Saraguro (2014) muestra que:

Los principales atractivos turísticos son: cerro de arcos, bosque nativo de huashapamba, cascada de la virgen del agua, baños del inka, las riquezas culturales: el kapak raymi, inti raymi, pawkar raymi y algunos eventos culturales – rituales que llaman la atención de muchos turistas. La zona lacustre de Saraguro con sus hermosos parajes para ecoturismo. El turismo comunitario también es muy importante.

De acuerdo al Plan de Desarrollo Territorial del cantón Saraguro (2006: 99) indica que:

Entre las oportunidades para un mejor desarrollo del sector turístico están: el intercambio cultural, presencia de ONGS, Ley de turismo, interconexión vial, descentralización turística. Como fortalezas se pueden considerar: los atractivos turísticos, predisposición a la atención del turista, apoyo del gobierno local, manifestaciones culturales, plan de capacitación para impulsar con excelencia la oferta turística, senderización de los atractivos turísticos, consolidación de las ferias culturales ancestrales, diversidad climática, presencia de instituciones legalmente constituidas, entre otras.

El gobierno actual del cantón se encuentra enfocado en proyectos de creación, mejoramiento, capacitación y promoción de la oferta turística cantonal.

Saraguro es un destino turístico que atrae cada año a miles de personas, tanto nacionales como extranjeros, que buscan en este bello rincón de la patria, la explicación a tantas y asombrosas manifestaciones de la vida, leyendas, cuentos y costumbres de los antiguos pobladores de esta región, mismas que hablan de un pasado lleno de cultura, encanto y tradición. Razón por la cual Saraguro se ha convertido en uno de los puntos más visitados de la provincia; promoviendo a mediano plazo una economía local fuerte y permanente con servicios turísticos de calidad, de fácil acceso y amplia cobertura. De esta manera impulsan un turismo local como oportunidad de desarrollo para toda la comunidad.

### **1.5. Político administrativo**

Acorde al Plan de Desarrollo Territorial del cantón Saraguro (2006: 24) señala que:

El Cantón Saraguro tiene once parroquias, una urbana: Saraguro; y diez rurales: El Paraíso de Celén, Lluzhapa, San Antonio de Cumbe, Manú, Tablón, San Pablo de Tenta, Selva Alegre, San Sebastián de Yúluc, Urdaneta y Sumaypamba.

Alrededor de la cabecera cantonal se encuentran las comunidades más pobladas: Las Lagunas, Ilincho, Tucalata, Yucucapac, Puente Chico, Matara, Oñacapac, Ñamarín, Gunudel, Gulacpamba, Gera, Tuncarta y Tambopamba. Saraguro cuenta con 183 comunidades en total.

### 1.5.1. Estructura política administrativa de la institución pública.

Según Saraguro Flash (2014) informa que:

El miércoles 14 de mayo de 2014, Abel Sarango Quizhpe asume la alcaldía del Cantón Saraguro, Provincia de Loja en Ecuador. Junto al él los concejales: Manuel Armijos, “Carlitos”, Miguel Japón, Ángel Pineda, Roberth Ramón y Kiko Tituana, el único nuevo en el cabildo local, ya que los cuatro primeros fueron reelectos.

### 1.5.2. Mapeo de actores.

**Tabla N° 3.** Mapeo de los tipos de actores del cantón Saraguro

Instituciones / organizaciones	Actores favorables	Actores neutros	Actores críticos
GAD del Cantón Saraguro	x		
Institución Educativa I.S.T. Saraguro		x	
Red de Turismo Comunitario RIKUY	x		
Fundación Jatun KAWSAY	x		
Concejo Cantonal de Turismo	x		
Aso. de Artesanos	x		
Juntas Parroquiales	x		
Comunidades Campesinas	x		

**Fuente:** (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural de Saraguro, 2014)

**Elaboración:** Verónica Ruales

En el cantón Saraguro tanto las instituciones públicas como privadas contribuyen al desarrollo turístico. De acuerdo a la información brindada se puede observar que los actores favorables son: el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Saraguro, Red de Turismo Comunitario RIKUY, fundación Jatun KAWSAY, Concejo Cantonal de Turismo, Asociación de Artesanos, juntas parroquiales y las comunidades campesinas. En cambio la Institución Educativa I.S.T. Saraguro es un actor neutro.

**CAPÍTULO II**  
**ANÁLISIS DEL PERFIL DEL VISITANTE Y POTENCIAL TURÍSTICO DEL CANTÓN**  
**SARAGURO**

## **2.1. Visitante nacional**

Partiendo de la definición de “turismo” (Lickorish y Jenkins, 2000: 50), “como la suma de los fenómenos y relaciones que surgen a raíz del desplazamiento y estancia de no residentes, siempre que no mantengan residencia permanente y no estén conectados con actividad lucrativa”.

Para (Lickorish y Jenkins, 2000: 51), “el turismo nacional engloba al turismo doméstico y al turismo receptor. El primero, referido a los residentes de ese país que viajan solo por dentro de sus fronteras. El segundo, referido a no residentes que viajan a ese país”.

### **2.1.1. Psicología del visitante nacional.**

El hombre como el protagonista de la actividad turística, posee diferentes tipos de comportamientos y deseos en base a sus vivencias, gustos, cultura, motivos, idioma, etc.

Para (Castaño Blanco, 2013: 3), “la psicología de turismo se refiere a la psicología social de la comunicación que pretende adoptar los conocimientos y destrezas necesarias para la formación del profesional en este ámbito”.

Al referirse a la psicología del visitante, se indica su personalidad, para lo cual (Martín Gonzalez, 2011: 46) manifiesta que, “no sólo es una decisión personal, por el contrario se ve influida por la familia, los amigos, el trabajo, etc. En estos lugares el individuo adquiere distintos estatus, cada uno con sus diferentes pautas de comportamiento”.

En esta línea, la psicología también procura entender los aspectos individuales que afectan el comportamiento de compra, en este caso el del visitante nacional. Considerando a los mismos que se trasladan de alguna zona del país diferente a donde residen, principalmente para relajarse, descansar, divertirse o conocer las maravillas naturales y culturales que posee el cantón.

Según los resultados de la investigación, el mayor número de turistas que visitan Saraguro son de origen ecuatoriano, mismos que dicen “preferir lo nuestro” al disfrutar del sinnúmero de encantos que se ofrecen en aquel lugar.

Por otra parte, el turismo interno evita la mayoría, si no la totalidad, de los problemas socioculturales que comporta el turismo internacional. Al ser normalmente el turista interno ciudadano del país, sus antecedentes culturales le permitirán integrarse en el entorno del cantón y el idioma o la religión no suponen barreras para el viaje o la comunicación.

El principal objetivo para el turista nacional siempre ha sido alejarse de las preocupaciones cotidianas en compañía de sus seres queridos como sus familiares y amigos, especialmente los fines de semana.

La mayoría de viajeros no busca mucha información ya que visitaron el lugar anteriormente o les recomendaron familiares o conocidos.

A pesar del mundo globalizado en el que se está inmerso y a la disponibilidad inmediata, los turistas nacionales se ven influenciados por la información informal con la que cuentan, es decir con el “boca a boca” que funciona mejor que otros métodos. Al quedar fascinados con la experiencia, se convierten en principales promotores de difusión en su círculo social. Cabe indicar que en su mayoría tienen un nivel académico de tercer nivel y ocupan cargos administrativos y públicos.

Disfrutar de la belleza paisajística y riqueza cultural siguen siendo los ejes fundamentales para realizar turismo en dicho sitio.

Al ser Saraguro un cantón relativamente tranquilo, generalmente los turistas se sienten confiados en cuanto a su seguridad. Aspecto necesario en esta actividad.

El viajero al decidir el sitio al que se va a dirigir, primero realiza un análisis de la variedad de atractivos y lugares, especialmente donde residan familiares o conocidos. De esta manera puedan contar con un apoyo en el destino.

Por otra parte, el transporte propio es el medio más usado y preferido por la comodidad al momento del traslado, además la mayoría prefiere viajar con su familia. En cuanto a financiamiento, realizan los pagos de los servicios con sus propios ingresos.

Otro aspecto que analiza el turista nacional es la distancia de su lugar habitual al destino. Las rutas cortas son las más elegidas, especialmente para cualquier fin de semana ya que son viajes cercanos o de la misma región. Esto permite una menor planificación y gastos no muy excesivos, especialmente para los turistas de las ciudades de Cuenca y Loja que son los que más visitan este sitio. El viajero nacional por lo general realiza su propio paquete turístico.

Hoy en día no todos los ecuatorianos pueden disfrutar de largos periodos de vacaciones y con tanta frecuencia, ya que se dedican a trabajar o estudiar. El actual ritmo de vida a veces

no deja espacio para ciertas actividades que no sean responsabilidades. Pese a ello, algunas personas no dejan escapar la oportunidad de salir de la rutina y el espíritu aventurero que poseen, les permite aprovechar ya sea por un día o dos de los encantos de este pueblo milenario.

### **2.1.2. Situación económica del visitante nacional.**

Partiendo de la teoría de (Lickorish y Jenkins, 2000: 83), “el turismo interno puede tener una considerable relevancia en el marco de la economía nacional. En contraste del turismo internacional, el interno representa una transferencia de poder adquisitivo dentro de la economía”.

El fenómeno del turismo interno puede llevar al ahorro de divisas, que de otra forma serían gastadas en viajes internacionales.

Cuando se refiere de la situación económica del visitante nacional, se refiere a la Población Económicamente Activa (PEA).

En tal virtud de aquello, para (INEC, 2014) la PEA define, “personas de 15 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (empleados); y personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desempleados)”.

De acuerdo (INEC, 2014) informa que:

Durante septiembre 2014 a nivel nacional se obtuvo:

- De la población total, el 70,17 % está en edad de trabajar.
- El 63,40 % de la población en edad de trabajar se encuentra económicamente activa.
- De la población económicamente activa, el 96,10 % son personas con empleo.

De esta manera se puede decir que el turista nacional tiene los recursos necesarios para solventar los gastos de ciertas actividades turísticas, ya que su economía se encuentra a un nivel considerable.

## 2.2. Visitante extranjero



**Figura Nº 1** Visitante extranjero  
**Fuente:** Verónica Ruales (2014)

Para (Lickorish y Jenkins, 2000: 51), “el término “visitante” describe a cualquier persona que visita un país que no sea el de su residencia habitual por cualquier motivo excepto el de mantener una ocupación remunerada procedente del país visitado”.

### 2.2.1. Psicología del visitante extranjero.

Para el turista extranjero existen varios factores motivacionales que son importantes como determinantes de la demanda en la industria del turismo. Los factores varían de acuerdo al país pero la mayoría considera los atractivos y la cultura del cantón.

En este sentido, Lickorish y Jenkins (2000: 81) indica que:

La gente viaja para satisfacer una serie de necesidades personales, tanto físicas como psicológicas. Los viajeros potenciales pueden ser agrupados en distintos segmentos del mercado (turistas culturales, deportivos, juegos de azar, etc.), que después serán el objeto de las campañas de marketing. La amplia gama de intereses especiales han creado sus propios mercados. El viajero individual tiene sus propias motivaciones, por lo que el desarrollo del destino tiende a ofrecer las instalaciones y servicios que el mercado demanda.

Cuando entran los turistas al país, no sólo inducen a la implementación y creación de instalaciones para su uso, ni tampoco llevan sólo su poder adquisitivo, sino que también llevan consigo un comportamiento diferente que pueda transformar profundamente los

hábitos sociales al perturbar y modificar las normas establecidas de la población anfitriona. En algunas ocasiones el turismo internacional tiende a posicionarse frente a la comunidad receptora, más que a integrarse a ella. La razón de aquello es porque los visitantes son de corta duración que tienen sus propios modelos de comportamiento, cultura y normas. Una de las dificultades que se suelen presentar y que reduce el intercambio social entre turistas y residentes son las barreras lingüísticas ya que crean su propia burbuja. No todos los ciudadanos receptores están preparados lingüísticamente para atender al visitante extranjero.

A pesar de ciertas barreras que se puedan presentar, el visitante extranjero tiende a mostrar una actitud por querer ser partícipe de actividades turísticas variadas en su viaje internacional, de manera especial cuando los motivos del mismo son de ocio, recreación y vacación. Se interesan por conocer nuevas formas de vida, cultura, tradiciones y gastronomía. Son ellos los que en realidad aprovechan y disfrutan más del turismo ya que no saben con precisión cuándo volverán a visitar el destino. Cabe indicar que de acuerdo al estudio realizado, los turistas que ingresan al cantón Saraguro provienen de países desarrollados y en su mayoría son adultos mayores que se jubilaron o a su vez son jóvenes que estudian y trabajan. Por esta y muchas otras razones gastan más en servicios ofrecidos en comparación al turista nacional, relativamente.

Antes de realizar el viaje, el turista extranjero se enteró del destino ya sea de manera accidental o intencional, por lo que siente atracción y decide buscar información en cuanto a ubicación, atractivos, servicios, costos, etc. Hace un pequeño itinerario en su mente o busca los servicios de empresas turísticas. Luego de aquello resuelve viajar.

El mejor prospecto de visitante no solo piensa en realizar actividades culturales clásicas, sino también en realizar actividades vivenciales que satisfagan sus necesidades y cumplan con sus expectativas.

Refiriéndose al visitante extranjero, Freire (2014) menciona que:

Dependiendo de esa experiencia de vida y la información recibida, puede haber expectativas altas o bajas, es decir esperar mucho o poco de un producto o servicio. Las expectativas de los extranjeros que visitan Ecuador no son altas, primero debido a que la mayoría ya ha visitado los principales destinos del mundo y segundo por estar dentro de los países en vías de desarrollo. Al parecer, estas situaciones no favorecen la imagen del país, pero pueden ser una

gran oportunidad, ya que al llegar con bajas expectativas, será más fácil impactarles de forma positiva para satisfacer sus necesidades y brindarles una experiencia memorable.

Cada turista es diferente y lo que genera en su mente acerca del viaje es personal. Por ello es bueno tener una cultura de comunicación para lograr entender lo que los receptores requieren para solventar las necesidades del turista, sobre todo empleando el potencial del servicio humano y cálido para así poder hacer del viaje una experiencia única e inolvidable y desee el viajero repetir la vivencia.

### **2.2.2. Situación económica del visitante extranjero.**

En la actualidad es generalmente aceptado que el turismo internacional constituye uno de los flujos de comercio global más importantes. Como actividad heterogénea y de múltiples facetas, es difícil precisar el valor turístico internacional. Probablemente se trata del sector más importante de la economía mundial. Ha sido una actividad notable resistente, menos sensible a las fluctuaciones económicas que otros sectores. No existe fundamento para pensar que la demanda global futura vaya ir en retroceso.

Lickorish y Jenkins (2000: 84) hace referencia a:

El turismo internacional ejerce dos impactos fundamentales en el comercio y en la retribución:

En el comercio: El impacto sobre el comercio es propio de la demanda turística. Cuando los turistas viajan a conocer países, el acto de viajar por sí mismo estimula el comercio (...). En cambio, para la economía internacional, constituyen oportunidades de negocio y generan exportaciones.

En la retribución: El impacto redistributivo del turismo internacional consiste en que la mayoría de turistas internacionales proceden de países desarrollados con ingresos elevados y gastan parte de su renta disponible en países con renta inferior mediante la actividad turística. De esta forma, una parte de la renta de los países más ricos es redistribuida por otros países a través del turismo, dándose la circunstancia de que muchos de estos países están en vías de desarrollo. (...) para los países en vías de desarrollo el turismo supone una de las pocas oportunidades a su alcance para desarrollar sus exportaciones sin aranceles, sin contar otros impactos específicos que pueda provocar en tales países receptores.

Un viaje internacional supone el cruce de fronteras, por ende hay una implicación de la balanza de divisas: los turistas extranjeros traen consigo divisas que gastarán en el país receptor y por tanto contribuirán al impacto económico del turismo.

El principal objetivo al tratar de capturar turistas extranjeros, es la posibilidad de obtener divisas; de esta manera apoyar y desarrollar el sector turístico, especialmente en los países que están en vías de desarrollo, en los que la obtención de divisas es un factor primordial.

Acorde al Ministerio de Turismo (2014) informa que:

Más de un millón de turistas extranjeros llegaron al país entre el 1 de enero y el 24 de agosto de 2014, lo que representa una variación del 14% con relación a igual período del 2013. Solo entre el 1 y 24 de agosto se registraron 154.229 arribos de extranjeros, acumulando un total de 1.009.665 turistas que han llegado al país entre el 1 de enero y el 24 de agosto de 2014. El año pasado fue en el mes de octubre cuando Ecuador alcanzó un millón de ingresos de turistas.

El objetivo es lograr que a diciembre del 2014, Ecuador reciba a 1.5 millones de turistas extranjeros.

Es importante destacar que el crecimiento de las divisas del primer trimestre del 2014, respecto del período anterior es del 28%.

Entre tanto, el ingreso de divisas por concepto de turismo registrado en la Balanza de Pagos (viajes y transporte de pasajeros) asciende a 1.037,7 millones de dólares durante el año 2012 y durante el período enero – septiembre 2012 se registra 766,8 millones de dólares, en tanto que para el año 2013 en ese mismo período, el país ha logrado obtener 854,9 millones de dólares, esto es el 12% de incremento.

Para este año, el Ministerio de Turismo aplicará varias estrategias de difusión, promoción y marketing a escala nacional e internacional, entre ellas el lanzamiento de la campaña “All you need is Ecuador” en abril próximo; la participación en las ferias turísticas más relevantes que se desarrollan en el mundo, con el propósito de incrementar este año al menos un 10% en los arribos internacionales.

**Tabla N° 4** Principales países emisores

<b>País</b>	<b>Arribos</b>
Colombia	251.129
Estados Unidos	184.540
Perú	112.801
Venezuela	60.702
España	44.531
Argentina	41.294
Chile	29.989
Canadá	22.695
Alemania	21.858
Cuba	20.606

**Fuente:** (Ministerio de Turismo , 2014)

**Elaboración:** Verónica Ruales

Colombia con 251.129 arribos sigue ocupando el primer lugar como mercado emisor, le sigue Estados Unidos con 184.540, Perú con 112.801, Venezuela con 60.702, España con 44.531, Argentina con 41.294, Chile con 29.989, Canadá con 22.695, Alemania con 21.858 y Cuba con 20.606.

Actualmente para la industria turística uno de los imperativos es conocer la demanda, razón por la cual el visitante es el elemento fundamental en el entorno del turismo. Resulta imprescindible que los receptores conozcan cuales son las necesidades y los deseos de los consumidores para poder dirigir una oferta adecuada que consiga satisfacerlos. Es necesario que los organismos receptores comprendan las reacciones de los consumidores a las características de los servicios ofertados, sobre todo sus expectativas y percepciones.

El estudio del perfil del visitante del cantón es primordial para orientar los esfuerzos que realizan los receptores para que la estadía del turista sea totalmente de su agrado y se convierta en una experiencia única.

Como objeto y sujeto de análisis se precisa y valora al ser humano, para ello se realiza un estudio cualitativo para conocer el perfil del turista; aspectos que muestren características esenciales y fundamentales para la segmentación.

La investigación se desarrolla directamente en el campo de estudio. Se mantiene una relación directa con la principal fuente de información, en este caso el turista.

Para adquirir una adecuada información, se emplean ítems que proporcionan datos precisos. Con este procedimiento se da cumplimiento con el principal objetivo. Existen varios criterios y categorías a la hora de realizar la investigación. En este caso se aplican criterios

objetivos: geográficos, demográficos, socioeconómicos, gastos y grado de satisfacción, Esto gracias al análisis de la información obtenida de las entrevistas aplicadas a los diferentes visitantes (2014) y a ciertas prácticas y procedimientos individuales, grupales y de medición.

Mediante el criterio geográfico se puede determinar las preferencias de acuerdo a continentes, países, regiones y ciudades. El criterio demográfico permite conocer y emplear variables relativas a la población como edad, sexo, estado civil. El criterio socioeconómico incluye variables como ocupación y nivel de instrucción. En cuanto a los gastos se estima en valor monetario, cuanto invierten en el destino, finalmente el criterio de grado de satisfacción el cliente califica el servicio recibido en el destino de acuerdo a los rangos: malo, regular, bueno, muy bueno y excelente.

Una vez que se dispone de una buena base de información se puede identificar ciertos tipos de turistas que visitan el cantón.

Para la tabulación de las encuestas se utiliza el programa SPSS Statistics 21.0, mismo que indica los resultados esperados de las diferentes variables.

El número de encuestas para realizar el análisis del perfil de visitante del cantón es de 379 de acuerdo a la aplicación de la fórmula finita:

### **Determinación del perfil del visitante**

#### **Fórmula Finita:**

$$n = \frac{\sigma^2 Npq}{\epsilon^2 (N - 1) + \sigma^2 pq}$$

#### **Dónde:**

**n**= Número de encuestas (tamaño de muestra)

**N** = Número de habitantes (30.183)

**$\sigma$** = Nivel de confianza 95% (1.96)

**Q**= 1-P (1-0,50=0,50)

**P**= Proporción esperada 0,50

**$\epsilon$**  = Error al 5% (0,05)

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,50)(0,50)(30.183)}{(0,05)^2(30.183 - 1) + (1,96)^2 (0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{(0,9604) (30.183)}{(0,0025)(30.182) + (0,9604)}$$

$$n = \frac{28.987,7532}{76,4154}$$

$$n = 379,3448$$

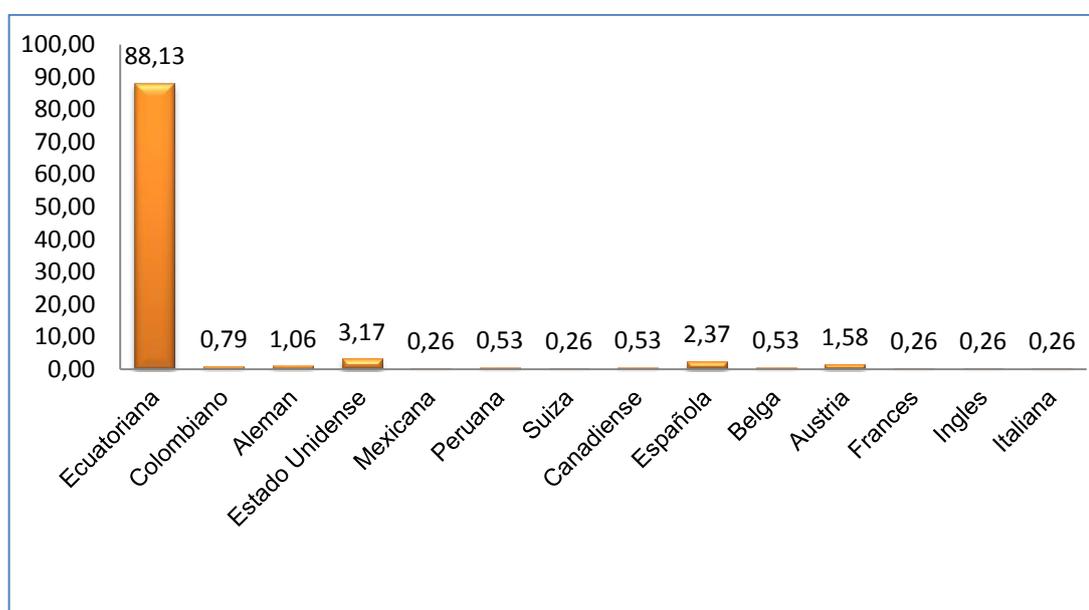
Asimismo para el valor de **N** se tomó en consideración el número de habitantes del cantón que es de 30.183 (INEC, 2010). Como Nivel de confianza  $\sigma$  un porcentaje de (95%) 1,96. Para **Q** comprende 0,50 obtenido de la fórmula (1-P (1-0,50=0,50)). La proporción esperada **P** es de 0,50 y finalmente como margen de error  $\epsilon$  se estima un 5% (0,05). De esta manera se obtuvo un resultado de **379** encuestas.

## Investigación de campo

De los resultados adquiridos en la aplicación de las encuestas a los visitantes del cantón Saraguro, en los meses de: septiembre, octubre y noviembre del año 2014, se obtuvieron los siguientes datos:

### 1. ¿Cuál es su nacionalidad?

**Gráfico N° 1** Nacionalidad



**Fuente:** Encuestas aplicadas en el cantón Saraguro, 2014

**Elaboración:** Verónica Ruales

Al consultar mediante las encuestas la nacionalidad de los visitantes al cantón, resulta que: Ecuador tuvo el mayor porcentaje correspondiente a un 88,13%, seguidamente se encontró Estados Unidos con 3,17% de llegadas, luego España con un 2,37%, Austria con el 1,58%, Alemania con 1,06%, el país fronterizo Colombia con un 0,79%, Perú, Canadá y Bélgica coinciden en cuanto al porcentaje de 0,53% cada uno. Existe una similitud entre estos. Finalmente con un porcentaje inferior los países de México, Suiza, Francia, Inglaterra e Italia también poseen una igualdad de resultados con un 0,26% de llegadas cada uno.

2. ¿Cuál es su ciudad de residencia habitual?

Tabla Nº 5 Residencia habitual

Lugar	Porcentaje
Loja	24,30%
Lago Agrio	0,80%
Cali	0,30%
Ravensloura	0,50%
Cuenca	31,10%
Quito	4,00%
San Francisco	0,50%
Chapas	0,30%
Santo Domingo	0,80%
El Oro	1,60%
Piura	0,50%
Zamora Chinchipe	4,70%
Machala	7,40%
Santa Isabel	3,20%
Alamor	0,80%
General Villamil Playas	1,10%
Suricht	0,30%
Bancouber	0,50%
Madrid	1,30%
Mérida	0,30%
Latacunga	0,30%
New York	0,80%
Zeuvem	0,50%
Guayaquil	4,00%
California	0,50%
Ambato	1,80%
Bregenz	0,50%
Amiens	0,30%
Lóndon	0,30%
Reuthe	1,10%
Friburgo	0,50%
Medellín	0,30%
Cartajena	0,30%
Murcia	0,30%
Huaquillas	1,10%
Salinas	1,10%
Catamayo	1,10%
La Coruña	0,50%
Otavalo	0,50%
Milán	0,30%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

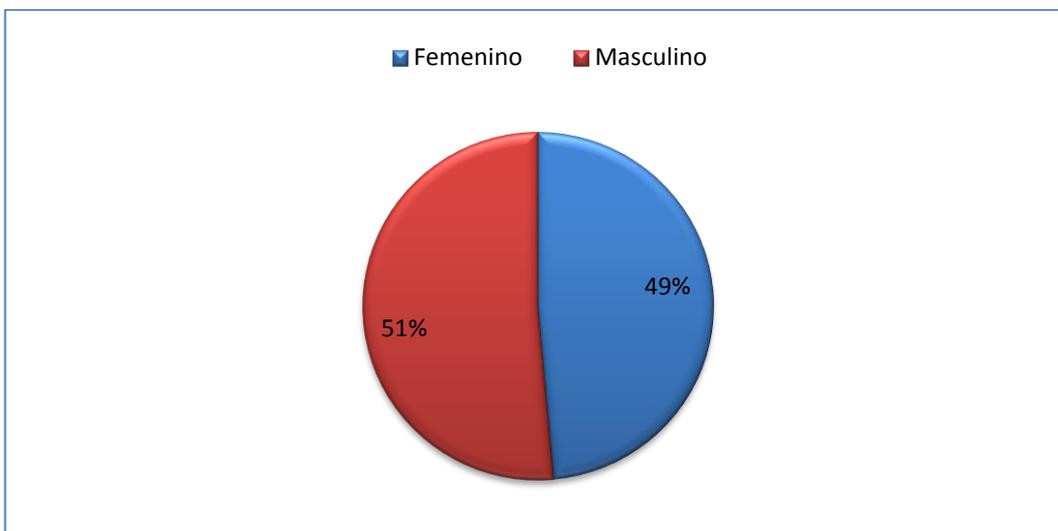
Fuente: Encuestas aplicadas en el cantón Saraguro, 2014

Elaboración: Verónica Ruales

De acuerdo a la ciudad de residencia habitual del turista, se puede apreciar que el mayor índice de visitas correspondió a la vecina ciudad Cuenca con un 31,10%, sin quedarse atrás la ciudad de Loja con un 24,35%. Se evidencia a la vez visitantes de la Costa como Machala con un 7,40%, Guayaquil 4%, Salinas, Huaquillas, General Villamil Playas con un 1,10% cada una, también existen otros visitantes de la Zona Andina como Quito con un 4%, Santa Isabel con 3,20%, Ambato con 1,80%, Otavalo con 0,50%. Además visitantes de la Zona Oriental como la Provincia de Zamora Chinchipe contando con 4,70%, Lago Agrio con 0,80%. Pese a que la mayoría de viajeros pertenecen a Ecuador, existe la presencia de extranjeros, tal es el caso de Madrid que posee 1,30%, Reuthe con 1,10%, Nueva York con 0,80%, con una igualdad de porcentajes: San Francisco, Piura, La Coruña con 0,50% cada una y por último con porcentajes inferiores Cali, Chapas, Suricht, Amiens, Murcia con un 0,30% correspondientemente.

### 3. Sexo

Gráfico N° 2 Sexo

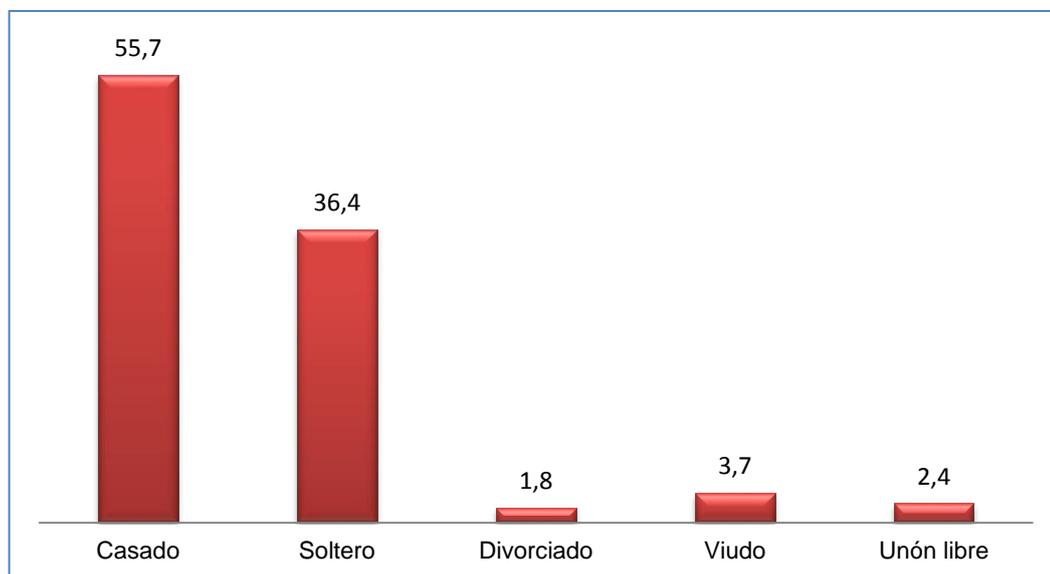


**Fuente:** Encuestas aplicadas en el cantón Saraguro, 2014  
**Elaboración:** Verónica Ruales

Dentro de los visitantes del cantón, se constata que la mayoría pertenecen al sexo femenino con un 51%, mientras que el sexo masculino corresponde a un 49%, es decir un índice menor.

#### 4. Estado civil

Gráfico N° 3 Estado Civil

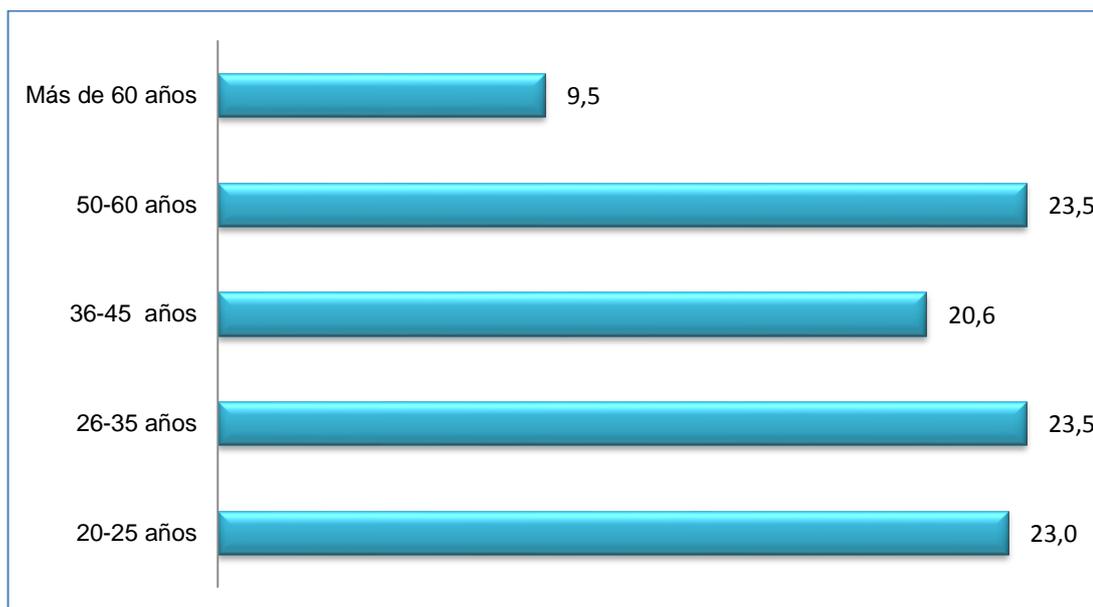


Fuente: Encuestas aplicadas en el cantón Saraguro, 2014  
Elaboración: Verónica Ruales

Respecto al estado civil de los encuestados, el mayor porcentaje corresponde a: casados con el 55,7%, soltero el 36,4%, viudo el 3,7%, unión libre el 2,4% y por último, divorciado con el 1,8%.

#### 5. Seleccione su rango de edad

Gráfico N° 4 Rango de edad



Fuente: Encuestas aplicadas en el cantón Saraguro, 2014  
Elaboración: Verónica Ruales

Los rangos de edad mayoritarios se ubican entre 26-35 y 50-60 años con el 23,5% cada uno, existiendo de esta manera una similitud, luego le sigue el rango de 20-25 años con el 23%. En cambio el rango de más de 60 años, es más bajo respecto a los demás con el 9,5%. Queda demostrado que la tendencia de llegadas corresponden a estudiantes, adultos y adultos mayores.

## 6. ¿Qué día arribó?

**Tabla Nº 6** Día que arribó

Fecha	Porcentaje
20/09/2014	1,80%
18/09/2014	0,30%
19/09/2014	0,80%
21/09/2014	5,50%
24/09/2014	5,50%
23/09/2014	1,60%
22/09/2014	1,10%
28/09/2014	3,70%
27/09/2014	1,10%
06/10/2014	0,50%
05/10/2014	12,90%
01/10/2014	0,30%
04/10/2014	1,60%
09/10/2014	0,80%
10/10/2014	10,80%
11/10/2014	18,50%
12/10/2014	8,40%
18/10/2014	5,30%
19/10/2014	2,10%
25/10/2014	4,20%
26/10/2014	2,90%
01/11/2014	5,50%
02/11/2014	3,40%
03/11/2014	1,30%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas en el cantón Saraguro, 2014

**Elaboración:** Verónica Ruales

En vista de que la aplicación de encuestas se las realizó en los meses de septiembre, octubre y noviembre. La mayor afluencia de turistas llegó el día once de octubre del 2014 ya

que se presentó un largo feriado en dicho mes. El porcentaje es de 18,50%. Por su parte, la menor afluencia llegó el día diez y ocho de septiembre del 2014 y el primero de octubre del 2014 con un porcentaje de 0.30% respectivamente.

## 7. ¿Qué día salió?

**Tabla N° 7** Día que salió

Fecha	Porcentaje
20/09/2014	1,80%
21/09/2014	6,90%
25/09/2014	5,30%
24/09/2014	1,80%
29/09/2014	0,80%
26/09/2014	0,50%
28/09/2014	4,70%
06/10/2014	0,80%
05/10/2014	14,80%
11/10/2014	18,20%
10/10/2014	2,60%
12/10/2014	16,90%
18/10/2014	3,20%
19/10/2014	4,20%
25/10/2014	3,20%
26/10/2014	4,00%
02/11/2014	6,10%
01/11/2014	1,60%
03/11/2014	2,60%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas en el cantón Saraguro, 2014

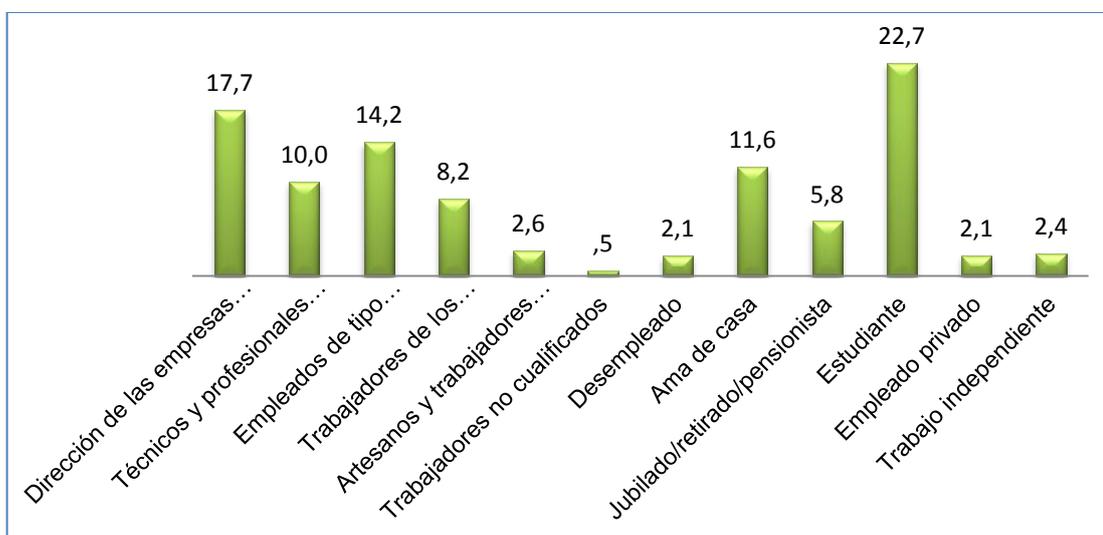
**Elaboración:** Verónica Ruales

Referente al día de salida de los visitantes encuestados, se constata que la mayor cantidad lo hizo el día once de octubre del 2014, equivalente a un 18,20%. En cambio la menor cantidad de viajeros que abandonaron el cantón, lo hicieron el día veinte y seis de septiembre del 2014, con un 0,50%.

Cabe recalcar que los visitantes con mayor porcentaje fueron turistas de tránsito, y lo hicieron en el feriado de octubre.

## 8. ¿Cuál es su situación ocupacional?

Gráfico N° 5 Situación ocupacional



**Fuente:** Encuestas aplicadas en el cantón Saraguro, 2014

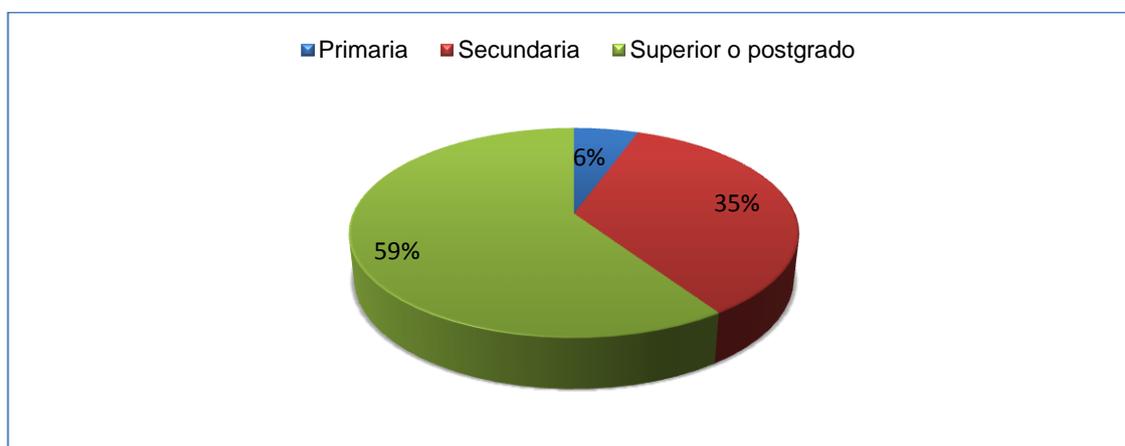
**Elaboración:** Verónica Ruales

Con respecto a la ocupación de las personas que visitaron el cantón, se tiene el segmento estudiantes con el 22,7% y dirección de las empresas y administraciones públicas con el 17,7%, entre las cifras de mayor rango. Finalmente trabajadores no cualificados con el 0,5% entre las ocupaciones más bajas.

El segmento estudiantes es más alto ya que los rangos de edad mayoritarios se ubican entre 26-35 años y 50-60 años, seguidamente el segmento de 20-25 años. Por consiguiente, los más jóvenes son estudiantes y los demás se encuentran en el segmento dirección de las empresas y administraciones públicas.

## 9. ¿Cuál es nivel de instrucción?

Gráfico N° 6 Nivel de instrucción.



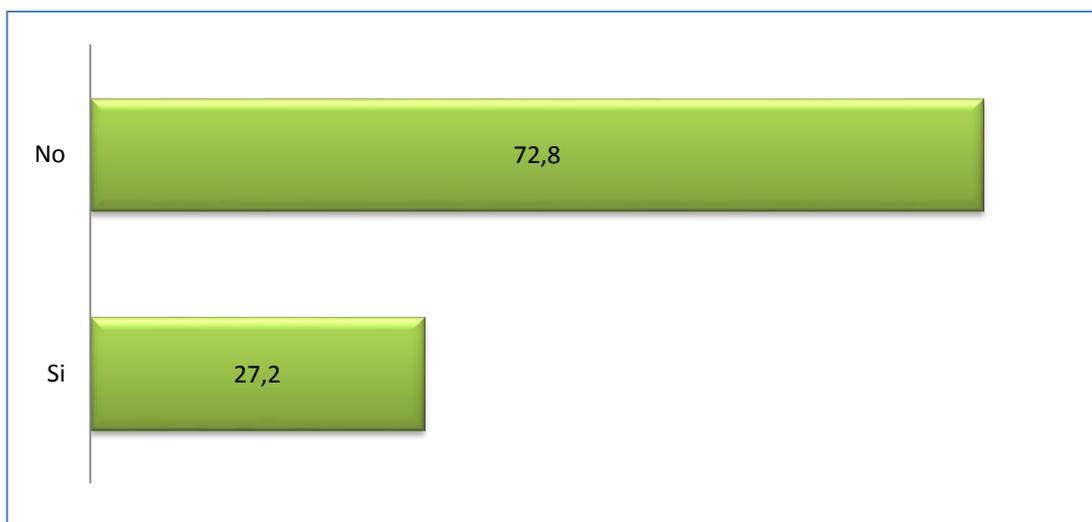
**Fuente:** Encuestas aplicadas en el cantón Saraguro, 2014

**Elaboración:** Verónica Ruales

El 59% goza de estudio superior o postgrado, de la misma manera un 35% con un nivel secundario y primario con el 6%. Demostrando así que el perfil del turista posee una buena preparación académica y es capaz de solventar sus gastos turísticos.

### 10. ¿Es la primera vez que visita la parroquia / cantón?

**Gráfico N° 7** Visita a la parroquia / cantón.



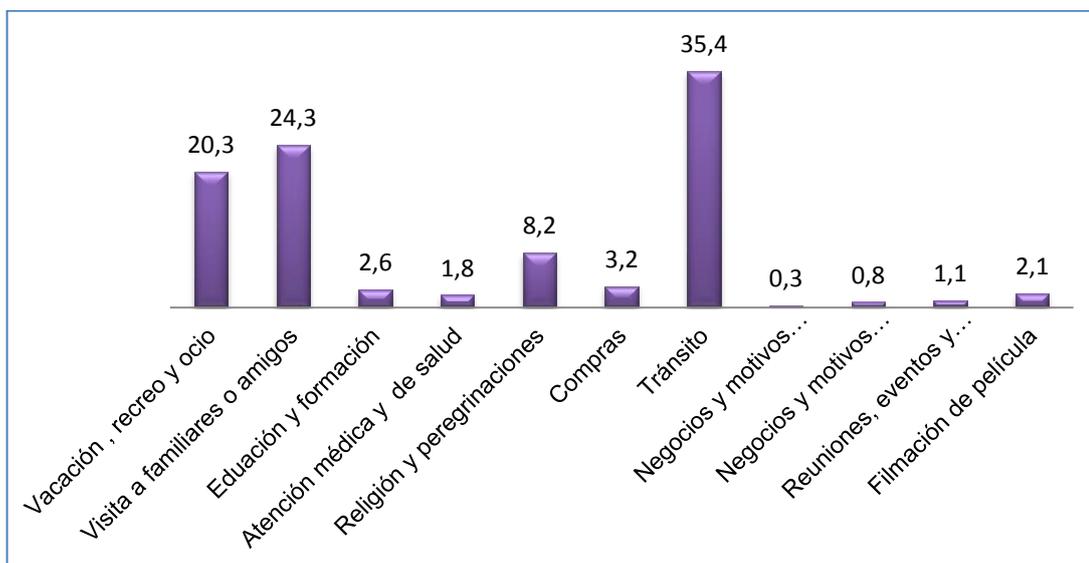
**Fuente:** Encuestas aplicadas en el cantón Saraguro, 2014

**Elaboración:** Verónica Ruales

El 72,8% de los encuestados señaló que no es la primera vez que visita la zona, mientras que el 27,2% manifestó que es la primera vez que lo hace.

### 11. ¿Cuál fue el motivo principal de este viaje?

**Gráfico N° 8** Motivo de la visita.



**Fuente:** Encuestas aplicadas en el cantón Saraguro, 2014

**Elaboración:** Verónica Ruales

En este caso la mayoría de turistas encuestados son de tránsito ya que su estadía duró menos de un día, su estancia fue transitoria, correspondiendo a un 35,4%, el segundo motivo por el que realizaron el viaje fue por visitas a familiares o amigos con un 24,3%. Los motivos restantes son de menor porcentaje.

## 12. ¿Qué lugares turísticos de la parroquia / cantón visitó?

**Tabla Nº 8** Lugares turísticos que visitó

Nombre	Porcentaje
1. Vivienda de los indígenas Saraguros	9,76%
2. Bosque Protector Washapamba	2,10%
3. Laguna de Chinchilla	2,30%
4. Cerro Arcos	0,26%
5. Paredones de los Inkas	0,26%
6. León Dormido	4,48%
7. Lagunas de Chayazapa	0,00%
8. Valle de Zapotepamba	0,00%
9. Ingapirca de Saraguro	0,00%
10. Plazoleta del Barrio Sucre	13,10%
11. Parque la Madre	17,94%
12. El Salado	0,00%
13. Iglesia Matriz de Saraguro	79,60%
14. Indumentaria de la etnia Saraguro	44,32%
15. Sombreros de Lana	6,59%
16. Telares de la Comunidad Lagunas	5,80%
17. Artesanías. Orfebrería	62,00%
18. Cerámicas de Gunudel	0,26%
19. San Antonio de Cumbe	9,23%
20. Virgen del Kaka, de la Cascada, agua Santa	14,51%
21. Baño Inka	5,01%
22. Parque las Culturas	49,07%
23. Quesera de Saraguro	13,98%
24. Puglla	0,52%
25. Feria Libre de Saraguro(Museos)	29,02%
26. Parque Urdaneta	2,63%
27. Puenting Saraguro	3,43%
28. Iglesia Urdaneta	2,63%
29. Iglesia de San Francisco	1,84%

**Fuente:** Encuestas aplicadas en el cantón Saraguro, 2014

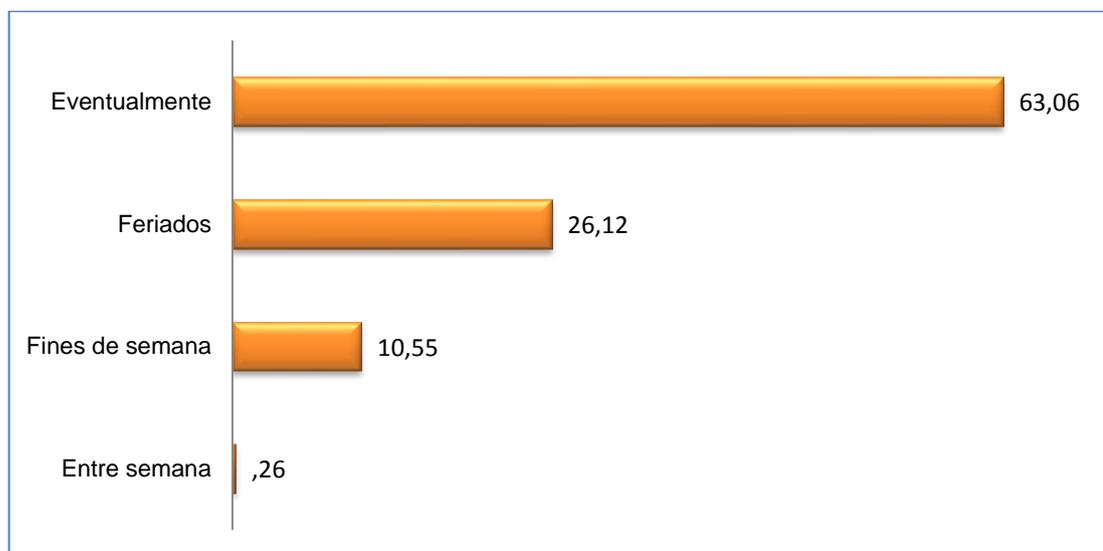
**Elaboración:** Verónica Ruales

Los principales lugares turísticos que visitaron los encuestados fueron: Iglesia Matriz de Saraguro con el 79,60%, seguidamente artesanías-orfebrería con el 62%, luego Parque de las Culturas con el 49,07%. Estos sitios son de mayor rango ya que se encuentran en el

centro del cantón y son los más accesibles. Los demás restantes poseen menor porcentaje de visita.

### 13. ¿Con qué frecuencia visita la parroquia / cantón?

**Gráfico N° 9** Frecuencia de la visita



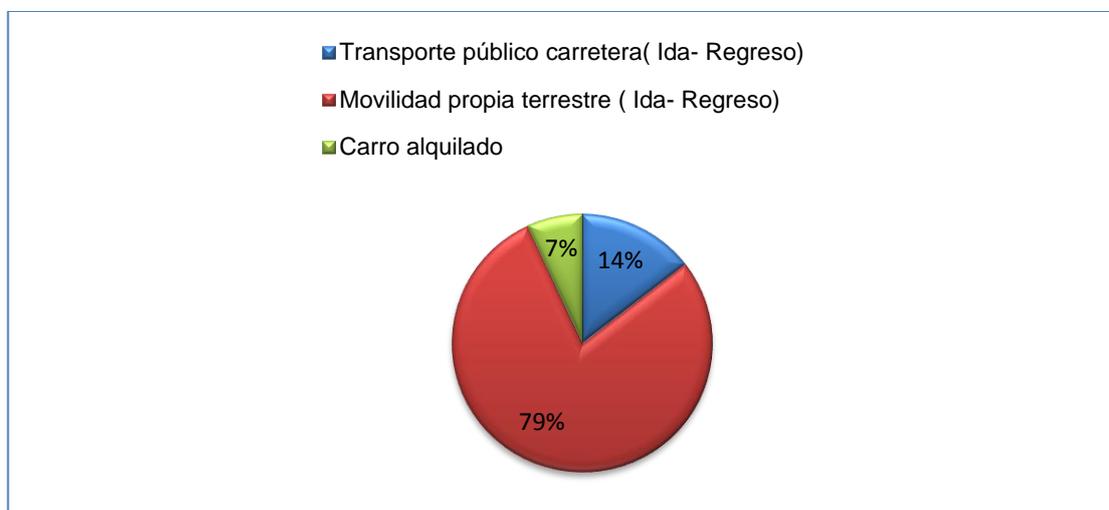
**Fuente:** Encuestas aplicadas en el cantón Saraguro, 2014

**Elaboración:** Verónica Ruales

En vista de que el sitio se ubica en una zona estratégica, la mayoría de turistas visitó el cantón de manera eventual, correspondiendo a un 63,06%, en los feriados también se evidenció la presencia de viajeros con un 26,12%, los fines de semana correspondió un 10,55% y con menor porcentaje entre semana con un 0,26%.

### 14. ¿Cuál es el medio de transporte para llegar y salir del destino turístico?

**Gráfico N° 10** Medio de transporte para llegar y salir del destino turístico.



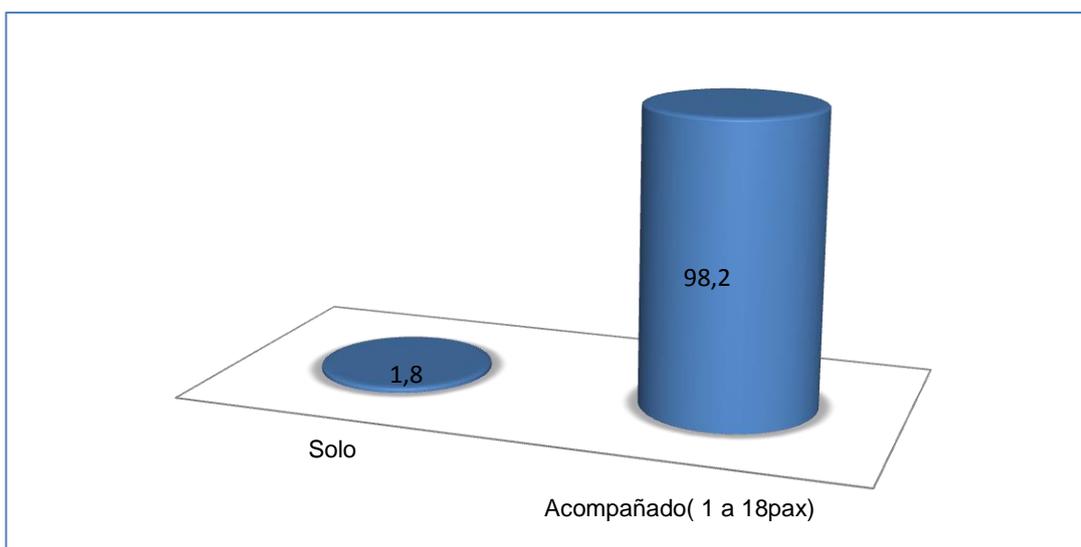
**Fuente:** Encuestas aplicadas en el cantón Saraguro, 2014

**Elaboración:** Verónica Ruales

El medio de transporte utilizado por los turistas hacia la zona es propio, el 79% lo indicó así, mientras tanto que el 14% informó que utilizaron transporte público, gracias a que existe el servicio de camionetas, busetas y fletadas. El otro 7% alquiló vehículo.

### 15. Formas de viajar

Gráfico N° 11 Formas de viajar.



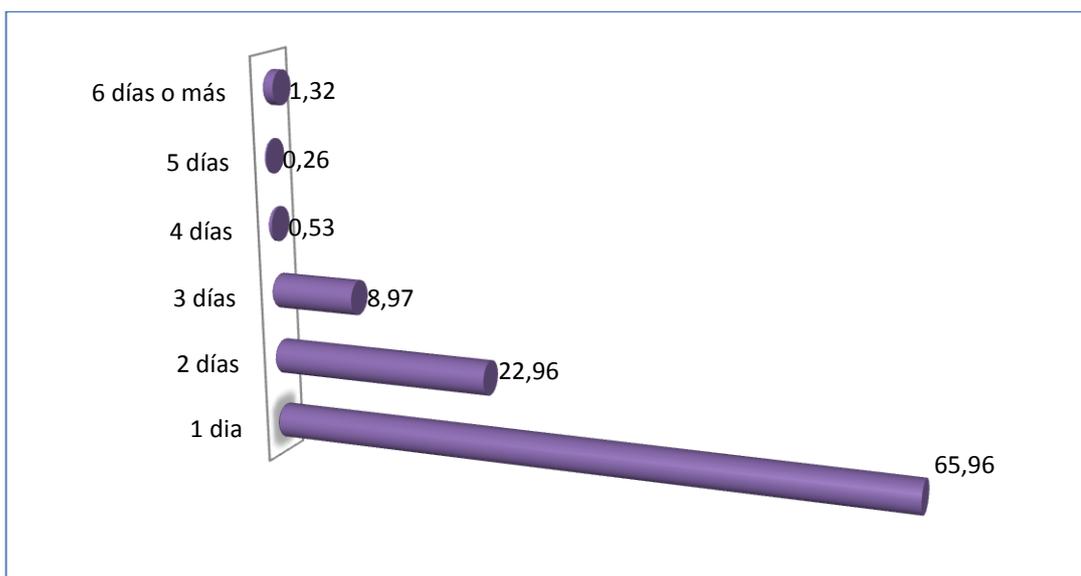
Fuente: Encuestas aplicadas en el cantón Saraguro, 2014

Elaboración: Verónica Ruales

Las personas que viajaban al sitio en su mayoría lo hicieron acompañados de su familia o amigos en un 98,2%. El 1,8 restante lo hizo solo, por lo general fueron extranjeros.

### 16. ¿Cuánto duró su visita al destino?

Gráfico N° 12 Permanencia de la visita.



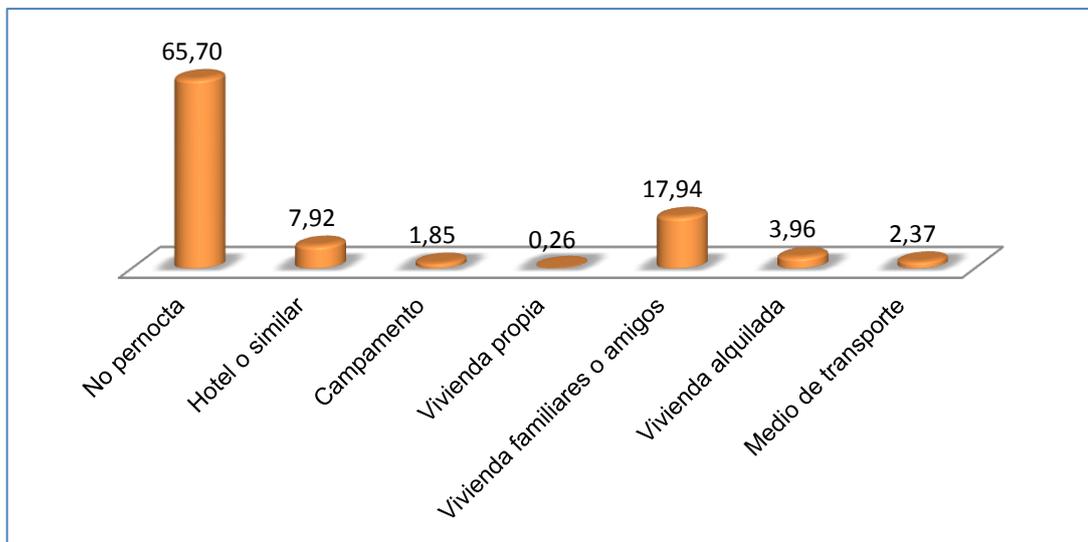
Fuente: Encuestas aplicadas en el cantón Saraguro, 2014

Elaboración: Verónica Ruales

La permanencia de la visita en su generalidad fue de un solo día ya que la mayoría de visitantes fueron transitorios, señalando así un 65,96%, dos días el 22,96% y con menor duración el 0,26%.

**17. Indique, ¿qué tipo de alojamiento utilizó en su visita a la parroquia / cantón?**

**Gráfico N° 13** Tipo de alojamiento utilizado en la parroquia / cantón.



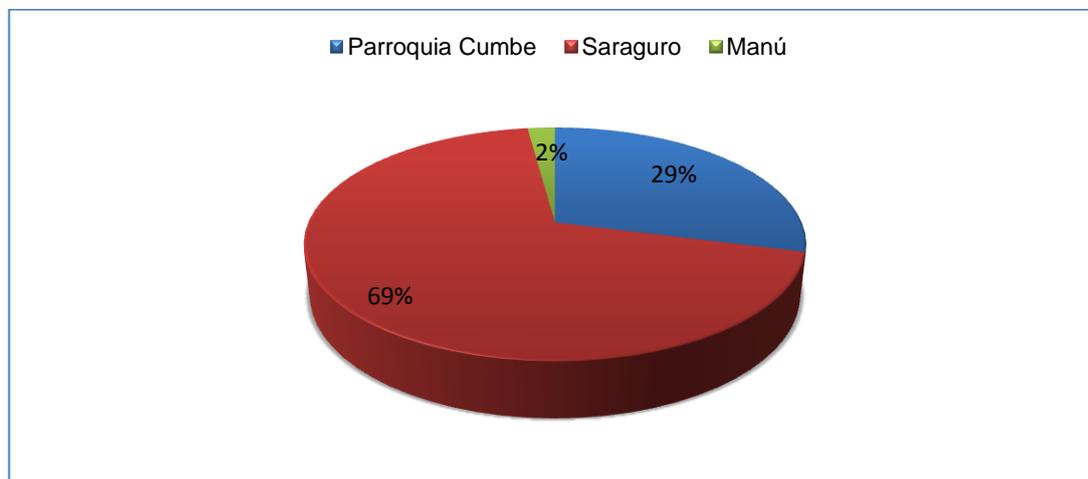
**Fuente:** Encuestas aplicadas en el cantón Saraguro, 2014

**Elaboración:** Verónica Ruales

Como se indicó anteriormente el mayor segmento de turistas fue transitorio, por ende no hubo noches de pernoctación, en este caso el equivalente es de 65,70%, seguidamente el alojamiento que usaron fue el de la vivienda de familiares o amigos con el 17,94%, posteriormente hotel o similar con el 7,92%. Los demás restantes tienen porcentajes inferiores.

**18. ¿Cuál fue la principal localidad visitada en el destino?**

**Gráfico N° 14** Principal localidad visitada en el destino.



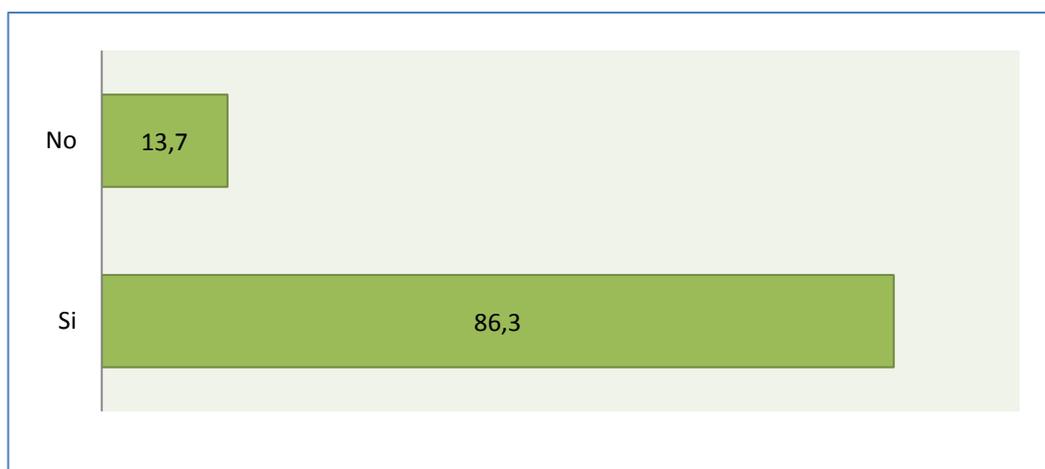
**Fuente:** Encuestas aplicadas en el cantón Saraguro, 2014

**Elaboración:** Verónica Ruales

El 69% de encuestados indicó que la principal localidad visitada fue la Parroquia Saraguro, ya que en la misma se encuentran la mayoría de atractivos turísticos, el 29% visitó la Parroquia Cumbe y finalmente el 2% fue a la parroquia Manú.

### 19. ¿En este viaje fue la parroquia /cantón la única visitada?

**Gráfico N° 15** ¿En este viaje fue la parroquia / cantón la única visitada?



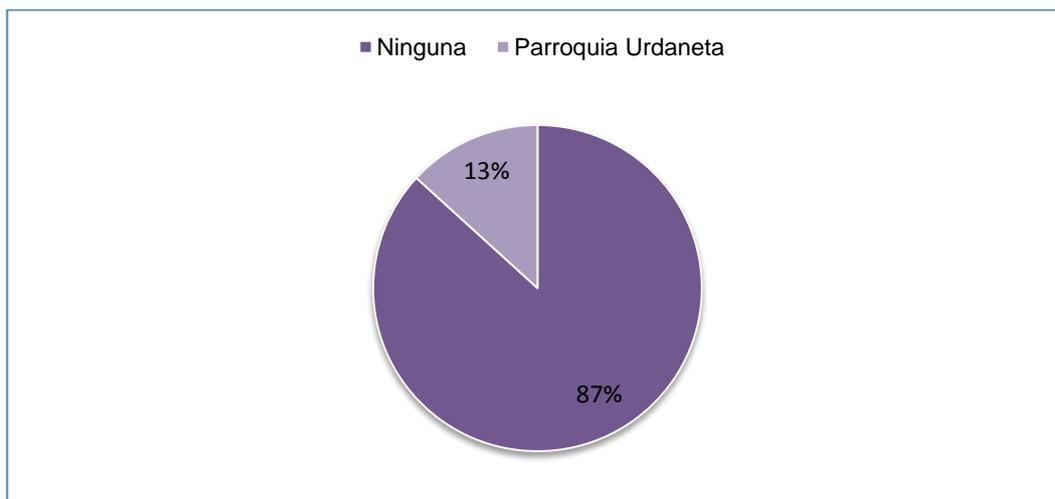
**Fuente:** Encuestas aplicadas en el cantón Saraguro, 2014

**Elaboración:** Verónica Ruales

En base a la información brindada por los viajeros, el 86,3% informó que el sitio visitado en este desplazamiento fue el único, por su parte el 13,7% indicó lo contrario.

### 20. Indique otras localidades visitadas o por visitar en este viaje

**Gráfico N° 16** Otras localidades visitadas o por visitar en este viaje



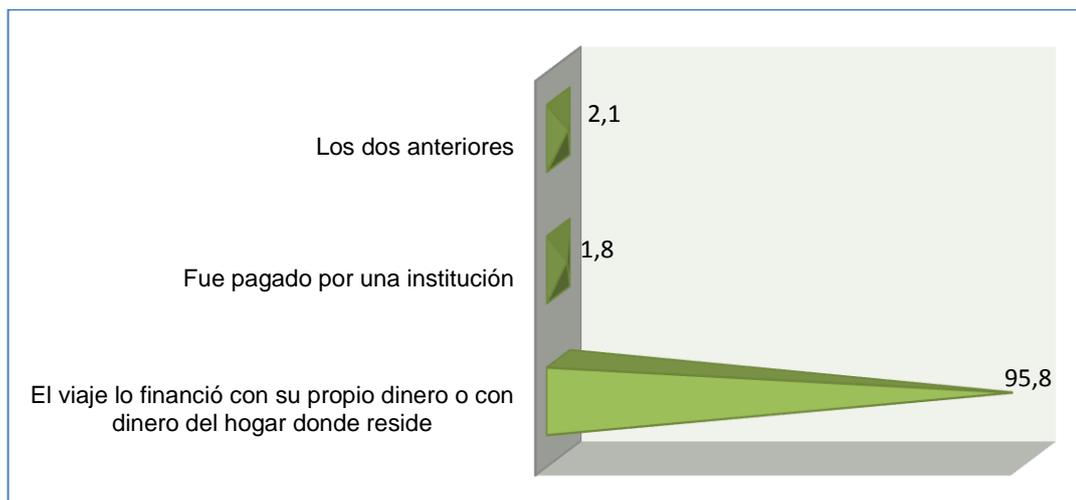
**Fuente:** Encuestas aplicadas en el cantón Saraguro, 2014

**Elaboración:** Verónica Ruales

El 87% de los encuestados fue únicamente al sitio planeado. Tan sólo el 13% fue a otras localidades como a la Parroquia Urdaneta.

## 21. ¿Quién financió este viaje?

Gráfico N° 17 Financiamiento del viaje.



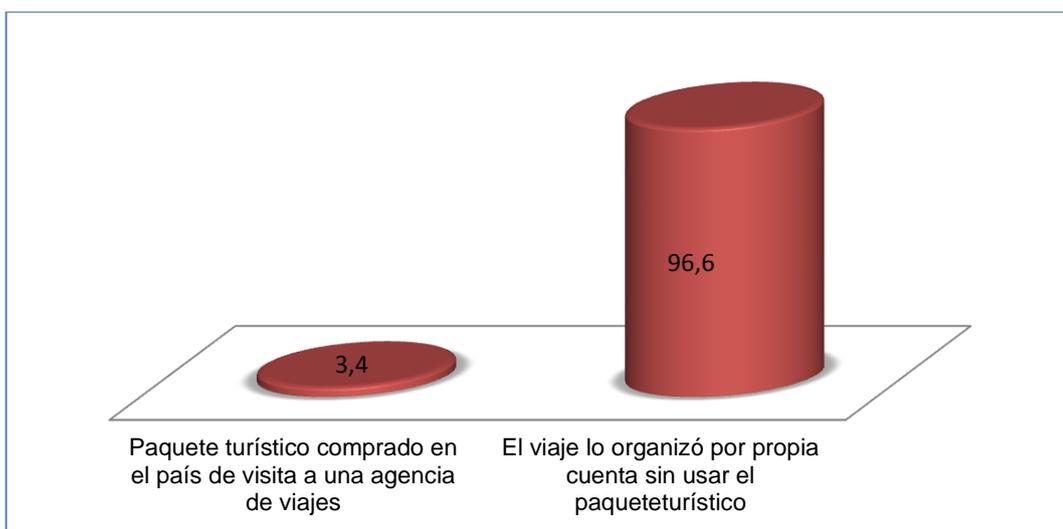
Fuente: Encuestas aplicadas en el cantón Saraguro, 2014

Elaboración: Verónica Ruales

Al demostrar que el perfil del turista posee una buena preparación académica y es capaz de solventar sus gastos, los resultados reflejan que el 95,8% lo financió con su propio dinero, mientras que el 2,1% financió el viaje con su propio dinero y el de una institución y tan sólo el 1,8%, una institución cubrió sus gastos.

## 22. ¿Cómo organizó su viaje?

Gráfico N° 18 Utilización de agencias de viajes.



Fuente: Encuestas aplicadas en el cantón Saraguro, 2014

Elaboración: Verónica Ruales

El cantón al encontrarse en un sitio estratégico y de fácil acceso a los sitios turísticos, no precisa de una gran organización con agencias de viajes, es así que el 96,6% de turistas

organizó su viaje sin usar el paquete turístico. Mientras que el 3,4% utilizaron los servicios de una agencia de viajes.

### 23. ¿Qué tipo de servicios comprendió el paquete turístico comprado

De las 379 encuestas aplicadas en el cantón, se pudo verificar que sólo el 12% equivalente al 100% contestaron que sí adquirieron un paquete turístico, el mismo comprendía: transporte de ida -regreso, alimentos & bebidas, tours y servicio de guianza, dados estos resultados, calificaron al servicio como muy bueno con el 1,84% y como bueno con el 1,31%.

### 24. En este viaje, ¿Cuál fue el gasto de cada artículo / servicio?

Tabla N° 9 Gasto de cada artículo / servicio

Nombre	Valor	Porcentaje
<b>1. Artículo o servicio</b>		
a) Paquete turístico	\$1,140	6,73%
<b>2. Alojamiento</b>		
b) Hotel o similar	\$430	2,40%
c) Casa apartamento, camping arrendado	\$105	0,59%
<b>3. Transporte</b>		
d) Terrestre-público	\$1,058	6,02%
e) Alquiler de vehículos	\$996	5,67%
f) Gasolina o combustible	\$5,417.7	30,86%
g) Otros servicios de transporte	\$0.0	0,00%
<b>4. Alimentos y Bebidas</b>		
h) En restaurantes	\$3,552.8	20,20%
i) Fuera de restaurantes	\$2,597.55	14,79%
j) Servicios culturales	\$47	0,26%
k) Servicios deportivos y recreacionales	\$92	0,52%
l) Souvenirs, regalo y artesanías	\$1,232	7,00%
m) Otros (Lavandería, peluquería, otros)	\$41	0,23%
n) Bienes	\$0.0	0%
o) Servicios	\$49	0,27%
p) Otros gastos relacionados con el viaje	\$1,182	6,73%
<b>Total</b>	<b>\$17,551</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas en el cantón Saraguro, 2014

Elaboración: Verónica Ruales

Seguidamente se describen las presentaciones que fueron usadas por los turistas:

### Artículo o servicio

Dentro de este segmento se encuentra el servicio de paquete turístico, mismo que generó un gasto total de \$1,140, equivalente al 6,73% de los gastos en general.

### Alojamiento

Durante su estadía, existieron personas que se hospedaron en un hotel o similar, generando un gasto total de \$430, (2, 40%). También las personas que utilizaron casa-apartamento, o camping arrendado con un valor de \$105 (0,59%).

### Transporte

El gasto en transporte terrestre o público es de \$1,058 (6,02%). En alquiler de vehículos \$996 (5,67%). El consumo más fuerte en todos los segmento es de gasolina o combustible, llegando sí a \$5,417.7 (30,86%).

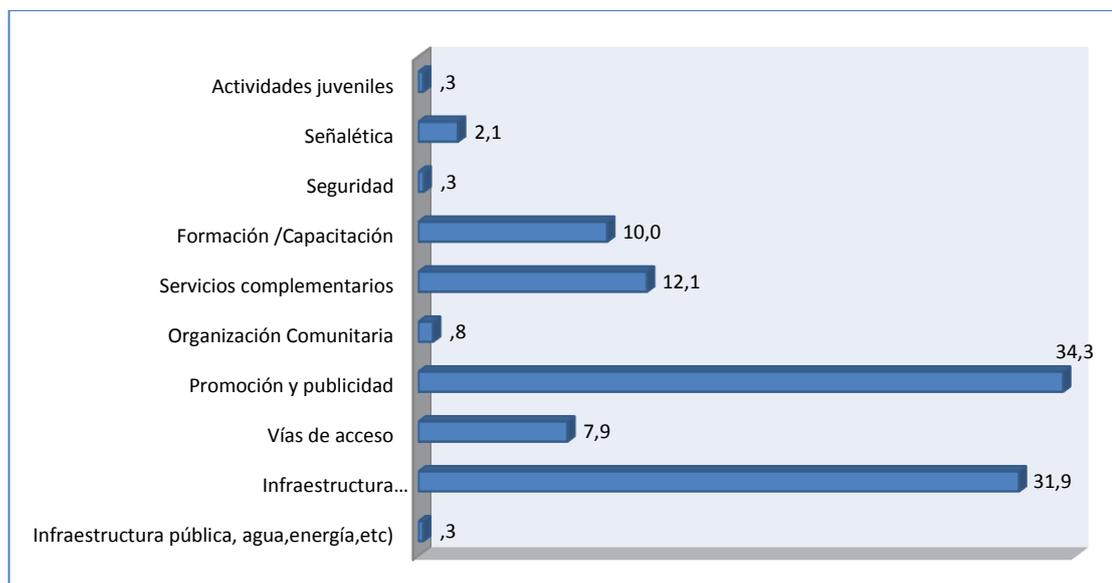
### Alimentos y bebidas

Una de las principales características de Saraguro, es su exquisita gastronomía, razón por la cual los visitantes se complacieron en degustar de sus variados platillos. En restaurantes consumieron \$3,552.8 (20,20%), fuera de restaurantes \$2,597.55 (14,79%), servicios culturales \$47 (0,26%), servicios deportivos y recreacionales \$92 (0,52), souvenirs, regalo y artesanías \$1,232 (7,00%), otros (lavandería, peluquería, etc.) \$41 (0,23%), servicios \$49 (0,27%) y finalmente en otros gastos relacionados con el viaje gastaron \$1,182 (6,73%).

El gasto total que generaron los visitantes encuestados en los diferentes servicios fue de \$17,551.

## 25. ¿Qué actividades le falta al destino para mejorar?

Gráfico N° 19 Actividades que le hacen falta al destino para mejorar.



Fuente: Encuestas aplicadas en el cantón Saraguro, 2014

Elaboración: Verónica Ruales

Se determinó que la principal actividad que le hace falta para mejorar al cantón Saraguro es: promoción y publicidad (34,3%), aspectos de infraestructura turística (31,9%), servicios complementarios (12,1%), otro aspecto es la poca formación / capacitación de los receptores (10,0%), vías de acceso (7,9%), sobre todo en las parroquias como Cumbe, quienes se inclinaron a señalética fueron pocos (2,1%), entre otras.

Poniendo en práctica los requerimientos y observaciones de los visitantes, se puede mejorar muchísimo el destino.

## 26. Califique la calidad del servicio recibido en el destino.

Tabla Nº 10 Calificación del servicio recibido en el destino

TIPO	CALIDAD				
	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
1. Alojamiento	0%	0,79%	3,95%	2,71%	0,52%
2. Alimentación	4,74%	24,01%	48,28%	21,10%	1,50%
3. Transporte	0%	0,26%	3,16%	6,59%	2,37%
4. Agencia de Viajes	0%	0%	1,31%	1,84%	0%
5. Recreación y esparcimiento	0%	0%	25,59%	52,77%	18,99%

Fuente: Encuestas aplicadas en el cantón Saraguro, 2014

Elaboración: Verónica Ruales

En este caso, no todos los visitantes tomaron los cinco tipos de servicios, por consiguiente vertieron sus opiniones en cuanto a los recibidos.

### Alojamiento

Expresaron que su conformidad fue: bueno (3,95%), otros expresaron muy bueno (2,71%), regular (0,79) y excelente (0,52%).

### Alimentación

Les pareció bueno (48,28%), regular (24,01%), muy bueno (21,10%), malo (4,74%), es posible que este porcentaje se deba a la falta de formación / capacitación por parte de los receptores y también al lugar donde recibieron el servicio, finalmente les pareció excelente (1,50%).

### Transporte

El cantón por encontrarse en lugar estratégico y accesible, cuenta con servicios de camionetas, busetas y fletadas a toda hora para llegar al destino deseado. Razón por la

cual, calificaron como muy bueno (6,59%), bueno (3,16%), excelente (2,37%) y regular (0,26).

### **Agencia de viajes**

Los servicios recibidos los consideraron: muy bueno (1,84%) y bueno (1,31%).

### **Recreación y esparcimiento**

Los visitantes quedaron complacidos con las maravillas culturales y tradicionales que posee el cantón, es por ello que su calificación fue: muy bueno (52,77%), bueno (25,59%) y excelente (18,99%). Casi su totalidad expresaron su pronto retorno.

A continuación se presentan los resultados que se obtuvieron en base a la investigación (sustentada en la aplicación de encuestas) realizada a los visitantes del cantón Saraguro 2014.

Mediante el análisis de cada una de las variables utilizadas en la aplicación de las encuestas, se detalla una sistematización, misma que es de gran utilidad e importancia ya que no existe información de los visitantes que llegan a este sitio.

En el siguiente cuadro se muestran las variables y sus porcentajes para un mejor análisis e interpretación de los resultados obtenidos.

**Tabla N° 11** Perfil del turista del cantón Saraguro

<b>Características</b>	<b>Descripción</b>	<b>Porcentaje</b>
Nacionalidad	Las personas que visitan Saraguro en su mayoría son de nacionalidad ecuatoriana	88,13%
Residencia	La residencia habitual de las personas encuestadas, en su mayoría son de la ciudad de Cuenca	31,10%
Sexo	El sexo que predomina es el femenino	51,00%
Estado civil	En su mayoría, el estado civil de los visitantes es casado	55,70%
Edad	Existe una similitud en el rango de edad de los visitantes, 26-35 años y 50-60 años	23,50% c/u
Llegada	Los turistas llegaron el día once de octubre del 2014 gracias al feriado existente	18,50%
Salida	El día que abandonaron el sitio los turistas fue el once de octubre del 2014	18,20%
Situación ocupacional	La ocupación de los encuestados en su mayoría son estudiantes	22,70%
Instrucción	El nivel de instrucción de los visitantes es superior o postgrado	59,00%
Visitas	Los viajeros por lo general han visitado en más de una ocasión el cantón	72,80%
Motivo de visita	La mayoría de turistas son de tránsito	35,40%
Atractivo visitado	Por lo general el sitio que más visitan los viajeros es la Iglesia Matriz Saraguro	79,60%
Frecuencia de visita	El cantón es visitado de manera eventual	63,06%
Medio de transporte	El transporte propio es el más usado para desplazarse hacia el sitio	79,00%
Forma de viajar	Los visitantes prefieren viajar acompañados de sus familiares o amigos	98,20%
Duración del viaje	La mayoría de visitantes no pernocta en el lugar	65,96%
Alojamiento	No se alojan la gran parte de visitantes	65,70%
Localidad visitada	La parroquia Saraguro es la localidad más visitada	69,00%
Desplazamientos	De acuerdo a la mayoría de encuestados, sólo se desplazaron a una localidad	86,30%
Otras localidades	Por lo general el turista va únicamente a la localidad planeada	87,00%
Financiamiento	Los viajeros financian la visita con su propio dinero o dinero que proviene del hogar donde residen	95,80%
Forma de organización	Las personas casi en su totalidad organizan su viaje sin usar un paquete turístico	96,60%

Servicio de agencia de viajes	Los turistas casi en su mayoría no adquirieron este servicio, por consiguiente no es muy significativo	100%
Gasto en artículo o servicio	Alrededor de \$1.140,00 en total	6,73%
Gasto en alojamiento	Un total de \$535,00	2,99%
Gasto en transporte	Aproximadamente \$7.471,70 en total	42,55%
Gasto en alimentos y bebidas	El gasto más representativo se encuentra en este segmento con \$8.793,35	50%
Que le hace falta al destino	Los turistas coinciden que le hace falta más promoción y publicidad al cantón	34,30%
Calidad de alojamiento	Los turistas que usaron este servicio lo catalogaron como bueno	3,95%
Calidad de alimentación	Expresaron que es regular el servicio de la comida	24,01%
Calidad de transporte	Les pareció muy bueno el servicio de transporte	6,59%
Calidad de agencia de viajes	Los pocos turistas que usaron este servicio lo posicionaron como muy bueno	1,84%
Calidad de recreación y esparcimiento	Manifestaron que es muy bueno	52,77%

**Fuente:** Encuestas aplicadas en el cantón Saraguro, 2014

**Elaboración:** Verónica Ruales

## 2.3. Potencial Turístico del cantón Saraguro

### 2.3.1. Atractivos turísticos del cantón Saraguro.



**Figura N° 2** Atractivos del Cantón Saraguro  
**Fuente:** Brayan Cango (2013)

Cada atractivo turístico tiene su propia historia, misma que es narrada desde tiempos ancestrales.

Acorde al autor Carrión Burneo (1998: 169) indica que:

En la cabecera cantonal de Saraguro se realizan festividades típicas, costumbres y tradiciones, cuya importancia radica en la absoluta naturalidad con que se cumplen y en su extraordinario colorido y solemnidad, todos giran alrededor del tema religioso, siendo las principales: semana santa, navidad, tres reyes, corpus christi, el 15 de agosto, 24 de mayo y el 10 de marzo. Las comunidades indígenas en estas fechas, se dan cita con sus mejores galas.

Los atractivos del cantón no son sólo sus fiestas tradicionales, sino su cultura en sí, su gente, su gastronomía, su idioma, su forma de vida, sus maravillas paisajísticas, todo este conjunto lo convierte como uno de los principales destinos turísticos del país.

### 2.3.1.1. Inventario de los atractivos turísticos del cantón Saraguro.

Tabla N° 12 Inventario de atractivos turísticos “Vivienda de los indígenas Saraguros”

<b>Nombre del atractivo</b>	Vivienda de los indígenas Saraguros		
<b>Categoría</b>	Manifestación Cultural	<b>Tipo</b>	Etnográfica
<b>Jerarquía</b>	II	<b>Subtipo</b>	Arquitectura Vernácula
<b>Actividades:</b> Turismo Cultural			
<b>Accesibilidad:</b> Vías de segundo orden en buen estado, lastradas. Acceso terrestre.			



**Figura N° 3** Vivienda de los indígenas Saraguros  
**Fuente:** Verónica Ruales (2014)

**Descripción:** La construcción de viviendas se realiza por medio de mingas comunitarias, en donde los personajes son el Taita Yasu (maestro albañil) y el Huasiyuc (dueño de la casa), además de la participación de 15 a 20 personas. Los materiales de construcción son propios del lugar: Bahareque y teja, aunque en la actualidad las viviendas se las construye de hormigón armado. La preparación del terreno dura de dos días a una semana dependiendo del lugar. Durante la minga existe cooperación hasta para preparar los alimentos y llevarlos a la jornada de trabajo. La casa se ubica en un sitio bajo de la propiedad, con disponibilidad de agua y de soleamiento. La distribución espacial de una casa es: de uno a dos pisos construidas de un solo cuarto compartido con puerta y ventanas. Otras viviendas tienen forma de cabaña. Por lo general junto a las viviendas se implementan huertos familiares. Algunas han sido adecuadas para brindar alojamiento a los turistas, en especial en comunidades donde se realiza turismo comunitario

**Fuente:** (Luzuriaga Cueva, 2012)

**Elaboración:** Verónica Ruales

**Tabla N° 13** Inventario de atractivos turísticos “Iglesia Matriz de Saraguro”

<b>Nombre del atractivo</b>	Iglesia Matriz de Saraguro		
<b>Categoría</b>	Manifestación Cultural	<b>Tipo</b>	Histórico
<b>Jerarquía</b>	III	<b>Subtipo</b>	Arquitectura Religiosa
<b>Actividades:</b> Turismo Cultural - Religiosas			
<b>Accesibilidad:</b> Vías de primer orden en buen estado, asfaltadas. Transporte diario de buses y automóviles.			



**Figura N° 4** Iglesia Matriz de Saraguro

**Fuente:** Verónica Ruales (2014)

**Descripción:** El templo fue construido en el periodo comprendido entre 1943 - 1963 y restaurado durante los años 1983 - 1991. Estilo: arquitectura ecléctica, la fachada tiene una mezcla de gótico y románico.

La casa parroquial posee una arquitectura tradicional de tipo popular y rural con presencia de portales y cubiertas inclinadas de teja. Distribución espacial: tres naves, altar mayor, atrio exterior y un campanario en la parte superior del cuerpo central de la fachada. Materiales utilizados: fachada trabajada con piedra, muros de tapia, arena, cal y ladrillo; columnas de cal y ladrillo; piso de baldosa de granillo y cemento colorado; tumbado de romerillo y cedro. Muestras relevantes: el altar mayor con su retablo y púlpitos tallados en mármol; pileta de mármol; imagen de Cristo esculpida por Caspicara. Custodia: imágenes de la virgen, Santa Rosa, San Antonio, San José y Jesucristo. En la casa parroquial se albergan archivos históricos muy antiguos que datan de 1.800.

**Fuente:** (Luzuriaga Cueva, 2012)

**Elaboración:** Verónica Ruales

**Tabla N° 14** Inventario de atractivos turísticos “Bosque Protector Washapamba”

<b>Nombre del atractivo</b>	Bosque Protector Washapamba		
<b>Categoría</b>	Sitio Natural	<b>Tipo</b>	Sistema Nacional de Áreas Protegidas
<b>Jerarquía</b>	II	<b>Subtipo</b>	Bosque Protector
<b>Actividades:</b> Turismo Ecológico – Caminatas, distracción, investigación, educación ambiental.			
<b>Accesibilidad:</b> Carreteras de primer orden, asfaltado y en buen estado. Senderos en estado regular que conducen por todo el bosque.			



**Figura N° 5** Bosque Protector Washapamba

**Fuente:** www.saraguro.org (2008)

**Descripción:** Ubicado en la parte Occidental del cantón Saraguro, atravesado por la vía Panamericana que conduce a la ciudad de Loja. El nombre Huashapamba proviene de dos palabras quichuas "Huasha" = detrás, y "pamba" = planicie, que significa detrás de la planicie por estar ubicado detrás del cerro Puglla.

Posee una extensión de 217,42 hectáreas. Se encuentra dentro de la zona de vida bosque húmedo -

Montano. El Bosque nativo posee una variedad de especies de árboles de los que sobresalen: mullon, romerillo, cedrillo, sara, sara cashco. Además, numerosas orquídeas, bromelias y musgos. Dentro de la fauna del lugar podemos nombrar mamíferos como el tapir, osos de anteojos. Aves como el mirlo, trogón enmascarado, pava de monte, loro carrentirrojo, urraca, cacique y tucán andino. Además del bosque nativo se puede apreciar una plantación de pino (*Pinus patula*) de aproximadamente 2 ha. Se considera un espacio de protección de la naturaleza para las comunidades Ilincho, Gunudel y Las Lagunas.

**Fuente:** (Luzuriaga Cueva, 2012)

**Elaboración:** Verónica Ruales

**Tabla Nº 15** Inventario de atractivos turísticos “Laguna de Chinchilla”

<b>Nombre del atractivo</b>	Laguna de Chinchilla		
<b>Categoría</b>	Sitio Natural	<b>Tipo</b>	Sistema Lacustre
<b>Jerarquía</b>	II	<b>Subtipo</b>	Lagunas
<b>Actividades:</b> Turismo Ecológico – caminatas, camping, cabalgatas, captación de agua para riego.			
<b>Accesibilidad:</b> Carretera de segundo y tercer orden, lastrada y empedrada de estado regular. Sendero de aproximadamente 4,8 km hasta la laguna.			



**Figura Nº 6** Lagunas de Chinchilla

**Fuente:** Leonardo Vivar (2009)

**Descripción:** Ubicada a 3651 m.s.n.m. La laguna de Chinchilla es conocida también como laguna encantada por la serie de leyendas que se cuentan del lugar. La laguna es de origen natural, de aproximadamente 600 metros de longitud. En un extremo de la laguna se ha construido una represa de donde se canaliza agua por un canal de riego para poblaciones ubicadas en la parte baja. En la parte interna de la laguna se puede observar pequeñas islas. La vegetación del lugar se caracteriza por pajonales y especies típicas de páramo como valerianas, culibán, chuquiragua, el tipo, manzanilla entre otras. Además de la presencia de plantas de pino que no han desarrollado completamente. Durante el trayecto a la laguna se puede observar aves como sucса, mirlo o perdices. Entre los mamíferos más comunes están: conejos, raposas, venados, entre otros animales. En las orillas de esta laguna se encuentran sitios amplios donde se puede acampar, realizar caminatas ecológicas y encontrar múltiples lagunas pequeñas.

**Fuente:** (Luzuriaga Cueva, 2012)

**Elaboración:** Verónica Ruales

**Tabla N° 16** Inventario de atractivos turísticos “Cerro de Arcos”

<b>Nombre del atractivo</b>	Cerro de Arcos		
<b>Categoría</b>	Sitio Natural	<b>Tipo</b>	Montaña
<b>Jerarquía</b>	II	<b>Subtipo</b>	Cerro
<b>Actividades:</b> Turismo Ecológico – caminatas, camping, fotografía.			
<b>Accesibilidad:</b> Carretera de segundo y tercer orden, lastrada y empedrada de estado regular.			



**Figura N° 7** Cerro de Arcos

**Fuente:** [www.bipedosdepredadores.com](http://www.bipedosdepredadores.com) (2009)

**Descripción:** Cerro de Arcos se sitúa a 3.772 m.s.n.m. Consiste en una formación geológica natural, su principal atractivo es el conjunto de rocas que han tomado la forma de caras de personas así como la planicie del lugar. Sus formaciones naturales de piedra o ruinas en formas de arcos es lo que le dan nombre a este hermoso lugar, además de convertirse en su principal atractivo. El lugar se encuentra dominado por pajonales, además de plantaciones de pino poco desarrolladas. Se puede encontrar especies típicas de los páramos del sur como valerianas, cubilan, manzanillas, etc. La fauna más representativa está dada por aves como sucса, mirlo, perdices, etc., y entre los mamíferos están conejos, raposas y venados. Este lugar se caracteriza porque posee unas pirámides naturales de piedra, las mismas que tiene la forma de arcos y animales, es una planicie que tiene muchas particularidades. Se puede realizar observaciones de flora y fauna nativa, camping, escalar rocas, ecoturismo, entorno paisajístico y fotografía del entorno.

**Fuente:** (Luzuriaga Cueva, 2012)

**Elaboración:** Verónica Ruales

**Tabla N° 17** Inventario de atractivos turísticos “Paredones de los Incas”

<b>Nombre del atractivo</b>	Paredones de los Incas		
<b>Categoría</b>	Manifestación Cultural	<b>Tipo</b>	Históricas
<b>Jerarquía</b>	II	<b>Subtipo</b>	Sitios Arqueológicos
<b>Actividades:</b> Turismo Cultural – caminatas.			
<b>Accesibilidad:</b> Carretera de primer y segundo orden, asfaltada y lastrada.			



**Figura N° 8** Paredones de los Incas

**Fuente:** Yadira Luzuriaga (2010)

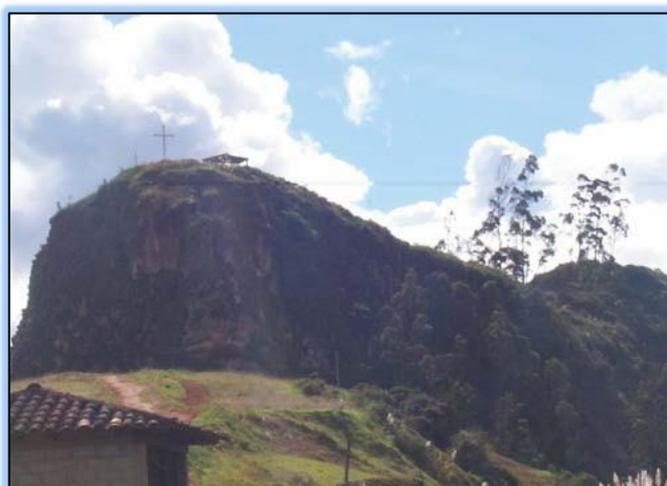
**Descripción:** Los paredones de los Incas se sitúan a una altura de 2.697 m s.n.m. En la localidad de los Paredones existen muros de 60 centímetros de alto por 10 metros de largo, con piedras de 1 metro de largo por 50 centímetros de alto. Son muy pesadas y se encuentran unidas encajando perfectamente. En su conjunto y por la forma se asemejan a los cimientos de habitaciones. En otro sector se aprecian ruinas en forma de terrazas y a su alrededor tienen canales de riego. Se dice que alrededor de este sector existió un pueblo de los Preincaicos durante el periodo Saraguro temprano (500 DC-1.200). La gente hacía terrazas para vivir y practicar la agricultura. Por su cercanía al baño del Inca, este sector en la antigüedad pudo representar el lugar de descanso de los Incas que atravesaban por estos Caminos.

**Fuente:** (Luzuriaga Cueva, 2012)

**Elaboración:** Verónica Ruales

**Tabla N° 18** Inventario de atractivos turísticos “León Dormido”

<b>Nombre del atractivo</b>	León Dormido		
<b>Categoría</b>	Manifestación Natural	<b>Tipo</b>	Montaña
<b>Jerarquía</b>	II	<b>Subtipo</b>	Cerro
<b>Actividades:</b> Turismo Ecológico – caminatas.			
<b>Accesibilidad:</b> Carretera de primer y segundo orden, asfaltada y lastrada. Senderos en buen estado.			



**Figura N° 9** León Dormido

**Fuente:** [www.culturaandina.wordpress.com](http://www.culturaandina.wordpress.com) (2008)

**Descripción:** El León Dormido es una formación geológica conocida también como "La Leona". Se debe observar cuidadosamente el cerro para encontrar la forma de cara y manos de león. El uso actual del suelo está dado en su mayoría por pastizales y pequeñas plantaciones de pino. En su conjunto se asemejan a terrazas. Esto debido a que en el león dormido existió un pueblo de los Preincaicos durante el periodo Saraguro Temprano (500 DC-1.200). La gente hacía terrazas para vivir y practicar la agricultura. Aquí se evidencia un sendero, probablemente incaico, que conduce a la cima de la colina que se convierte en mirador desde donde se aprecia Saraguro y parte de Urdaneta. El camino que dirige a la cima se aprecia algunas piedras en cuyas superficies existen huellas que probablemente fueron hechas por el hombre. En la cúspide de la montaña existe una construcción con la forma de una Cruz y una cabaña. Desde la cúspide del León Dormido se puede apreciar parte de las ciudades de Saraguro y Parroquia de Urdaneta. En algunas ocasiones es utilizado por los pobladores en las fiestas de las cruces.

**Fuente:** (Luzuriaga Cueva, 2012)

**Elaboración:** Verónica Ruales

**Tabla N° 19** Inventario de atractivos turísticos “Lagunas de Chayazapa”

<b>Nombre del atractivo</b>		Lagunas de Chayazapa	
<b>Categoría</b>	Sitio Natural	<b>Tipo</b>	Ambiente Lagunas
<b>Jerarquía</b>	II	<b>Subtipo</b>	Lagunas
<b>Actividades:</b> Turismo Ecológico – Centro turístico en actividades de carnaval.			
<b>Accesibilidad:</b> Carretera de segundo orden, lastrada y de estado regular.			



**Figura N° 10** Lagunas de Chayazapa

**Fuente:** www.lojanos.com (2009)

**Descripción:** A unos 32 km. de Saraguro está ubicado el barrio Chayazapa perteneciente a la parroquia Cumbe. El principal atractivo de este barrio lo constituyen la presencia de 5 lagunas de origen artificial, ideales para realizar pesca deportiva ya que en las aguas de las mismas existen la tilapia y la carpa, peces de exquisito sabor y gran valor nutritivo. Una de las lagunas dispone de un bote y cabañas para el sano esparcimiento de todo aquel quien visite el lugar. Eliberto Armijos habitante del sector Chayazapa manifiesta que las lagunas del sector son de origen artificial, la más grande posee un área de 500 m<sup>2</sup> aproximadamente. En las riberas de algunas lagunas existen totoras lo que dificulta su ingreso. El entorno de las lagunas está dominado por faiques (*Acacia macracantha*). El clima es cálido - seco. Además a este sector se lo conoce como el mirador de los ríos porque desde aquí se tiene una visibilidad extraordinaria del paisaje, concretamente la unión de los ríos León y Naranjal que desemboca en la cuenca del Jubones. Centro turístico, en especial en fechas de carnaval.

**Fuente:** (Luzuriaga Cueva, 2012)

**Elaboración:** Verónica Ruales

**Tabla N° 20** Inventario de atractivos turísticos “Valle de Zapotepamba”

<b>Nombre del atractivo</b>		Valle de Zapotepamba	
<b>Categoría</b>	Sitio Natural	<b>Tipo</b>	Planicies
<b>Jerarquía</b>	II	<b>Subtipo</b>	Valle
<b>Actividades:</b> Turismo Ecológico – Agricultura.			
<b>Accesibilidad:</b> Carretera de segundo orden, lastrada y de estado regular.			



**Figura N° 11** Valle de Zapotepamba

**Fuente:** Yadira Luzuriaga (2010)

**Descripción:** Zapotepamba se sitúan a 1.204 m s.n.m. Se caracteriza por ser uno de los sectores más cálidos de Saraguro. El nombre de Zapotepamba se debe a la presencia abundante de un arbusto conocido como zapote. En el Valle de Zapotepamba se producen y se cultivan frutas como: papayas, naranjas, limones, limas, cocos; además de hortalizas y granos. El río León atraviesa el valle, a sus riberas existen cultivos agrícolas, las aguas son turbias por problemas de minería en la parte alta del valle. Las familias que habitan el sector son 7. La principal actividad económica del sector es la agricultura. Se producen cultivos de clima cálido, que se comercializan en la ciudad de Saraguro, el agua del río León se emplea para riego y consumo humano. Zona dedicada a la agricultura, sus cultivos se comercializan en Saraguro. El agua del río León es utilizada para consumo humano y riego.

**Fuente:** (Luzuriaga Cueva, 2012)

**Elaboración:** Verónica Ruales

**Tabla N° 21** Inventario de atractivos turísticos “Ingapirca de Saraguro”

<b>Nombre del atractivo</b>	Ingapirca de Saraguro		
<b>Categoría</b>	Manifestación Cultural	<b>Tipo</b>	Históricas
<b>Jerarquía</b>	II	<b>Subtipo</b>	Sitios Arqueológicos
<b>Actividades:</b> Turismo Ecológico.			
<b>Accesibilidad:</b> Carretera de segundo orden, lastrada y de estado regular. Senderos en estado regular.			



**Figura N° 12** Ingapirca de Saraguro

**Fuente:** Jim Belote & Linda Belot (2004)

**Descripción:** Ingapirca se encuentra a 7 km al Sur de Saraguro, la mayor parte de las ruinas se encuentran escondidas debajo de un remanente boscoso de cobertura densa que impide su valoración y descripción real. Las ruinas están integradas por los siguientes elementos: dos estructuras cuadradas con paredes exteriores de 12 x 12 metros, construidas con bloques de piedra tallada. Por el modelo de construcción Ingapirca tiene la forma de un Pucará (fuerte militar); cerca a estas ruinas se encuentran las ciudadelas y las terrazas de Pichig en San Lucas, estas ruinas parecen formar una triangulación alrededor del cerro Acacana, situado a 5 km de la torre. El acceso a este sitio turístico se lo hace en gran parte en vehículo que tenga tracción delantera ya que el camino es un poco dificultoso, en especial en invierno.

**Fuente:** (Luzuriaga Cueva, 2012)

**Elaboración:** Verónica Ruales

**Tabla Nº 22** Inventario de atractivos turísticos “Plazoleta del Barrio Sucre”

<b>Nombre del atractivo</b>	Plazoleta del Barrio Sucre		
<b>Categoría</b>	Manifestación Cultural	<b>Tipo</b>	Históricas
<b>Jerarquía</b>	II	<b>Subtipo</b>	Parques
<b>Actividades:</b> Turismo Cultural – recreación, realización de eventos públicos.			
<b>Accesibilidad:</b> Carretera de primer orden, asfaltada y en buen estado.			



**Figura Nº 13** Plazoleta del Barrio Sucre

**Fuente:** Verónica Ruales (2014)

**Descripción:** La plazoleta del Barrio Sucre se ubica en el Barrio Residencial Sucre en la intersección de las calles Sucre y Guayaquil. Constituye un ícono histórico de la ciudad y un motivo de orgullo para la tradicional barriada Sucre. Durante mucho tiempo constituyó en un lugar lúgubre pero que fue restaurado el 27 de Agosto de 2.010 como parte del programa de regeneración urbana que mantiene el Municipio de Saraguro. El parque comprende un área aproximada de 80 m2, tiene la forma de un triángulo y está constituido por banquetas, luminarias y el gran mural con la alegoría de la visita del General Antonio José de Sucre a Saraguro, y de un ícono de la revolución de Latinoamérica como Ernesto Guevara. El nombre de Sucre se debe a que durante el transcurso de la Batalla de Tarqui el Mariscal Antonio José de Sucre se vio obligado a acometer a sus enemigos enérgicamente en Saraguro, Oña, Nabón, Girón, Narancay alcanzando el triunfo el 27 de febrero de 1.829.

**Fuente:** (Luzuriaga Cueva, 2012)

**Elaboración:** Verónica Ruales

**Tabla Nº 23** Inventario de atractivos turísticos “Parque la Madre”

<b>Nombre del atractivo</b>	Parque la Madre		
<b>Categoría</b>	Manifestación Cultural	<b>Tipo</b>	Históricas
<b>Jerarquía</b>	II	<b>Subtipo</b>	Parques
<b>Actividades:</b> Turismo Cultural – recreación.			
<b>Accesibilidad:</b> Carretera de primer orden, asfaltada y en buen estado.			



**Figura Nº 14** Parque la Madre

**Fuente:** Verónica Ruales (2014)

**Descripción:** A la entrada de Saraguro y dando la bienvenida a quienes llegan y despedida a quienes salen de la ciudad se ubica el Parque La Madre, un parque totalmente regenerado por el Municipio de Saraguro.

Comprende el cambio del piso, luminarias, banquetas y jardineras bien cuidadas. En la parte central del parque se levanta un hermoso monumento que lo conforman una mujer y dos niños.

**Fuente:** (Luzuriaga Cueva, 2012)

**Elaboración:** Verónica Ruales

**Tabla Nº 24** Inventario de atractivos turísticos “El Salado”

<b>Nombre del atractivo</b>	El Salado		
<b>Categoría</b>	Sitio Natural	<b>Tipo</b>	Aguas Subterráneas
<b>Jerarquía</b>	II	<b>Subtipo</b>	Aguas Minerales
<b>Actividades:</b> Turismo Ecológico – recreación.			
<b>Accesibilidad:</b> Carretera de segundo orden, lastrado y en estado regular.			



**Figura Nº 15** El Salado

**Fuente:** Yadira Luzuriaga (2010)

**Descripción:** Este atractivo lo constituyen unas rocas en forma de ruinas o terrazas de donde brotan aguas que desembocan al río El Salado. Entre los principales minerales que componen a estas rocas está el sodio, por lo que se puede observar alrededor de las rocas restos de sal impregnados en las paredes de estas, por tal razón el nombre de El Salado, tanto por sus aguas salinas y por la presencia de sal en las rocas. Constituye un ojo de agua debido a que en la parte superior del conjunto de rocas se puede observar pequeños charcos de agua de cuyo interior emergen burbujas de agua. El paisaje del lugar está dominado por pastizales, árboles relictos de eucalipto, pequeños parches de bosques en especial en las riberas del río. Existe una planicie en donde los pobladores del sector han construido cabañas para una mejor comodidad del visitante. La principal actividad económica del sector es la agricultura y ganadería, entre los principales cultivos están el maíz, acompañado de pequeños huertos en donde siembran hortalizas.

**Fuente:** (Luzuriaga Cueva, 2012)

**Elaboración:** Verónica Ruales

**Tabla N° 25** Inventario de atractivos turísticos “Indumentaria de la Etnia Saraguro”

<b>Nombre del atractivo</b>		Indumentaria de la Etnia Saraguro	
<b>Categoría</b>	Manifestación Cultural	<b>Tipo</b>	Etnográfica
<b>Jerarquía</b>	III	<b>Subtipo</b>	Artesanías: Indumentaria
<b>Actividades:</b> Turismo Cultural.			
<b>Accesibilidad:</b> Carretera de segundo orden, lastrada y en buen estado. Acceso en transporte terrestre.			



**Figura N° 16** Indumentaria de la Etnia Saraguro

**Fuente:** Verónica Ruales (2014)

**Descripción:** Hombres y mujeres llevan el cabello en grandes trenzas llamadas jimbas. Las mujeres usan dos faldas, la falda interior o pollera es de diferentes colores; la falda exterior o anaco es plisada y le dan elegancia a la mujer. La falda está hecha de lana negra muy fina y tiene una abertura lateral que está asegurada a la cintura con el chumbi o faja de varios colores. Las blusas son bordadas en sus puños y pechos, tienen mangas largas cuyo material es de algodón o tela sintética de color. Sobre la blusa usan la bayeta y el topo el mismo que consta de una cadena de plata que se enlaza alrededor del cuello, lucen aretes de plata, anillos de plata, oro o níquel; collares de plata o mullos de varios colores y tamaños, conocidos como wallcas. Los hombres visten una camisa blanca sin mangas ni cuello, los pantalones son cortos y llegan a la altura de las rodillas. En ocasiones usan zamarro (protector de pantalón) y la shigra para guardar alimentos. Además, emplean un cinturón de cuero adornado con figuras de plata o níquel. También utilizan un poncho y cuzhma de lana color negro. Hombres y mujeres usan el sombrero de color blanco con negro; de ala ancha y copa redonda, grueso y macizo.

**Fuente:** (Luzuriaga Cueva, 2012)

**Elaboración:** Verónica Ruales

**Tabla N° 26** Inventario de atractivos turísticos “Sombreros de lana”

<b>Nombre del atractivo</b>	Sombreros de lana		
<b>Categoría</b>	Manifestación Cultural	<b>Tipo</b>	Etnográfica
<b>Jerarquía</b>	III	<b>Subtipo</b>	Artesanías: Indumentaria
<b>Actividades:</b> Turismo Cultural, involucrando al turista. Elaboración de sombreros bajo pedido.			
<b>Accesibilidad:</b> Carreteras de primer y segundo orden, asfaltada y lastrada respectivamente.			



**Figura N° 17** Sombreros de lana

**Fuente:** Verónica Ruales (2014)

**Descripción:** El sombrero de los Saraguros es de aproximadamente 50 cm de diámetro, ala ancha, copa redonda, grueso y macizo. Para su elaboración se consigue la materia prima entre 12 a 14 onzas de lana (lana de borrego blanca y bien lavada). Se realiza la escarmenada de la lana. Se extiende la lana en una mesa y se procede al picado de la misma con ayuda de una tijera para el floreado (esparcir la). Posterior a esto se realiza el timbrado de la lana hasta formar una lámina. La lámina de lana se envuelve en un mantel blanco para doblarlo en tres partes para proceder a su compactación en el horno. Salida del horno se "batanea" y se coloca la lámina de lana en una olla con agua caliente para que la lana quede lisa. Se coloca la lámina en la "horma" y se da el tamaño dependiendo del porte de la cabeza de la persona a utilizar el sombrero. En el filo del sombrero se unta betún negro y el cuerpo externo se pinta con litopón (óxido de zinc) para que de color blanco. Finalmente, se procede a igualar el contorno de los sombreros quedando listo para su uso. En la actualidad, los sombreros son fabricados únicamente por los hermanos Miguel y Francisco Sarango, bajo pedido.

**Fuente:** (Luzuriaga Cueva, 2012)

**Elaboración:** Verónica Ruales

**Tabla N° 27** Inventario de atractivos turísticos “Telares de la Comunidad las Lagunas”

<b>Nombre del atractivo</b>	Telares de la Comunidad las Lagunas		
<b>Categoría</b>	Manifestación Cultural	<b>Tipo</b>	Etnográfica
<b>Jerarquía</b>	III	<b>Subtipo</b>	Artesanías: Tejidos
<b>Actividades:</b> Turismo Cultural. Elaboración de prendas de vestir.			
<b>Accesibilidad:</b> Carretera de primer y segundo orden, asfaltada y lastrada.			



**Figura N° 18** Telares de la Comunidad las Lagunas

**Fuente:** Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural de Saraguro (2008)

**Descripción:** Los telares son herramientas de trabajo para los Saraguros. En la comunidad las Lagunas el Sr. Encarnación Quizhpe se dedica a la elaboración de prendas de vestir, manteles, individuales, chalinas, cobijas, ponchos usando los telares. En su taller existen 12 telares, de los cuales 8 se encuentran funcionando. Los telares son de madera y algunas partes de metal, está compuesto por pedales, tambor, peines tejedores de metal, varilla entrecruzada, ovillos, marco para lisos, batidora y una silla. Las dimensiones de los telares que existen en la comunidad son de 2 metros de alto por 2 metros de ancho, aunque también los hay de otras dimensiones dependiendo del tipo de prenda a confeccionar. La materia prima básica para la elaboración de las prendas de vestir es la lana de borrego, aunque por razones económicas se trabaja más con algodón. Las prendas varían de 15 a 500 dólares dependiendo del tipo de indumentaria y material utilizado para su confección. El telar constituye un sustento de vida y una fortaleza cultural para los Saraguros Las prendas de vestir son vendidas a turistas extranjeros.

**Fuente:** (Luzuriaga Cueva, 2012)

**Elaboración:** Verónica Ruales

**Tabla N° 28** Inventario de atractivos turísticos “Artesanías: Orfebrería”

<b>Nombre del atractivo</b>		Artesanías: Orfebrería	
<b>Categoría</b>	Manifestación Cultural	<b>Tipo</b>	Etnográfica
<b>Jerarquía</b>	III	<b>Subtipo</b>	Artesanías: Orfebrería
<b>Actividades:</b> Turismo Cultural. Elaboración de joyas.			
<b>Accesibilidad:</b> Carretera de primer y segundo orden, asfaltada y lastrada.			



**Figura N° 19** Artesanías: Orfebrería

**Fuente:** Verónica Ruales (2014)

**Descripción:** La Orfebrería comprende toda clase de joyas como: tupos, aretes de variado tamaño, calidad y precio. El Sr. Nicolás Tene lleva en el oficio de la Orfebrería alrededor de 14 años. La confección de una pieza demora alrededor de un día (depende de la joya que se fabrica). El proceso de elaboración de joyas es la siguiente:

1. Se funde la materia prima (piezas de plata, oro, níquel), se ocupa un molde que tiene la forma de un tupo.
2. Se forma una barra metálica pequeña cuando no se emplea el molde.
3. Se lleva a la máquina prensil eléctrica pasando varias veces la barra hasta que quede de un espesor aceptable y maleable, con el fin de formar cadenas o aretes y finalmente se incrustan las piedras preciosas.

El costo de las joyas varía de 5 - 150 dólares dependiendo del tamaño de la pieza y la calidad del material.

La orfebrería relacionada a actividades de fundir metales la realizan hombres, tradición que aún la mantiene. Representa una forma de obtener ingresos económicos. Forma parte de su modo de vida, las joyas complementan la indumentaria de los Saraguros.

**Fuente:** (Luzuriaga Cueva, 2012)

**Elaboración:** Verónica Ruales

**Tabla N° 29** Inventario de atractivos turísticos “Cerámicas de Gunudel”

<b>Nombre del atractivo</b>	Cerámicas de Gunudel		
<b>Categoría</b>	Manifestación Cultural	<b>Tipo</b>	Etnográfica
<b>Jerarquía</b>	III	<b>Subtipo</b>	Artesanías: Alfarería
<b>Actividades:</b> Turismo Cultural. Elaboración de objetos de cerámicas.			
<b>Accesibilidad:</b> Carretera de primer y segundo orden, asfaltada y lastrada.			



**Figura N° 20** Cerámicas de Gunudel

**Fuente:** [www.saragurosonline.com.ec](http://www.saragurosonline.com.ec) (2013)

**Descripción:** Las cerámicas de Gunudel se fabrican en el taller del Sr. Miguel Lozano. Se elaboran diferentes piezas de cerámica como: teteras, azucareras, ollas, platos, floreros y otros adornos. El precio de las piezas varía de 1.5 - 10 dólares. El proceso de elaboración de las piezas de cerámica es el siguiente:

1. Se prepara una masa compacta de arcilla con agua.
2. Se deja en reposo por un tiempo de 8 días, luego se procede a moldearla y dar forma a diferentes piezas.
3. Se procede a dar el contorno a las piezas mediante golpes suaves con la ayuda de morteros.
4. Las piezas son llevadas al horno hasta que la pieza llegue a cristalizarse.

Cada pieza es pintada de diversos colores y figuras propias de la identidad Saraguro. Piezas de cerámica como ollas, adornos son utilizados por la mayoría de la gente en sus hogares. En algunas casos está cerámica es exportada. En cada pieza de cerámica se agregan figuras que representan la identidad de los Saraguros.

**Fuente:** (Luzuriaga Cueva, 2012)

**Elaboración:** Verónica Ruales

**Tabla Nº 30** Inventario de atractivos turísticos “San Antonio de Cumbe”

<b>Nombre del atractivo</b>	San Antonio de Cumbe		
<b>Categoría</b>	Manifestación Cultural	<b>Tipo</b>	Etnográfica
<b>Jerarquía</b>	III	<b>Subtipo</b>	Manifestaciones Religiosas
<b>Actividades:</b> Turismo Cultural. Fiestas religiosas en honor a San Antonio de Cumbe, del 22 al 25 de Septiembre.			
<b>Accesibilidad:</b> Carretera de segundo orden, lastrada.			



**Figura Nº 21** San Antonio de Cumbe

**Fuente:** Verónica Ruales (2014)

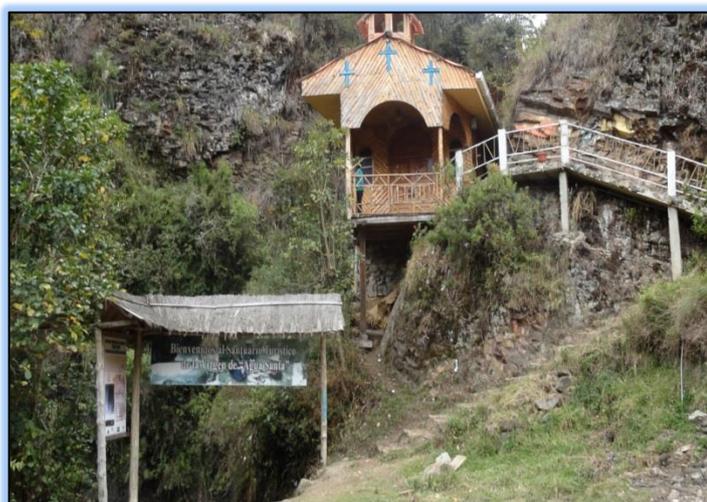
**Descripción:** San Antonio de Cumbe tiene una iglesia calificada como Santuario, La iglesia estaba construida de tapia y bahareque, con la remodelación se ha incorporado ladrillos y cemento. En Cumbe se celebra la segunda romería más grande de la Provincia de Loja, durante los días 22, 23, 24 y 25 de septiembre. El día 23 se celebra en honor al Sagrado Corazón de Jesús, el día 24 en honor a la virgen de las Mercedes y el día 25 en honor a San Antonio. Con la ayuda de la gente que ha emigrado, esta fiesta se celebra con castillos, bandas de pueblo, danza, desfile, procesión, cabalgatas, rodeo y se desarrolla una feria comunal. La mujer de cumbe tiene vestimenta diferente: pollera azul plisada con altura hasta las rodillas, baeta azul, blusa blanca, sombrero de lana blanco, vestimenta que ya no se observa en las nuevas generaciones. A 5 minutos de llegar a San Antonio existe una glorieta con una réplica de San Antonio cuya agua se considera milagrosa.

**Fuente:** (Luzuriaga Cueva, 2012)

**Elaboración:** Verónica Ruales

**Tabla N° 31** Inventario de atractivos turísticos “Virgen de la Cascada”

<b>Nombre del atractivo</b>	Virgen de la Cascada		
<b>Categoría</b>	Manifestación Cultural	<b>Tipo</b>	Etnográfica
<b>Jerarquía</b>	III	<b>Subtipo</b>	Manifestaciones Religiosas
<b>Actividades:</b> Turismo Cultural. Fiestas religiosas el 16 de octubre en honor a la Virgen.			
<b>Accesibilidad:</b> Carretera de segundo orden, lastrada y en estado regular.			



**Figura N° 22** Virgen de la Cascada

**Fuente:** Verónica Ruales (2014)

**Descripción:** A 9 km de la cabecera Saraguro, en la comunidad de Oñacpac se encuentra una cascada de unos 30 metros de alto, con formaciones rocosas, formando una poza profunda en su caída y el origen de una quebrada. Justo en la caída de la cascada se puede contemplar la imagen de la Virgen en la roca, aparentemente de perfil, aunque esta no es visible a primera vista. La cascada forma en su interior una gran laguna con una profundidad de no más de 2,5 m. Esta cascada se encuentra escondida entre la montaña, sin embargo desde la comuna de Oñacpac existe una carretera que conduce hasta la cascada.

Frente a la cascada existe un altar arreglado con flores y candelabros. En la actualidad se considera al sector como Santuario Turístico por los milagros realizados por la virgen y por el paisaje natural. A esto se suma la construcción de senderos, cabañas y canchas deportivas para uso de los visitantes en épocas de la fiesta a la virgen. Los habitantes de Saraguro y Cuenca son devotos de esta Virgen. Los cuencanos le hacen fiesta el 16 de octubre.

**Fuente:** (Luzuriaga Cueva, 2012)

**Elaboración:** Verónica Ruales

**Tabla N° 32** Inventario de atractivos turísticos “Baño del Inca”

<b>Nombre del atractivo</b>	Baño del Inca		
<b>Categoría</b>	Sitio Natural	<b>Tipo</b>	Ríos
<b>Jerarquía</b>	III	<b>Subtipo</b>	Cascadas
<b>Actividades:</b> Turismo Ecológico y Cultural. Rituales, ceremonias y fiestas del Inti Raymi.			
<b>Accesibilidad:</b> Carretera de primer orden, asfaltada. Senderos en buen estado.			



**Figura N° 23** Baño del Inca

**Fuente:** Gabo Villena (2014)

**Descripción:** El baño del Inca es un lugar natural, oculto en la elevación Ñamarín. Está conformado por una cascada de 60 metros de alto, dos pozas una natural y otra artificial. El agua de las pozas es turbia. A 50 metros de la cascada se encuentra las cuevas del Inca, de 4 metros de alto y profundidad, estas cuevas se las conoce como Sininpac. El paisaje natural de este atractivo es muy particular por las formaciones geológicas, la cascada y los matorrales constituidos por especies secundarias pumamaquis, shinin, chilc

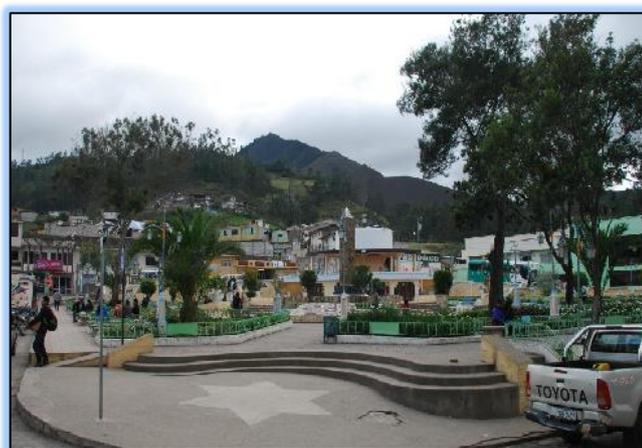
a. En cuanto a fauna se puede observar aves como águilas, colibrís, y mirlos. Entre sus principales atractivos están: la cascada que recorre la montaña y cae perpendicularmente formando dos lagunas, rituales anuales del Inti Raymi y kapak Raymi, cuevas enormes que según la historia servían como trincheras en épocas de guerra. Se acostumbra hacer celebraciones por el Inti Raymi, los asistentes son la comunidad, el presidente de la fiesta y sus reinas. El ritual consiste en: limpieza de perfume, a la media noche se realizan los baños y luego retornan a sus comunidades con danzas.

**Fuente:** (Luzuriaga Cueva, 2012)

**Elaboración:** Verónica Ruales

**Tabla Nº 33** Inventario de atractivos turísticos “Parque de las Culturas”

<b>Nombre del atractivo</b>	Parque de las Culturas		
<b>Categoría</b>	Manifestación Cultural	<b>Tipo</b>	Históricas
<b>Jerarquía</b>	III	<b>Subtipo</b>	Parques
<b>Actividades:</b> Turismo Ecológico y Cultural. Recreación, realización de eventos públicos.			
<b>Accesibilidad:</b> Carretera de primer orden, asfaltada y en buen estado.			



**Figura Nº 24** Parque de las Culturas

**Fuente:** Verónica Ruales (2014)

**Descripción:** A 200 metros del parque central de Saraguro, se levanta el imponente Parque de las Culturas, donde el ícono de la cultura milenaria de los Saraguros como es el sombrero, se distingue en uno de los rincones, formando una glorieta que es utilizada como escenario para espectáculos artísticos y culturales; completa el conjunto arquitectónico el obelisco que en cada una de su lados muestra facetas de nuestra nacionalidad a lo que hay que sumar el perfecto trazado de sus jardineras con flores muy bien cuidadas.

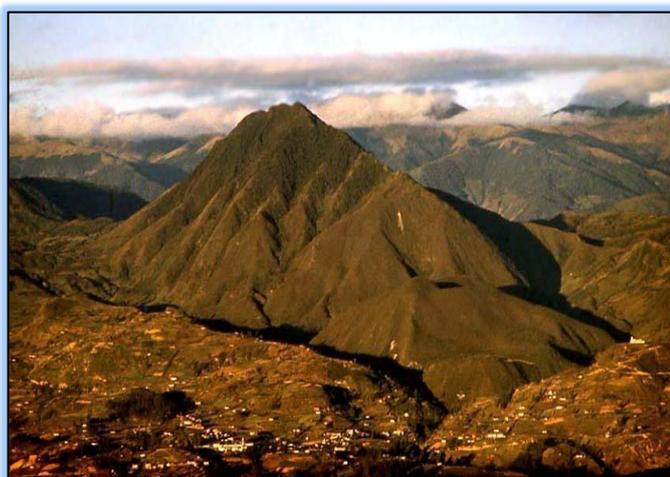
**Fuente:** (Luzuriaga Cueva, 2012)

**Elaboración:** Verónica Ruales

Otros de los atractivos turísticos del cantón y que no constan en el inventario citado anteriormente, son:

**Tabla Nº 34** Atractivos turísticos “Taita Puglla”

<b>Nombre del atractivo</b>	Taita Puglla		
<b>Categoría</b>	Sitio Natural	<b>Tipo</b>	Montañas
<b>Jerarquía</b>	II	<b>Subtipo</b>	Cerro
<b>Actividades:</b> Caminatas y rituales.			
<b>Accesibilidad:</b> Transporte terrestre y a pie.			



**Figura Nº 25** Taita Puglla

**Fuente:** Fundación Kawsay (s/a)

**Descripción:** Este atractivo se encuentra ubicado a 10 minutos en carro desde el centro de Saraguro, hasta las faldas del Puglla y luego para llegar a la cúspide se recorre a pie una hora aproximadamente. Es conocido como el guardián del pueblo Saraguro. En esta laguna se practica algunos ritos y ceremonias ya que el agua para los saraguros constituye un símbolo de limpieza y purificación no sólo física sino también espiritual.

**Fuente:** (Paucar Narváez & Erique Guamán, 2010)

**Elaboración:** Verónica Ruales

**Tabla N° 35** Atractivos turísticos “Laguna de Condorshillu”

<b>Nombre del atractivo</b>		Laguna de Condorshillu	
<b>Categoría</b>	Sitio Natural	<b>Tipo</b>	Sistemas Lacustres
<b>Jerarquía</b>	II	<b>Subtipo</b>	Lagunas
<b>Actividades:</b> Ecoturismo. Shamanismo y caminatas.			
<b>Accesibilidad:</b> Transporte terrestre y a pie.			



**Figura N° 26** Laguna Condorshillu

**Fuente:** Diana Paucar & Diana Erique (2010)

**Descripción:** Está ubicada en la cordillera oriental de Saraguro, Yacuambi se caracteriza por su diversidad de lagunas que son cristalinas y sagradas, estas gozan de un encanto natural las mismas que son utilizadas para curaciones realizadas por shamanes de la localidad. Posee una variedad de flora y fauna.

**Fuente:** (Paucar Narváez & Erique Guamán, 2010)

**Elaboración:** Verónica Ruales

### **2.3.1.2. Matriz del perfil competitivo de los atractivos turísticos del cantón Saraguro.**

Para una adecuada sistematización de los atractivos turísticos del cantón, se realiza una matriz competitiva, misma que muestra la posición competitiva que tiene el destino respecto de los principales competidores identificados, para ellos en primer lugar establece una valoración de los factores relevantes de comparación: infraestructura, demanda, servicios, transporte, vías y recreación. Los atractivos que obtengan una calificación mayor a 5 son competitivos para el destino, por ende hacen que el destino tenga mayor competitividad.

A mayor número de atractivos competitivos mayor competitividad posee el destino.

**Tabla N° 36** Matriz del perfil competitivo de los atractivos turísticos del cantón Saraguro

<i>Atractivos</i>	Vivienda de los indígenas Saraguros		Iglesia Matriz de Saraguro		Bosque Protector Washapamba		Laguna de Chinchilla		Cerro de Arcos	
	<i>Factores</i>	Peso de Relevancia	Calificación	Peso de Relevancia	Calificación	Peso de Relevancia	Calificación	Peso de Relevancia	Calificación	Peso de Relevancia
<b>Infraestructura</b>	0,10	3	0,20	8	0,01	1	0,02	1	0,01	1
<b>Demanda</b>	0,10	3	0,20	9	0,05	1	0,08	2	0,05	1
<b>Servicios</b>	0,00	0	0,00	0	0,04	1	0,08	2	0,02	1
<b>Transporte</b>	0,30	5	0,20	8	0,30	4	0,20	5	0,10	3
<b>Vías</b>	0,25	6	0,20	9	0,30	5	0,30	6	0,10	2
<b>Recreación</b>	0,25	7	0,20	9	0,30	5	0,32	6	0,72	4
<b>Total</b>	1,00	4	1,00	7,17	1,00	2,83	1,00	3,67	1,00	2,00

Fuente: Inventario de los atractivos turísticos del cantón Saraguro

Elaboración: Verónica Ruales

**Tabla N° 37** Matriz del perfil competitivo de los atractivos turísticos del cantón Saraguro

<i>Atractivos</i>	Paredones de los Incas		León Dormido		Lagunas de Chayazapa		Valle de Zapotepamba		Ingapirca de Saraguro	
	<i>Factores</i>	Peso de Relevancia	Calificación	Peso de Relevancia	Calificación	Peso de Relevancia	Calificación	Peso de Relevancia	Calificación	Peso de Relevancia
<b>Infraestructura</b>	0,01	1	0,05	2	0,03	0	0,01	0	0,02	0
<b>Demanda</b>	0,03	1	0,10	3	0,01	0	0,00	0	0,01	0
<b>Servicios</b>	0,05	1	0,10	2	0,02	1	0,00	0	0,01	0
<b>Transporte</b>	0,30	4	0,30	5	0,20	1	0,20	1	0,30	1
<b>Vías</b>	0,20	3	0,30	5	0,30	1	0,20	1	0,20	1
<b>Recreación</b>	0,41	2	0,15	4	0,44	1	0,59	2	0,46	1
<b>Total</b>	1,00	2,00	1,00	3,50	1,00	0,67	1,00	0,67	1,00	0,50

Fuente: Inventario de los atractivos turísticos del cantón Saraguro

Elaboración: Verónica Ruales

**Tabla N° 38** Matriz del perfil competitivo de los atractivos turísticos del cantón Saraguro

<i>Atractivos</i>	Plazoleta del Barrio Sucre		Parque la Madre		El Salado		Indumentaria de la Etnia Saraguro		Sombreros de lana	
	<i>Factores</i>	Peso de Relevancia	Calificación	Peso de Relevancia	Calificación	Peso de Relevancia	Calificación	Peso de Relevancia	Calificación	Peso de Relevancia
<b>Infraestructura</b>	0,20	8	0,10	8	0,01	0	0,00	3	0,01	1
<b>Demanda</b>	0,10	5	0,20	6	0,00	0	0,20	6	0,01	3
<b>Servicios</b>	0,10	5	0,10	3	0,00	0	0,20	6	0,30	5
<b>Transporte</b>	0,20	5	0,20	6	0,30	1	0,20	7	0,30	5
<b>Vías</b>	0,20	6	0,20	7	0,30	0	0,20	8	0,18	6
<b>Recreación</b>	0,20	6	0,20	6	0,39	1	0,20	9	0,20	6
<b>Total</b>	1,00	5,83	1,00	6,00	1,00	0,33	1,00	6,50	1,00	4,33

Fuente: Inventario de los atractivos turísticos del cantón Saraguro

Elaboración: Verónica Ruales

**Tabla N° 39** Matriz del perfil competitivo de los atractivos turísticos del cantón Saraguro

<i>Atractivos</i>	Talleres de la Comunidad Las Lagunas		Artesanías: Orfebrería		Cerámicas de Gunudel		San Antonio de Cumbe		Virgen de la Cascada	
	<i>Factores</i>	Peso de Relevancia	Calificación	Peso de Relevancia	Calificación	Peso de Relevancia	Calificación	Peso de Relevancia	Calificación	Peso de Relevancia
<b>Infraestructura</b>	0,05	2	0,05	2	0,01	1	0,05	2	0,05	4
<b>Demanda</b>	0,20	3	0,25	9	0,03	1	0,30	5	0,20	6
<b>Servicios</b>	0,10	2	0,15	8	0,05	1	0,10	2	0,05	1
<b>Transporte</b>	0,30	2	0,15	8	0,30	1	0,30	6	0,10	6
<b>Vías</b>	0,15	3	0,10	7	0,20	1	0,02	2	0,10	3
<b>Recreación</b>	0,20	7	0,30	8	0,41	2	0,23	7	0,50	9
<b>Total</b>	1,00	3,17	1,00	7,00	1,00	1,17	1,00	4,00	1,00	4,83

Fuente: Inventario de los atractivos turísticos del cantón Saraguro

Elaboración: Verónica Ruales

**Tabla N° 40** Matriz del perfil competitivo de los atractivos turísticos del cantón Saraguro

<b>Atractivos</b>	<b>Baño del Inca</b>		<b>Parque de las Culturas</b>		<b>Taita Puglla</b>	
<b>Factores</b>	<b>Peso de Relevancia</b>	<b>Calificación</b>	<b>Peso de Relevancia</b>	<b>Calificación</b>	<b>Peso de Relevancia</b>	<b>Calificación</b>
<b>Infraestructura</b>	0,10	3	0,20	8	0,02	0
<b>Demanda</b>	0,10	2	0,15	6	0,05	1
<b>Servicios</b>	0,10	2	0,01	3	0,05	1
<b>Transporte</b>	0,20	5	0,20	8	0,10	2
<b>Vías</b>	0,20	5	0,20	8	0,20	2
<b>Recreación</b>	0,30	7	0,24	8	0,58	5
<b>Total</b>	1,00	4,00	1,00	6,83	1,00	1,83

**Fuente:** Inventario de los atractivos turísticos del cantón Saraguro

**Elaboración:** Verónica Ruales

## Posición competitiva

Tabla N° 41 Posición competitiva

Posición	Atractivo	Calificación competitiva
1	Iglesia Matriz de Saraguro	7,17
2	Artesanías: Orfebrería	7,00
3	Parque las Culturas	6,83
4	Indumentaria de la etnia Saraguro	6,50
5	Parque la Madre	6,00
6	Plazoleta del Barrio Sucre	5,83
7	Virgen del Kaka, de la Cascada, agua Santa	4,83
8	Sombreros de Lana	4,33
9	Vivienda de los indígenas Saraguros	4,00
10	Baño Inka	4,00
11	San Antonio de Cumbe	4,00
12	Laguna de Chinchilla	3,67
13	León Dormido	3,50
14	Telares de la Comunidad Lagunas	3,17
15	Bosque Protector Washapamba	2,83
16	Cerro Arcos	2,00
17	Paredones de los Inkas	2,00
18	Puglla	1,83
19	Cerámicas de Gunudel	1,17
20	Lagunas de Chayazapa	0,67
21	Valle de Zapotepamba	0,67
22	Ingapirca de Saraguro	0,50
23	El Salado	0,33

Fuente y Elaboración: Verónica Ruales

### Resultados:

Se establece que los atractivos que tienen una calificación mayor a cinco son competitivos para el destino, es decir:

- La Iglesia Matriz de Saraguro.
- Artesanías: Orfebrería.
- Parque de las Culturas.
- Indumentaria de la Etnia Saraguro.
- Parque la Madre.
- La Plazoleta del Barrio Sucre.

En base a estos resultados obtenidos, se puede decir que el cantón Saraguro es un destino con un nivel medio de competitividad, ya que de sus veinte y tres atractivos turísticos, solamente seis reflejan ser competitivos.

### **2.3.2. Identidad y tradiciones.**

Hablar del pueblo Saraguro, es adentrarse a una comunidad mágica, llena de tradición e identidad. Esta población se caracteriza por ser poseedora de una endémica cultura, que data desde la época preincaica, sus representaciones simbólicas se caracterizan desde su vestimenta, misma que se destaca por el color negro, pues por una parte se cree que conserva mejor la energía solar y el calor corporal, por otro lado también se cree que el color negro simboliza el luto a la muerte de Atahualpa.

De acuerdo a Saraguro - Turismo Comunitario (2010: 4) establece que:

A lo largo del tiempo los indígenas saraguros han mantenido sus tradiciones pese a la oscura historia colonial a la que fueron sometidos, así como la distancia geográfica que los mantuvo separados del intercambio comunitario. Hoy en día, nos permite conocer la cultura viva en base a la realidad del patrimonio histórico conservado por esta comunidad, que fue una de las poblaciones Andinas más explotadas hasta fines de 1970.

Esta etnia se caracteriza por sentir un profundo amor y respeto a la vida, lucha por conseguir un trato justo enmarcado a la solidaridad, igualdad de derechos e identidad propia. Su trabajo arduo les ha permitido organizarse y sobresalir en grupo logrando así sus objetivos.

Actualmente luego de 192 años de vida política se elige al primer alcalde origen kichwa Saraguro en el cantón.

Cada comunidad tiene su propia cultura, su sentir y modo de ver el mundo.

De esta manera (Conejo, 1998: 78) afirma que “la identidad cultural está dada por un conjunto de características que permiten distinguir a un grupo humano del resto de la sociedad y por la identificación de un conjunto de elementos que permiten a este grupo autodefinirse como tal”.

En cambio para Méndez (2008: 55) la identidad cultural la define como:

El conjunto de valores, orgullos, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elementos dentro de un grupo social y que actúan para que los individuos que lo forman puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia que hacen parte a la diversidad al interior de las mismas en respuesta a

los intereses, códigos, normas y rituales que comparten dichos grupos dentro de la cultura dominante.

Mediante la transmisión de las tradiciones, el pueblo Saraguro ha intentado conservar su esencia de generación en generación, pese a los diferentes cambios que se han presentado a lo largo de los años. Intentan asegurar que los jóvenes de manera especial, den continuidad a las costumbres y tradiciones ancestrales y también conserven sus valores culturales que los caracterizan como grupo.

La tradición es por lo tanto algo que se hereda y forma parte de la identidad.

Los indígenas son pueblos y culturas anteriores al Ecuador y continúan habitando los territorios desde hace miles de años, lo que les permite y da derecho sobre los mismos. Para de esta manera formar parte y contribuir al presente y futuro del país.

Es importante destacar las costumbres y tradiciones de este pueblo milenario como por ejemplo:

Semana santa, la navidad, tres reyes, corpus christi, los raymis, su música y danza, vestimenta, entre otras.

### **Semana Santa**

Varios historiadores relatan las fiestas tradicionales de Saraguro como la de Semana Santa, es el caso de Carrión (1998: 169) quien indica:

La fiesta comienza el Domingo de Ramos por la mañana, cuando en una multitudinaria procesión los indígenas simulan la entrada triunfal de Jesucristo a Jerusalén, se hacen presentes en esta oportunidad con sus trajes típicos, los guiadores, saumadores, gestores, veladores y priostes, principales protagonistas de la ceremonia.

El lunes santo realizan la procesión religiosa de la Despedida como ellos la llaman el “Despedimiento” y que consiste en ir al calvario, en dos grupos y por sendas distintas, llevando las imágenes de Cristo, San Juan y de la Virgen de los Dolores; en el trayecto se cantan apropiados himnos religiosos cuya finalidad es la despedida de la Virgen de su hijo, antes de ir a sujetarse al drama de la pasión. Es muy apreciado la solemnidad, el colorido y simbolismo de esta ceremonia, en la cual llevan en sus hombros imágenes de artística configuración.

El martes se realiza la procesión del Cristo levantado.

El jueves santo por la mañana vienen al pueblo los “alumbradores” montados en elegantes cabalgaduras engalanadas con adornos de plata. Los “alumbradores” quedarán en la Iglesia día y noche hasta el viernes haciendo “la guardia” al Santísimo. El día viernes por la noche se reinicia la ceremonia alrededor del monte Calvario, los santos varones vestidos con turbantes árabes recogen limosnas para Tierra Santa, antes de que se inicie la procesión.

El Domingo de Resurrección o Pascua muy por la mañana se presentan los disfraces nuevamente, con los trompeteros y los “batidores”, los primeros llevan su clásico tambor, máscara al rostro y otros atuendos propios de la circunstancia, los segundos destacan grandes banderas, de bayeta de color rojo y negro y en medio de innumerables inclinaciones y contorsiones baten banderas, recorren el trayecto que media entre dos altares ubicados en las esquinas de la plaza hasta la hora que llegue la hora de la procesión solemne del Cristo resucitado. A las diez de la mañana se inicia la procesión con un Cristo de Caspicara con la Virgen y otros Santos y se realiza entonces una ceremonia de gran colorido y es el Paso del Ángel; desfilan las imágenes bajo el pucará (castillo de adornos) y el momento en que pasa la Virgen con un velo en la cara descende un niño indígena vestido de ángel y le quita el velo, en ese momento todos irrumpen ¡VIVA MARÍA! e ingresan a la misa de las doce del día, después de lo cual inician la farra los batidores.

## **La Navidad**

Carrión (1998: 169-170) expresa que:

Esta es la fiesta alegre y bulliciosa de la comunidad indígena de Saraguro. Se inicia el 23 de diciembre con la traída de los “Niños Dioses” de los distintos barrios. Todos vienen disfrazados y con bandas de música típicas. Los encargados de estas fiestas son los “marcantaitas” y las “marcanmamas”, que tienen que dar de comer a todos los que asisten durante tres días. Los indígenas en esta fiesta cantan en kichwa y castellano, luego viene el baile del “sarao”, especialmente preparado para cada año. Resulta muy difícil describir todo el colorido, la alegría y todas las emociones que se pueden apreciar y sentir.

## **Tres Reyes**

Carrión (1998: 170) muestra que:

En esta festividad se destacan dos acontecimientos o costumbres importantes, el “Culquijuntana” y el “Pinzhi”.

El Culquijuntana (o plata reunida) es la contribución económica que hacen los mayordomos, bruñidores, veladores y batidores, quienes colaboran para los gastos de la fiesta que se celebra en casa del prioste mayor. Esta colecta se la hace en el momento que llegan, es decir tres días antes de la fiesta, con lo cual tienen derecho a iniciar la fiesta ese mismo momento.

El “Pinzhi” es la colaboración o contribución que hacen los mismos, pero en cosas de comer, pocas horas antes de que se termine la fiesta. Los bailes, danzas y canciones que aquí se cumplen son extraordinarios.

### **Corpus Christi**

Se puede observar juegos pirotécnicos muy artísticos y abundantes la noche de la víspera. Lo importante de esta festividad es la coherería y la procesión solemne donde el “palio” lo llevan los mayores indígenas.

### **Música y Danza**



**Figura Nº 27** Música y Danza

**Fuente:** Verónica Ruales (2014)

La música folklórica es un elemento significativo para los ecuatorianos y para toda Sudamérica, música que los caracteriza a nivel mundial, por su letra y rescate de las costumbres y tradiciones.

Las diferentes formas de vida andina, únicas en el mundo ha proporcionado a esta etnia ser la más importante de América por su dedicación a la agricultura, ganadería, artesanía, pero lo más reconocido es cuando tocan los instrumentos de viento con el alma, vida y corazón. Carrión (1998: 170) manifiesta que:

Al hablar del folklor musical, danzas y canciones indígenas, es necesario manifestar que su música y su danza, como el misterio de su permanente luto, permanecen todavía inexplorados.

Existen grupos folklóricos conformados por auténticos indígenas, que están haciendo posible la trama maravillosa del artista indio, que reproduce en cada una de sus interpretaciones los espejismos de una gran civilización prehistórica.

Merece especial mención el Grupo Folklórico "Saraguro" que ha visitado varios países haciendo conocer sus danzas.

En cuanto a la música existen canciones tradicionales y sobre todo compositores indígenas como Manuel de Jesús Cartuche que es autor de más de cincuenta canciones típicas, casi todas ellas llenas de tristeza angelusiana, surgidas del dolor de una raza que simula la constante agonía del sol en los atardeceres andinos.

Sus instrumentos típicos son la flauta de carrizo, el pingullo, el rondador, la quipa y el bombo, aunque interpretan con maestría inigualable el violín y la concertina, así como la guitarra.

El objetivo de los músicos saragurenses, es difundir la música autóctona, dar a conocer al mundo sus costumbres, tradiciones y sentimientos a través del ritmo y melodía.

En la actualidad existen varios grupos musicales como "Pakarina", "Voz del Viento", "Charyk", "Kamary" entre otras. Gracias al talento existente, se ha creado una escuela de música y canto en el cantón.

### **Los Raymis**

Raymi significa pascua o paso de algo, de un estado hacia otro estado. Los saraguros realizan celebraciones dedicadas a la pascua de la tierra con respecto al sol, la pascua de superación de un estado inferior a un estado superior de las personas. En la actualidad se han retomado estas prácticas ancestrales.

### **Kulla Raymi (21 de septiembre)**



**Figura Nº 28** Kulla Raymi

**Fuente:** Verónica Ruales (2014)

De acuerdo a Saraguro - Turismo Comunitario (2010: 19) sostiene que:

Es la celebración de inicio de la vida, cuyo símbolo es la Mama Kulla como elemento central de las ceremonias que fue sustituida por el símbolo de la Virgen como símbolo de inicio de la vida cristiana. Por lo tanto, Kulla Raymi fue la pascua de iniciación para los pueblos que vivieron en el pasado remoto, la iniciación incluye todos los ámbitos de la vida.

Visto el Kulla Raymi desde esta perspectiva, es un festejo del buen inicio de relaciones personales e interpersonales, cósmicas, espirituales y sociales. La edad de quienes inician no interesa, pueden ser niños, jóvenes o adultos. Quienes cooperan con este buen inicio es la Mama Kulla y la Mama Kuya, con la categoría de madres, por ello se transforman en motivo central de esta fiesta.

### **Kapak Raymi (21 de diciembre)**

De acuerdo a Saraguro - Turismo Comunitario (2010: 20) indica que:

Es el nombre que se asigna al décimo segundo mes del año Kichwa que coincide actualmente con las grandes celebraciones de navidad, según la tradición cristiana. Fue la gran fiesta del Kapak que se celebra en el incario, al finalizar de manera total la siembra del maíz, por lo que Kapak Raymi se convertía en la última fiesta del año

agrícola o solar y la primera de iniciación de jóvenes que asumían responsabilidades y poderes específicos dentro de la sociedad.

En muchas crónicas se cita al Kapak Raymi como el tiempo del solemnísimos baile general, que incluía música y cantos festivos. En las citadas crónicas encontramos datos que se refieren al tiempo de celebración; al respecto se puede deducir que el tiempo correspondía a la terminación final de la siembra del maíz.

### **Pawkar Raymi (21 de marzo)**

En base a Saraguro - Turismo Comunitario (2010: 20) muestra que:

Se celebraba en el pasado en los días circundantes al equinoccio de primavera, durante el mes de marzo; en el pasado se organizaban grandes solemnidades dedicadas a las relaciones entre las personas y la naturaleza o pachamama. Si se revisa la historia se puede detectar que de manera paulatina, el Pawkar Raymi fue sustituido por las grandes celebraciones de la Semana Santa. Después de casi haber desaparecido por influencia del cristianismo, estas celebraciones han sido retomadas y recreadas como la fiesta de las flores y las frutas pero sin contar ya con el principio de espiritualidad de esta celebración, por el contrario se ha resaltado el sentido folklórico y social únicamente.

### **Inti Raymi (21 de junio)**

Acorde a Saraguro - Turismo Comunitario (2010: .20) manifiesta que:

Según muchas fuentes que hablan sobre el significado del Inti Raymi, expresan la relación principal entre el sol y las personas. La relación está concebida como un paso especial de las personas quienes cumpliendo con el compromiso de inicio en Kulla Raymi han llegado a cosechar los primeros resultados saliendo de la mediocridad para empezar a brillar como el sol, es decir, poseer un mayor grado de influencia positiva hacia la sociedad en su conjunto algo así como sostiene Glauco Torres, quien textualmente dice: “el Inti Raymi o fiesta solemne del sol se celebra en el Qosco por el mes de julio(téngase en cuenta que el Inti Raymi era el séptimo mes que comenzaba el 15 de junio terminando el 15 de julio, por lo que algunos autores lo interpretan por el mes de junio y otros como Garciaso el mes de julio) como agradecimiento a su padre.

## Vestimenta



**Figura Nº 29** Vestimenta

**Fuente:** Verónica Ruales (2014)

En cuanto a la vestimenta (Carrión Burneo, 1998: 160) relata que, “sus atuendos son de permanente luto, recuerdan la fatídica llegada de los conquistadores que mancillaron sus tierras, sus costumbres y su honra, sellando con la muerte de Atahualpa, la muerte de una raza”.

En este sentido, Cueva (2012: 42) indica que:

Hombres y mujeres llevan el cabello en grandes trenzas llamadas jimbas. Las mujeres usan dos faldas, la falda interior o pollera es de diferentes colores; la falda exterior o anaco es plisada y le dan elegancia a la mujer. La falda está hecha de lana negra muy fina y tiene una abertura lateral que está asegurada a la cintura con el chumbi o faja de varios colores. Las blusas son bordadas en sus puños y pechos, tienen mangas largas cuyo material es de algodón o tela sintética de color. Sobre la blusa usan la bayeta y el topo el mismo que consta de una cadena de plata que se enlaza alrededor del cuello, lucen aretes de plata, anillos de plata, oro o níquel; collares de plata o mullos de varios colores y tamaños, conocidos como wallcas. Los hombres visten una camisa blanca sin mangas ni cuello, los pantalones son cortos y llegan a la altura de las rodillas. En ocasiones usan zamarro (protector de pantalón) y la shigra para guardar alimentos. Además, emplean un cinturón de cuero adornado con figuras de

plata o níquel. También utilizan un poncho y cushma de lana color negro. Hombres y mujeres usan el sombrero de color blanco con negro; de ala ancha y copa redonda, grueso y macizo.

Otra de las principales razones por la que llevan el cabello largo los hombres indígenas, es porque simboliza su fuerza, sabiduría y creencias propias de su cultura.

### 2.3.3. Artesanías.



**Figura N° 30** Artesanías

**Fuente:** Verónica Ruales (2014)

#### **Textil**

Está basada en la elaboración de tejidos, usan como materia prima la lana de oveja, algodón y lana sintética. Las prendas que confeccionan son las fajas, blusas, bolsos, ponchos, manteles de mesa, hamacas, servilletas, jergas, alfombras, chales, entre otras. Generalmente los talleres se los puede encontrar en las comunidades de Ñamarín y Las Lagunas.

#### **Orfebrería**

Es un arte que los saraguros practican desde muchísimos años atrás. Su materia prima es básicamente la plata. Confeccionan zarcillos, tupus, cadenas, aros, cuentas para cinturones, recuerdos, dijes, etc.

#### **Cerámica**

Confeccionan objetos a base de arcilla del medio. Sus diseños son propios del lugar. Sus productos son los jarros, jarrones, floreros, vajilla, ceniceros, esferos, relojes, recuerdos,

entre otros. En las comunidades de Gunudel y Ñamarín se encuentran se encuentran los talleres artesanales.

### **Tejido de mullos**

Las que elaboran los tejidos son las mujeres saragurenses, realizan collares, colgantes, monederos, manillas y una gran variedad de bisutería, mismas que son tejidas manualmente. Su comercialización la efectúan en pequeñas organizaciones de mujeres, familias particulares, tiendas y puestos de la localidad y en la casa de familias de las comunidades. Las madres enseñan este bello arte desde pequeñas a sus hijas, mostrando sus dotes de creatividad y habilidad.

### **Bordado**

En las blusas, polleras y bayetas, las mujeres lucen sus hermosos bordados, es decir en sus prendas de vestir. La confección es manualmente y usando coloridos y llamativos hilos.

### **Sombrería**

A quince minutos de Saraguro se encuentra la comunidad de Tuncarta, reconocida por la elaboración de sombreros. Se fabrican a base de lana de oveja, su proceso es un tanto complicado que le da una característica específica. Uno de los principales atuendos típicos de la cultura de este cantón, es el sombrero de lana.

### **Ofrendas florales**

En la realización de arreglos florales, también se plasma las expresiones de creatividad, destrezas y habilidades de la mujer saragurense. Esta tradición es dada desde tiempos ancestrales y se utilizan para adornar el altar de las iglesias.

#### **2.3.4. Gastronomía.**



**Figura N° 31** Gastronomía

**Fuente:** Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural de Saraguro (2014)

La gastronomía de los saraguros es una de las más exquisitas de esta zona del Ecuador, con platos típicos como el “Uchumati” (papas, queso, panes, cuy y acompañado de la chicha) con su peculiar forma de presentación; las tortillas de maíz gualo (maíz antes de secar) hechas en fogón de leña y en tiestos de barro, se comparten además las tradiciones bebidas como el wajanku, la chicha de jora o la horchata.

El cuy con papas es uno de los principales platos típicos de la zona, es preparado en carbón y con ingredientes propios del lugar. Se sirve con papas cocinadas, mote y ají de pepas.

Siendo el cuy un animal tradicional del pueblo andino, ha sido criado, comercializado y sobre todo esencial en su alimentación.

Las tortillas de gualo por su parte son preparadas en un tiesto de barro, sus principales ingredientes son el maíz tierno, quesillo, sal, azúcar y manteca de cerdo. Gracias a la forma de cocción, adquieren un aroma y sabor inigualable. Por lo general las sirven con agua de panela y cedrón o una taza de café. Actualmente, las vendedoras de estas delicias gastronómicas se encuentran ubicadas a los alrededores de la Iglesia Matriz.

Para las celebraciones, preparan el wajanku o mishqui, la obtención de esta bebida requiere un trabajo minucioso, sin destacar que los pencos deben tener una edad de 10 a 15 años, para que puedan ser productivos. Después de haber cortado algunas hojas de la parte superior de la planta, proceden a abrir un pequeño agujero, el mismo que es tapado para que la naturaleza haga su trabajo; este líquido debe ser recogido en la mañana y en la tarde, de esta manera siguen raspando en penco hasta extraer todo el líquido. De cada planta obtienen alrededor de cinco litros. Para que el producto sea atractivo debe tener una fermentación de tres a cuatro días.

Tiene su propio protocolo en cuanto al servicio de la comida en la mesa, mismo que debe ser respetado.

Conforme al Ministerio de Turismo (2014) establece que:

La gastronomía se ha convertido en uno de los atractivos indispensables del negocio turístico. Una tradición y de gran valor cultural que se destaca es el ritual para servir el “Pinzhi Mikuna”, un bufet de comida típica compuesto por papas, trigo, zanahoria o cebada, acompañado del cuy, mote, queso, tortillas de maíz y chicha o “wajanku”, esta comida dentro del pueblo Saraguro se comparte en las fiestas o mingas y se ofrece en

las comunidades del Ilincho, Lagunas, Ñamarín y Oñacpac. Otra opción en donde se puede degustar de los exquisitos platos es en restaurantes de comida típica que funcionan en casonas coloniales de la zona.

De acuerdo al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural de Saraguro (2014), define que:

En el cantón sus comidas tradicionales son:

- Sopa de Kinwa
- Sopa de chuchuga
- Caldo y estofado de gallina criolla
- Cuy asado con papas y mote
- Carne de res
- Trigo con papas
- Mote pelado y con cáscara
- Tortilla de gualo
- Tortillas del maíz
- Tamales y humitas
- Colada de: maíz, de suero, de máchica, de mishqui, de oca, de melloco, de mashwa
- Queso y quesillo
- Sopa de diferentes harinas (arveja, haba y maíz).
- Sopa de zambo (calabaza), papas y quesillo.
- Ají con pepas de zambo.
- Papas con salsa de pepas de zambo.
- Papas con nabo.
- Tostado de maíz con panela
- Máchica con panela
- Comidas Rituales: Caldo de res con trigo, Pinzhi, Col con yuca, Champuz, miel con quesillo

Bebidas

- Aswa : Chicha de jora
- Wajanku: Se lo hace con el zumo del penco (mishqui) fermentado.
- Horchata: Es agua cocida con plantas medicinales.
- Aguado: Licor (punta) con leche, azúcar y canela.
- Aguas aromáticas



**Figura Nº 32** Gastronomía

**Fuente:** Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural de Saraguro (2014)



**Figura Nº 33** Gastronomía

**Fuente:** Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural de Saraguro (2014)

**CAPÍTULO III**  
**PROPUESTA PARA FOMENTAR LA ACCIÓN PARTICIPATIVA ENTRE LA COMUNIDAD**  
**Y EL GOBIERNO LOCAL**

### **3.1. Cultura**

Para Paqui Cartuche y Poma Guamán (2013: 83) la cultura es:

Conjunto de símbolos (como valores, normas, actitudes, creencias, idiomas, costumbres, ritos, hábitos, capacidades, educación, moral, arte, etc.) y objetos (como vestimenta, vivienda, productos, obras de arte, herramientas, etc.) que son aprendidos, compartidos y transmitidos de una generación a otra por los miembros de una sociedad, por tanto, es un factor que determina, regula y moldea la conducta humana de cada individuo según su modo de vida desarrollado por un grupo humano y transmitido de generación en generación.

En las últimas décadas el pueblo de Saraguro ha vivido etapas difíciles en cuanto a situaciones de estructura, economía, política, social, entre otros. Como por ejemplo la pérdida de identidad, filosofía, sus conocimientos y costumbres ancestrales. Los medios de comunicación como, la radio, televisión, la publicidad, la migración, la falta de motivación y la pérdida de valores éticos y morales han influido en este aspecto.

La pérdida de identidad cultural se manifiesta al adecuarse a otra identidad, en algunos casos los indígenas dejan de vestir sus atuendos tradicionales, cambian su idioma, música, formas de vida, etc.

Al parecer, no todos están de acuerdo con los cambios ya que aseguran que sus costumbres y tradiciones ancestrales, les han permitido sobrevivir a un mundo tan cambiante e incierto. Lo que ellos conocen representa seguridad. Además es una herencia cultural que debe ser aprovechada para estrechar las relaciones de comunidad, identidad propia y de esta manera facilitar un futuro en común.

#### **3.1.1. Valores culturales.**

Al referirse a los valores que posee este pueblo milenario, sobresalen la solidaridad y la reciprocidad que los ha caracterizado desde tiempos atrás. También se puede identificar ciertos anhelos de una búsqueda incansable de su propia identidad, desarrollo socioproductivo y cultural. De la misma manera, el afán de socializar con cada una de las culturas presentes a su alrededor.

Por otra parte, algunos de los valores culturales que se manifiestan en diferentes aspectos como en lo tecnológico, administrativo – jurídico y ecológico de las comunidades indígenas y campesinas, están por desaparecer. Razón por la cual, la Federación Interprovincial de

Indígenas Saraguros (FIIS), a través de su equipo técnico, ha realizado una investigación minuciosa y detallada que verifique las causas que influyen en este proceso.

De acuerdo al informe de la FIIS (2001: 92) refleja:

Causas que hayan contribuido para la desaparición de los elementos culturales:

- Los medios de comunicación, la migración y el sistema educativo, han aportado a la pérdida de valores culturales. La educación, tanto en las aulas como en los medios de comunicación, son factores clave para la transformación de las culturas, debido a que no toman en cuenta los elementos culturales de los Saraguros en el sistema curricular.
- Los medios de comunicación, especialmente la radio, televisión internet, a través de las programaciones y publicidad han contribuido a la alineación cultural, ofreciéndoles modelos de vida, en la alimentación, vestimenta, en el comportamiento social, muy ajenos a los de los indígenas.
- El sistema educativo a través de la aplicación de modelos foráneos, han contribuido en gran medida a la pérdida de los valores éticos y morales de las comunidades indígenas y campesinas.

Las instituciones y organismos de desarrollo han agudizado el problema de paternalismo en las comunidades, aspecto que resulta difícil de desarraigar de la mentalidad de las comunidades.

Actualmente, otros de los factores que inciden en este fenómeno, son los procesos migratorios que se presentan con fuerza en la población, al viajar y convivir con otras culturas extranjeras, se adecúan otras formas de vida, abandonando así sus tradiciones y creencias ancestrales. Además obligándoles a destruir el núcleo familiar, a extrañarse de la comunidad y a vivir un mundo ajeno e individualista.

La presencia de las redes sociales también ha influido en estos cambios.

El elemento lingüístico fundamental Kichwa, que identifica a esta cultura, hoy en día, no es un referente ni instrumento de comunicación, como lo fue hace décadas atrás. Pese a aquello algunas comunidades como Gera, Oñacpac y Gañil aún lo conservan.

Los valores autóctonos desaparecen con la aculturación, en diferentes ámbitos que encierran todos los conocimientos de la sabiduría cultural de los indígenas saraguros.

La conducta de los mismos se determina por lo que escuchan, observan y se informan de lo que sucede dentro de su comunidad, cantón, provincia, país y el mundo, a través de los medios de comunicación, lo que les permite practicar así la interculturalidad.

Es importante destacar las investigaciones realizadas sobre los valores culturales por las distintas entidades tanto públicas como privadas, cuyo fin es aportar a la conservación, reconstrucción y difusión de los mismos, este es el caso de la FIIS.

### **3.2. Líneas de acción**

#### **3.2.1. Planificación participativa de comunidades y gobierno local.**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación de campo, a la información brindada por los diferentes entes inmersos en este sector y de acuerdo al Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para el Ecuador ( PLANDETUR 2020), se pueden proponer las siguientes planes para una mejor participación tanto del gobierno local como también de las comunidades.

#### **Justificación**

En el Cantón Saraguro, Provincia de Loja, es de vital importancia una planificación participativa y activa del gobierno local y de las comunidades. Esto para una reactivación de su economía, un mejor posicionamiento de los atractivos turísticos a nivel provincial, nacional y mundial, para un manejo adecuado y sustentable de los recursos naturales y para el aprovechamiento de su potencial turístico cultural ancestral y de futuras generaciones. Siendo imprescindible identificar ciertas estrategias para su ejecución.

Para el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales y sobre todo no existan daños irreversibles en estos, se involucra al sector público y privado.

El sector público tiene varias obligaciones, entre ellas está la de gestionar actividades turísticas, liderando la tarea de atraer y recibir a los visitantes. Conjuntamente con la colaboración de las comunidades involucradas en este ámbito.

#### **Misión**

Posicionar al cantón Saraguro como destino turístico de una forma competitiva, incrementando la demanda turística, a la vez, consolidar los atractivos naturales y culturales, así como los servicios turísticos con los que cuenta; lograr también una participación activa de las entidades públicas y privadas en este proceso.

## **Visión**

Impulsar la actividad turística en el cantón Saraguro, mediante un desarrollo sustentable, recreativo y equilibrado, para así aportar al desarrollo económico y social, preservando el patrimonio natural, religioso y cultural. De la misma manera, se logre satisfacer al visitante y a la población existente.

## **Valores culturales**

Responsabilidad, trabajo en equipo, ética y transparencia, conservación del medio ambiente, equidad social y de género.

## **Objetivo general**

Lograr la participación activa del gobierno local y de las comunidades receptoras en la planificación enfocada a una capacitación y concienciación de estos sectores, consiguiendo un desarrollo turístico adecuado para el cantón e impulsando un turismo a escala nacional e internacional.

## **Objetivos específicos de desarrollo**

1. Incentivar a la aplicación de programas municipales enfocados al turismo.
2. Capacitación a la comunidad y a los prestadores de servicios turísticos mediante talleres.
3. Concienciar y sensibilizar a la comunidad receptora de turistas.

## **Desarrollo**

**Tabla N° 42** Plan participativo de comunidades y gobierno local – Objetivo 1

Objetivo 1	Incentivar a la aplicación de programas municipales enfocados al turismo			
Entidad responsable	Plan	Objetivos	Tiempo	Actividades
Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural de Saraguro (GADMIS)	Fortalecimiento Institucional	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Mejorar procesos.</li> <li>*Coordinar capacidades y fortalezas municipales.</li> <li>*Construir y decidir.</li> </ul>	Permanente	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Contratación de consultores.</li> <li>*Renovación de equipos de trabajo.</li> <li>*Capacitación constante al personal en diferentes ámbitos (economía, turismo, comercio, etc.)</li> <li>*Actualización del Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón.</li> </ul>
	Fomentar el desarrollo del Departamento de Información Turística del GADMIS	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Actualizar la información turística.</li> <li>*Mejorar y actualizar constantemente las tecnologías de la información y comunicaciones.</li> <li>*Brindar una información adecuada al visitante.</li> <li>*Establecer convenios para el desarrollo turístico entre estos sectores.</li> </ul>	Permanente	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Coordinar con las universidades para realizar un estudio actualizado del inventario de atractivos turísticos, perfil del visitante, potencial, marketing, publicidad, etc.</li> <li>*Actualización del catastro turístico del cantón.</li> <li>*Mejoramiento sistemático y actualización constante del portal turístico, ya que sirve de nexo con los posibles visitantes potenciales.</li> <li>*Promoción turística a nivel nacional e internacional, aprovechando los medios de comunicación, redes sociales.</li> <li>*Diseño de una guía turística adecuada, con el apoyo de un diseñador gráfico profesional.</li> <li>Distribución de la misma a nivel nacional.</li> <li>*Ampliación de puntos de información turística, especialmente en zonas estratégicas como en parada de transportes, restaurantes, parques, lugares turísticos, entre otros.</li> <li>*Incentivar a las microempresas a renovar sus productos turísticos.</li> <li>*Apoyar a las instituciones privadas como agencias de</li> </ul>

			<p>viajes para que se desarrollen de una manera adecuada.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Planificación e información constante con los receptores de esta actividad, como por ejemplo con la Rey De turismo Rikuy (Centros Comunitarios de Turismo) para que fusionen sus servicios.</li> <li>*Implementar al pensum educativo cantonal como eje transversal la cultura turística.</li> <li>*Invitaciones participativas en las ferias de turismo a otras ciudades y provincias.</li> <li>*Realizar un estudio oportuno del impacto ambiental que producen ciertas actividades.</li> <li>*Brindarle seguridad al turista con la coordinación del personal policial del lugar.</li> </ul>
	Mejoramiento de la infraestructura turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Satisfacer las expectativas del turista.</li> <li>*Incentivar un próximo retorno.</li> </ul>	<p>Permanente</p> <p>Pese a la oportuna atención que el gobierno local le ha brindado a la infraestructura turística, esta tiene que ser mejorada y ampliada para un mejor desarrollo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Mantenimiento y mejoramiento de la red vial, de manera especial las vías que conducen hacia los atractivos: Baños de Agua Santa y la Parroquia Cumbe, ya que se presenta gran afluencia en épocas de fiestas religiosas.</li> <li>*Mejoramiento de la señalética turística, previo un estudio.</li> <li>*Creación de una mesa informativa en el Parque Central de Saraguro.</li> <li>*Mantenimiento de senderos, especialmente en épocas de invierno.</li> <li>*Planificación de actividades juveniles para turistas extranjeros.</li> </ul>

Fuente y elaboración: Verónica Ruales, 2015

**Tabla N° 43** Plan participativo de comunidades y gobierno local – Objetivo 2

<b>Objetivo 2</b>	Capacitación a la comunidad y a los prestadores de servicios turísticos mediante talleres.			
<b>Entidad responsable</b>	<b>Plan</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Actividades</b>
GADMIS - Comunidades	Desarrollo de planes de capacitación técnica para prestadores de servicios turísticos (Rikuy)	<p>*Capacitar a los receptores turísticos - comunidad</p> <p>*Brindarle al visitante una atención adecuada.</p> <p>*Innovar los servicios</p>	Permanente	<p>*Contratar a profesionales de cada sector para que mediante talleres informen cómo se desarrollan las actividades turísticas para este cantón. Los talleres deben estar enfocados a temas de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Conservación del ambiente</li> <li>- Manejo correcto desechos.</li> <li>-Servicio al cliente.</li> <li>-Relaciones públicas.</li> <li>-Aprendizaje del idioma Inglés.</li> <li>-Normas de turismo.</li> </ul> <p>*Mejoramiento hotelero.</p> <p>*Formación de guías nativos.</p> <p>*Asesoramiento y manejo de tecnologías.</p> <p>*Comunicación directa con agencias y empresas turísticas nacionales e internacionales.</p>

Fuente y elaboración: Verónica Ruales, 2015

**Tabla N° 44** Plan participativo de comunidades y gobierno local – Objetivo 3

Objetivo 3	Concienciar y sensibilizar a la comunidad receptora de turistas			
Entidad responsable	Plan	Objetivos	Tiempo	Actividades
GADMIS - Comunidades - profesionales del sector	Elaboración de campañas y programas hacia la concienciación turística cantonal	*Educar turísticamente a la población receptora	Permanente	<p>*Mediante la propuesta y capacitación del pensum educativo, ya se establecen ciertas bases de conocimientos, tanto para estudiantes, como para público en general.</p> <p>*Contratación a profesionales para que brinden charlas y realicen actividades enfocadas hacia la sensibilización, concienciación y educación turística. Con la participación de autoridades locales, estudiantes, maestros y público en general.</p> <p>*Capacitación a maestros que den clases de turismo para que concienticen a sus alumnos del potencial que existe en esta actividad y que puede generar recursos económicos para el pueblo.</p> <p>*Elaboración de productos comunicacionales que incentiven a la valoración del potencial turístico que posee el cantón y a la vez eduque, sensibilice y concientice a la población.</p>

Fuente y elaboración: Verónica Ruales, 2015

Como ya se indicó, la participación del sector público y privado es valiosa para el desarrollo de la actividad turística, así como también es necesaria la intervención de la ciudadanía.

Se propone implementar estos planes de trabajo participativo, mismos que buscan un consenso y coordinación entre todos los actores para de esta manera obtener mejores alternativas y una eficiente toma de decisiones. No solo se basa en la participación de dichas entidades, sino se trata de que se asuma el rol correspondiente y que la colaboración sea permanente, tanto en la toma de decisiones de acuerdo a las necesidades reales, como en el proceso.

En este caso, como entidad pública le corresponde al GADMIS asumir el liderazgo en todo este transcurso participativo, realiza la formulación y aplicación de políticas acordes al tema, los demás sectores involucrados son coparticipantes.

Lleva tiempo generar la confianza, credibilidad y compromiso de los actores, es por ello que desde el principio las responsabilidades deben ser claras, al inicio y en la medida de lo posible se deben establecer los acuerdos políticos que a su vez involucren dejar claros los objetivos.

Con esta propuesta se pretende que el liderazgo y las acciones sean participativos entre los sectores públicos (GADMIS), sectores privados (Red de Turismo Rikuy, centros turísticos comunitarios, hostales, hoteles, residencias, agencias de turismo, restaurantes, etc.), ciudadanía en general (comunidad o localidad receptora de visitantes).

Es recomendable que exista la participación de entidades ajenas al movimiento asociativo, de esta manera fluyen mejor las actividades. En este proceso pueden intervenir universidades, consultoras, entre otras.

## **Conclusiones**

- Con la propuesta planteada, se motiva a una participación, tanto del gobierno local, sector privado y ciudadanía en general. Esto con la aplicación correcta del plan sugerido.
- Mediante la capacitación a los receptores de visitantes, se refuerzan las ventajas competitivas del sector como sitio turístico.
- Las campañas y productos comunicacionales dirigidos hacia la sensibilización de la ciudadanía receptora, en su mayoría tienen éxito ya que son elaboradas por gente profesional y logran el propósito, en este caso el de concientización.

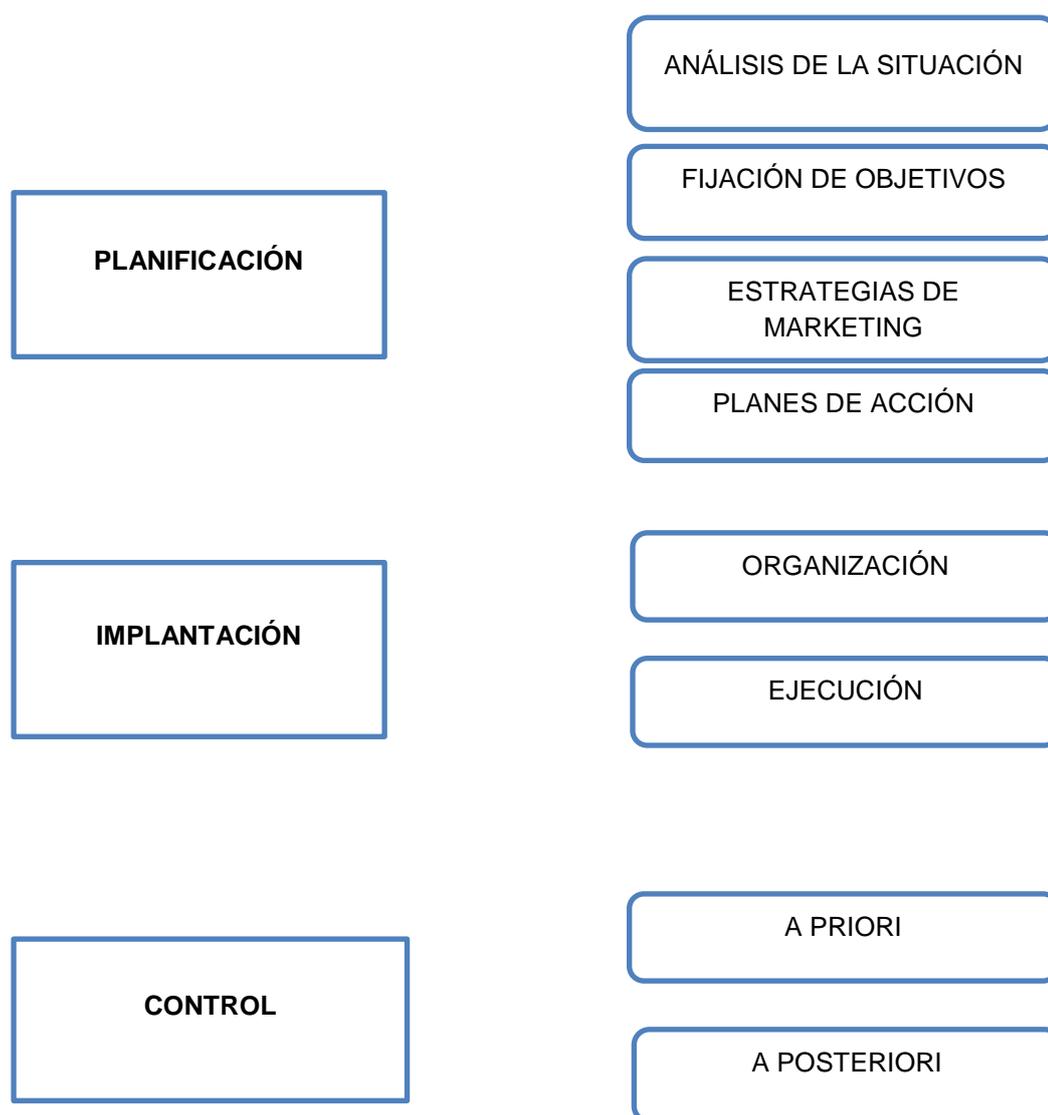
- Se logra un avance cultural y colectivo con la participación de todos los actores inmersos en el tema.
- Los procesos planteados precisan ética, flexibilidad, transparencia, práctica y sobre todo están abiertos al público en general.
- Con la intervención de los actores locales también se refuerzan los cambios estructurales e institucionales.
- Si bien es cierto esta propuesta no genera grandes soluciones, pero si implica desafiar grandes retos.

**CAPÍTULO IV**  
**PROPUESTA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LOS ATRACTIVOS**

#### 4.1. Plan y estrategias de promoción turística

El siguiente plan de promoción turística está basado de acuerdo al modelo de Rey (2015: 181), en el que se establece un proceso integrado por una serie de fases (planificación, implantación y control) que deben desarrollarse en una forma secuencial. El mismo se elaboró de acuerdo a las necesidades reales del cantón Saraguro.

**Gráfico N° 20.** Plan y estrategias de promoción turística



Fuente y elaboración: (Rey, 2005)

#### Fases de planificación

##### 1. Análisis de la situación

En esta primera etapa se realiza un análisis FODA, es decir un estudio interno y externo del entorno, con ello se establecen las fortalezas y debilidades a nivel interno y las amenazas y oportunidades a nivel externo.

### **Fortalezas**

- Presencia de la Etnia Saraguro.
- Atractivos turísticos naturales y culturales potenciales.
- Posee infraestructura y equipamiento turístico en condiciones favorables.
- Pertener a la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE).
- Presencia de la Red de Turismo Comunitario (RIKUY).
- Plan de capacitación para impulsar con excelencia la oferta turística.
- Promoción de la oferta turística cantonal.
- Eventos culturales ancestrales (ferias turísticas y gastronómicas).
- Se realizan actividades agropecuarias y artesanales vinculadas a la actividad turística.
- Interés de autoridades y comunidad en el desarrollo turístico del cantón.

### **Debilidades**

- Escasa promoción y publicidad turística.
- Deficiente accesibilidad a ciertos atractivos turísticos.
- Escasa señalética turística.
- Débil conocimiento y valoración del potencial turístico por parte de la comunidad.
- Deficiente capacitación en temas turísticos y hoteleros.
- Falta de organización de actividades turísticas juveniles.
- Poca participación de los organismos públicos y privados en el ámbito turístico.
- Deterioro de sitios turísticos.
- Pérdida parcial de la identidad cultural.

### **Oportunidades**

- Incremento de visitas de turistas extranjeros.
- Intercambio cultural.
- Vocación del territorio para el desarrollo del turismo comunitario
- Presencia de ONGs.
- Tendencia por la demanda del turismo comunitario.
- Descentralización del turismo en el país.
- Acuerdos Interinstitucionales entre actores públicos y privados.

### **Amenazas**

- Tensión política en el sector.
- Deficiente seguridad ciudadana.
- Desastres naturales.

- Nuevas formas de vida debido a la migración.
- Marginación y pobreza especialmente en zonas rurales.
- Crisis económica a nivel nacional e internacional.

## **2. Fijación de los objetivos**

Los objetivos están enfocados principalmente a la promoción turística.

- Incrementar la afluencia turística del cantón, mediante publicidad.
- Crear un slogan turístico del cantón para la promoción turística.
- Realizar productos comunicacionales para difundir los atractivos turísticos, servicios y actividades que se ofrecen en el cantón. (Belote & Belote, 2008) (Vivar, 2009)

## **3. Estrategias de marketing**

Partiendo de los resultados de la investigación, se establece que:

### **El segmento del mercado**

El segmento es de 26-35 y 50-60 años.

Segmento procedente de la ciudad de Cuenca y Loja.

### **Posicionamiento**

Liderar el ámbito turístico de la provincia de Loja, teniendo Saraguro varios atractivos naturales y culturales, logrando así contar con una ventaja competitiva clara y diferenciada.

El potencial turístico y el servicio de su gente son elementos prioritarios para alcanzar un nuevo posicionamiento en la mente del público, en particular y de la sociedad en general.

Esta propuesta de promoción está en dimensión de imagen y debe promoverse a través de productos ocio-diversión fundamentalmente. Proporcionando así garantía y seguridad.

**Producto:** Definir la imagen que se desea comunicar al segmento objetivo, en respuesta a las necesidades detectadas en el mercado actual y potencial. Con ello se pretende ofertar los atractivos que posee el cantón, buscando fórmulas alternativas de obtención de beneficios económicos para la comunidad receptora de visitantes.

**Promoción:** Seleccionar los canales de distribución más adecuados para de esta manera llegar al mercado meta, con el propósito de incrementar las visitas en los sitios turísticos del cantón. Esto se procura mediante los productos comunicacionales a los entes involucrados en esta actividad.

**Plaza:** Precisar el mercado objetivo para la comercialización del producto, siendo el principal el segmento procedente de la ciudad de Cuenca y Loja.

**Precio:** Manejar precios en base a la temporada y época para estimular la demanda, dando a conocer los atractivos turísticos de Saraguro.

#### **4. Plan de acción, organización y ejecución**

No basta con estructurar de forma adecuada el plan de promoción turístico, sino que es necesaria la ejecución del mismo.

Esta ejecución no es más que la puesta en práctica de todas las actividades estipuladas en el plan de promoción turístico, requiere una serie de actuaciones para ser desarrollada de una forma correcta.

**Coordinar:** El conjunto de actividades que implica desarrollarlas deben ser ordenadas por el profesional. Debe elaborar los productos comunicacionales (vallas publicitarias, trípticos turísticos, separadores de libros educativos turísticamente), también coordinar los tiempos y espacios en realizar la grabación y promoción de la campaña publicitaria, las visitas a las agencias, entidades públicas y privadas de la ciudad de Cuenca y Loja. Así mismo llevar el material adecuado para su ejecución. En cada ciudad se debe colocar una valla publicitaria y llevar cierto número de trípticos y separadores de libros para su distribución.

**Motivar:** El profesional que realiza la promoción turística tiene que estar motivado y preparado en este ámbito, debe estudiar las necesidades y procurar mecanismos que las satisfagan, para así conciliar los objetivos planteados. También debe trabajar con creatividad y habilidad para motivar a su receptor.

**Comunicar:** Conseguir una buena base de comunicación que permita interconectar a todas las personas involucradas en esta actividad, creando para ello mecanismos formales, pero a la vez, utilizando redes de información informal previamente establecidas. Saber expresar las ideas del plan de promoción es fundamental en este proceso.

## Tríptico

**Indumentaria de la Etnia Saraguro**



**Ubicación:** Cantón Saraguro.  
**Accesibilidad:** Carretera de segundo orden, lastrada y en buen estado. Acceso en transporte terrestre.  
**Actividades:** Turismo Cultural.



**Ubicación:** Cantón Saraguro.  
**Accesibilidad:** Carretera de segundo orden, lastrada y en buen estado. Acceso en transporte terrestre.  
**Actividades:** Turismo Cultural.

**Bosque Protector "Washapamba"**



**Ubicación:** En la parte Occidental del cantón Saraguro, atravesado por la vía Panamericana que conduce a la ciudad de Loja.  
**Accesibilidad:** Carreteras de primer orden, asfaltado y en buen estado. Senderos en estado regular que conducen por todo el bosque.  
**Actividades:** Turismo Ecológico – Caminatas, distracción, investigación, educación ambiental.

**Información turística:**

- \* Hostal Achik Wasi Intiñen: 07 2200058  
www.turismosaraguro.com
- \*Centro Turístico Comunitario Runa Wasi: 09 92186453
- \*Centro Turístico Comunitario Inti Wasi: 07 2200135  
www.saraguroonline.com
- \*Centro Turístico Comunitario Inti Samana Wasi: 3029383  
www.intisamanawasi.com
- \*Centro Turístico Comunitario Inka Wasi: www.turismosaraguro.com
- \*FIIS: 2200260 / 2200345 - www.organizacionfiis.org
- \*www.municipiosaraguro.gob.ec: 2200 100 / 108




**SARAGURO  
PARAISO TURISTICO**





**POTENCIAL  
Y ATRACTIVOS TURISTICOS**



Figura Nº 34 Tríptico portada

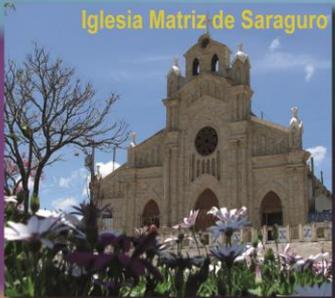
Fuente y elaboración: Verónica Ruales (2015)

**UBICACIÓN:**  
Está ubicado a 64 km. al norte de la ciudad de Loja, en la hoya del río Jubones, en las faldas del Puglla; y a 140 km. del sur de Cuenca. Es uno de los cantones más antiguos de la provincia de Loja y uno de los más importantes centros indígenas de América del Sur, su cabecera cantonal es Saraguro.

**POTENCIAL TURÍSTICO:**  
La autenticidad de las comunidades indígenas, las tradiciones y sus tierras caracterizan al cantón como uno de los más diversos en cuanto a su cultura y recursos naturales, por ende lo han convertido en un lugar turístico.  
Saraguro es un destino turístico que atrae cada año a miles de personas, tanto nacionales como extranjeras.

**ATRATIVOS TURÍSTICOS**

**Iglesia Matriz de Saraguro**



**Ubicación:** En el parque central de Saraguro.  
**Accesibilidad:** Vías de primer orden en buen estado, asfaltadas.  
Transporte diario de buses y automóviles.  
**Actividades:** Turismo Cultural – Religiosas.

**ARTESANÍAS: ORFEBRERÍA**



**Ubicación:** En las comunidades indígenas y centro del cantón.  
**Accesibilidad:** Carretera de primer y segundo orden, asfaltada y lastrada.  
**Actividades:** Turismo Cultural. Elaboración de joyas.



**Parque de las Culturas**



**Ubicación:** A 200m. del parque central.  
**Accesibilidad:** Carretera de primer orden, asfaltada y en buen estado.  
**Actividades:** Turismo Ecológico y Cultural. Recreación, realización de eventos públicos.

**Virgen de la Cascada, Agua Santa**



**Ubicación:** A 9 km. de la cabecera cantonal de Saraguro, en la comunidad de Oñacpac.  
**Accesibilidad:** Carretera de segundo orden, lastrada y en estado regular.  
**Actividades:** Turismo Cultural. Elaboración de joyas.



**Baños del Inca**

**Ubicación:** Elevación Namarín.  
**Accesibilidad:** Carretera de primer orden, asfaltada. Senderos en buen estado.  
**Actividades:** Turismo Ecológico y Cultural. Rituales, ceremonias y fiestas del Inti Raymi.

**Figura Nº 35** Tríptico contraparte

**Fuente y elaboración:** Verónica Ruales (2015)

## Separador de libros

### FIESTAS TRADICIONALES DE SARAGURO



**UTPL**  
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LATA

**UTPL**  
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LATA

**VISITE SARAGURO  
Y DISFRUTE SU  
Historia y costumbres  
Habilidad y creatividad  
Naturaleza pura e intacta  
Valor ancestral y popular**



### FIESTA Y RITUALIDAD

**Kulla Raymi: (21 de septiembre)**



Celebración de inicio de la vida, cuyo símbolo es la Mama Kulla. Es un festejo del buen inicio de las relaciones personales e interpersonales, cósmicas, espirituales y sociales.

**Kapak Raymi: (21 de diciembre)**



Celebración realizada al finalizar de manera total la siembra del maíz. Festejando con un baile general con música y cantos festivos.

**Pawkar Raymi: (21 de marzo)**



Celebración netamente de agradecimiento y ofrenda a la Pachamama o madre tierra. Se resalta el sentido folklórico y social únicamente.

**Inti Raymi: (21 de junio)**



Expresa la relación principal entre el sol y las personas, cumpliendo con el compromiso del Kulla Raymi para empezar a brillar como el sol.

Teléfono: 2200-100 / 107 / 108  
José María Vivar s/n y Sucre  
municipiosaraguro@yahoo.es  
www.municipiosaraguro.gob.ec

Figura N° 36 Separador de libros – portada y contraparte

Fuente y elaboración: Verónica Ruales (2015)

Valla publicitaria



Figura Nº 37 Valla publicitaria

Fuente y elaboración: Verónica Ruales (2015)

## **5. Control a priori y a posteriori**

El control se orienta a la comprobación del grado de cumplimiento de lo acordado en el proceso de planificación. Esto mediante una auditoría que garantice la eficiencia (cumplimiento de objetivos) y eficacia (recursos empleados) del mismo.

- Realizar una comparación entre los objetivos planteados y los resultados actuales. En este caso Saraguro siempre cumple con el primer objetivo que es el de atraer visitantes.
- Cuantificar los resultados que se han alcanzado, verificando la presencia de visitantes en el lugar.
- Medir el nivel de satisfacción de los turistas o grado de notoriedad de la publicidad.
- Realizar un informe de desempeño que refleje los resultados planificados y los reales.
- Detectar las desviaciones.
- Una vez que se conozcan las desviaciones posibles, se debe ejecutar medidas correctoras necesarias.
- Corregir deficiencias y aprender de los éxitos.
- Establecer un seguimiento de la efectividad de las correcciones.

Para que la propuesta planteada sea positiva y cumpla con los objetivos, se necesita la colaboración del gobierno local del cantón, como también de la ciudadanía. Sobre todo el gobierno debe trabajar y gestionar en las debilidades y amenazas existentes y la ciudadanía tiene que prepararse en este ámbito. De esta manera conseguirá que la experiencia del turista sea única e irrepetible y sobre todo desee volver al lugar.

## Conclusiones

- Se establece que la actividad turística crece día a día, gracias a la diversidad natural y cultural con la que cuenta, a la vez mejora y contribuye al desarrollo económico de sus habitantes.
- La mayoría de personas que visitan el cantón son turistas nacionales, preparados académicamente y provenientes de ciudades cercanas. Su estancia es transitoria. El 98,2% prefieren viajar acompañados de familiares o amigos y organizan su viaje sin usar un paquete turístico. El consumo más fuerte en todos los segmentos es de gasolina o combustible.
- La Iglesia Matriz de Saraguro, Artesanías: Orfebrería, Parque de las Culturas, Indumentaria de la Etnia Saraguro, Parque la Madre y la Plazoleta del Barrio Sucre poseen mayor índice de competitividad frente a los demás atractivos turísticos, siendo los tres primeros los más visitados y que precisan de una adecuada promoción y publicidad.
- Saraguro posee un fuerte y muy importante potencial turístico que debe ser puesto en valor.
- El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural de Saraguro realiza promoción turística con el slogan “Saraguro Paraíso Turístico” en base al Plan de Marketing.

## Recomendaciones

- El sector público y privado debe preparar y capacitar a sus habitantes, de manera especial a los receptores de turistas para que estén aptos a una atención eficiente y eficaz. Se recomienda el uso adecuado y permanente de las páginas web, portales, redes sociales y productos comunicacionales como vía de promoción y publicidad. Deben trabajar conjuntamente estos sectores para que se aprovechen sus recursos naturales y culturales.
- Los actores involucrados del sector deben incrementar las actividades turísticas juveniles y familiares.
- El gobierno local debe invertir en señalética, mantenimiento y vías de acceso de los atractivos turísticos.
- El gobierno local, como entidad principal y responsable de la actividad turística del cantón, debe realizar un levantamiento actual y formal de todo tipo de información, es preciso actualizar el Plan de Ordenamiento Territorial, de esta manera estará al servicio de quién lo necesite para cualquier estudio o proyecto en beneficio del lugar.
- Es importante tener acuerdos y convenios con el MINTUR,, agencias turísticas nacionales y extranjeras y profesionales del ámbito, para que exista más gestión en este sector.
- Reforzar La Unidad de Información Turística Cantonal, con la colaboración y coordinación de las diferentes universidades como la UTPL, se pueden realizar investigaciones del ámbito. De esta manera se contaría con información efectiva, actual y sobre todo que aporte en el desarrollo de tan importante actividad.
- La Unidad de Información Turística Cantonal debe realizar estudios en cuanto a estadísticas de entradas de visitantes, gustos y preferencias. Con ello se puede contar con una base sólida y funcional de información.

## Bibliografía

- Cerro de Arcos. (2008). Obtenido de <http://www.bipedosdepredadores.com/>
- Prácticas Culturales. (2008). Obtenido de [culturaandina.wordpress.com](http://culturaandina.wordpress.com)
- Saraguro Tierra del maíz . (2013). Obtenido de <http://www.saraguroonline.com.ec/>
- Andrade, M. (11 de Octubre de 2002). *Saraguro: Tradición, artesanías y leyendas*. Recuperado el 16 de 09 de 2014, de <http://www.eluniverso.com/2002/10/11/0001/688/0F5917C0BA154F5D82BE2760578B2150.html>
- Belote, L., & Belote, J. (2008). *Saraguro Provincia de Loja*. Obtenido de [www.saraguro.org](http://www.saraguro.org)
- Bravo Bravo, G. (2008). *Propuesta de Intervención Socio - Educativa*. Recuperado el 28 de 06 de 2014, de [repositorio.ute.edu.ec](http://repositorio.ute.edu.ec)
- Cango Gualán, B. (17 de Junio de 2013). *Lugares turísticos de Saraguro*. Obtenido de <http://2997ligacopas.blogspot.com/>
- Carrión Burneo, A. (1998). Doctor. En A. Carrión, & HCPL (Ed.), *Cantones de Loja* (Vol. 1, págs. 159,160,163,168,169,170,171). Loja, Loja, Ecuador: HCPL.
- Castaño Blanco, J. M. (2013). *Universidad Rey Juan Carlos*. Obtenido de [https://www.urjc.es/estudios/masteres\\_universitarios/ciencias\\_juridicas\\_sociales/turistica\\_internacional/guias/PSICOLOGIA.pdf](https://www.urjc.es/estudios/masteres_universitarios/ciencias_juridicas_sociales/turistica_internacional/guias/PSICOLOGIA.pdf)
- Castillo Orellana, T. T. (19 de 03 de 2012). *Monografía del Cantón Saraguro de la Provincia de Loja*. Recuperado el 15 de 07 de 2014, de <http://dspace.utpl.edu.ec/handle/123456789/2532>
- Comunidad Lojana. (2009). *Comunidad Virtual de Loja*. Obtenido de <http://www.lojanos.com/>
- Conejo, M. (1998). *Economía e Identidad, Ecuarunari* . Quito.
- Cueva Ortiz, J., & Chalán, L. A. (2010). *Cobertura vegetal y actual uso del suelo en la provincia de Loja. Informe técnico*. Recuperado el 15 de 06 de 2014, de <http://www.naturalezaycultura.org/docs/Informe%20Cobertura%20Vegetal.pdf>
- Federación Interprovincial de Indígenas Saraguros. (2001). *Elementos Culturales que Identifican a los Indígenas Saraguros*. Saraguro - Loja: s/e.
- Freire, G. (2014). *¿Qué busca el turista extranjero en la actividad turística?* Obtenido de [http://www.uct.edu.ec/files/Boletin%20profesional%20del%20Turismo/Que\\_busca\\_el\\_extranjero\\_en\\_la\\_actividad\\_turstica.pdf](http://www.uct.edu.ec/files/Boletin%20profesional%20del%20Turismo/Que_busca_el_extranjero_en_la_actividad_turstica.pdf)
- Fundación Kawsay, Fundación Jatari, Inti Ñan. (2010). *Saraguro - Turismo Comunitario. Saraguro*, 4,19,20,22.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural de Saraguro. (1998). *Busque Natural del Bosque Huashapamba*. Recuperado el 13 de 06 de 2014, de <http://www.saraguro.org/huashapamba.htm>

- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural de Saraguro. (2014). Revista del Gobierno Descentralizado de Saraguro 192 años de Emancipación Política. *Saraguro*, 8.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural de Saraguro. (2012). Revista del Gobierno Descentralizado del Cantón Saraguro 190 años de Emancipación Política. *Saraguro*, 6,7,8,16,25.
- Hora, D. L. (18 de Noviembre de 2013). *Noticias Loja*. Recuperado el 15 de 09 de 2014, de <http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101593671#.VBd4T1eNC5c>
- INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Recuperado el 10 de 09 de 2014, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- INEC. (2010). *Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador*. Recuperado el 29 de 06 de 2014, de [www.ecuadorencifras.gob.ec](http://www.ecuadorencifras.gob.ec)
- INEC. (Septiembre de 2014). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/Nuevo%20Marco%20Conceptual/201409\\_EnemduPresentacionN\\_15\\_anios.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/Nuevo%20Marco%20Conceptual/201409_EnemduPresentacionN_15_anios.pdf)
- Lickorish, L. J., & Jenkins, C. L. (2000). *Una Introducción al Turismo*. Madrid: Vallehermoso, 34.28015 Madrid.
- Local, E. T. (2006). *Plan de Desarrollo Territorial de Saraguro*. Saraguro.
- Luzuriaga Cueva, Y. J. (2012). *Actualización del Inventario y Puesta en Valor de los Atractivos Turísticos del Cantón Saraguro, Provincia de Loja, 2010*. Loja: Luzuriaga Yadira.
- Martín Gonzalez, S. (2011). Comportamiento Organizacional. En S. Martín González, *Comportamiento Organizacional* (pág. 46). México: Décima primera reimpresión 2011.
- Méndez C, P. (2008). *Identidad de los Pueblos*. Riobamba.
- Ministerio de Turismo . (2014). *Ecuador supera el millón de arribos de turistas extranjeros*. Quito: Ministerio de Turismo.
- Moncayo Rosero, José. (2013). Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. *E - Análisis*, 16, 17.
- Muñoz Silva, A. (2014). *Plan Plurianual del Cantón Saraguro Movimiento ARE 61*. Recuperado el 22 de 07 de 2014, de <http://vototransparente.ec>
- Paqui Cartuche, Á., & Poma Guamán , M. (2013). *Pérdida de la Identidad Cultural de Saraguro*. Cuenca: s/e.
- Paucar Narváez , D. P., & Erique Guamán, I. V. (2010). *Actualización y Valoración del Inventario de Atractivos Turísticos de los Cantones Loja, Catamayo y Saraguro*. Loja: Paucar Diana, Erique Irma.

- Rey, M. (2005). *Fundamentos de Marketing Turístico*. Madrid: Síntesis, S.A. .
- Saraguro Flash. (mayo de 2014). *Radio - Saraguro Flash*. Recuperado el 10 de 07 de 2014, de <http://www.saraguroflash.net>
- Sarango Quizhpe, S. A. (Enero de 2014). *Plan de trabajo del candidato para alcalde del cantón Saraguro*. Recuperado el 05 de 07 de 2014, de <http://vototransparente.ec>
- Villena, G. (2014). *Baño del Inca*. Quito: Villena .
- Vivar, L. (2009). *Lagunas de Chinchilla* . Obtenido de [www.kantoborgy.com](http://www.kantoborgy.com)

**ANEXOS**  
**ANEXO 1**

**Encuesta aplicada a los turistas del cantón Saraguro**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA  
PARTICULAR DE LOJA**  
*La Universidad Católica de Loja*

**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**

**Nº de formulario** \_\_\_\_

**B. INFORMACIÓN GENERAL**

**1. ¿Cuál es su nacionalidad?**

**2. ¿Cuál es su ciudad de residencia habitual?**

**3. Sexo**

1. Femenino \_\_\_\_

2. Masculino \_\_\_\_

**4. Estado civil**

1. Casado \_\_\_\_

2. Soltero \_\_\_\_

3. Divorciado \_\_\_\_

4. Viudo \_\_\_\_

5. Otro(especifique) \_\_\_\_\_

**5. Seleccione su rango de edad**

1. 20-25 años \_\_\_\_

2. 26-35 años \_\_\_\_

3. 36-45 años \_\_\_\_

4. 50-60 años \_\_\_\_

5. Más de 60 años \_\_\_\_

**6. ¿Qué día arribó?**

**7. ¿Qué día salió?**

**8. ¿Cuál es su situación ocupacional?**

1. Dirección de las empresas y administraciones públicas \_\_\_\_

7. Fuerzas armadas \_\_\_\_

2. Técnicos y profesionales científicos e intelectuales \_\_\_\_
3. Empleados de tipo administrativo \_\_\_\_
4. Trabajadores de los servicios de restauración y comercio \_\_\_\_
5. Artesanos y trabajadores cualificados de las industrias \_\_\_\_
6. Trabajadores no cualificados \_\_\_\_

8. Desempleado \_\_\_\_
9. Ama de casa \_\_\_\_
10. Jubilado/Retirado/Pensionista \_\_\_\_
11. Estudiante \_\_\_\_
12. Otros (especifique) \_\_\_\_\_

**9. ¿Cuál es su nivel de instrucción?**

- |                         |                              |
|-------------------------|------------------------------|
| 1. Sin instrucción ____ | 3. Secundaria ____           |
| 2. Primaria ____        | 4. Superior o postgrado ____ |

**C. DATOS DEL VIAJE TURÍSTICO**

**10. ¿Es la primera vez que visita la parroquia/cantón?**

Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_

**11. ¿Cuál fue el motivo principal de este viaje? (Marcar una sola respuesta)**



1. Vacación, recreo y ocio \_\_\_\_
2. Visitas a familiares o amigos \_\_\_\_
3. Educación y formación \_\_\_\_
4. Atención médica y de salud \_\_\_\_
5. Religión y peregrinaciones \_\_\_\_
6. Compras \_\_\_\_
7. Tránsito \_\_\_\_
8. Negocios y motivos profesionales \_\_\_\_
9. Negocios y motivos profesionales (No remunerados ) \_\_\_\_
10. Reuniones, eventos y congresos \_\_\_\_

**12. ¿Qué lugares turísticos de la parroquia/cantón visitó? Por favor seleccione:**

1. Vivienda de los Indígenas Saraguros \_\_\_\_
2. Bosque Protector Washapamba \_\_\_\_
3. Laguna de Chinchilla \_\_\_\_
4. Cerro de Arcos \_\_\_\_
5. Paredones de los Inkas \_\_\_\_
6. León Dormido \_\_\_\_
7. Lagunas de Chayazapa \_\_\_\_
8. Valle de Zapotepamba
9. Ingapirca de Saraguro
10. Plazoleta del Barrio Sucre \_\_\_\_

11. Otros motivos (especificar)_____		11. Parque la Madre_____	
<b>13. ¿Con que frecuencia visita la parroquia/cantón?</b>		12. El Salado_____	
1. Entre semana_____	2. Fines de semana__	13. Iglesia Matriz de Saraguro_____	
3. Feriados_____	4. Eventualmente_____	14. Indumentaria de la Etnia Saraguro_____	
<b>14. ¿Cuál es el medio de transporte para llegar y salir del destino turístico?</b>		15. Sombreros de lana_____	
Medio de transporte	1. IDA	2. REGRESO	16. Telares de la Comunidad Lagunas_____
1. Transporte público carretera	_____	_____	17. Artesanías: Orfebrería
2. Movilidad propia (terrestre)	_____	_____	18. Cerámicas de Gunudel_____
3. Otros (especificar)	_____	_____	19. San Antonio de Cumbe_____
<b>15. Formas de viajar</b>		20. Virgen del Kaka, de la Cascada, Agua Santa_____	
1. Solo_____	2. Acompañado Nº Pax_____		
<b>16. ¿Cuánto duró su visita al destino?</b>		22. Parque de las Culturas_____	
		23. Otros (Especificar)_____	
<b>17. Indique el Nº de noches según el alojamiento utilizado en su visita a la parroquia/cantón</b>			
	1. Si	2. No	Nº de noches
1. Alojamiento	_____	_____	_____
2. Hotel o similar	_____	_____	_____
3. Campamento	_____	_____	_____
4. Vivienda propia	_____	_____	_____
5. Viv. Familiares/amigos	_____	_____	_____
6. Vivienda alquilada	_____	_____	_____
7. Medio de transporte	_____	_____	_____
8. Otros (Especifique)	_____	_____	_____

<b>18. ¿Cuál fue la principal localidad visitada en el destino?</b> _____					
<b>19. ¿En este viaje fue la parroquia /cantón la única visitada?</b>					
1. Si _____		2. No _____			
<b>20. Indique otras localidades visitadas o por visitar en este viaje</b> _____					
<b>21. ¿Quién financio este viaje?</b>					
1. El viaje lo financio con su propio dinero o con dinero del hogar donde reside _____		4. Desconoce quién lo financio _____			
2. Fue pagado por una institución _____		5. Otros (especificar) _____			
3. Los dos anteriores _____					
<b>22. ¿Cómo organizó su viaje?</b>					
1. Paquete turístico comprado en el país de residencia a una agencia de viajes _____					
2. Paquete turístico comprado en el país de visita a una agencia de viajes _____					
3. El viaje lo organizó por propia cuenta sin usar el paquete turístico _____					
4. Otros (especificar) _____					
<b>23. ¿Qué tipos de servicios comprendió el paquete turístico comprado?</b>					
1. Alojamiento _____		5. Tours _____			
2. Transporte de ida _____		6. Traslado dentro/fuera _____			
3. Transporte de retorno _____		7. Seguro _____			
4. Alimentos y bebidas _____		8. Otros (especificar) _____			
<b>24. En este viaje ¿Cuál fue el gasto de cada artículo/ servicio?</b>					
<b>1. Artículo/servicio</b>	<b>1. si usó</b>	<b>2. No usó</b>	<b>3. No sabe</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>
1.1. Paquete turístico	_____	_____	_____	_____	_____
<b>2. Alojamiento</b>					
2.1. Hotel o similar	_____	_____	_____	_____	_____

2.2. Casa, apartamento, camping arrendado	_____	_____	_____	_____	_____
2.3. Otros (especificar)	_____	_____	_____	_____	_____
<b>3. Transporte</b>					
3.1. Transporte aéreo	_____	_____	_____	_____	_____
3.2. Transporte fluvial y marítimo	_____	_____	_____	_____	_____
3.3. Transporte férreo	_____	_____	_____	_____	_____
3.4. Transporte terrestre	_____	_____	_____	_____	_____
3.5. Alquiler de vehículos	_____	_____	_____	_____	_____
3.6. Gasolina o combustible	_____	_____	_____	_____	_____
3.7. Peajes	_____	_____	_____	_____	_____
3.8. Otros servicios de transporte	_____	_____	_____	_____	_____
<b>4. Alimento y bebidas</b>					
4.1. En restaurantes	_____	_____	_____	_____	_____
4.2. Fuera de restaurantes	_____	_____	_____	_____	_____
4.3. Servicios culturales	_____	_____	_____	_____	_____
4.4. Servicios deportivos y recreacionales	_____	_____	_____	_____	_____
4.5. Souvenirs, regalo y artesanías	_____	_____	_____	_____	_____
4.6. Otros (lavandería, peluquería, otros)	_____	_____	_____	_____	_____
5. Bienes	_____	_____	_____	_____	_____
6. Servicios	_____	_____	_____	_____	_____
7. Otros gastos relacionados al viaje	_____	_____	_____	_____	_____
<b>TOTAL</b>					

**25. ¿Qué actividades le falta al destino para mejorar?**

1. Infraestructura pública (agua, energía, etc.)\_\_\_\_\_

2. Infraestructura turística (alojamiento, alimentación, recreación)\_\_\_\_\_

3. Vías de acceso\_\_\_\_\_

- 4. Promoción y publicidad \_\_\_\_
- 5. Organización comunitaria \_\_\_\_
- 6. Servicios complementarios \_\_\_\_
- 7. Formación/capacitación \_\_\_\_
- 8. Seguridad \_\_\_\_
- 9. Otro /Especifique \_\_\_\_\_

**26. Califique la calidad del servicio recibido en el destino?**

**Alojamiento**

1. Malo \_\_\_\_                      2. Regular \_\_\_\_                      3. Bueno \_\_\_\_                      4. Muy bueno \_\_\_\_                      5. Excelente \_\_\_\_

**Alimentación**

1. Malo \_\_\_\_                      2. Regular \_\_\_\_                      3. Bueno \_\_\_\_                      4. Muy bueno \_\_\_\_                      5. Excelente \_\_\_\_

**Trasporte**

1. Malo \_\_\_\_                      2. Regular \_\_\_\_                      3. Bueno \_\_\_\_                      4. Muy bueno \_\_\_\_                      5. Excelente \_\_\_\_

**Agencias de viajes**

1. Malo \_\_\_\_                      2. Regular \_\_\_\_                      3. Bueno \_\_\_\_                      4. Muy bueno \_\_\_\_                      5. Excelente \_\_\_\_

**Recreación y esparcimiento**

1. Malo \_\_\_\_                      2. Regular \_\_\_\_                      3. Bueno \_\_\_\_                      4. Muy bueno \_\_\_\_                      5. Excelente \_\_\_\_

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**ANEXO 2**  
**CATASTRO DE SARAGURO 2014**

RAZÓN SOCIAL	PROPIETARIO	DIRECCIÓN	CATEG.	HAB.	PLAZ.	MESAS	PLAZAS	Nº PERS.	TELÉFONO
<b>CANTÓN:</b> Saraguro									
<b>PARROQUIA:</b> Saraguro									
<b>Agencia de Viajes</b>									
SARAURKU	SARAURKU CÍA. LTDA.	18 DE NOVIEMBRE Y LOJA	Operadora	0	0	0	0	1	2200331
<b>Alojamiento</b>									
<b>Hostal</b>									
ACHIK WASI	QUISHPE SARANGO MARÍA ASUNCIÓN	INTIÑAN (SECTOR LA LUZ)	Segunda	13	37	0	0	7	2200058
<b>Hostal Residencia</b>									

ÑUKANCHI SARA ALPA	JAPÓN SUQUILANDA ANGEL BACILIO	ANTONIO CASTRO Y LOJA	Tercera	12	28	0	0	3	
SAMANA WASI	MONTAÑO ORDÓÑEZ ISAÍAS HERNÁN	10 DE MARZO Y PANAMERICANA	Tercera	12	20	0	0	3	2200315
SAN PEDRO DE SARAGURO	ORDOÑEZ GARZÓN CARMITA RAQUEL	LOJA e/REINO DE QUITO Y JUAN A. C.	Tercera	16	32	4	16	2	2200507
<b>Pensión</b>									
SARAGURO	ARMIJOS JARAMILLO LUIS REINALDO	LOJA Y LUIS FERNANDO BRAVO	Tercera	8	16	0	0	3	S/N
RUNA WASI	QUIZHPE SARANGO JUAN JOSÉ	PANAMERICANA KM 5 VIA A LOJA	Tercera	6	12	6	24	2	92186453
<b>Alimentos y bebidas</b>									
<b>Fuentes de Soda</b>									
LA GUARIDA	CHAFLA YEPEZ MANUEL ARTURO	10 DE MARZO Y AZUAY	Tercera	0	0	7	28	3	
<b>Restaurante</b>									

TURU MANKA	MOROCHO SARANGO ZOILA	LOJA E/ INTIÑAN Y AV. PANAMER.	Segunda	0	0	10	40	6	2200305
SHAMUICO ESPAI GASTRONOMIC	ORTEGA CARTUCHI ALEXANDRA TOA	LOJA Y 10 DE MARZO	Segunda	0	0	8	32	2	999610923
AYMARAY	QUIZHPE LOZANO MANUEL ENRIQUE	18 DE NOVIEMBRE ENTRE LOJA Y AZUAY	Tercera	0	0	7	28	4	
PIKI Y TIEMBLA	SALGADO PACHAR ESTER FABIOLA	JOSE MARIA VIVAR Y AV. EL ORO	Tercera	0	0	7	28	2	90888726
MAMA CUCHARA	ASOC. DE MUJERES INDÍGENAS ASOMIS	LOJA Y EL ORO	Tercera	0	0	12	48	4	2200260
REINA DEL CISNE	TOALONGO GONZÁLEZ MARIANA B.	LOJA Y EL ORO	Tercera	0	0	5	20	2	S/N
INTI WASIPI	QUIZHPE VACACELA CARMEN D.	JUAN ANTONIO MONTESINOS Y SUCRE	Tercera	0	0	6	24	2	
LA CASONA DEL SABOR	CORONEL VILLAVICENCIO AYDA J.	JUAN ANTONIO MONTESINOS Y H.	Cuarta	0	0	10	40	5	
DRAGÓN DE ORO	ORDÓÑEZ VILLAMAGUA BERTA MARÍA	LOJA Y 18 DE NOVIEMBRE	Cuarta	0	0	9	36	1	091200958

<b>Transporte Terrestre</b>									
<b>Turístico</b>									
CABRERA GONZALEZ Y ASOC.	CABRERA GONZÁLEZ Y AS. S.A.	AZUAY Y LUIS FERNANDO BRAVO	TRANS. Terr. Tur.	0	42	0	0	4	093182725

### ANEXO 3

#### Encuestas aplicadas en el cantón Saraguro



**Figura Nº 38** Investigación de campo

**Fuente:** Verónica Ruales (2014)



**Figura Nº 39** Investigación de campo

**Fuente:** Verónica Ruales (2014)



**Figura N° 40** Investigación de campo

**Fuente:** Verónica Ruales (2014)



**Figura N° 41** Investigación de campo

**Fuente:** Verónica Ruales (2014)



**Figura Nº 42** Investigación de campo  
**Fuente:** Verónica Ruales (2014)



**Figura Nº 43** Investigación de campo  
**Fuente:** Verónica Ruales (2014)