ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ingeniería Marítima y Ciencias del Mar

"PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN PARQUE TEMÁTICO EN ZARUMA: ACTIVIDAD MINERÍA Y CAFETERA"

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN TURISMO

Presentada por:

DANIELA DINORA PAREDES RAMÍREZ

IRMA PÉREZ THOMPSON

BYRON LENIN FLORES RODRÍGUEZ

Guayaquil - Ecuador

2009

AGRADECIMIENTO

A Dios por darnos amor y fuerza cada día de nuestras vidas.

A nuestro Director de Tesis, por su constancia, ayuda y colaboración para la realización de este trabajo.

De la misma manera a la Familia Aguilera Mocha, al Master Julio Gavilanes por su apoyo incondicional y a las personas que de una u otra forma contribuyeron para que esta tesis sea una realidad.

DEDICATORIA

A Dios,

A nuestros padres,

A nuestros familiares y amigos,

A nuestro Director de Tesis.

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

____________________	____________________
M.Sc. Jerry Landívar	**Lcdo. Jorge Flores**
SUBDECANO FIMCM	**DIRECTOR DE TESIS**
____________________	____________________
Lcdo. Luis Terán	**Lcda. Cecilia Banderas**
VOCAL PRINCIPAL	**VOCAL PRINCIPAL**

DECLARACIÓN EXPRESA

"La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma, a la "ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL".

(Reglamento de Exámenes y Títulos Profesionales de la ESPOL)

____

Irma Pérez Thompson

____

Daniela Paredes Ramírez

____

Byron Flores Rodríguez

RESUMEN

El Cantón Zaruma muy conocido como "La Sultana de El Oro", está ubicada en la Provincia de El Oro y representa a uno de los patrimonios culturales de la Nación, posee hermosos paisajes, áreas naturales, que enlaza la región Costa del Ecuador.

El Cantón Zaruma cuenta además con servicios básicos y una accesibilidad buena, el mismo que atrae a turistas por su clima inigualable. Por esta y más razones este cantón forma parte de un atractivo muy importante para el Turismo en nuestro país.

El Proyecto de Tesis consiste en la "Creación de un Parque Temático en Zaruma: actividad minera y cafetera", el mismo que toma lugar en la parroquia Salvias. Salvias tiene ese nombre gracias a una vegetación que abunda en los alrededores, esta parroquia posee áreas verdes vírgenes donde la mano del hombre no ha intervenido.

La parroquia Salvias ubicada a sólo 20 minutos del Cantón Zaruma permite promover turísticamente el sector a favor de la comunidad, es así como el Proyecto tiene como objetivo principal, difundir la parte cultural e histórica que tiene la actividad Minera y Cafetera en Zaruma, mediante la elaboración de una propuesta técnica enfocada al turismo para la implementación de un parque temático en este cantón.

Para poder ofertar los servicios, se ha propuesto realizar convenios con empresas turísticas y de medios de comunicación tomando como estrategia la declaración de Zaruma como Patrimonio Cultural de la Nación.

El terreno donde se edificará y construirá el Parque Temático, tomará lugar en la Parroquia Salvias a tan sólo 10 minutos del centro de Salvias, el mismo que tiene como medida 6 hectáreas y posee una cascada de 10 metros de caída llamada "El Molino", de las cuales sólo 6.000 metros cuadrados serán utilizados para este proyecto. Aquí funcionarían las zonas de exposición minera y cafetera con su respectiva historia e importancia. El mirador frente a la cascada, la zona administrativa, de souvenir, y de restauración.

Como estudio de mercado, se realizaron encuestas en diferentes lugares claves en Zaruma, específicamente en la terminal terrestre y Centro Histórico del Cantón. Siendo los visitantes y los habitantes del sector, el público objetivo. También forman parte del mercado los directores de los colegios.

Gracias a estas encuestas constatamos que la creación del Parque Temático ocupará el puesto de un nuevo atractivo turístico en la zona para el entretenimiento de los visitantes.

Para mostrar la capacidad de carga que puede tener el Proyecto del Parque Temático en Zaruma: actividad minera y cafetera, se determinó que la capacidad de carga máxima efectiva es de 208 personas, con una rotación de dos veces diarias, ya que el recorrido es de 3 horas.

Para el Estudio del Impacto Ambiental que ocasionará el proyecto se utilizó la matriz de Leopold, donde se determinaron los principales impactos positivos y negativos que se podrían originar, así como también se muestra las debidas medidas mitigadoras y correctivas para cada caso.

Para la ejecución de este proyecto, se ha calculado una inversión inicial de 121,301.97 USD, que será financiado 68% con la Corporación Financiera Nacional y el 32% equivale al terreno donado a la Comunidad por el Municipio del Cantón Zaruma. Valores que contemplan los gastos pre-operacionales, operacionales y de construcción. El análisis financiero está basado en tres escenarios el pesimista, optimista y normal donde se tiene el 28% como tasa interna de retorno, lo que representa al rendimiento del Parque Temático si se lleva a cabo.

Finalmente, se puede considerar que la realización y ejecución del Parque Temático ayudará a cubrir muchas de las demandas de los visitantes que visitan este Cantón, promoviendo el Turismo como una fuente importante de ingreso económico y la generación de empleos directos e indirectos relacionados con esta actividad.

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE GRÁFICOS

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE ANEXOS

Nº **Págs.**

ABREVIATURAS

I-Tur Zaruma	Oficina de Información Turística de Zaruma
MOD	Mano de Obra Directa
MOI	Mano de Obra Indirecta
PEA	Población Económicamente Activa
PEI	Población Económicamente Inactiva
INEC	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
CFN	Corporación Financiera Nacional
FEPTCE	Federación Plurinacional de Turismo Ecuatoriano
CCE	Capacidad de Carga Efectiva
VAN	Valor Actual Neto
TIR	Tasa Interna de Retorno

INTRODUCCIÓN

El Cantón Zaruma ubicado en una región montañosa enclavada en las estribaciones de la Cordillera de Los Andes, en un punto estratégico entre la Costa y la Sierra, se extiende sin patrones, sus casas antiguas de uno, dos o tres pisos construidas con madera y tierra, materiales del entorno, se acoplan a los niveles existentes, creando así armonía y distracción al visitante. Al recorrerla, se puede conocer a sus habitantes, percibiendo de inmediato un estilo de vida diferente y sin prisa. Sus portales son espacios de vida social de adolescentes y adultos.

Sus calles son estrechas, de pronunciadas curvas y graban en el visitante el sello de encanto. Rescatando el don de gente de sus habitantes, su afán permanente de hacer sentir a los turistas la hospitalidad y generosidad.

Zaruma, conocida como "La Sultana de El Oro", es una de las ciudades más antiguas del Ecuador, es por esto su reconocimiento en 1990 por parte del Ministerio de Educación y Cultura como "Bien Perteneciente al Patrimonio Cultural del Estado". Una ciudad ancestral, urbanísticamente tradicional, invariable en la belleza de sus mujeres y en el trabajo esforzado de sus hombres, con profunda tradición en su gastronomía, de añeja minería y de un panorama de fantasía.

Parece que los días hicieron un alto en el pasado para dejar intacta la fisonomía paisajística y humana de la ciudad, como resistiéndose a involucrarse en un modernismo insensible, carente de identidad e idiosincrasia. Cabe indicar que Zaruma se caracteriza por sus dos importantes fiestas, como lo son el Festival Nacional del Café y la devoción que le rinden a la Virgen del Carmen. El propósito de esta tesis es de aportar a través de propuestas, basadas en investigaciones, información referente al cantón que contribuyan al desarrollo turístico de la zona con participación de la comunidad. Se cuenta con datos históricos, socioeconómicos y turísticos del sector puesta en inventario de atractivos y un análisis FODA de la zona, que a la vez ayudaría a la realización del proyecto.

Cabe recalcar que las fichas del inventario turístico fueron realizadas por el Ministerio de Turismo y mediante el apoyo del Municipio de Zaruma, los datos fueron actualizados por el grupo de tesis.

Gráfico 1. Paisaje de Zaruma (2008)

Fuente: Portal del Gobierno Municipal de Zaruma, www.zaruma.gov.ec

CAPÍTULO 1. ASPECTOS GENERALES Y MARCO TEÓRICO.

En este capítulo se verán los aspectos generales del Cantón Zaruma, y en especial datos de la Parroquia de Salvias, perteneciente al mismo, que es el lugar en el que se establecería el Parque Temático.

1.1 Marco Teórico

A efectos de eliminar confusiones en torno al tema, se cree necesario delimitar el contenido de conceptos para su total comprensión. Debido a esto a continuación se verán varios términos que se consideran oportunos:

- **Turismo**

De acuerdo con Poria, Butler y Airca (2001), se dice de Turismo como la tendencia natural del ser humano a cambiar de sitio para beneficiarse se las bondades de otros lugares distintos de aquel donde usualmente vive y descansa en ambiente agradable, para esparcimiento y recreación.

- **Turismo Cultural**

Ahora al Turismo Cultural se lo considera como el traslado de personas que buscan conocer un edificio antiguo, obras de arte o escenario natural excepcional. Es decir, la principal motivación para visitar un lugar está basada en las características patrimoniales del lugar de acuerdo con la percepción que los turistas tengan del concepto de patrimonio, según Poria, Butler y Airca (2001)

- **Patrimonio Cultural**

Según Martins y Carrión, (2001), El Patrimonio Cultural de un país o región está constituido por todos aquellos elementos y manifestaciones tangibles o intangibles producidas por las sociedades, resultado de un proceso histórico en donde la producción de las ideas y del material se constituyen en factores que identifican y diferencian a ese país o región.

Según estos autores, en el concepto moderno de Patrimonio Cultural incluye además de los monumentos y manifestaciones del pasado, también lo que se denomina patrimonio vivo, que consisten en las diversas manifestaciones de la cultura popular, las poblaciones o comunidades tradicionales, lenguas indígenas, las artesanías y artes populares, la indumentaria, los conocimientos, valores, costumbres y tradiciones características de un grupo o cultura.

- **Parque Temático**

El Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, (2001), define a la palabra Parque en su primera acepción como terreno o sitio cerrado y con plantas, para caza o recreo, generalmente inmediato a un palacio o a una población.

Por tanto en esta definición encontramos las claves del concepto «Parque». Primero es un recinto cerrado, en segundo lugar ese recinto tiene plantas, y por último su finalidad es el recreo.

Entonces se dice de un Parque Temático a un recinto cerrado de gran extensión, en el que se pretende fundamentalmente la diversión de sus visitantes por medio de la vivencia de un mundo «natural o mágico» y del disfrute de un conjunto de atracciones naturales o culturales especialmente organizadas en torno a una o varias ideas o ejes temáticos que dan homogeneidad al conjunto.

Para finalizar según Rafael Esteve Secall, y su libro Nuevo Segmento emergente de Turismo: Parques Temáticos, (2008), los Parques Temáticos son atracciones hechas por el hombre sobre temas concretos que tienen como objetivo atraer a turistas.

- **Minería**

Según Martins y Carrión, (2001), la minería es la obtención selectiva de los minerales y otros materiales a partir de la corteza terrestre. Esto también corresponde a la actividad económica primaria relacionada con la extracción de elementos y es del cual se puede obtener un beneficio económico. Dependiendo del tipo de material a extraer y beneficiar, la minería se divide en metálica y no metálica.

- **Café**

Según Martins y Carrión, (2001), Café se denomina a la bebida que se obtiene por infusión a partir de los frutos y semillas del cafeto (Coffea), que contiene una sustancia estimulante llamada cafeína. Por extensión, también designa el lugar de consumo del mismo, una cafetería o bistro.

- **Comunidad**

Según Martins y Carrión, (2001), se puede referir a comunidad, a la población en general, a grupos humanos homogéneos por características culturales, antropológicas, de etnia (comunidades indígenas), o a situaciones de convivencia humana con características de proximidad y con decisión de condiciones y de proyectos de vida. En esta última definición la que se utiliza en el trabajo, teniendo como principal grupo comunitario los mineros artesanales.

1.2 Aspectos geográficos

El territorio del Cantón Zaruma está encerrado por nudos y cordilleras, los mismos que han configurado la Hoya de su nombre. Siendo sus coordenadas geográficas 79° 88’49” longitud oeste, 3° 41’11” latitud sur.

Gráfico # 2. Ubicación de Zaruma, Mapa Político del Ecuador.

Fuente: Portal del Gobierno Municipal de Zaruma, www.zaruma.gov.ec

- **Cabecera cantonal**: Zaruma.
- **Fecha de creación**: 26 de Noviembre de 1820.
- **Ubicación:** Al suroeste de la Provincia de El Oro, en la zona alta, aprox. a 2 horas de la ciudad de Machala.
- **División Política:** Parroquias (Urbana) Zaruma; (Rurales) Malvas, Arcapamba, Muluncay, Huertas, Sinsao, Salvias, Guizhaguiña, Guanazán, Abañin.

- **Superficie:** 643,50 Km².
- **Población:** 23.407 habitantes.
- **Altura:** Varía de 900 a 3.500 m.s.n.m.
- **Límites:** Al Norte: Provincia del Azuay, al Sur: Cantón Portovelo, al Este: Provincia de Loja, y al Oeste: Cantones Piñas, Atahualpa, Chilla y Pasaje.
- **Densidad poblacional**: 38,85 hab./Km².
- **Topografía:** Zaruma se encuentra ubicada en una zona montañosa que forma parte de la Cordillera de Vizcaya, la misma que es un ramal de la Cordillera de Los Andes.
- **Clima:** Zaruma tiene un clima sub-tropical, agradable y templado, seco de mayo a noviembre y húmedo el resto del año.

1.2.1 Accesibilidad y conectividad

Zaruma cuenta con carreteras de fácil acceso totalmente asfaltadas, que durante todo el año no registra derrumbes ni interrupciones. Las dos principales cooperativas de transporte que operan en el cantón y en la Parte Alta de El Oro son: Ciudad de Piñas y TAC, poseen oficinas en las principales ciudades del Ecuador, en las terminales terrestres de estas ciudades u oficinas particulares. Adicionalmente en la ciudad de Piñas existen varias cooperativas de taxis y de camionetas que pueden realizar fletes privados a cualquier lugar de la provincia.

Con respecto a la conectividad se muestra una tabla con distancias en kilómetros y tiempo desde algunos destinos para llegar al Cantón Zaruma. Zaruma se encuentra cerca de destinos turísticos y comerciales, algunos de los cuales se puede llegar a través de carreteras, y otros por vía aérea.

Tabla # 1. Distancias y tiempo hacia Zaruma

• Vía Terrestre:	Distancia (km)	Tiempo
Machala a Zaruma	115 Km	2H03
Quito a Zaruma	604 Km	2H25
Piñas a Zaruma	14 Km	15 minutos
Portovelo a Zaruma	7 Km	8 minutos
Loja a Zaruma	125 Km	2H13
Cuenca a Zaruma	275 Km	4H35
Guayaquil a Zaruma	285 Km	4H45

Fuente: *Página* Oficial, Portal del Gobierno del Municipio de Zaruma y elaboración propia.

1.2.2 Parroquia Salvias

Salvias es una de las parroquias rurales de Zaruma, y es el lugar que se eligió, para que se implemente en el mismo el Parque, debido a la disponibilidad de un terreno en esta zona. A continuación veremos información de importancia de esta parroquia:

La historia de la parroquia Salvias comienza con su nombre que proviene de una planta llamada *SALVIAS* (planta comúnmente usada en la época colonial por quienes se aprovisionaban de las medicinas en las boticas de entonces) la que es abundante en la zona.

Ésta parroquia se creó mediante acuerdo del Ministerio de Gobierno del 5 de Noviembre de 1993.

Según *Información, Municipio de Zaruma. Departamento de Turismo,* los datos generales de la parroquia Salvias son:

- **Límites.-** Limita al Norte con la Cordillera de Corredores, al Este con la quebrada Rumy Corral en la confluencia de la quebrada Canelal, al Sur con el río Las Palmas y al Oeste con el río Ortega.

- **Servicios Básicos.-** Cuenta con los siguientes:

- Agua entubada

- Energía eléctrica
- Subcentro de Salud
- Club Ecológico

División Política de la Parroquia

- Conchle
- San Lorenzo
- DurDur
- Tambillo
- Chucacopa
- Cerro de Arcos
- Sufrimientos
- La Lechera
- Elvira
- Loma Larga
- Valle Hermoso
- Jumón
- La Dacha
- El Molino
- Calenturas
- Palmas

- Ortega

Tabla # 2. Población de la Parroquia

SALVIAS			
	TOTAL	**HOMBRES**	**MUJERES**
Cabecera Parroquial	151	74	77
Resto de la Parroquia	655	338	317
TOTAL	806	412	394

Fuente: Inec 2001

- **Fiestas Cívicas.**

  5 de Noviembre: Aniversario de Parroquialización y Fiestas de la escuela Ernesto A. Castro

- **Fiestas Religiosas.**

  30 de Mayo: Fiestas en memoria a María Auxiliadora.

- **Fiestas Sociales y Deportivas.**

  10 de Agosto: Elección de la Reina.

  26 de Septiembre: Fiestas del Club Los Dinámicos.

  28 de Octubre: Fiestas del Club Juvenil Salvias.

- **La Economía Social**

Se dedica primordialmente a la agricultura, ganadería, avicultura y turismo.

- Preparación artesanal de panela.
- Elaboración del queso.

- **Junta Parroquial**

Presidente:	Ramón Maldonado
Vicepresidenta:	Alba Romero Salazar
Vocales:	Juddy Valarezo Aguilar Arnaldo Shune Pineda Alberto Veintimilla Valdivieso

- **Tenencia Política**

Teniente Político (Encargado) Sr. Wilfredo Ramírez Cuvi

Gráfico # 3. Planta Salvia

Foto planta salvia	Salvia
	**Nombre Científico:** *(Salvia officinalis, Lepechinia salviae)*

Fuente: Elaboración propia.

Ahondando en el tema de la planta Salvia, en la época actual, su consumo parece haberse reducido, es usado en muy pocos lugares como por ejemplo la comunidad de Salvias, la misma que lleva su nombre debido a la presencia de esta planta en la zona.

- **Composición química y propiedades medicinales de la planta Salvia**

La investigación química y farmacológica ha ido confirmando sus virtudes, la tradición, por su parte, la conserva como una verdadera medicina.

El gran número de virtudes descritas respecto de la planta es debido a los variados tipos de principios activos y a sinergias que se producen a consecuencia de los mismos.

Contiene un aceite con un efecto estrogénico, ocasiona la protección específica que brinda en la mucosa vaginal y el control sobre la menstruación. Al nivel de la piel, presenta cualidades cicatrizantes, antisépticas y anti-inflamatorias, por lo que su utilidad se extiende a gran cantidad de lesiones, especialmente en las heridas infectadas y de lenta cicatrización. La misma función cumple sobre las mucosas, como la garganta y las encías. Estas funciones son el resultado de la sinergia entre el aceite esencial y el tanino.

Además, la Salvia tiene acciones reguladoras y controladoras sobre una serie de órganos electores estrogénicos, como los genitales externos, internos y las manos; por ejemplo en el sistema digestivo, tiene efectos sedantes y actúa como tónico estomacal. Un curioso efecto es el de inhibir la producción del sudor.

1.3 Antecedentes Históricos de Zaruma

Debido a que Zaruma adquirió relevancia por su riqueza aurífera, el rey de España, Felipe II, ordenó que el nombre oficial sea Villa Real de San Antonio del Cerro de Oro de Zaruma, que se realizó el 8 de Diciembre de 1595, y actualmente por su arquitectura colonial fue denominada *"Patrimonio Cultural* *del Ecuador".* El largo proceso histórico y cultural de Zaruma ha convertido a sus habitantes en herederos de un valioso patrimonio intangible que se manifiesta en las fiestas y rituales religiosos locales, la gastronomía, las tradiciones y leyendas propias de un pueblo minero.

De acuerdo a su etimología, Zaruma, SARA = MAIZ y UMA = CABEZA, "CABEZA DE MAIZ". Tiene una altura de 1.200 m.s.n.m. y su temperatura varía entre los 18 a 22 grados centígrados. La distancia que existe entre Zaruma y la Capital de El Oro (Machala) es de 106 Km.

La población de Zaruma, es de origen colonial español, asentada sobre un cerro aún explotado por la minería del oro. En esta localidad de la provincia de El Oro destacan sus calles empinadas, sus soportales en madera y su plaza que ha sido recientemente restaurada. Es famosa a nivel nacional por sus minas de oro, su gente amable y sus hermosas mujeres.

Es una ciudad que tiene imagen propia, fruto de los años de historia que han sido transmitidos de generación en generación. Conservando aún sus costumbres y tradiciones que la comunidad de hombres y mujeres han ido conjugando y entretejiendo para mostrar al país sus encantos naturales.

Cuenta la *historia zarumeña*, que en la época colonial la necesidad de acumular riquezas por parte de Europa para mejorar la economía, dio lugar a que España se estableciera en zonas provistas de metales preciosos como es el caso de Zaruma.

La época colonial se distinguen dos períodos: de auge y de crisis. El primer auge de oro tomó lugar entre 1575 y 1630, este factor en conjunto con el crecimiento de la población, precisaron la fundación oficial de Zaruma, ordenada por el monarca Felipe II con el nombre de Villa de San Antonio del Cerro de Oro de Zaruma. El mandato lo cumplió el capitán Damián Meneses el 8 de diciembre de 1595. Desde entonces, y según el modelo de los cabildos españoles, la Villa fue organizada mediante un gobierno municipal con funciones político-administrativas, militares y judiciales.

Luego el decaimiento de la producción minera desde empezó a partir de 1630, la economía del Cantón Zaruma presentó un continuo deterioro en la producción minera por falta de mano de obra, altos costos de los insumos, conflictos con los encomenderos serranos, técnicas inapropiadas y la imposibilidad de los mineros para explotar en vetas más hondas. Esta depresión, sin embargo, no representó una paralización total de la actividad minera. Ante la crisis, internamente se emprendió en un proceso de ajuste orientando la producción hacia la agricultura y la ganadería para garantizar la subsistencia. De este modo, durante la Colonia, Zaruma se convirtió en articuladora de la región y del espacio colonial andino, pues estimuló el desarrollo de otras actividades a nivel regional e interregional.

Sobre la verdadera fundación de Zaruma por parte de los españoles se ha creado desacuerdos. Pero los documentos más antiguos de la época colonial dan testimonio que los primeros reconocimientos del territorio y el levantamiento de campamentos provisionales, fueron la base para la primera fundación precaria y espontánea del Asiento Real de Minas, atribuida por Alonso de Mercadillo en 1549.

En la época de la Independencia y la República, a inicios del siglo XIX hubo un intento de la Corona Española, de reactivar las minas de oro y plata, gestiones que resultaron tardías ante el avance del movimiento emancipador. Zaruma se unió a este proceso con la proclamación de la independencia el 26 de noviembre de 1820 y el aporte a la campaña libertadora de Sucre, acontecimientos en los que tuvo un rol protagónico la élite local y como consecuencia su afianzamiento político. Durante el breve lapso Gran Colombiano la Ley de División Territorial del 23 de junio de 1824 erigió a Zaruma a la categoría de cantón de la provincia de Loja.

En la época republicana, durante el período de Recesión Económica (1830 – 1895), el decaimiento de las actividades productivas después de las guerras de la Independencia provocó un estancamiento económico mientras el Cabildo de Zaruma buscaba rentas propias. El período se supera entre 1876 y 1895 con la articulación al comercio de Guayaquil, el proyecto de reactivación de la minería, la creación de la provincia de El Oro y la presencia de capitales ingleses. En este primer período no se advierten transformaciones en el centro urbano y las principales edificaciones de la época colonial se encontraban muy deterioradas. Las principales calles partían de la plaza principal, alrededor de la cual se ubicaban la Iglesia Matriz, las casas municipales, la cárcel pública y las viviendas de los principales vecinos.

Entre los años 1896 y 1950, con las reformas del liberalismo de fines del siglo XIX y principios del XX se dio paso a la inversión extranjera y al establecimiento de la empresa norteamericana SADCO que explotó los minerales desde 1896 hasta 1950 mediante una economía de enclave. La generación de fuentes de trabajo posibilitó el crecimiento poblacional y el fortalecimiento de la región con roles para cada poblado. Todas las actividades de la micro-región se subordinaron a la minería para satisfacer las necesidades del mercado interno, pero el crecimiento que experimentó Zaruma en estos años se volcó al exterior por diversas vías. Este período es el definitivo en la estructuración del Centro Histórico y del espacio regional.

A partir de 1950, después del retiro de la SADCO, Zaruma entró en una etapa de estancamiento de la minería y en una reorientación de su economía volviendo la mirada hacia la variedad de recursos naturales, como el café. La constitución de la empresa CIMA, con la participación del Municipio de Zaruma y ex-trabajadores de la SADCO, no llegó a cumplir las expectativas que se habían fijado y la micro-región atravesó por una etapa depresiva por la disminución de fuentes de trabajo, traducida en una emigración significativa. El estancamiento minero dio lugar a nuevos proyectos alrededor de la producción agropecuaria.

En la década de 1980, Zaruma entra en una nueva etapa de desarrollo en medio de una desmembración de su territorio por la autonomía de Portovelo y Paccha que obtuvieron la erección cantonal. Al finalizar las operaciones de CIMA se produce una autonomía en la explotación del oro bajo la modalidad de sociedades o cooperativas constituidas por pequeños mineros con reducidas inversiones. Aunque esta situación generó una notable expansión económica y de excedentes que se invirtieron internamente, las labores mineras se realizaron con mucho desorden y con grave impacto en el ambiente.

Junto a la pequeña minería, empresas nacionales y extranjeras empezaron a interesarse en la micro-región minera y con nuevos procesos técnicos instalaron plantas de cianuración (tratamiento termoquímico que se da a los aceros) para la obtención del oro. En los últimos años, algunas de estas empresas se retiraron y las que han quedado mantuvieron una serie de conflictos con los pequeños mineros por la posesión de las tierras. La tendencia actual es la consolidación de medianas empresas que han agregado más concesiones y mejoraron su tecnología; las más importantes son Bira, Nevada, Yellow River, Empec Y Minanca.

Zaruma reúne las condiciones ideales para el cultivo de café, las suaves brisas (que no perjudican a los tiernos brotes del cafeto), el abundante sol, las lluvias copiosas entre diciembre y abril y la agradable temperatura, hacen que el cafeto cargue generosamente a partir de mayo hasta agosto. El café zarumeño, de variedad arábica, se cosecha una vez al año y se caracteriza por tener bastante cuerpo, aroma afrutado y uno de los elementos más importantes, es producido sin químico alguno (orgánico). La extensión de sus áreas rurales varían entre 700 y 1.800 m. y es aquí donde se extienden grandes plantaciones de café cultivadas de manera familiar.

La depresión del café, tomó sitio durante los años 80, el café zarumeño fue bien aceptado para mezclarlo con otro de calidad inferior (de amplia producción anual). La aparición de este café en el mercado local hizo que bajaran los precios de una forma drástica, por lo que muchos productores abandonaron los cafetos para ingresar a otro tipo de cultivo más rentable.

No obstante la calidad y exigencia del consumidor del buen café, revitalizó el mercado y poco a poco, el café zarumeño fue cobrando importancia en el mercado nacional e internacional, incluso ha recibido varios premios europeos por su calidad. Los bebedores lo aprecian por la riqueza de su aroma, su gusto estimulante y su suavidad al paladar.

Los primeros pobladores de Zaruma fueron cazadores y recolectores. No existe ninguna prueba material para confirmar la presencia del hombre zarumeño en el Período Precerámico. En el llano de la Provincia de El Oro, se ha demostrado que hubo ocupaciones Valdivianas en sus fases tardías (Cultura Valdivia 3.500-1.800 a.C., se le llamó tardío por ser la menos antigua). El último período aborigen anterior a la invasión incásica es conocida como de integración (500 d.C.). Es aquí cuando en el Cantón Zaruma se asentó una serie de pueblos agricultores. La evidencia de grandes campos de terrazas agrícolas indica la actividad principal de estos pueblos.

Zaruma es candidata para Patrimonio Cultural de la Humanidad, tierra de prodigios y de maravillas fue fundada en 1539, con una topografía singularísima que le ha permitido mantenerse inmune e indemne en muchos aspectos. Es una ciudad de calles recortadas, con sus casas equilibrista, con sus lomas adornadas de plantas que le sirven de muralla y ornamento, características que le han permitido ser portadora de una historia de honor y de grandeza que la han llevado a obtener varios títulos importantes entre ellos en 1990, el Ministerio de Educación y Cultura la declara a Zaruma: Patrimonio Cultural del Estado Ecuatoriano.

En 1998 el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador presentó a la UNESCO la candidatura de Zaruma para que sea inscrita en la lista indicativa del Patrimonio Mundial. Los criterios sobre los cuales se justifica la inscripción de Zaruma, es porque en ella está escrita una parte de la historia de la extracción minera Latinoamericana, según la leyenda este fue uno de los sitios desde el cual se llevó el oro hasta Cajamarca para pagar el rescate de Atahualpa, despertando en los colonizadores interés, llevándolos a establecerse en el Cerro de Oro, al cual le denominaron "Cerro Rico de San Antonio de Zaruma", que en la época colonial se convirtió en el eje económico.

Zaruma logra crear una arquitectura vernácula apropiada al medio, construida en madera adoptada y combinada con su medio natural, produciendo una ecología urbana particular.

La larga historia de explotación minera, ha impreso un sello particular a la ciudad y en sus habitantes, ha forjado la identidad del pueblo Zarumeño, su cotidianidad, costumbres, ritualidad, fiestas cívicas y religiosas, sus devociones, juegos inclusive su gastronomía tradicional. Las casas catalogadas como patrimoniales son 209, guardando una historia particular; teniendo así los cinco bienes patrimoniales de Zaruma que son:

1. Iglesia Matriz de Zaruma.
2. Centro Histórico.
3. La Mina del Sexmo.
4. La belleza paisajística.
5. Gastronomía y producción artesanal.

1.4 Aspectos socioeconómicos.

Sus principales actividades económicas son agrícolas, ganaderas, auríferas (minería) y el turismo. La actividad minera, la agricultura y ganadería, representan las actividades económicas más importantes de la zona, agrupando aproximadamente al 70% de la PEA. Además, originan una ocupación física del territorio muy amplia.

La zona turística representa la real y/o potencial ocupación de un territorio con características especiales para visitar y conocer, tales como paisajes, ríos, bosque autóctono.

Entre sus atractivos turísticos se encuentra la minería de oro, museos, café zarumeño; el tigrillo (comida típica de verde, huevo y queso), dulces de Malvas (la parroquia Malvas se encuentra ubicada en las estribaciones de la cordillera andina, situada hacia el oeste de la cabecera cantonal de Zaruma), arquitectura colonial (iglesias, casas de madera), aguardiente de Malloca, arqueología (Guayquichuma, Cerro Patalco, San Antonio, petroglifos de Buza y Guizhagüiña). Actualmente se encuentra en proceso para conseguir ser declarada "Patrimonio Cultural de la Humanidad".

La actividad minera en la zona de Zaruma y Portovelo tiene sus orígenes en la época de la cultura precolombina y continua desarrollándose en la actualidad. En la década de los 80, se inicia un aparente e ilusorio apogeo minero causado por el incremento del precio del oro y la crisis económica del país. En esta zona, tradicionalmente minera, se generaliza la minería artesanal.

A partir de los 90, aparece una forma planificada de explotación (utilizando equipos y maquinaria modernas para los procesos de extracción, transporte, trituración, molienda y concentración) a cargo de empresas y asociaciones mineras, aunque se mantiene una gran parte de la actividad minera de forma artesanal.

En cuanto al tema de la generación del empleo directo e indirecto, no cabe duda que el empleo de trabajadores en sí, ya se convierte en un beneficio positivo para estas zonas del tercer mundo, donde las alternativas de ocupación son escasas. Aunque la agricultura y la ganadería sean actividades importantes debido a las potencialidades de la zona (calidad del suelo, clima y tradición productiva de los sectores rurales), la actividad minera las va desplazando sostenidamente como actividad laboral. El cambio de actividad en la población campesina ha significado una desarticulación de la producción agropecuaria para el mercado local y, por tanto, un encarecimiento de los alimentos.

1.4.1 Datos estadísticos del Cantón Zaruma

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) ha puesto en consideración los resultados definitivos de algunas de las variables investigadas en el VI Censo de Población y V de Vivienda, realizado el 25 de Noviembre del año 2001.

La población del Cantón Zaruma, según el Censo del 2001, representa el 4.5% del total de la Provincia de El Oro; ha crecido en el último período inter-censal 1990 – 2001. El 62.8% de su población reside en el área rural, se caracteriza por ser una población joven, las familias tienen un promedio de 3 hijos y que el 41.7% son menores de 20 años, según se puede observar en el gráfico de barras de Población por Edades y Sexo.

Se muestra las siguientes tablas según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), dando a conocer los siguientes aspectos del Cantón Zaruma:

- Total de viviendas, ocupadas con personas presentes, promedio de ocupantes por vivienda y densidad poblacional según el censo del 2001.
- Viviendas particulares ocupadas, por tipo de vivienda, según parroquias.
- Viviendas particulares ocupadas, según servicios que dispone y tipo de tenencia de la vivienda.
- Población por áreas, censos 1950 – 2001.
- Según de ramas de actividad.

- Población económicamente activa (PEA) de 5 años y más, por sexo según categoría de ocupación.
- Población de 12 años y más por estado civil o conyugal, según sexo.
- Población de 5 años y más, por sexo y áreas según niveles de instrucción.

Tabla # 3. Censo de vivienda

CANTÓN ZARUMA TOTAL DE VIVIENDAS, OCUPADAS CON PERSONAS PRESENTES, PROMEDIO DE OCUPANTES POR VIVIENDA Y DENSIDAD POBLACIONAL SEGÚN EL CENSO DEL 2001							
Áreas	Total de Viviendas	Viviendas particulares ocupadas con personas presentes			Población Total	Extensión Km 2	Densidad Hab/Km 2
		Número	Ocupantes	Promedio			
TOTAL CANTÓN	7,484	5,648	23,210	4.1	23,407	645.2	36.3
ÁREA URBANA	2,745	2,249	8,588	3.8	8,717		
ÁREA RURAL	4,739	3,399	14,622	4.3	14,690		

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Según el censo poblacional del 2001, tenemos que la mayoría ocupa el área rural de la zona con un número de 14.690 habitantes con un total de

23.407 habitantes. El área rural representa un alto número de población en el Cantón Zaruma.

Se puede observar que las viviendas más ocupadas en este cantón son las casas o villas propias, luego tenemos a los departamentos en lo que es Zaruma. En los pueblos aledaños como este caso Salvias, tenemos las casas y villas también con el mayor número de viviendas ocupadas.

Tabla # 4

VIVIENDAS PARTICULARES OCUPADAS, POR TIPO DE VIVIENDA, SEGÚN PARROQUIAS									
PARROQUIAS	**TOTAL VIVIENDAS**	**TIPO DE VIVIENDA**							
		CASA O VILLA	DEPARTA-MENTO	CUARTOS EN INQUIL.	MEDIA-GUA	RANCHO	COVACHA	CHOZA	OTRO
TOTAL CANTÓN	5,648	4,077	779	228	120	140	107	189	8
ZARUMA (URBANO)	2,249	1,343	178	178	15	11	14	7	2
PERIFERIA	188	153	8	9	5	8	3	2	-
ABAÑIN	331	149	-	3	23	54	46	56	-
ARCAPAMBA	251	227	12	2	2	5	2	0	1
GUANAZAN	754	596	1	11	9	21	15	99	-
GUIZHAGUIÑA	403	344	4	7	13	11	10	13	1
HUERTAS	493	456	18	4	9	1	1	0	4
MALVAS	275	231	27	4	9	1	2	1	-
MULUNCAY GRANDE	203	179	2	6	4	11	1	-	-
SINSAO	315	245	8	1	30	13	9	9	-
SALVIAS	186	152	20	3	1	4	4	2	-

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Tabla # 5. VIVIENDAS PARTICULARES OCUPADAS, SEGÚN SERVICIOS QUE DISPONE Y TIPO DE TENENCIA DE LA VIVIENDA.

ABASTECIMIENTO DE AGUA		
TOTAL	5,648	100.0
RED PÚBLICA	3,139	55.6
POZO	218	3.9
RÍO O VERTIENTE	2,229	39.5
CARRO REPARTIDOR	21	0.4
OTRO	41	0.7
ELIMINACIÓN DE AGUAS SERVIDAS		
TOTAL	5,648	100.0
RED PÚBLICA DE ALCANTARILLADO	2,773	49.1
POZO CIEGO	232	4.1
POZO SÉPTICO	534	9.5
OTRO FORMA	2,109	37.3
SERVICIO ELÉCTRICO		
TOTAL	5,648	100.0
SI DISPONE	5,180	91.7
NO DISPONE	468	8.3
PRINCIPAL COMBUSTIBLE PARA COCINAR		
TOTAL	5,648	100.0
GAS	4,198	74.3
ELECTRICIDAD	17	0.3
GASOLINA	6	0.1
KÉREX O DIESEL	17	0.3
LEÑA O CARBÓN	1,355	24.0
OTRO	3	0.1
NO COCINA	52	0.9
TIPO DE TENENCIA		
TOTAL	5,648	100.0
PROPIA	3,996	70.8
ARRENDADA	1,113	19.7
EN ANTICRESIS	10	0.2
GRATUITA	384	6.8
POR SERVICIOS	119	2.1
OTRO	26	0.5
SERVICIO TELEFÓNICO		
TOTAL	5,648	100.0
SE DISPONE	964	17.1
NO DISPONE	4,684	82.9

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Se observa que las viviendas ocupadas antes mencionadas son las viviendas o casas, las mismas que tienen el nivel más alto en lo que a servicios compete; tales como, abastecimiento de agua, eliminación de aguas servidas, servicio eléctrico, entre otros. Mientras que las zonas aledañas a Zaruma sufren de escasez de estos servicios principalmente de servicio telefónico, ya que la comunicación es muy importante hoy en día.

Tabla # 6. Población por áreas.

CENSOS 1950 - 2001			
Censos	Urbana	Rural	Total
1950	3922	25505	29427
1962	9000	24603	33603
1974	5119	33218	38337
1982	5918	21850	27768
1990	7397	16302	23699
2001	8717	14690	23407

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

En la tabla podemos observar que hay más presencia de población rural pero la misma que ha tenido un descenso desde el Censo del año 1974. En la Zona Rural podemos observar un incremento pero no muy significativo.

Tabla # 7. Según ramas de actividad.

RAMAS DE ACTIVIDAD	**Total**	**Hombres**	**Mujeres**
Total	5845	4658	1186
Agricultura, Ganadería Caza, Pesca, Silvicultura	2396	2163	269
Manufactura	234	152	99
Construcción	187	181	3
Comercio	491	327	164
Enseñanza	304	116	187
Otras actividades	2159	1695	464

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

La agricultura, ganadería, caza, pesca y silvicultura, son las ramas de actividades que ambos sexos realizan diariamente. Son de estas actividades principalmente de donde proviene el beneficio económico para su subsistencia.

Tabla # 8. Población económicamente activa (pea) de 5 años y más, por sexo según categoría de ocupación.

	Patrono o socio activo	Cuenta propia	Empleados	Trab.fam. sin remuneración	No declarado	Trabajador nuevo
Mujeres	96	456	482	82	70	6
Hombres	435	2287	1341	283	282	26
Total	**531**	**2743**	**1823**	**365**	**351**	**32**

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

El sexo masculino es predominante dentro del número de población económicamente activa (PEA) en el Cantón Zaruma, que se muestra en la tabla anterior.

Tabla # 9. Población de 12 años y más por estado civil o conyugal, según sexo.

Estado civil	total	Hombres	mujeres
Total	17269	8666	8603
Unidos	1658	805	853
Solteros	6482	3553	2929
Casados	7911	3949	3962
Divorciados	117	47	70
Viudos	863	226	637
Separados	217	76	141
No declarado	21	10	11

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Según la tabla que se muestra anteriormente, la población de Zaruma se caracteriza por tener un estado civil, casados. Esta ciudad es muy calmada y tranquila, demuestra la tranquilidad familiar en las casas.

Zaruma, dentro de su zona urbana se tiene un número muy bajo de educación postgrado, pero si de educación superior. Se entiende que los hombres tienen niveles de educación más alto que las mujeres, con un total de 10.525 habitantes.

A continuación se presenta gráficos estadísticos que intervienen en los aspectos socio-económicos de Zaruma, determinando así los siguientes aspectos:

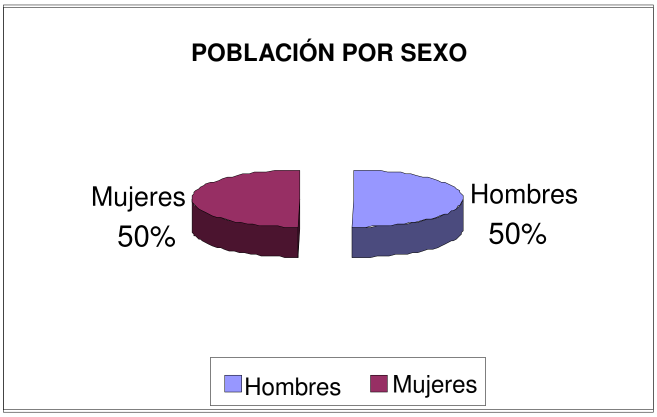
- Población por sexo.
- Población según edad.
- Población según niveles de instrucción.
- Población de 5 años y más activa e inactiva; según sexo y áreas.
- Población de 5 años y más ocupada por grupos de edades.

Tabla # 10. Población de 5 años y más, por sexo y áreas según niveles de instrucción.

Niveles de Instrucción	TOTAL			HOMBRES			MUJERES		
	TOTAL	URBANO	RURAL	TOTAL	URBANO	RURAL	TOTAL	URBANO	RURAL
TOTAL	20946	7925	13021	10525	3888	6637	10421	4037	6384
Ninguno	1388	190	1198	611	89	522	777	101	676
Centro Alfab.	96	32	64	62	16	46	34	16	18
Primario	12449	3564	8885	6506	1838	4668	5943	1726	4217
Secundario	5069	2861	2248	2406	1314	1092	2663	1507	1156
Post Bachillerato	61	41	20	23	18	5	38	23	15
Superior	1009	756	253	470	355	115	539	401	138
Postgrado	11	10	1	6	5	1	5	5	0
No Declarado	863	511	352	441	253	188	422	258	164

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

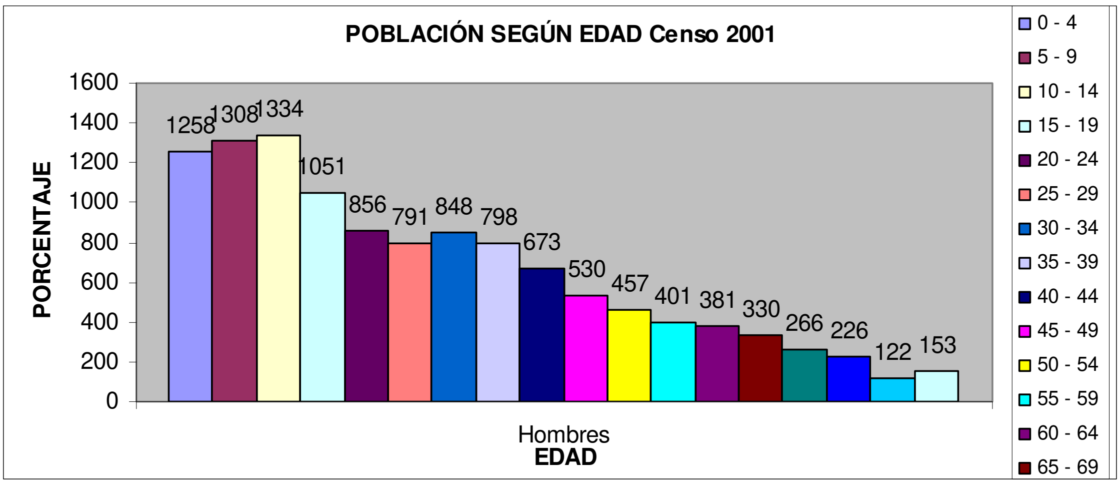
Gráfico # 4. Población según sexo.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Se puede apreciar que existe una igualdad en población por sexo en el Cantón Zaruma, dándose así el 50 % por parte y parte. Esto nos da un rasgo de la cantidad de mujeres y hombres que habitan en esta zona.

Gráfico # 5. Población según edad.

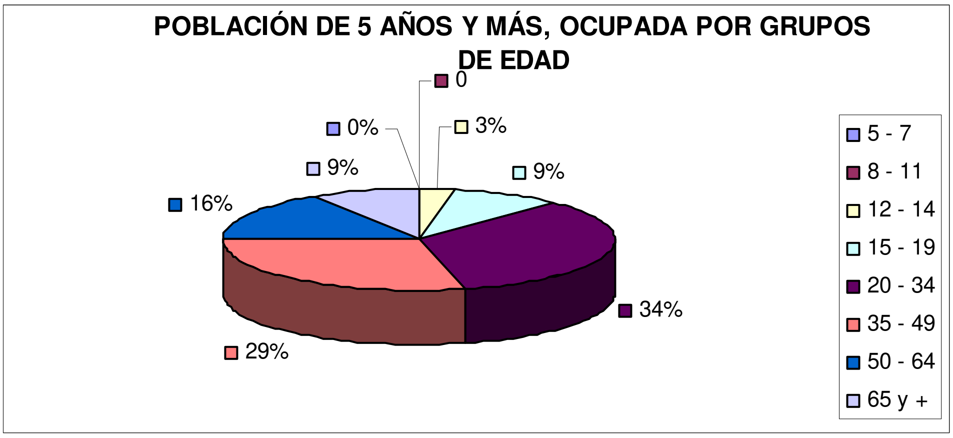


Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

En Zaruma la población que está entre los 5 a 14 años son los que conforman el mayor porcentaje de la población. Luego tenemos desde los 0 a 4 como el segundo grupo de mayores pobladores y podemos observar en las graficas tanto como hombres y mujeres que a mayor número de edad van disminuyendo el número de pobladores.

Según la INEC se tiene que la Población Económicamente Inactiva está conformada en su mayoría por mujeres y que viven en zonas rurales; La Población Económicamente Activa lidera los hombres en zonas urbanas, y en total de hombres y mujeres económicamente activos son de 5846.

Gráfico # 6. Población de 5 años y más, ocupada por grupos de edad



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Tenemos que las personas que oscilan entre 20 hasta 49 años son los que están Económicamente Activos. El segundo grupo lo conforman las personas de entre 50 a 64 siendo así el 16% de la población total.

CAPÍTULO 2. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO TURÍSTICO.

En los siguientes párrafos se podrá apreciar un resumen referente al mercado turístico de Zaruma, se ha tomado en cuenta la oferta, los atractivos, la infraestructura y la planta turística.

2.1 Características del mercado turístico en Zaruma.

En Zaruma se cuentan con visitantes todo el año, teniendo sus altibajos en diferentes épocas del año. Se tiene los meses de Enero, Febrero y Marzo como la temporada de visitantes nacionales, ya que la mayoría de éstos provienen de la Región Costa, exceptuando en el mes de Julio donde son las fiestas patronales de la Virgen del Carmen, además de la Feria Agropecuaria Comercial y Minera, lo que es un atractivo. A continuación, se presentará un análisis de los siguientes puntos relevantes: Oferta, Atractivos, Planta, Infraestructura y Demanda Turística.

2.1.1 Análisis de la Oferta Turística

Según la OMT, la Oferta turística en un destino está a disposición de la demanda, la misma que constituye en una suma de productos turísticos con un todo integrado, productos, servicios netamente turísticos y no turísticos. Se toma en cuenta que la Oferta Turística puede ser considerada no turística para visitantes y residentes del sector.

Según *Rafael Esteve Secall, Nuevo Segmento emergente de Turismo: Parques Temáticos,* la Oferta Turística debe ser objeto de una transformación en la que no pueden olvidarse a los actores fundamentales del turismo: los trabajadores. Porque al margen de otros aspectos de la formación profesional, la mejora cualitativa en la prestación de servicios sólo se logrará si los trabajadores hacen suya esa consigna, lo que implica evidentemente mejorar sus condiciones de vida y trabajo.

El Cantón Zaruma, Patrimonio Cultural del Ecuador, cuenta con servicios de alojamiento, restauración y esparcimiento; atractivos y productos turísticos. Los mismos que en su mayoría están aptos para el Turismo, esto quiere decir que poseen una infraestructura necesaria para que el turista disfrute de ellos. La comunidad de Zaruma está siendo capacitada continuamente por el Municipio sobre prestación de servicios turísticos, para que de esta manera consideren al Turismo como una fuente de ingreso económico y asumir la importancia que este debe tener.

El Parque Temático, ubicado en la Parroquia Salvias del Cantón Zaruma, tiene varios atractivos naturales, principalmente su belleza paisajística, rodeada por cascadas, cerros, montañas, que la hacen única.

Otras propuestas que están en marcha, son las Microempresas Turísticas que la Secretaria Nacional del Migrante ofrece a los comuneros para que haya una motivación de estadía y no recurran a la migración. Está asociado con el Banco del Fomento y agencias turísticas ubicadas en el exterior que son administradas por ecuatorianos emigrantes.

Debido a su entorno natural, pacífico y acogedor; donde se puede realizar largas caminatas por los senderos y apreciar de la naturaleza en su esplendor, todo esto se conjuga y dan a Zaruma el calificativo de un destino de descanso.

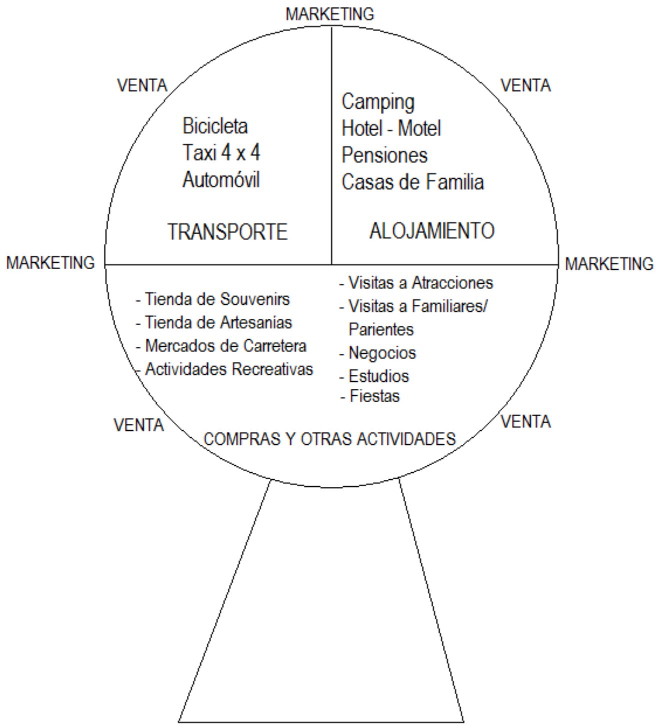
Dentro de la oferta se encuentra la oportunidad de avistamiento de flora y fauna, apreciación de cascadas, paseos por sitios arqueológicos como petroglifos, minas y tener la oportunidad de observar la arquitectura colonial de la ciudad.

El Parque Temático tendrá las siguientes actividades:

- Exposición de la historia minera y cafetera del Cantón Zaruma.
- Apreciación de la naturaleza; cascada natural con su afluente.
- Caminata en sendero.
- Venta de artesanías.

Se muestra el cuadro de Actividades y Oferta Turística enfocado al Destino del proyecto propuesto en el Cantón Zaruma.

Gráfico # 7. Actividades y oferta turística.



FUENTE: McInthos y Goeldner, 1990

Si bien es cierto, Zaruma cuenta con una Planta Turística básica, la misma que debe renovarse ya que contamos con pocos lugares de esparcimiento nocturnos, y los pocos que existen no brindan un servicio de calidad.

2.1.2 Análisis de atractivos turísticos

Se denomina Atractivos Turísticos a aquellos que hacen el papel de imán, que atraigan a la gente. Como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico. (*Organización Mundial del Turismo (1998). "Introducción al Turismo", primera edición. Madrid-España).*

Zaruma, posee una variedad de atractivos turísticos que la hacen única y atractiva al visitante, se presenta una recopilación de información sobre los recursos naturales y se hará un inventario de los mismos. La siguiente difusión de información está hecha en base de actores sociales, como Municipio, comunidad local, e investigaciones realizadas por otras tesis y estudios.

Según la Organización Mundial del Turismo, un *Recurso Turístico*, es cualquier elemento natural, actividad humana o producto antropológico que pueda motivar el desplazamiento con el móvil esencial de la curiosidad o la posibilidad de realizar una actividad física o intelectual. Todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda. Posteriormente se transforma en un producto turístico. (Organización Mundial del Turismo (1998). "Introducción al Turismo", primera edición. Madrid-España).

La OMT dice además que implica la utilización potencial y/o real del patrimonio y/o de los atractivos turísticos con la finalidad turística a través de una serie de actuaciones humanas ligadas a la creación de un producto turístico y su promoción.

El procedimiento que seguimos para elaborar la clasificación de los atractivos con su respectivo inventario (véase en anexos del 1 al 23), es el siguiente cuadro donde categorizamos al atractivo, por su nombre (tipo y subtipo), ubicación y valorización.

A continuación se podrá observar una tabla que contiene un resumen de los recursos turísticos con los que cuenta Zaruma:

Tabla # 11. Recursos Turísticos.

Categoría	Nombre del Atractivo (Tipo y Subtipo)	Ubicación, lugar	Valoración
	Occidental de Los Andes (montaña, cordillera)	Prov. de El Oro, al Sur del Ecuador.	Posee un carretero abierto por Zaruma y Loja todo el año. Constituye el nacimiento a la principal cuenca hidrográfica de los ríos Amarillo-Calera-Pindo-Puyango y Tumbes (en la desembocadura de Perú).

Sitios Naturales	Zaruma Urcu (montaña, colina)	Prov. de El Oro. Oeste de la cabecera cantonal Zaruma, a 5 min. del centro de la ciudad.	El cerro tiene una vía para el acceso, pero en la actualidad se encuentra en pésimas condiciones.
	Calvario (montaña, colina)	Prov. de El Oro, al Norte de la población de Zaruma.	La carretera de acceso se encuentra en mal estado.
	De Arcos (montaña, colina)	Entre las Provincias de El Oro y Loja a un lado de la cordillera Occidental de los Andes.	Es un atractivo muy bonito que contiene deformaciones rocosas naturales.
	Cerro Chivaturco (montaña, colina)	Ubicada en el Cantón Zaruma, Parroquia Salvias.	Cerro considerado como un lugar sagrado debido a los petroglifos que aquí se pueden observar.
	Mirador Batea Rumi (Piscina Municipal) (montaña, colina)	Ubicada en el Cantón Zaruma. Provincia de El Oro.	Desde este mirador se puede observar una vista panorámica del Cantón Zaruma
	Chinchillos (ambiente lacustre, laguna)	Entre los límites de las Provincias de El Oro y Loja, en el centro de la cordillera Occidental de los Andes.	Tiene una temperatura que oscila entre los 10°C.
	Río Salvias (Ríos, rápidos)	Ubicada en el Cantón Zaruma, Parroquia Salvias.	Es uno de los principales recursos fluviales de la Parroquia. El color de sus aguas es verde

			transparente.
	Cascada de Chorro Blanco (Ríos, cascada)	Ubicada en el Cantón Zaruma, Parroquia Salvias.	Es una de las cascadas más grandes de la Parroquia ya que cuenta con una caída de aproximadamente 40 metros. El agua es de color transparente.
	Cascada de Chaca Cápac (Ríos, cascada)	Ubicada en el Cantón Zaruma, Parroquia Salvias.	Sus aguas son cristalinas sin presencia de contaminación.
	Cascada El Chimbo (Ríos, cascada)	Ubicada en el Cantón Zaruma, Parroquia Salvias.	El agua es transparente en su caída, pero en el fondo de la cuenca de caída de la misma se observa arena y sedimento, lo que provocan la turbidez del agua.
	Cascada El Molino (Ríos, cascada)	Ubicada en el Cantón Zaruma, Parroquia Salvias.	Esta cascada es la más importante dentro del proyecto, ya que favorecerá al paisaje natural dándole un valor agregado al lugar. El agua es transparente y cristalina.
	Huayquichuma (Ríos, cascada)	Ubicada en el bosque del mismo nombre, cantón Zaruma.	Es muy agradable, sobre todo en época de invierno.
	Iglesia Matriz (Histórica, Arquitectura religiosa)	Se encuentra ubicada en la plaza de la Independencia,	Sufrió varias reparaciones y transformaciones. Constituye un valioso

Manifestaciones Culturales		Cantón Zaruma. Provincia de El Oro.	exponente de la arquitectura en madera.
	Iglesia de Salvias (Histórica, Arquitectura religiosa)	Ubicada en el Cantón Zaruma, Parroquia Salvias.	La iglesia esta en buen estado de conservación, se la considera de estilo moderno y es la única en la Parroquia. Está ubicada en el centro de la Parroquia Salvias.
	Centro Histórico (Histórica, Sectores históricos)	Se encuentra en la Plaza de la Independencia. Cantón Zaruma, Provincia de El Oro.	Gracias al nombramiento a Zaruma como Patrimonio Cultural de la Nación el Centro Histórico fue delimitado.
	Casa Colonial (Históricas, Arquitectura civil).	Se encuentra en la Plaza de la Independencia. Cantón Zaruma, Provincia de El Oro.	Es usada para vivienda como para comercio. Aquí funciona la Cámara de Comercio de Zaruma y el Correo.
	Petroglifo de Salvias (Históricas, Sitios Arqueológicos)	Ubicada en el Cantón Zaruma, Parroquia Salvias.	Este lugar es único y poco promocionado pero tiene un valor arqueológico agregado que podría ser explotado a beneficio de la Parroquia. Su estado de conservación es bastante bueno por estar en un lugar seco, si bien al aire libre, pero es oportuno recomendar

			medidas de conservación y mantenimiento.
	Mina El Sexmo (Históricas, minas antiguas)	Está ubicada en el barrio Sexmo del Cantón Zaruma. Provincia de El Oro.	Es una de las minas más antiguas del País, en esta mina se extrajo una pepa de oro de peso de 3 libras.
	Museo Municipal (Históricas, museo)	Ubicada en la calle 9 de Octubre del Cantón Zaruma. Provincia de El Oro.	El museo está ubicado en una de las casas declaradas Patrimonio Cultural del Ecuador, posee piezas antiguas muy bien conservadas.
	Elaboración de manjar de leche (Etnográficas, Artesanías)	Ubicada en el Cantón Zaruma, El Faique. Provincia de El Oro.	Las materias primas utilizadas (azúcar y leche) son adquiridas a los productores locales.
	Tigrillo (Etnográficas, Comidas y bebidas típicas)	Plato típico del Cantón Zaruma. Provincia de El Oro.	Toma ese nombre por el colbr de la combinación del queso y huevo que se asemeja a la piel del tigrillo.
	Bolón de Maní (Etnográficas, Comidas y bebidas típicas)	Plato típico del Cantón Zaruma. Provincia de El Oro.	Preparado con verde, maní tostado y molido. Se lo sirve con una tira de queso y huevo frito.
	Café (Etnográficas, Comidas y bebidas típicas)	Bebida típica del Cantón Zaruma. Provincia de El Oro.	Quienes tienen la oportunidad de visitar Zaruma tiene el privilegio de degustar uno de los mejores cafés que se produce en el mundo.

	Orquideario Gálvez (Realizaciones técnicas y científicas, Centros científicos y técnicos)	Ubicado en la vía al Cantón Zaruma. Provincia de El Oro.	Posee alrededor de 100 especies de orquídeas nativas del sector. Centro Natural en buen estado de conservación.
	Fiestas Patronales de la Virgen del Carmen (Acontecimientos programados, fiestas religiosas)	Fiesta Religiosa del Cantón Zaruma. Provincia de El Oro	Una de las fiestas más importantes que tiene el Cantón Zaruma.

Fuente: Elaboración propia

Se puede observar en la tabla de atractivos turísticos, que el Cantón Zaruma posee en su mayoría atractivos naturales, debido a que es un lugar donde le hombre no ha intervenido en su totalidad y es rica en belleza y paisaje natural. A parte de sus fiestas, atractivos culturales y gastronomía que la hacen interesante.

2.1.3 Análisis de la infraestructura

En *Infraestructura Vial*, Zaruma cuenta con carreteras y caminos asfaltadas (vías para llegar hacia Zaruma, la misma que se comunica con Piñas y Portovelo); calles adoquinadas (Centro Histórico, donde los buses no tienen acceso); y el resto está compuesto en caminos de tierra (conecta a las otras Parroquias, como Salvias).

Debido a la estación lluviosa que tiene Zaruma, las carreteras y vías de acceso hacia y desde el lugar no están en buenas condiciones, ya que el terreno del sector no es muy compacto y sufre de deslizamientos de tierra.

En *Infraestructura Básica*, Zaruma cuenta con red de agua potable, alcantarillado, y energía eléctrica. Cabe recalcar que estos servicios básicos se encuentran en las zonas pobladas del cantón, pero a sectores más pequeños como comunas no tienen todos los beneficios, cuentan con energía eléctrica pero no con alcantarillado sino con pozo séptico, o a veces no de red de agua potable sino tanqueros.

Con respecto al transporte, los pobladores de Zaruma se movilizan por medio de camionetas 4X4 (considerados como taxis) y autos para el Centro Histórico de la misma ciudad; buses para los alrededores de la ciudad de Zaruma y rancheras para zonas comuneras principalmente. Una de las normas vial de tránsito en la ciudad de Zaruma es de la prohibición de buses en el Centro Histórico, ya que por la preservación de sus calles adoquinadas solo se admite a las camionetas y autos ya mencionados.

En lo que red de comunicaciones compete, Zaruma cuenta con las tres únicas compañías de telefonía celular que existe en el país, siendo Movistar el que predomina y de Pacifictel como telefonía local.

2.1.4 Análisis de la planta turística

Planta Turística, ésta conforma la estructura de producción del sector y comprende el equipo necesario para generar los servicios que consume el turista. Se comprende que este equipamiento a su vez se subdivide en:

- Alojamiento.
- Alimentación.
- Esparcimiento.
- Otros Servicios Turísticos.

Para su debido manejo y operación de la planta, se debe tener una buena provisión de infraestructura y servicios básicos, tales como; agua potable, energía, transporte, drenaje sanitario, sistemas de comunicación, etc.

La *Oferta de Alojamiento,* según el Catastro de Servicios Turísticos del Cantón Zaruma año 2008, muestra que por la poca afluencia de visitantes al cantón no se ha desarrollado la Planta Turística, en lo que a servicios turísticos corresponde. La mayor parte de servicios de alojamiento se encuentran en la calle principal de la ciudad de Zaruma. A continuación veremos una tabla con datos relevantes de la oferta de servicios turísticos en Zaruma.

Tabla # 12. Catastro de servicios turísticos.

TIPO DE ESTABLECIMIENTOS	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	HOTELERO		OTROS	
		HAB	PLAZAS	MESAS	PLAZAS
Hoteles	1	34	72	12	48
Hostales	4	56	117	12	48
Hosterías	2	8	24	6	24
TOTAL ALOJAMIENTO	**7**	**98**	**213**	**30**	**120**
Restaurantes	25			164	656
Bares	2			11	44
Fuentes de Soda	5			18	72
TOTAL COMIDAS Y RESTAURANTES	**32**			**193**	**772**
Discotecas	1			17	68
Sala de Recepciones y Banquetes	6			75	300
Balnearios	1			10	40
TOTAL RECREACIÓN, DIVERSIÓN Y ESPARCIMIENTO	**8**			**52**	**208**
TOTAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS	**47**	**98**	**213**	**325**	**1300**

Fuente: Catastro de Servicios Turísticos del Cantón Zaruma año 2008.

Elaboración Propia.

El cuadro sobre el Catastro de Servicios Turísticos del Cantón Zaruma año 2008 nos muestra que el hotel con más capacidad es el Roland, que cuenta con 34 habitaciones, y cuyo número de plazas máxima es de 72 personas.

Siendo así que encontramos 4 hostales, siendo el de más capacidad el Blacio, con un número total de 31 plazas.

En la actualidad la gastronomía del Cantón Zaruma tiene una gran aceptación a nivel del Litoral, por lo cual se espera que haya un crecimiento a nivel de restauración. Un punto a favor es que no se ven vendedores informales de comida, al contrario todo está organizado por locales y restaurantes de comida.

De acuerdo al Catastro antes mostrado se dice que, la oferta de establecimientos de venta de comidas suma un total de 27 locales, de los cuales el de mayor capacidad es el restaurante Mesón de Joselito, cuya capacidad es de 76 personas.

2.2 Análisis FODA del destino

Se realizó un análisis FODA de Zaruma para ver la realidad que cuenta este destino para después aplicarlo al Parque Temático.

FORTALEZAS

- Zaruma fue declarado Patrimonio Cultural de la Nación.
- Clima favorable.
- Hospitalidad de su gente.
- Gastronomía exquisita, platos únicos como el Tigrillo y el Repé.
- Comunidad que presta mucha atención en el aseo de su ciudad.

- Ciudad que brinda seguridad y ambiente acogedor.
- Trazado urbano único que favorece a su topografía.
- El paisaje natural de esta zona del país es muy llamativo.

OPORTUNIDADES

- Que Zaruma sea declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad.
- Posibilidad de incrementar su nivel económico gracias a la actividad turística.
- Descentralización en el Turismo.
- Mejorar la calidad de sus servicios con las capacitaciones que el Municipio está impartiendo.
- Posibilidad de implementar futuras actividades de aventura como; "mountain bike" (bicicleta de montaña).

DEBILIDADES

- Carretera asfaltada, en mal estado.
- Poca promoción turística del cantón, por parte de los medios de comunicación.
- Contaminación por actividad minera informal.
- Falta de Planes de Conservación del Patrimonio Cultural de la Nación.
- Falta de señalización turística.

- No es fácil acceder a todos los atractivos naturales, ya que los caminos no están en buen estado.
- El costo del transporte público en la ciudad de Zaruma es elevado.

AMENAZAS

- Inestabilidad económica y política del país.
- Derrumbes de carreteras debido a las lluvias.
- Falta de imagen del país en el exterior.
- En temporada de lluvia las actividades recreativas son limitadas.

2.3 Análisis de la Demanda Turística

Definimos como demanda turística al conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado (los públicos) requieren a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones. *(Organización Mundial del Turismo (1998). "Introducción al Turismo", primera edición. Madrid-España).* La demanda turística opera en el contexto de un mercado en el que intervienen diversos operadores de turismo ofreciendo determinados productos y servicios, y que supone además la existencia de un conjunto de espacios geográficos y lugares donde se realizan estos servicios, todo lo cual sucede en el marco de un libre juego de oferta y demanda. *(Organización Mundial del Turismo (1998). "Introducción al Turismo", primera edición. Madrid-España).*

Turistas, viajeros y visitantes forman parte de la demanda turística y, tras este término, se encuentra un grupo heterogéneo de personas; un agregado de personalidades e interés con diferentes características socio-demográficas.

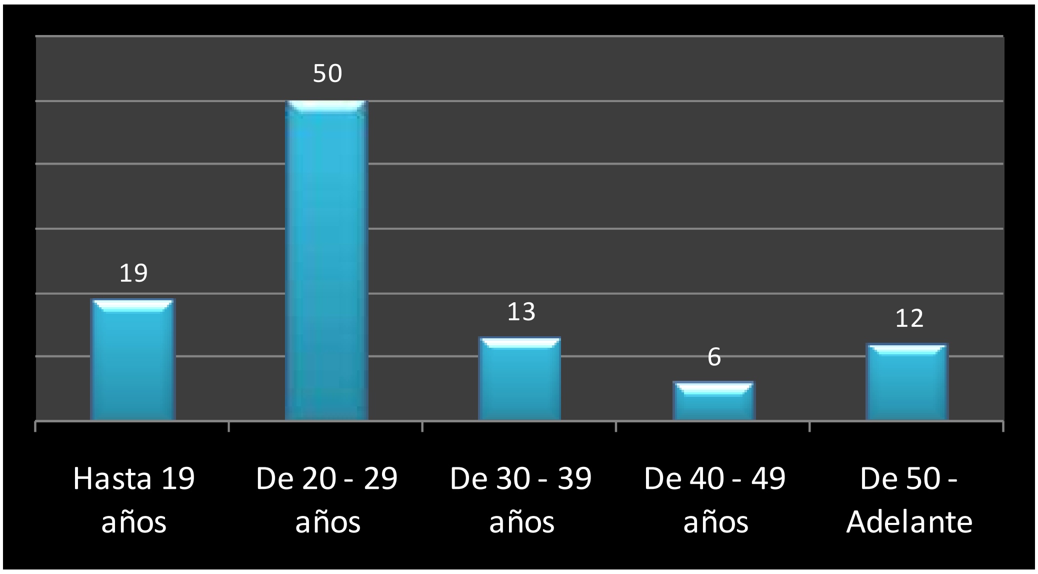
Para realizar la caracterización del perfil actual de la demanda turística se realizó una encuesta (ver anexo 28). Las encuestas realizadas en el Cantón, tuvo como motivo determinar el perfil del consumidor y actualizar el perfil de los visitantes. Según las encuestas, los visitantes provienen en su mayoría de la ciudad de Guayaquil y Región Costa, a su vez en épocas y temporadas por la Región Sierra; éstas fueron realizadas en el feriado del 1ero. de mayo (día del trabajo), ya que se necesita de afluencia de visitantes para determinar un promedio de quienes visitan este Cantón y así establecer sus preferencias, motivos de viajes, edades, cuanto gastan por día y su percepción de calidad en servicios, entre otros factores. El terminal de buses de Zaruma con su centro histórico fue el punto clave para realizar dichas encuestas.

2.4 ANÁLISIS CUANTITATIVO

Para conocer un poco más a fondo, sobre el perfil de los posibles visitantes, sus preferencias, posibilidades, aspectos generales, y sobre los posibles valores que ellos estarían dispuestos a gastar por las actividades propuestas, se realizaron dos encuestas en dos ocasiones a un total de 100 personas.

2.4.1 Encuestas realizadas en la Cantón Zaruma en el feriado del 1 de Mayo a Visitantes/Turistas.

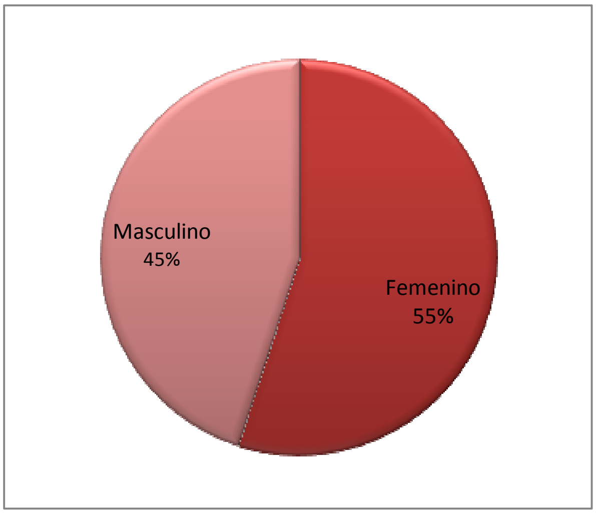
Gráfico # 8. Rango de edades.



Fuente: Elaboración Propia

De entre los encuestados, el rango de edad oscilo desde los 16 hasta los 72 años de edad, siendo el grupo sobresaliente las personas entre 20 a 29 años de edad. Lo que señala que la mayor cantidad de los turistas que visitan Zaruma son Jóvenes – Adultas.

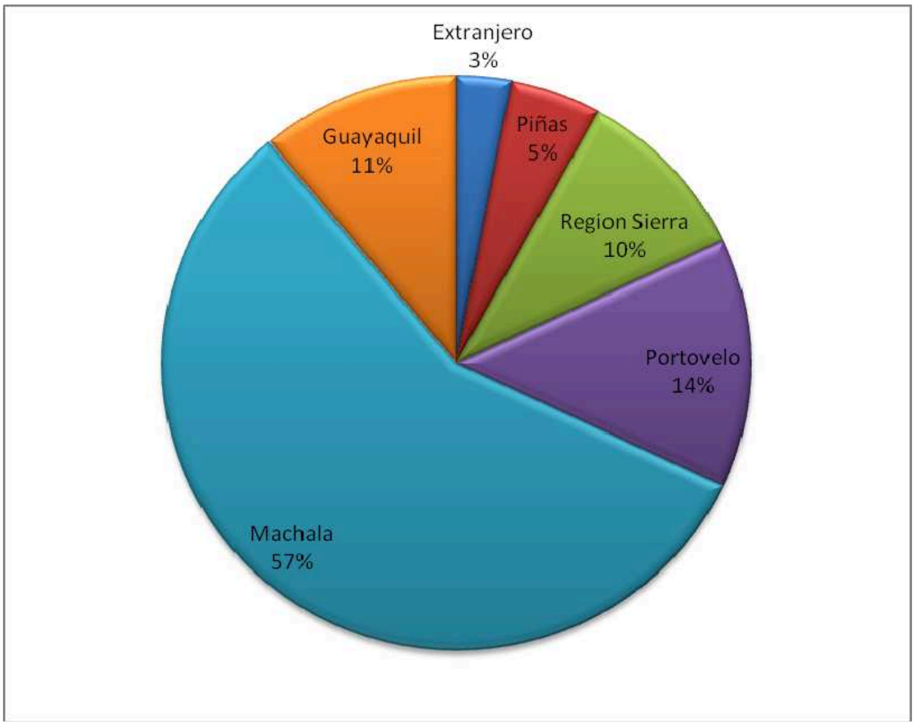
Gráfico # 9. Género de las personas encuestadas.



Fuente: Elaboración Propia

Según muestran las encuestas, la diferencia entre géneros de los visitantes es de un 10% , convirtiéndola así en no muy significativa.

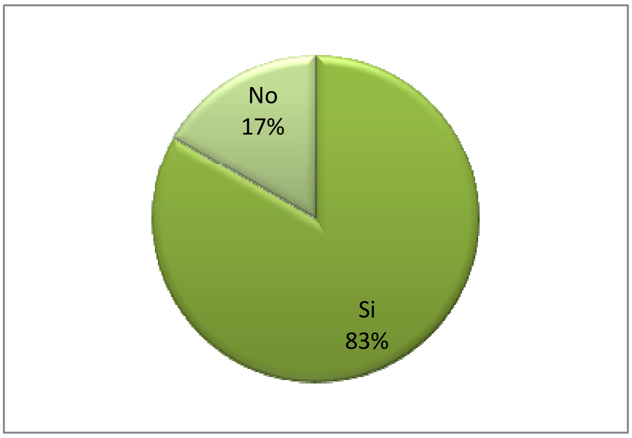
Gráfico # 10. Procedencia del Turista.



Fuente: Elaboración Propia

Sumando a todos los visitantes provenientes de la Región Costa, tenemos un total del 87% en comparación a otras regiones del país; el cual lo convierte en un rasgo del perfil de nuestro cliente donde la gran mayoría proceden de la ciudad de Machala.

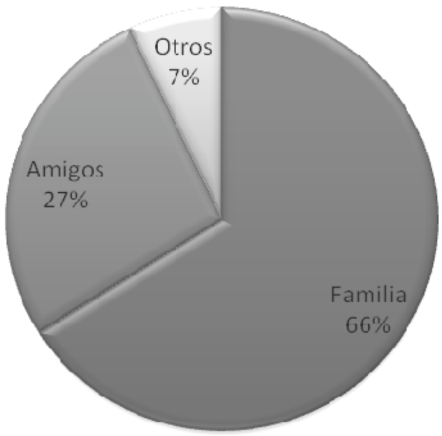
Gráfico # 11. El turista ¿viaja acompañado?



Fuente: Elaboración Propia

Son muy pocos los turistas que viajan solos, aquellos que lo hacen viven en poblados cercanos y la mayoría de veces viajan por motivos de negocios.

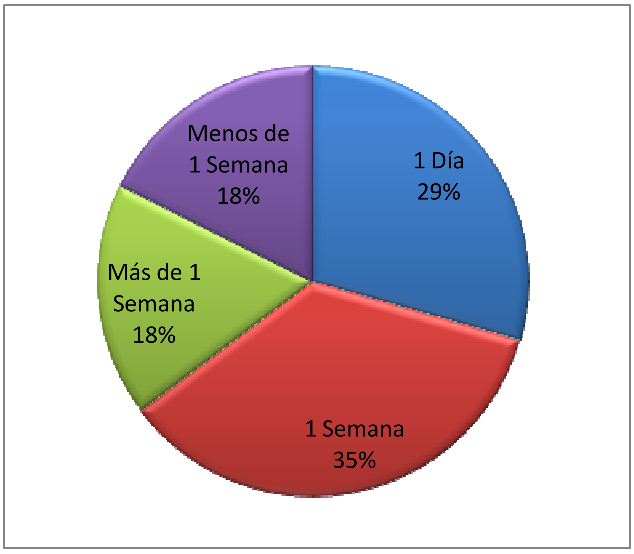
Gráfico # 12. ¿Cómo realiza el viaje sólo o acompañado?



Fuente: Elaboración Propia

Considerando a las personas que viajan acompañados, conformado por un total del 83% , se distingue con el 66% los que viajan con familiares convirtiéndolos en una característica más del perfil de nuestro visitante potencial. Pero estas personas pueden salir de viaje en fines de semana o feriados largos ya que trabajan y principalmente los hijos están en clases entres semana, haciendo de los visitantes que viajan con amigos (oscilan entre los 20 a 29 años) otro perfil el cual pueden viajar entre semana, ya que tienen menos responsabilidades.

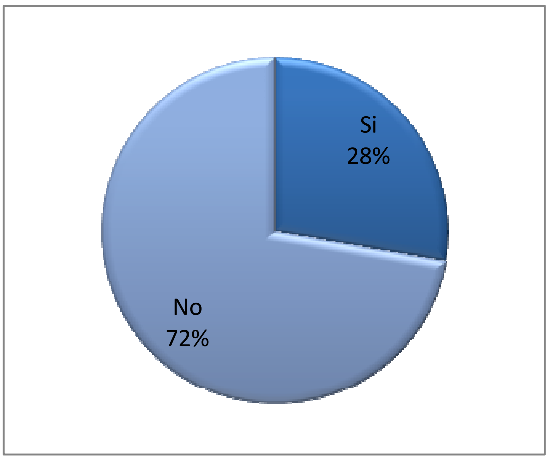
Gráfico # 13. Permanencia del turista en Zaruma.



Fuente: Elaboración Propia

De entre los encuestados tenemos que las personas que permanecen entre un día y menos de una semana conformados por casi el 50% son los que más viajan por motivos de ocio. Además las personas que se quedan entre una semana y más, son personas que oscilan entre 36 años de edad en adelante y se hospedan en casas de familiares generalmente.

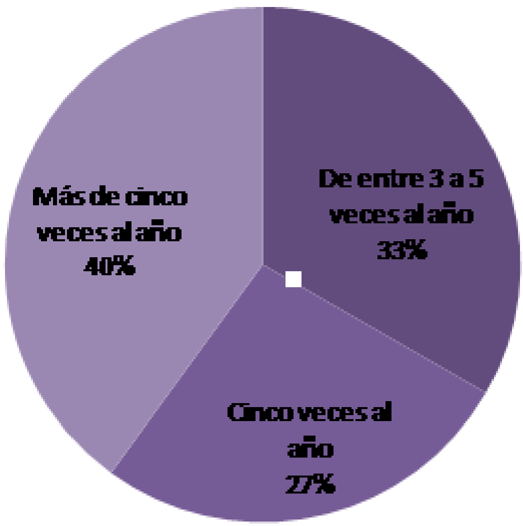
Gráfico # 14. ¿Es su primera visita a Zaruma?



Fuente: Elaboración Propia

De las personas encuestadas, una gran mayoría expresaron no ser ésta su primera visita al lugar, ya que generalmente sus motivaciones son la visita de parientes, negocios entre otros clasificando al Turismo en un pequeño porcentaje. En cambio, las personas que visitan por primera vez casi el 80% de ellos vienen por motivos de ocio.

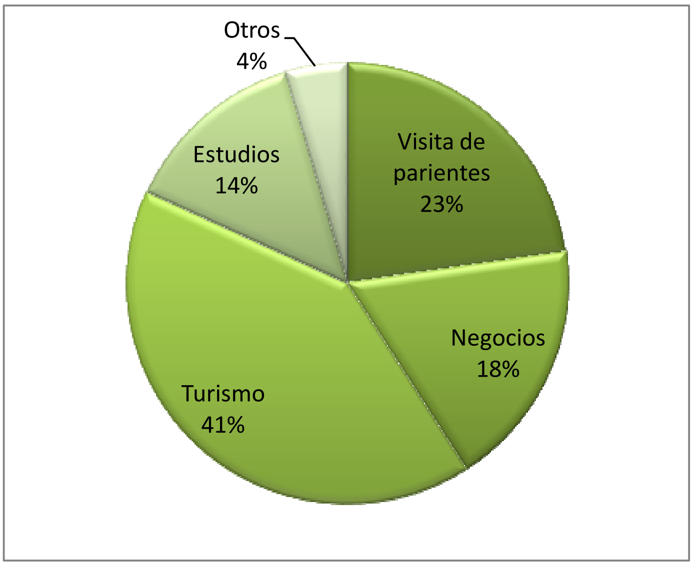
Gráfico # 15. Frecuencia de visita en el último año.



Fuente: Elaboración Propia

Considerando solo a las 72 personas que no era su primera visita, el 67% de ellos que viajaban desde cinco veces en el año, se debe por negocios y visita de parientes, con la diferencia del 33% en el cual solo una pequeña parte también se dedica a los negocios.

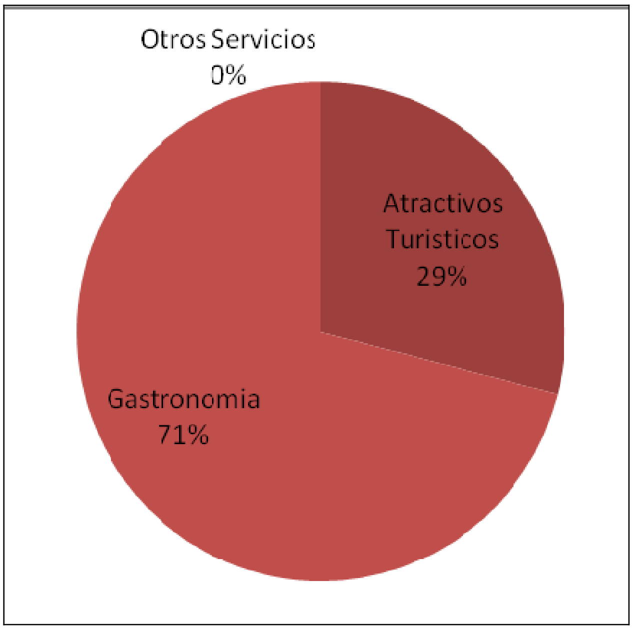
Gráfico # 16. Motivaciones del turista.



Fuente: Elaboración Propia

La mayoría de los visitantes ha tomado en cuenta a Zaruma para Turismo, esto le da una gran importancia ya que las personas ven a Zaruma como un destino de ocio en sus días libres.

Gráfico # 17. Intereses del turista.

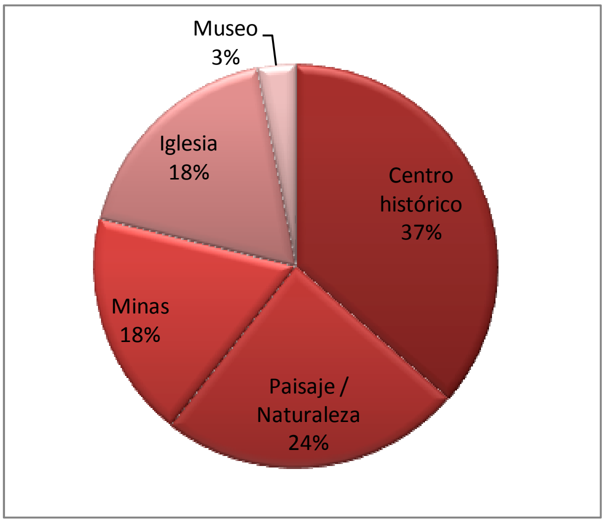


Fuente: Elaboración Propia

Zaruma tiene un gran potencial, tanto gastronómico como en sus recursos naturales. Dentro de los atractivos turísticos tenemos infraestructuras como el Centro histórico, las minas etc., así como atractivos naturales como el Cerro de Arcos o cascadas en general; y aunque los atractivos turísticos conforman la gran parte, la gastronomía es el que lidera de entre todas las categorías ya que es muy conocido a nivel regional.

Se considera aquí también a las personas que han visitado Zaruma por más de una vez, y se entiende que ellos ya conocen parte o todos los atractivos turísticos, por lo cual ese puede ser un motivo más de la inclinación hacia la gastronomía.

Gráfico # 18. Sitios de interés.

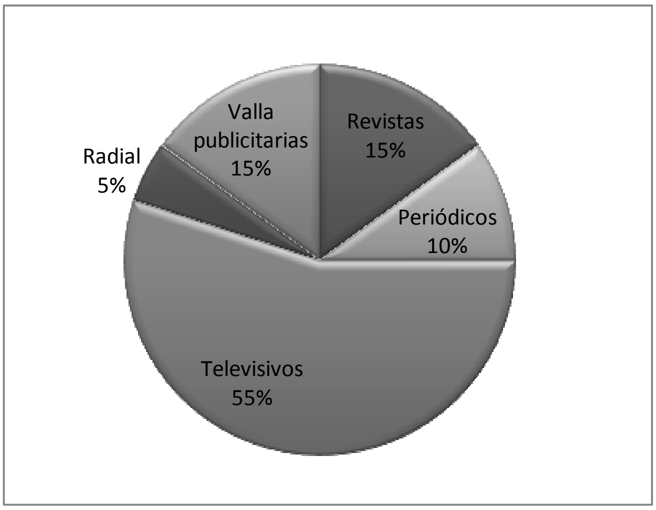


Fuente: Elaboración Propia

Además del gran número de personas que también se inclinan por la gastronomía (ver gráfico anterior), de entre los lugares que existen se prefiere visitar el centro histórico y apreciar la belleza natural de Zaruma, seguido también por el interés en las minas.

Es muy gratificante saber que en nuestro proyecto embarcan tres motivaciones de mayor interés para el visitante como son la Gastronomía, Naturaleza y Minas.

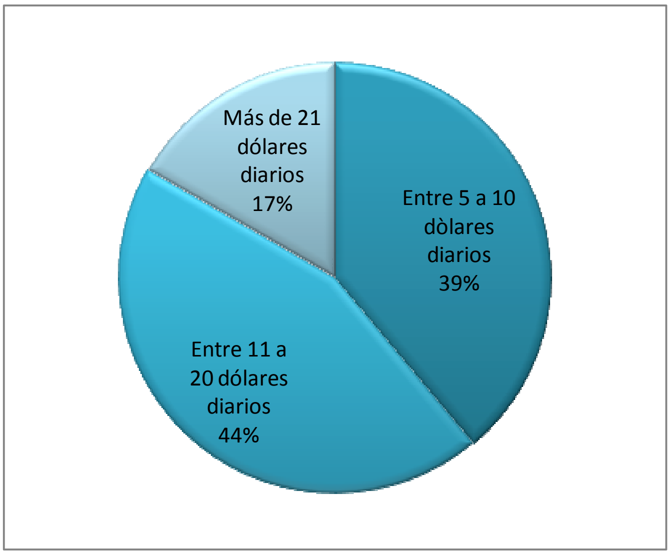
Gráfico # 19. Medio por el cual se enteró del destino Zaruma.



Fuente: Elaboración Propia

Hay canales televisivos de alcance provincial. Por medio de ella el 55% de los visitantes que provienen de los alrededores de la ciudad de Zaruma se informa por medio de la Televisión haciendo de este medio el más influyente.

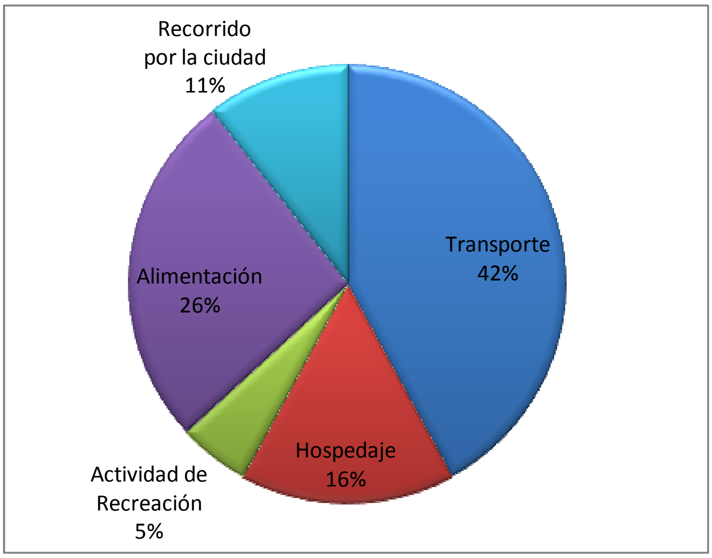
Gráfico # 20. Promedio de gasto diario.



Fuente: Elaboración Propia

Con respecto a casi todas las personas que llegan por turismo, se dijo que gastaban un promedio de 11 a 20 dólares diarios, a diferencia de la mayoría de personas que se quedaban con familiares, el promedio de gasto era de alrededor 5 a 9 dólares diarios.

Gráfico # 21. Servicio que más gasta.



Fuente: Elaboración Propia

Llegamos a la conclusión, según las encuestas, del porqué el incremento en el transporte en el sector. En el centro histórico donde se encuentra el casco comercial de Zaruma no permiten el ingreso de buses para que se conserven las calles adoquinadas, los único que entran son autos y camionetas conformadas por taxis en la mayoría y autos particulares en su minoría; y por lo mínimo una carrera de taxis, lo más corto que sea, cuesta aproximadamente USD 1.50.

Tabla # 13. Apreciación de calidad de los servicios existentes en Zaruma.

ACTIVIDAD	1	2	3	4	5
Alimentación	54	31	0	8	7
Alojamiento	25	40	20	5	10
Trasporte Público	10	18	45	23	4
Información Turística	33	14	10	19	24
Sitios de Esparcimiento	14	9	18	36	23

Fuente: Elaboración Propia

Tabla # 14. Apreciación de precios de los servicios existentes en Zaruma.

ACTIVIDAD	PRECIOS		
	A	**N**	**B**
Alimentación	0	94	6
Alojamiento	11	68	21
Trasporte Público	39	61	0
Información Turística	0	47	53
Sitios de Esparcimiento	22	61	17

Fuente: Elaboración Propia

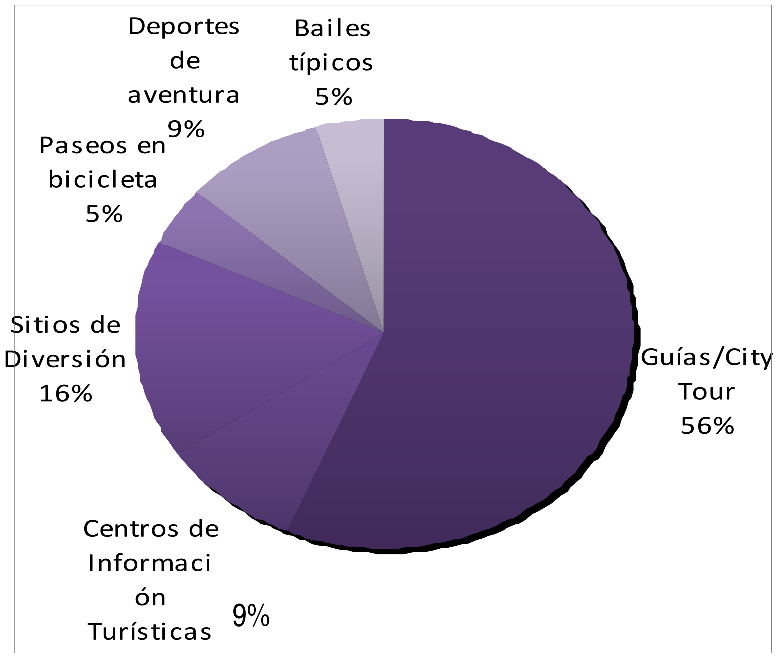
Según las apreciaciones del visitante, encontramos al servicio que consideran de más calidad a la comida típica del sector, el cual 54 de los encuestados lo catalogaron como excelente, convirtiéndolo en un estimulo muy atrayente para el visitante.

En cuanto al servicio de alojamiento en Zaruma, los visitantes encuentran que el valor es barato en comparación con la calidad "buena" que brindan, lo cual da a notar que necesitan una mejora en sus servicios.

En Zaruma y sus alrededores, el servicio de transporte público, tanto buses como taxis no son muy eficientes, y se lo refleja en la tabla donde su calidad es "media"; no hay el número necesario de buses o taxis para satisfacer la demanda por lo cual hace que sus pasajeros se sientan incómodos; además que los buses tienen muchos años en circulación. En Zaruma no hay muchos lugares donde se pueda acceder a información turística, a excepción del Ministerio de Turismo que queda en pleno Centro Histórico donde no cobran y dan folletería e información de los lugares a visitar.

Tenemos que tener en cuenta que en Zaruma no hay muchos sitios de esparcimiento, y los pocos que existen, carecen de buena infraestructura tanto para entretenimiento como de higiene. Nosotros consideramos que se debe hacer una inversión en éstos ya que es uno de los motivos que hace que los visitantes no pernocten y prefieran pasar su estadía en otros sectores.

Gráfico # 22. Nuevos servicios adicionales de preferencia por el visitante.

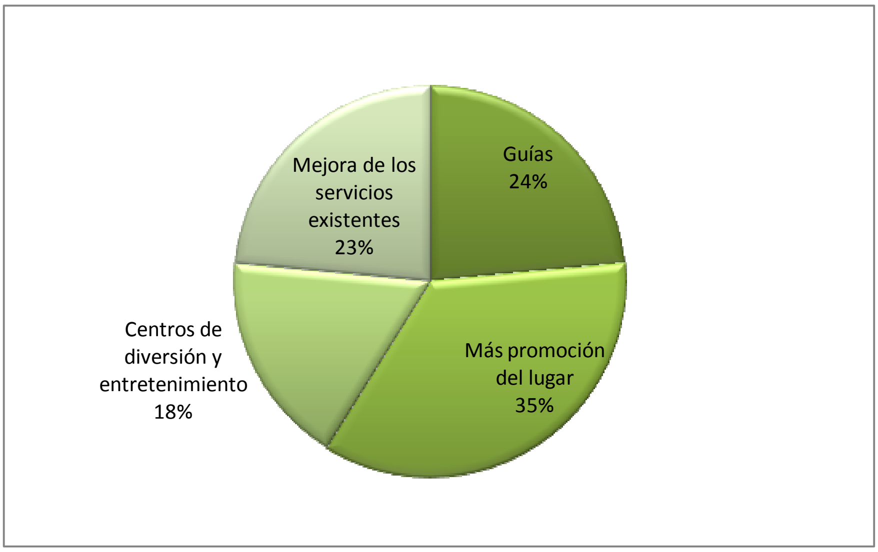


Fuente: Elaboración Propia

Entre los servicios adicionales que los visitantes/turistas les gustarían recibir son en su mayoría de City Tour guiado por la ciudad, principalmente en el centro ya que tiene muchos atractivos de carácter históricas y se necesita de una explicación para saber su importancia. Adicional tenemos un incremento de Sitios de Diversión, refiriéndose con Discotecas o bares, ya que en Zaruma son muy pocos los lugares de esparcimiento como estos, y los pocos que hay están en muy mal estado.

En el cantón Zaruma y sus alrededores tienen un gran potencial para turismo de aventura, contando con cascadas para la realización de cayoning, ríos para hacer tubbing y caminos de tierra para realizar mountain bike.

Gráfico # 23. Apreciación de los visitantes de lo que necesita Zaruma para ser más atractivo.

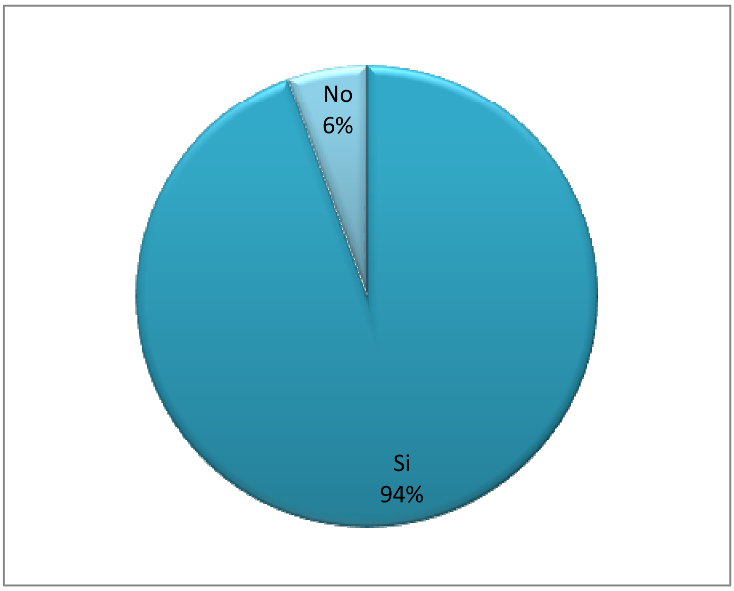


Fuente: Elaboración Propia

Según la apreciación del visitante, la mayoría cree que se debe hacerse más promoción del lugar ya que "vale la pena visitarlo", pero gran parte de los visitantes con fines de ocio dijeron que debería haber guías en Zaruma.

En comparación con la opción de centros de diversión y entretenimiento fue mayoritaria por parte de las personas que llegaban a casa de parientes

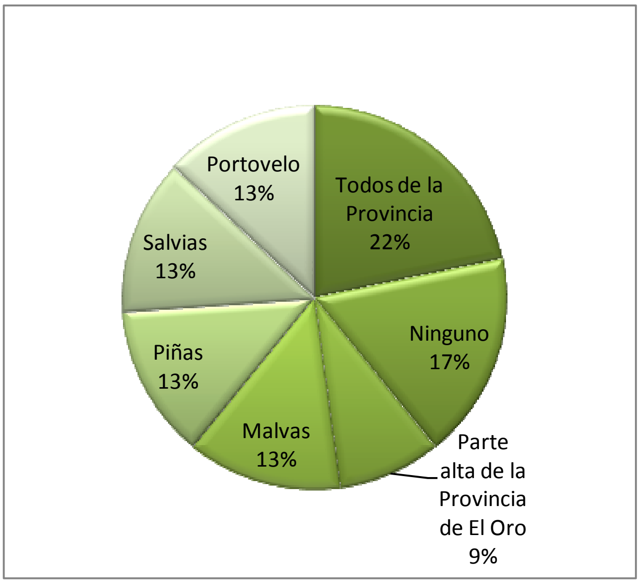
Gráfico # 24. ¿Visitaría nuevamente Zaruma?



Fuente: Elaboración Propia

De entre las personas que regresarían a Zaruma por motivos de Turismo, accedieron a hacerlo el 94% , con una diferencia del 6% que oscilan entre 15 a 19 años de edad que tienen otros intereses.

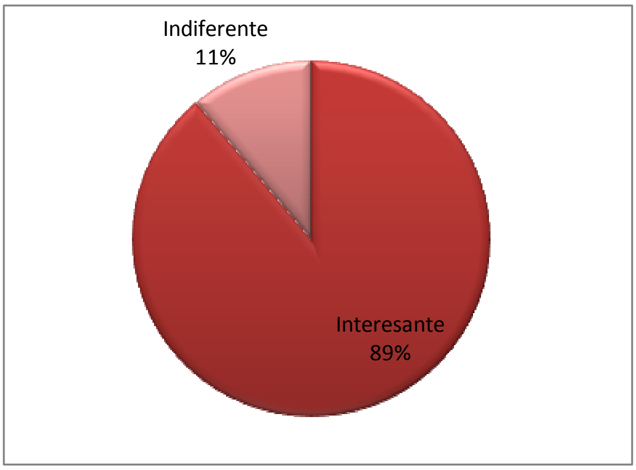
Gráfico # 25. Sitios aledaños visitados por el Turista.



Fuente: Elaboración Propia

La mayoría de visitantes, que son provenientes de la ciudad de Guayaquil, conocen pocos puntos de los alrededores de Zaruma, casi siempre vitan los lugares que están en la vía hacia Zaruma. Mas, las personas provenientes de los alrededores de Zaruma, los cuales tienen una afluencia de visita por la provincia muy alta.

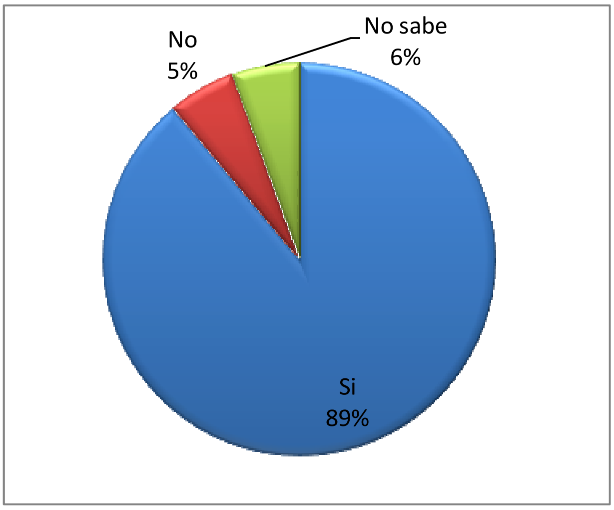
Gráfico # 26. Opinión sobre la creación de un Parque Temático enfocado a la Actividad Minera y Cafetera en Zaruma vía a Salvias.



Fuente: Elaboración Propia

Se ha tomado en cuenta las personas que no han estado de acuerdo con esta propuesta, y se ha podido comprobar que son aquellas que en edad fluctúan entre 15 a 19 años de edad.

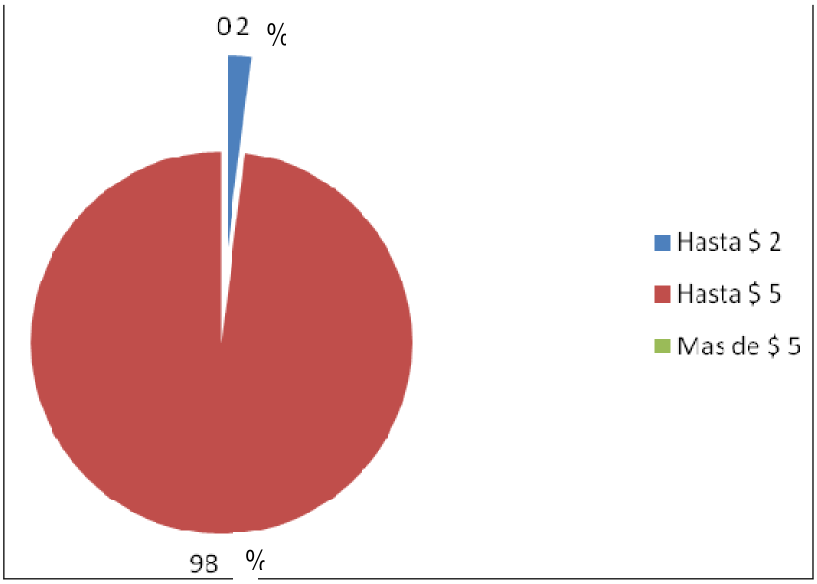
Gráfico # 27. Disponibilidad de visitar un Parque Temático en Zaruma vía Salvias.



Fuente: Elaboración Propia

El 89% de los visitantes estuvieron de acuerdo en visitar el Parque Temático, previamente explicándole en donde se localizaría y que actividades se realizaría, a diferencia del 11% dijo que no y no sabe si iría, los mismos que conformaban el grupo de edades entre 15 a 19 años. Al preguntarles por que no, la mayoría respondieron que buscaban otro tipo de distracciones inclinadas más al entretenimiento como discotecas/bares.

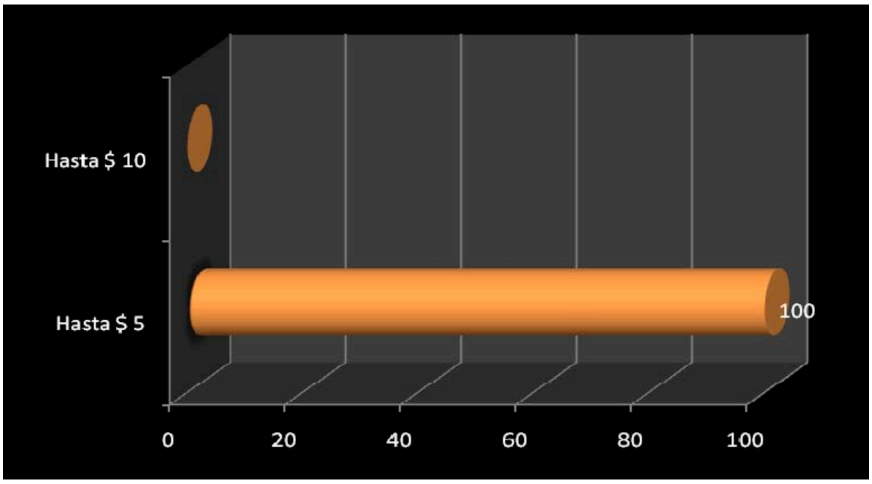
Gráfico # 28. Cuánto estaría dispuesto a pagar para el ingreso del Parque Temático.



Fuente: Elaboración Propia

Se tiene que la diferencia entre personas sobre cuanto estarían dispuestos a cancelar en su ingreso al Parque Temático no es mucha, siendo así los $ 4 un valor promedio a cobrar como entrada al mismo.

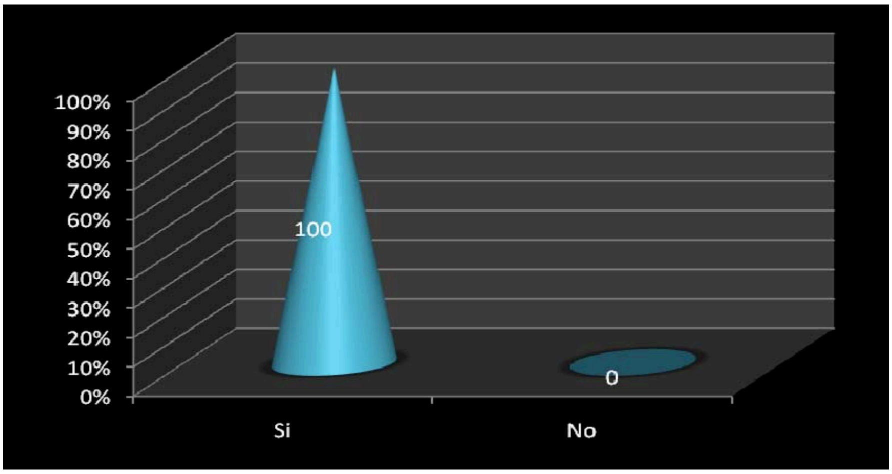
Gráfico # 29. Aproximadamente cuánto estaría dispuesto a pagar por cada plato de comida dentro del Parque Temático.



Fuente: Elaboración Propia

Considerando las 100 personas encuestadas, se llegó a un acuerdo, que el plato de comida a servirse estaría como mínimo a $ 5, lo que podemos decir que platos con un valor menor serán consumidos mayor veces en su visita.

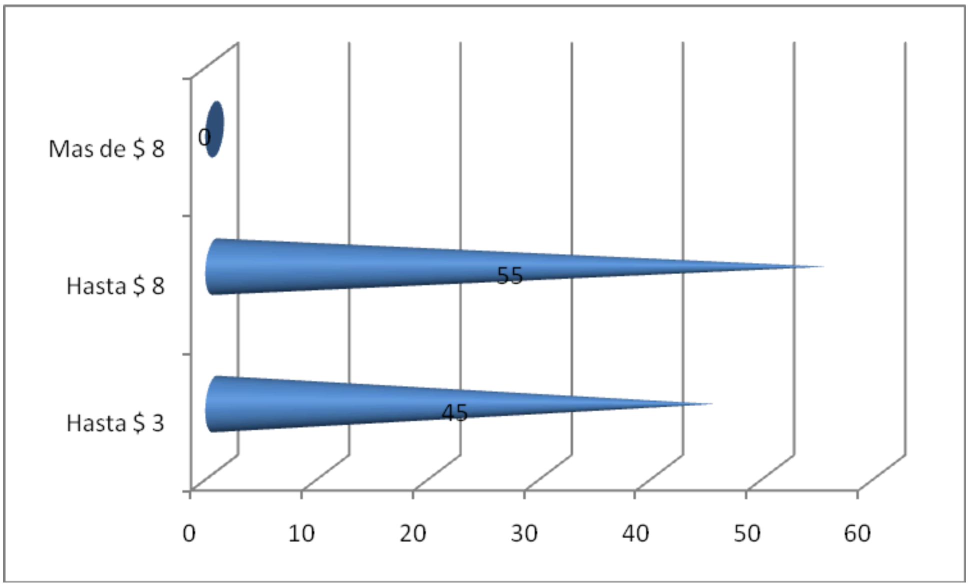
Gráfico # 30. Compraría usted algún souvenir o recuerdo del Parque.



Fuente: Elaboración Propia

Se dice que un turista visita un sitio o atractivo turístico y siempre cuando regresa, desea llegar a su lugar de residencia con un objeto que recuerde donde estuvo, es por esto que los souvenirs o bien llamados recuerdos tendrían mucha acogida dentro del Parque.

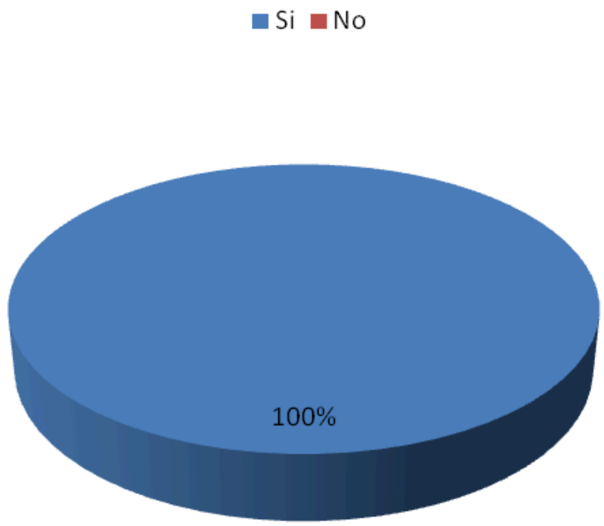
Gráfico # 31. Cuánto estaría dispuesto a pagar por souvenir.



Fuente: Elaboración Propia

Se tiene en cuenta que los recuerdos o souvenir varían su precio acorde al material, tamaño, estilo, colores, etc., es por esto que $ 8 es una mayoría de precio a cobrar y que fue aceptado con un 55% dentro de los visitantes encuestados.

Gráfico # 32. El Parque Temático tendrá, Zona de exposición minera y cafetera, además de un área para niños como espectáculos de grupos folclóricos u otros. Visitaría más de una vez por año el Parque Temático.



Fuente: Elaboración Propia

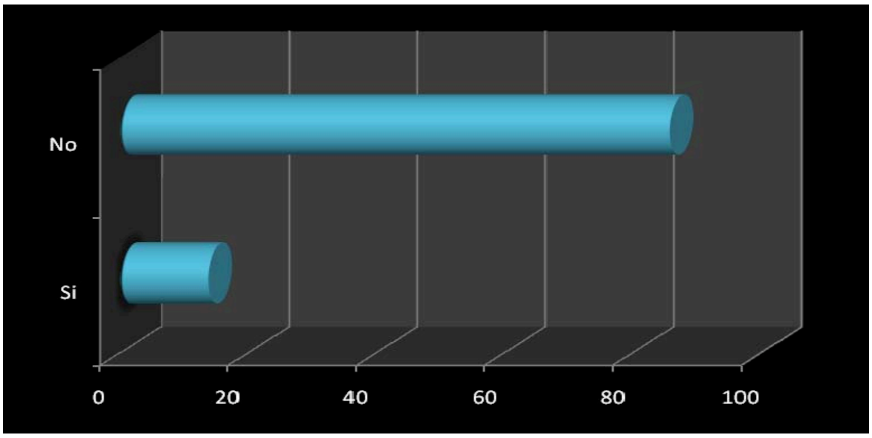
Gracias a que el Parque Temático tendrá varias áreas de recreación a disposición del turista, el Parque será visitado en su 100 % más de una vez al año. Por los siguientes motivos:

- Porque es algo novedoso
- Porque no se había visto cosa así en los alrededores, nada cafetero ni minero

2.4.2 ENCUESTAS REALIZADAS A ZARUMEÑOS

Los siguientes temas que se encuestaron, fueron con la finalidad de formar un panorama que ayude en los cálculos financieros.

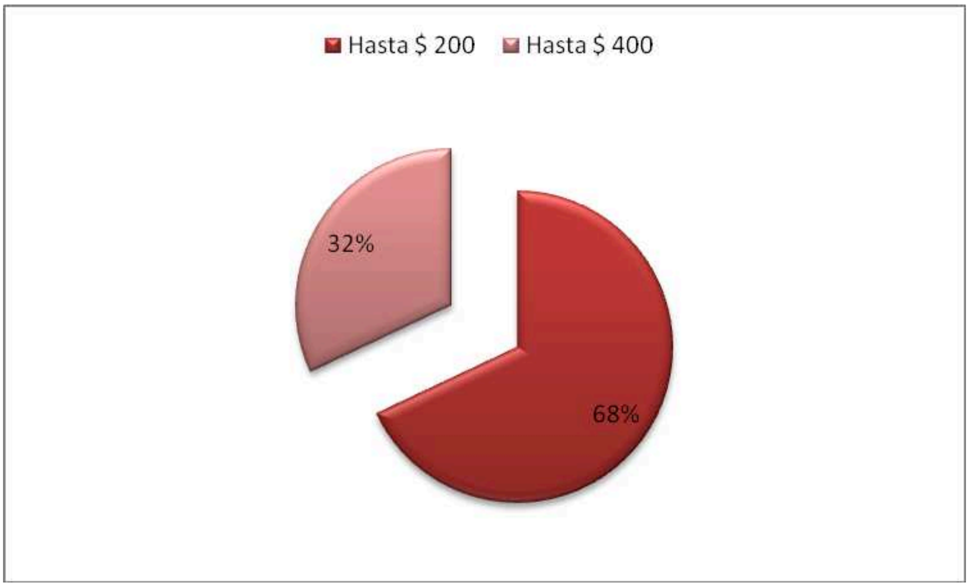
Gráfico# 33. El Parque Temático tendría una Zona infantil y otra área de espectáculos y eventos. ¿Le gustaría realizar algún evento social en el Parque?



Fuente: Elaboración Propia

Sólo el 14% de los encuestados estuvieron de acuerdo para realizar sus eventos en nuestras instalaciones. Los eventos sociales son muchas veces los que estabilizan a establecimientos turísticos y son requeridos en su mayoría de veces en el año, siendo así una oportunidad a aprovechas en su 100% para promocionar aquellos servicios que el Parque Temático ofrecerá.

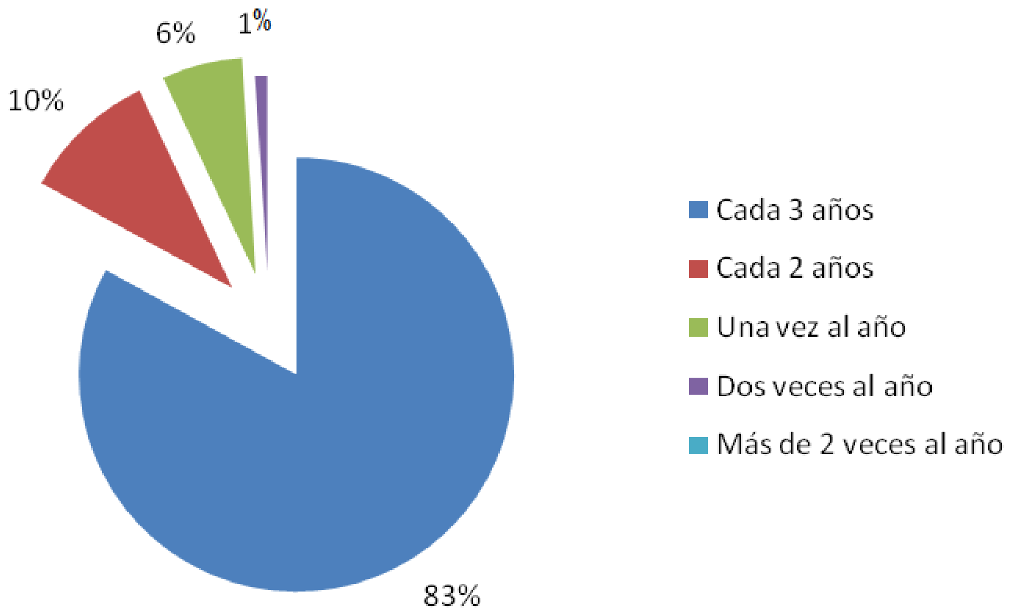
Gráfico # 34. En respuesta *Si*, ¿Cuánto estaría dispuesto/a a pagar por el alquiler del área del evento?



Fuente: Elaboración Propia

Un evento social consta de varios servicios a ofertar y vender es por esto, que un valor promedio a cobrar por evento se estaría considerando un máximo de $ 200.

Gráfico # 35. ¿En qué período de tiempo estaría dispuesto a alquilar un local para eventos?



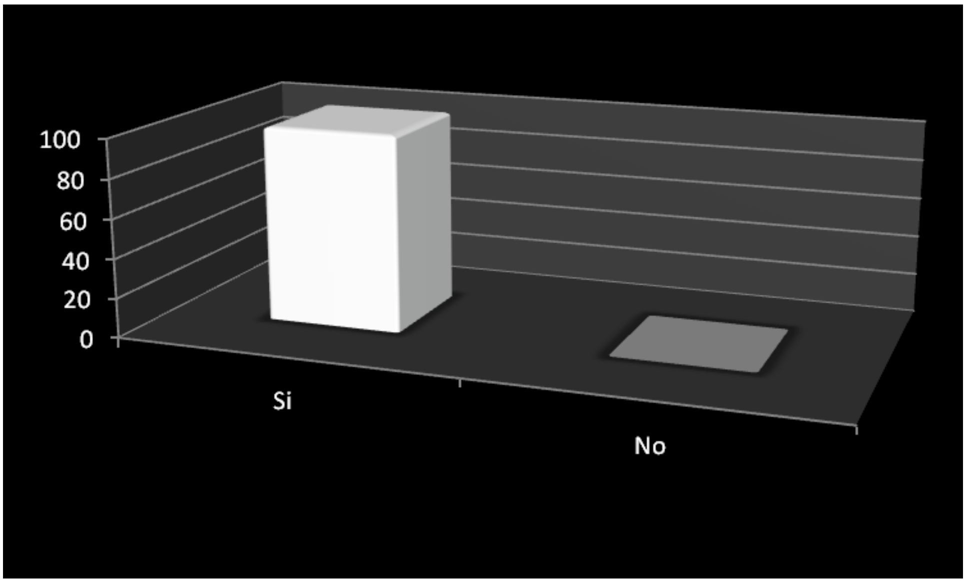
Fuente: Elaboración Propia

Un evento como su mismo nombre lo dice se da cada cierto tiempo, en este caso estarían dispuestos a celebrar algún acontecimiento cada 3 años en su mayoría

2.4.3 ENCUESTAS A COLEGIOS

Las encuestas para los colegios fueron dirigidas para los directivos de los mismos, debido a que son ellos las personas que toman las decisiones.

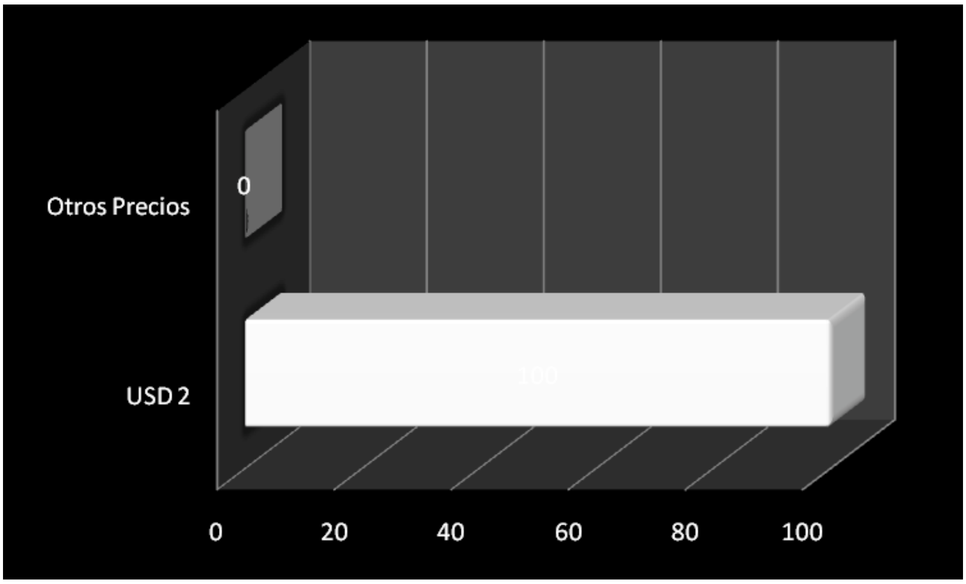
Gráfico # 36. Tomando en cuenta que el parque temático abarcara temas desde historia, geografía, zoología, mineralogía, geología, física y botánica; ¿cree usted que seria importante que sus alumnos visiten el parque temático?



Fuente: Elaboración Propia

Es importante que los directores de los planteles hayan considerado al Parque Temático como una interesante y alternativa forma de enseñar la historia de Zaruma además de otras asignaturas.

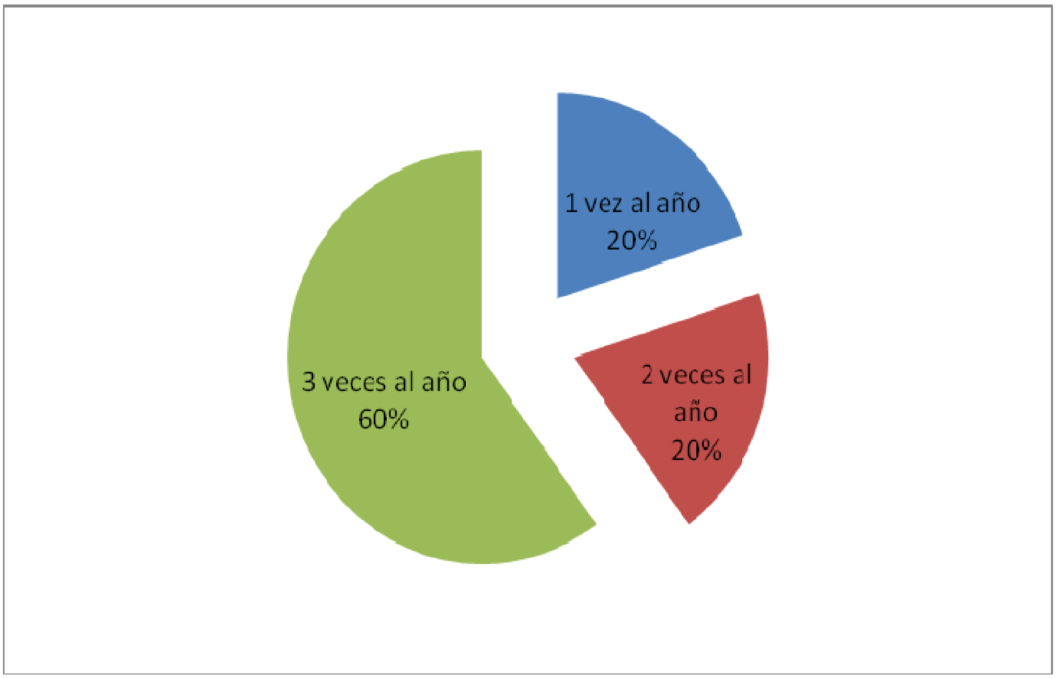
Gráfico # 37. ¿Cuánto cree usted que los alumnos pudieran pagar por la entrada al parque?



Fuente: Elaboración Propia

Los colegios encontrados en Zaruma son fiscales, los mismos que demandan de un bajo valor para acceder a servicios.

Gráfico # 38. ¿Cuántas veces al año estaría dispuesto a llevar usted a sus alumnos al parque temático.



Fuente: Elaboración Propia

Es notable la rotación que los colegios tendrían anualmente en el parque temático, considerando que fluctúan entre los 200 hasta los 600 alumnos por plantel.

2.4.4 PERFIL DEL CONSUMIDOR

Se tiene que la conducta del consumidor/usuario es una de las partes del comportamiento humano que esta relacionada con la adquisición y disfrute de los bienes y servicios. En los mercados turísticos se puede decir que el conocimiento del usuario resulta fundamental para las empresas, ya que el objetivo prioritario de éstas es identificar al cliente y satisfacer sus necesidades y deseos. *(J. Ramón Iglesias Tovar, (2007). "Comercialización de productos y servicios turísticos", 2° edición actualizada. Editorial síntesis. España.).*

El consumidor aspirante a hacer uso de los servicios que el Parque temático en Zaruma: actividad minera y cafetera ofrece son aquellos que oscilan desde los 20 años en adelante, sin restricción de género procedente de la Región costa, especialmente de la ciudad de Guayaquil. Viajan acompañados, la mayoría de las veces con familia y esporádicamente con amigos, los cuales pernoctan en el Cantón Zaruma entre 1 a 6 días. Su motivación principal de desplazamiento hacia Zaruma a más de sus paisajes naturales y centro histórico como atractivo culturales por turismo de ocio y relax, el mismo que considera también la gastronomía un atractivo fundamental de esta ciudad.

Estas personas tienen un promedio de gasto por día comprendido entre 11 a 20 dólares y consideran interesante la implementación de guías especializados. Los mismos que están dispuestos a retornar a este Cantón por los motivos antes mencionados.

2.5 Análisis estratégico del producto propuesto

El producto propuesto es un Parque Temático que ofrece servicios de recreación, alimentación y ocio para el visitante, en una zona rodeada de paisajes naturales. A continuación se muestra el análisis de Porter con sus cincos fuerzas enfocadas al proyecto.

2.5.1 Análisis del entorno competitivo

Según Porter, existen cinco fuerzas que constituyen este análisis, a continuación se realizará el estudio de cada una de ellas aplicadas a nuestra propuesta de implementación de un parque temático:

Entradas potenciales, cuán fácil o difícil es que ingresen al medio, nuevos competidores o proyectos similares, que representen la competencia, a pesar de las barreras de entrada existentes.

Propuestas de creación de Microempresas por parte del Ministerio del Migrante, proyecto el cual se esta desarrollando para disminuir la tasa de migrantes, fomentando al Turismo como una manera de subsistencia para los mismos.

Sustitutos, cuán fácil puede sustituirse nuestro producto, y cuales son esos competidores.
En la actualidad no existe servicio ni de tipo eco turístico ni agro turístico en el sector ni en sus alrededores.

Compradores, cuál es la posición de los posibles visitantes. Tienen ellos algún poder de negociación.
Poco conocimiento por parte del visitante sobre los servicios que brinda el parque temático.

Proveedores, cuál es la posición de los proveedores de insumos involucrados en el parque temático. ¿Existen muchos proveedores potenciales o hay pocos?
El Municipio de Zaruma, esta dispuesto a colaborar con el terreno cediendo éste a los comuneros de la Parroquia Salvias, siempre y cuando lo utilicen a beneficio de ellos.

Rivalidad, ¿Existe otro parque temático similar a este, en el medio local?

No existe otro Parque Temático en el sector.

Para mayor detalle del análisis véase **en gráfico # 39.**

GRÁFICO # 39

ENTRADAS POTENCIALES

Posibles competidores:

Mina El Sexmo

Proyecto Ministerio del Migrante

PROVEEDORES	**RIVALIDAD**	**COMPRADORES**
Municipio de Zaruma-Consultaría. Proveedores utilería de este proyecto son locales. Los insumos para la Comida Típica, pueden adquirirse fácilmente.	No hay otros parques temáticos similares en esta región del país.	Desconocimiento del significado de un parque temático. El parque temático representa un producto nuevo.

SUSTITUTOS

No existe ningún tipo de competidor directo o que pueda suplantar nuestro producto.

Existen escasas iniciativas de implementación de parques temáticos similares, entonces la amenaza de nuevos participantes es baja. El poder de los proveedores no tiene mayor relevancia, al existir una oferta suficiente para la realización de este proyecto.

El poder adquisitivo de los compradores es bajo, en este caso los posibles visitantes, tanto a corto como a largo plazo, no pueden asociarse en gremios. La presencia de diversos sustitutos, implica que este proyecto deba tener una constante preocupación en el desarrollo de nuevas innovaciones para mantener cautivo al mercado objetivo.

No existe la competencia directa, no hay otros parques temáticos enfocados a la actividad minera y cafetera en la Provincia de El Oro.

2.5.2 Análisis FODA del Parque Temático

Después de haber revisado el análisis FODA del destino, concluimos con el siguiente análisis enfocado al Parque Temático.

FORTALEZAS

- Pioneros en crear un Parque Temático en el Cantón Zaruma.
- Donación del terreno por parte del Municipio de Zaruma para que el proyecto sea administrado por la Comunidad.
- Cascada de aproximadamente 10 metros de caída. "El molino"
- Habitantes capacitados por el Municipio.
- Tener otros atractivos naturales cerca del Parque temático
- Reconocimiento por parte de la población y en otras provincias también sobre los beneficios de la planta salvia.

OPORTUNIDADES

- Facilidades por parte del Municipio de Zaruma para la realización del Proyecto.
- Apoyo de la Comunidad local
- Cascada de 40 metros de caída a una hora del sector."Chorro Blanco"
- Posibilidad de establecer alianzas estratégicas con servicios turísticos de pueblos aledaños

- Se puede considerar a los visitantes de la ciudad de Zaruma, como turistas potenciales al Parque Temático.

DEBILIDADES

- Carretera lastrada, en mal estado.
- No existe un sistema de transporte público que avance hasta el espacio físico donde se desarrollará el proyecto.
- Poca experiencia en prestación servicios turísticos por parte de los comuneros.

AMENAZAS

- Probabilidades de derrumbe en la zona del proyecto.
- Poco presupuesto para el proyecto; depende del Municipio.

CAPITULO 3

ESTUDIO TÉCNICO DEL PRODUCTO

3.1 TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

La propuesta de creación del Parque Temático que se desea implementar, está ubicado en la Parroquia Salvias perteneciente al cantón Zaruma, en la Provincia de El Oro. Está situada entre dos elevaciones con una vegetación intacta y una belleza paisajística única. Es obvia la presencia de fauna y flora en el lugar, ya que en sus recorrido esta rodeada del bosque húmedo premontano, donde podemos descubrir un sinfín de orquídeas, helechos y árboles frutales conjuntamente aves de variados colores y tamaños así como venados e una inimaginable variedad escarabajos especialmente de la clase rinoceronte. El terreno consta alrededor de 6 hectáreas y está entre el encuentro de 2 cerros donde nace una cascada (El Molino) con 10 metros de caída. **(véase gráfico # 40)**

Gráfico # 40. Cascada El Molino.

Fuente: Elaboración Propia

La parroquia Salvias y sus alrededores cuentan con un clima muy agradable que la hace acogedora todo el año, tiene una temperatura promedio de 24 grados centígrados en el día y 10 grados centígrados en la noche; la misma que ayuda a la preservación de materiales en sus casas coloniales hechas de madera, asímismo en la conservación de su exuberante flora.

Para la propuesta de creación del Parque Temático minero y cafetero en el cantón de Zaruma se propone un terreno ubicado en Salvias, a 15 minutos en carro de la ciudad de Zaruma, con una extensión de 6 hectáreas las cuáles sólo se ocuparían 60000 m², de acuerdo a los servicios a ofrecer y al estudio de demanda que se presenta en el capítulo 2 .

En la actualidad a nivel de costa, se están implementando proyectos turísticos por parte de el Ministerio del Migrante para evitar que los ecuatorianos sigan migrando; y Zaruma esta entre las ciudades que cuenta de este apoyo estatal.

Para determinar el factor precio para los productos que se va a ofertar al visitante como la entrada al Parque Temático "El Molino", se tomó como referencia los valores que los turistas están dispuestos a pagar por la entrada y valores que los turistas gastan aproximadamente por persona en lugares semejantes al Parque Temático; así como también se consideraron los servicios adicionales que se ofrece.

TABLA # 15. Precios De Servicios Y Productos

DETALLE	VALOR USD
Entrada al Parque	
Adultos	**3.5**
Estudiantes	**2**
Niños	***1.75***
Platos de comida Típica	**3.5**
Souvenir	**5**
Eventos Sociales ***Zona Infantil, Restaurante o Área de espectáculos***	**170**

Fuente: Elaboración propia

3.2 Determinación de actividades y servicios a desarrollar

En el cantón Zaruma, si bien es cierto es candidata para Patrimonio Cultural de la Humanidad por la conservación de sus casas coloniales, que denotan de una belleza arquitectónica en el centro histórico de la ciudad, además de este gran valor a la historia de Zaruma no se le da la misma importancia a dos actividades fundamentales que están marcadas en su historia, sus costumbres, su carácter, su comercio, sus vidas y siguen siendo huella de esa sociedad hasta el fin de sus días, la actividad minera y cafetera que generó y sigue generando tanto movimiento económico que hasta extranjeros consideraban a Zaruma la tierra que le brindaba las oportunidades para alcanzar sus sueños.

Por la importancia de la actividad minera y cafetera que ya es olvidada por muchos pero aun marcadas en otros, se estimó justificable realizar una propuesta en la cual se pueda dar a conocer al visitante diferentes temáticas como: los inicios de la minería en Zaruma, auge de esta actividad, a dónde estaba destinado la recolección del oro y principales minas existentes en la actualidad ; así para la actividad cafetera: comienzo del el boom cacaotero en el país, grandes hacendados y café de Zaruma el mejor del país.

El Parque Temático es una propuesta de un proyecto comunitario donde se explique la historia, proceso de producción, recolección y distribución de la Minería y el Café, dándole la importancia a estos productos históricamente destacados en Zaruma. Pero primero delimitaremos la definición de Turismo Comunitario según la OMT:

"Es toda actividad turística solidaria que se propone y gestiona por las mismas comunidades permitiendo así su participación desde una perspectiva intercultural, manejo

adecuado de los recursos naturales y valoración del patrimonio cultural, con un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales".

Gracias al Turismo Comunitario se busca sensibilizar al turista con el medio ambiente además de la potencializar la identidad cultural de Zaruma; asimismo tener una sostenibilidad integral entre la población y el medio ambiente ya que se considera a la naturaleza como uno de los principales pilares de atracción, manteniendo así un turismo sustentable y preocupado por su medio ambiente; y otro factor como la reactivación económica y por ello mejorar el estilo de vida, teniendo así una buena forma de frenar la migración del sector gracias al turismo.

El Parque temático estaría dividido en 3 grandes zonas:

1. Zona temática minera.

2. Zona temática cafetera.

3. Oficinas de administración y Zona de actividades complementarias.

3.2.1 Zona minera

La idea de esta zona es que el visitante se traslade imaginariamente a una mina, ya que poseería los instrumentos, algunas maquinas y elementos básicos que se utilizan en esta actividad, iniciando su recorrido por viendo fotografías antiguas de la actividad, herramientas, maquina minera, vagones y la simulación de una mina los mismos que le ayudarán a comprender al visitante la historia y proceso de la minería. En esta zona se encontraría un guía permanentemente.

En esta zona se tratarían temas como:

- Comienzos de la Minería en Zaruma
- Descripción de las características de las minas, minerales y explicación de los instrumentos utilizados en los mismos.

3.2.1.1 Comienzos de la minería en Zaruma

El conocimiento de los antecedentes mineros en Zaruma es muy importante, partiríamos desde sus orígenes en la época precolombina así como la forma artesanal de extracción de oro de esa época, el uso y destino que tenían estos metales.

Se realizaría una breve reseña de la explotación en el auge minero, el mismo que motivó la fundación de Zaruma en 1539 por mandato de la Corona Española; y el período de crisis de la misma haciendo surgir otras actividades en el sector económico como la agricultura. Para ello nos apoyaríamos en la exposición de fotos históricas por parte del municipio y del museo acerca los principios de la minería en Zaruma, fotos que datan de la construcción de las primeras minas.

Además se informaría de fechas y hechos relevantes de las diferentes empresas concesionarias y explotadoras que ha tenido Zaruma junto con el tonelaje aproximado extraído durante los períodos de actividad, y, en definitiva, todo lo relacionado con la explotación, desde su apertura hasta la actualidad.

3.2.1.2 Descripción de las características de las minas, minerales y explicación de los instrumentos utilizado en los mismos.

Se comenzaría explicando la ubicación geográfica de Zaruma y sus principales minas, además de la descripción de las herramientas básicas utilizadas por el minero para realizar su trabajo como son: picar, palear y estibar y otro instrumento comúnmente utilizado en la minería como es la dinamita. Para esto nos apoyaríamos con la exposición de éstas herramientas.

En el transcurso, nos encontraremos con cajones de retención de piedras en la parte superior de las minas (véase gráfico # 41), y con vagones que sirven para el traslado de de piedras con el metal (véase gráfico # 42).

Gráfico # 41. Vagones uno.

Fuente: Elaboración propia

Gráfico # 42. Vagones dos.

Fuente: Elaboración propia

A continuación se realizaría una descripción geológica de la zona en la que se sitúa Zaruma. Se indicará el tipo y la forma en la que se encuentran los minerales explotados, así como su Paragénesis que es la unión de varios minerales en una sola roca, se describiría la forma geométrica de los huecos para las minas e indicándose también el origen de la mineralización y su período de formación de las muestras que tendremos en el Parque, hasta la separación del mineral de la roca, el molido y fase final de pulir el metal. En esta fase de la exposición, se tendrá de apoyo unas muestras de rocas y minerales. (Véase **gráfico # 43**)

Gráfico # 43. Rocas mineras

Fuente: Elaboración propia

3.2.2 Zona cafetera

Ya finalizada la Zona Minera, ingresaríamos a la Zona cafetera, donde cada fase del procedimiento de creación del café es un pequeño capitulo dentro de este recorrido. Ésta zona se dividiría en 3 fases importantes que tiene el café:

- Casa de campo cafetero.
- Fase de cultivo.
- Fase de procesamiento.
- Fase del tostado del café.

3.2.2.1 Casa de campo cafetero

Nuestra primera parada de la zona cafetera corresponde a la casa de campo, allí los visitantes recibirán la información histórica como financiera de la industria del café en Zaruma (esta casa tiene varias funciones, para hacer una reunión de los visitantes, explicarles de que se trata el parque temático, explicación de lo que verán en la zona minera, hacer la introducción de la zona cafetera y a su vez la casa de campo es bodeguero de todos los implementos a utilizarse en la zona cafetera). Aprovecharíamos esta reunión para contarles una leyenda propia de los cafetales, contada por Don Sergio Vera Chamba de 81 años, natural de Manabí, uno de los pocos que aún recuerda la leyenda:

"Cuentan que el mes de octubre suele aparecer en los cafetales una mujer de piel canela y ondulados cabellos negros. Camina plácida entre los cafetos y la suave brisa desprende su delicado vestido transparente que vuela por los aires hasta deshacerse en un brillante polvillo blanco que se esparce por todo el cafetal, se dice que esa mujer es el espíritu del café. "No se la debe molestar, hay que dejarla nomás que camine por allí. Es bueno para el café. Llueve durante tres o cuatro días. A la semana los cafetos se convierten en hermosos tapices de flores blancas que despiden un agradable aroma a jazmín que endulzan todos los sentidos. Es un verdadero espectáculo de la naturaleza"

Después a cielo abierto comenzamos con el recorrido por medio de un sendero ecológico que tiene el parque.

3.2.2.2 Fase de cultivo

En el recorrido a la fase de cultivo, se comenzaría destacando las virtudes geográficas que posee Zaruma para el cultivo del café: desde las suaves brisas, el abundante sol, las lluvias copiosas entre diciembre y abril y la agradable temperatura, que hacen que el cafeto cargue generosamente a partir de mayo hasta agosto.

Ya en la fase de cultivo encontramos el vivero, donde granos de café seleccionados son plantados, y se las va nutriendo durante 6 meses. Se tendría un pequeño vivero con muestras de las pequeñas plantas y ya alcanzadas a una altura de 2 pies se las replantarían en la fase de plantación donde se cultivaría con cuidado.

3.2.2.3 Fase de procesamiento

Siguiendo en el recorrido se darían instrucciones del sembrado y recolección del fruto, se haría hincapié en el calendario de recolección del café , ya que empieza en Abril donde se recolecta la fruta; y desde mayo hasta agosto, con el café completamente maduro, es esparcido en amplias zonas para dejarlos secar al sol.

Continuación llegaríamos a un pilón de madera **(véase gráfico # 44)** en un mortero porrón, elaborado con un tronco de árbol, que es el proceso de retirar la piel de forma artesanal después que el grano de café este completamente seco y se muele el café.

Gráfico # 44. Procesamiento del café.

Fuente: Elaboración Propia

3.2.2.4 Fase del tostado del café

Llegando casi al final del recorrido a la zona del café, se explicaría la importancia de la fase de tostado del café ya que es donde va a depender mucho su calidad por variables como humedad, peso, calidad así como el color que se desea obtener, que por lo general es dorado y aromático; pero antes de este proceso, los granos de café son lavados cuidadosamente descartando suciedad o granos de baja calidad.

Después del lavado, está el secado y continuación el tostado que consiste en esparcir sus granos en superficies planas para que el sol pueda irlas tostando. Se explicaría todo este proceso artesanal con una muestra de secado de café.

3.2.3 Oficinas de administración y zona de actividades complementarias

Una de las áreas del Parque Temático es la Oficina de Administración, la misma que estaría desarrollándose la Gerencia General, área contable y la recepción de visitantes del Parque Temático, con su baño privado. Estaría ubicado en la entrada del parque, justo al lado del parqueo y frente al área de cascada y laguna artificial para tener un mayor control con las personas que estén cerca de esas áreas. La zona de actividades complementarias se sub-divide en:

⌑ *Restaurante*

Aquí se venderían a los visitantes comidas típicas de Zaruma como humitas, tigrillos, empanadas, tostadas, colas, aguas y el tradicional café de Zaruma. Constarían de cocinero, mesero, y cajero.

⌑ *Cascada y Laguna Artificial*

La cascada con de 10 metros de caída, estaría ubicada en la parte central de todo el parque, haciendo de ésta un atractivo natural además constará con una laguna artificial. A sus alrededores se encontrarían todos los espacios culturales a desarrollar. En la parte superior de la cascada habría un mirador y puente, la cual para llegar a el tiene su respectivo sendero rodeado de la vegetación del lugar.

⌑ *Sendero y Mirador*

Por medio del sendero es que los visitantes podrán llegar a cada uno de los puntos ubicados en el Parque Temático. Desde que salen de la administración hasta su retorno donde queda el comedor. Parte del sendero es atravesar un pequeño mirador donde se puede observar la caída del agua y toda la vegetación desde una perspectiva diferente ya que se lo ve desde arriba.

⌑ *Venta de souvenir*

Ésta se desarrollaría en la casa de campo ubicado antes del comedor, después de la fase del café, el mismo que estaría cerca de la cascada, juegos infantiles y laguna artificial. Contará con una persona perenne en el lugar, promocionando souvenir como piedras – minerales, llaveros, café en grano, etc.

⌑ *Juegos infantiles*

Una pequeña área dedicada para los niños, con juegos infantiles hechos con sogas y llantas, un lugar rústico ubicados entre la laguna artificial, el sendero y el área de cultivo de café.

⌑ *Parqueos*

Contaría con parqueo interno y externo. En la parte frontal del proyecto estaría ubicada la zona de parqueo externo con 12 parqueos para autos y camionetas y 3 para buses, además en la parte interna también tendría una capacidad de 13 parqueos. Estos están cercanos a la puerta de ingreso e inmediato acceso a la oficina de administración así como la salida del Parque

Temático. Estas áreas estarían vigiladas por un guardián permanente en las horas de visita del parque.

3.3 Características de las instalaciones turísticas.

EL Parque Temático "El Molino", serán administradas y operadas por habitantes de la zona y los servicios de guianza como de restauración y demás servicios será para visitantes provenientes de la zona, como sus alrededores, para grupos de estudiantes de colegios y universidades.

Se tiene a 3 estructuras que tienen forma octagonal, donde operarían el restaurante, administración y zona de exposición minera y una casa con 2 divisiones donde será la casa de campo y venta de artesanías. Como eje central del parque estará la cascada con la laguna artificial y 2 pequeños muelles, al frente de ésta, estaría la oficina de administración como la entrada al Parque Temático. En la parte inferior derecha estarán el teatro al aire libre y zona minera seguida del sendero con algunos descansos hasta llegar al mirador donde se podrá observar todo el Parque Temático en su totalidad desde una perspectiva diferente. En la parte izquierda estarán los juegos infantiles separados del lago por una barrera natural. Además estará toda la zona cafetera y finalizando el restaurante con la casa de campo y algunos parqueos internos. Los parqueos estarán en toda la entrada del Parque Temático.

La Administración tendrá su hall a la entrada, área de atención al cliente y caja, baños diferenciados por sexo para el público y un baño para los operadores de "El Molino".

La Zona Minera tendrá su área de fotografías como muestras de herramientas mineras así como de proyección de diapositivas y simulación de una mina con dos vagones y la mina propiamente dicha.

El Restaurante tendrá su área de comedor para 9 mesas circulares con capacidad de 6 personas por mesa, área de bar y caja, cocina, bodega de alimentos, cuarto de utilería, baños diferenciados por sexo para visitantes con sus lavamanos y 3 baños en cada sección, una oficina con su baño propio, lavamanos donde trabajarán el administrador y secretaria; además cuenta con un hall.

En la Casa de Campo encontraremos un hall, también un área de exposición y ventas de artesanías, así como una vitrina y mostrador, bodega de utensilios de zona cafetera, baños para mujeres y hombres con sus lavamanos.

El Teatro al aire libre, será para el área del público semicircular y con algunas gradas para que los visitantes puedan sentarse. La tarima propiamente dicha y existirá un área posterior para la zona de artistas. Tanto para las dos áreas tendrán sus escaleras de ingreso y salida de forma independiente.

Para la laguna artificial, como en la cascada se ha pensado en construir un desfogadero subterráneo para que esta siga su curso natural de entrada y salida. La misma agua será utilizada para el desfogue de los baños y riego de plantas en el Parque Temático "El Molino".

Se realizó un estudio de capacidad de carga utilizando el método de Boullón, donde se pudo determinar los siguientes datos:

- *Zona administrativa:* En esta área las personas estarían alrededor de 8 minutos y podrían entrar hasta 16 personas en el hall.
- *Zona minera:* En esta área las personas estarían alrededor de 25 minutos y podrían entrar hasta 18 personas.
- *Mirador:* En esta área las personas estarían alrededor de 20 minutos y podrían entrar hasta 20 personas.
- *Zona cafetera:* En esta área las personas estarían alrededor de 15 minutos y podrían entrar hasta 25 personas.

- *Zona de niños:* En esta área los niños estarían alrededor de 20 minutos y podrían entrar hasta 23 personas.
- Casa de campo: En esta área las personas estarían alrededor de 15 minutos y podrían entrar hasta 21 personas.
- Restaurante: En esta área las personas estarían alrededor de 45 minutos y podrían entrar hasta 54 clientes en las mesas.
- Sendero: En esta área las personas estarían alrededor de 35 minutos y podrían entrar hasta 31 personas.

Teniendo así un total de 208 personas de capacidad de carga efectiva y una rotación de 2 veces al día, ya que el Parque Temático estaría atendiendo desde las 09h00 hasta las 17h00 y el tiempo de visita al Parque Temático es de 3 horas.

3.3 Descripción del equipamiento a requerir

El Parque Temático "El Molino" ofrecerá a sus visitantes algunas actividades de distracción en un amplio territorio, lo que se necesitará de señalética para la orientación de los mismos y para que sean más fácil de identificar cada área se los ha representado con íconos los cuales estarán situados en:

- **Entrada del Parque Temático:** Aquí habrá un mapa global del Parque Temático, donde indique cada sector donde se encuentran las diferentes instalaciones turísticas. En el mapa se los ubicará espacialmente y así reconocerán todas las actividades y lugares que tendrán que cursar.

- **Teatro al aire libre:** Se encontraría otra señalética indicando la misma, de esa manera indicaría que la zona minera se encuentra más adelante y que ahí hay baños. Hacia el lado contrario indicaría la laguna y muelle.

- **Zona minera**: Aquí la señalética informaría que ha llegado a la zona minera y que encontrará baños, de este modo indicaría que comenzaría el sendero que le llevaría al mirador.

- **Sendero:** Ya al comenzar el sendero indicará tener precaución con las escaleras. Habrá un icono de escaleras. También se encontrará con el icono del mirador.

- **Mirador:** Ya encontrándose en el mirador, tendrá el icono que lo identifica además de que después por el mismo sendero se encontrará con baños, la zona cafetera y juegos infantiles. Posterior al mirador se encontrará con otro icono de precaución ya que ahora se bajarán escalones.

- **Zona Cafetera:** Aquí se ubicará un icono con flecha a la derecha indicando la zona cafetera y otro icono con flecha a la izquierda indicando los juegos infantiles. De esa manera otros iconos indicando que más adelante se encontrarán con el restaurante, baños, casa de campo y muelle en la laguna. Dentro de la Zona Cafetera, se ubicarán pequeños letreros indicando las etapas del proceso del café, en este caso serían:

  - Área de cultivo
  - Área de pilón
  - Área de secado
  - Ensacado del café

- **Juegos infantiles:** Ya dentro de esta área, habría una señal de precaución y control de los niños, ya que aquí se encontrará una barrera natural para separarla con la laguna artificial.

- **Restaurante:** En los exteriores del restaurante se colocaría iconos en representación a baños, además de que se encontrarían alimentos para consumir. De esa manera se ubicarían otros íconos representando que más adelante se encontrará la casa de campo, donde hay souvenir.

- **Casa de campo:** Ya en el último tramo del Parque Temático se ubicaría un icono de souvenir y baños. Al pasar este lugar habría un letrero diciendo la palabra salida.

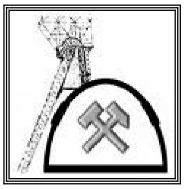
En todo el recorrido estarán los iconos indicados por una flecha, mostrando la dirección de cada lugar.

Los iconos que representarán cada una de los lugares a ser utilizados serán las siguientes:

Administración y Oficina

Teatro al Aire Libre

Zona Minera



Sendero

Escalones

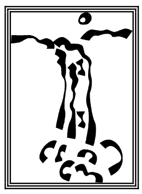
Mirador

Baños

Sanitarios Mujeres

Sanitarios Varones

Cascada



Juegos infantiles

Cuarto de bodega

Restaurante

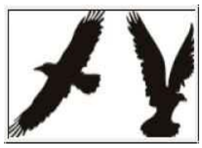
Casa de campo

Descanso

Información

Souvenir

Avistamiento de Animales silvestres



Basura

Basura para Reciclaje

OTROS SIGNOS:

Prohibido el ingreso de animales al Parque Temático

Prohibido Fumar

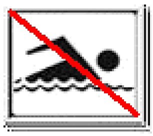
Prohibido botar al sanitario otros elementos

Prohibido hacer fogatas

Peligro

Bolla salvavida

Prohibido nadar



Con lo que respecta a los materiales de construcción de la infraestructura, tendrá que seguir el mismo patrón y diseño de las casas construidas a los alrededores, de detalles rústicos de madera y techos de teja. Son en total 4 infraestructuras a construir con los materiales y diseños anteriormente dichos.

El equipamiento que se requerirá se encuentra especificado en el detalle de la inversión inicial de los equipos y muebles de operación y en los suministros de operación. **(Ver anexo 24)**

La forma de adquisición de materiales, herramientas e implementos utilizados para crear el Parque Temático serán adquiridos de dos formas:

- Por medio de la compra a proveedores
- Con la donación de implementos, terreno y herramientas a utilizar por medio de un acuerdo con el Municipio de Zaruma.

Los proveedores de los artículos a utilizarse, los cuales la mayoría serían utilizadas en la obra civil, será proveedores nacionales cuyos precios sean adquiribles por los pobladores de Salvias sin dejar de lado la calidad de los productos a utilizarse.

3.5 Evaluación de impacto ambiental

Cumpliendo con unos de los principales requisitos, en cada proyecto, se realizó una evaluación de impacto ambiental, para determinar las afectaciones, ya sean positivas o negativas, se procedió a emplear la metodología de Leopold.

3.5.1 Análisis del estudio de impacto ambiental

Para realizar el análisis, es necesario recalcar que Zaruma posee paisajes y zonas que son parte del hábitat natural, además de ríos, cascadas, la fauna y flora predomina en este sector. Es por esto que pobladores del Cantón Zaruma protegen este recurso y lo aprovechan al máximo sin afectarlo negativamente.

La comunidad tiene muy clara la idea y la importancia que los recursos que poseen, sus riquezas naturales hacen de este Cantón único en el país.

Zaruma tiene el apoyo del Estado y su municipio para el mantenimiento y conservación del mismo.

A continuación se presentara la matriz de Impactos Ambientales en dos fases como la de construcción y operación, los mismos que se verían afectados tanto positiva como negativamente en sus alrededores. Aplicando las matrices de Leopold se mostrará aquellos resultados que se necesita saber para mitigar impactos que este conlleve y ayudar a la conservación de esta zona.

3.5.2 Análisis de Impactos Ambientales

Los impactos ambientales son aquellos que determinan los niveles de afectación dentro de un ecosistema por motivos de nuevas instalaciones, estos nos ayudará a determinar cuan dañino sería el Parque Temático "El Molino" para Salvias. Como referencia se tomó los siguientes componentes ambientales fauna, flora, aire, agua, tierra y parte social. Cada uno de los componentes ambientales posee parámetros que serán los que definirán el nivel de afectación en los mismos.

En el **Anexo # 25** se observará la Matriz de Impactos Ambientales y qué impacto intervienen con más fuerza en el proyecto para así ofrecer medidas de mitigación adecuadas y ayuden a equilibrar aquellos que afecten.

Para realizar el análisis de afectación de los componentes con las acciones se tomó como puntos los siguientes, la calidad del terreno, el ecosistema existente y la intervención del hombre que aunque es mínima, no se descarta la idea.

Acorde al resultado se tomaría medidas de mitigación necesarias y así controlar el deterioro o el desgaste de aquellos recursos que son importantes tanto para el cantón como para el sector. Los componentes ambientales más afectados dentro del proyecto serán el empleo como un impacto positivo hacia la sociedad y los niveles de ruido como impacto negativo hacia el sector. Una de las soluciones que se puede ofrecer es utilizar las maquinarias en su debida hora sin estorbar ni perturbar el sueño, disfrute y descanso de los demás, ya que Zaruma es tomado también como un Cantón de relax.

Dentro de las acciones, en impacto positivo es el reciclaje de desperdicios, este proceso ayuda mucho a la población en sí y al ecosistema, preservando el ambiente y sus alrededores. Un beneficio que se da aquí, es la imagen y conservación que proyectaremos en el Parque Temático y el área que nos rodea.

Los pobladores serán una fuente muy grande de ayuda, puesto que ellos serán actores sociales en lo que llevar una buena conservación de la zona se refiere.

3.5.2.1 Fase de construcción

Durante la fase de construcción se ha considerado los siguientes componentes ambientales, tierra, agua, aire, flora, fauna y la parte social, en las acciones que dichos componentes serán afectados se tomó como consideración la adecuación del terreno, desarrollo de la infraestructura y el equipamiento. En la matriz (véase anexo # 26) se observará que impactos negativos y positivos son los que intervienen con más fuerza en el proyecto para así encontrar medidas de mitigación adecuadas y ayuden a equilibrar aquellos que afecten.

3.5.2.2 Análisis de la fase construcción

Según el resultado se tomaría las medidas de contingencia necesarias para así controlar el deterioro o el desgaste de aquellos recursos que son importantes tanto para el cantón como para el sector. Estas afectaciones podrían prevalecer tanto en pobladores como en el medio ambiente propiamente dicho. Es por esto, que se encenderán los equipos apropiados en el momento de ser usados, se evitará la contaminación auditiva por ruidos de bocinas de carros que presten sus servicios y volquetes que serán utilizadas para la transportación de material. En cuanto a desechos serán desechados al botadero principal del Cantón Zaruma, mientras que los desechos líquidos serán eliminados por tubería.

En la parte social, la población se verá beneficiada ya que son ellos quienes ayudarán a la construcción y por ende se incrementará nuevas fuentes de trabajo.

3.5.2.3 Fase de operación

En la fase de operación se consideró los componentes ambientales utilizados en la fase anterior y en sus acciones la presencia de turistas y el desarrollo de actividades como lo es la guianza. En el Anexo # 27 se observará que impactos negativos y positivos son los que intervienen con más fuerza en el proyecto para así tomar medidas de mitigación adecuadas.

3.5.2.4 Análisis de la fase de operación

La fauna se vería un poco afectada debido a la incrementación de instalaciones, afluencia de turistas. Aunque éstas sean mitigadas, no se puede descartar que un hábitat tan natural como lo es Salvias en el cantón Zaruma no vea afectado por una nueva implementación de actividades a la cual no esta acostumbrado.

En el recorrido por medio de las guianzas respectivas, se usará un sendero que ha sido diseñado de tal manera que no perjudique al suelo y lo compacte.

Es muy importante mencionar que la implementación del equipamiento traerá consigo la llegada de plagas e insectos inexistentes de la zona, por ellos es necesario que los lugares de expendio de comida como lo es el restaurante y tratamiento de desechos líquidos en este caso tuberías y sólidos por medio te tachos de basura reciclables, sean muy bien manejados para evitar la multiplicación de dichas plagas. Es por esto que se decide incrementar los baños ecológicos como manera de aportar en el cuidado preservación del medio ambiente, las materias fecales serian utilizadas como abono en el proceso de cultivo de café como para jardinería. A continuación una breve explicación sobre su funcionamiento y ventajas de los baños ecológicos.

3.5.2.5 El baño ecológico

El baño ecológico es un sistema de disposición de excretas, que separa la orina y las excretas in situ, por medio de una taza separadora.

No usa agua para su operación. El sistema se basa en la alternancia de sus dos cámaras, mientras una está en uso, la otra permanece en reposo.

La materia fecal queda separada de las aguas grises, orina y suelo, permitiendo así su descomposición en una de las cámaras aisladas del ambiente, que adquiere temperatura y ventilación gracias a la captación de energía solar, sin intervención humana y evitando todo riesgo sanitario.

El producto final es inocuo y puede ser usado para plantar árboles por ejemplo. El baño puede ser integrado a viviendas existentes y constituye una solución completa que incluye lavamanos, ducha y tina, ofreciendo toda la comodidad y dignidad de un baño convencional urbano sin contaminar el medio ambiente.

3.5.2.6 Ventajas del baño ecológico

1.- No necesita agua para su funcionamiento. Solamente ocupa agua para el uso del lavamanos, urinario y ducha. Ahorra casi el 50% del agua que se ocupa con un sistema tradicional.

2.- Puede ser integrada a una vivienda existente.

3.- No contamina el suelo ni las aguas subterráneas.

4.- El material que se genera en sus cámaras, después de un año en reposo, es inocuo e inodoro, por lo tanto, su manipulación no constituye un riesgo sanitario.

5.- Su diseño es adaptable a diferentes culturas locales.

3.5.2.7 Mantenimiento del baño ecológico

1.- Es necesario agregar al final de cada día por el orificio de la taza separadora un puñado de algún material secante como hojas secas, aserrín, cenizas, u otros.

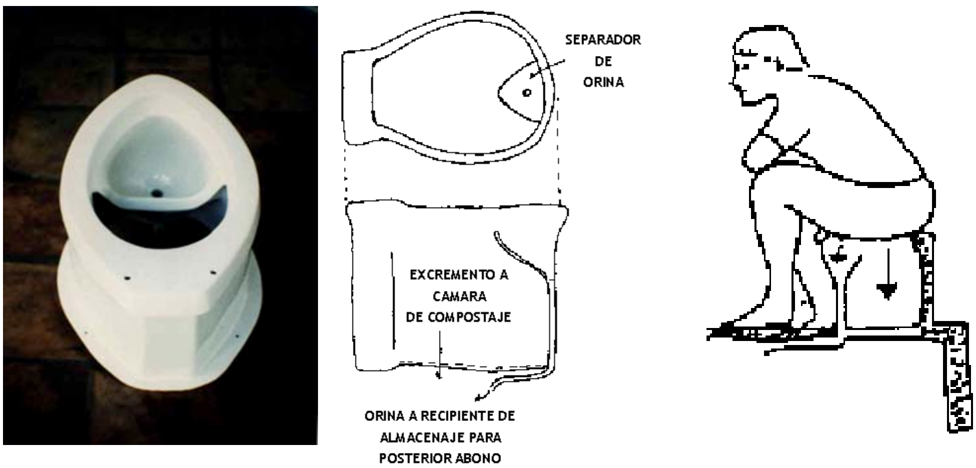
2.- Cada cierto tiempo limpiar las tapas metálicas de las cámaras.

3.- Los otros cuidados corresponden a los realizados en cualquier baño tradicional, como el aseo de sus artefactos y del piso.

3.5.2.8 Ventajas del baño ecológico respecto a otros sistemas utilizados en el campo y en la ciudad

En sectores rurales, en la mayoría de los casos, el costo para construir un sistema de alcantarillado es muy alto; el sistema usado comúnmente es el pozo negro (con las consecuencias negativas ya conocidas) y la fosa séptica muchas veces igual contamina el suelo y aguas subterráneas e implica cada cierto tiempo un gasto cercano a los $100.000 para limpiar los lodos generados en su interior. En los sectores urbanos, el sistema de alcantarillado es el más usado, pero a medida que crece la población es necesario aumentar la inversión para ampliar la red de alcantarillado y ampliación de la capacidad de plantas de tratamiento de aguas servidas. En algunos casos, especialmente en ciudades ubicadas en cerros, existen viviendas que no cuentan con factibilidad para conectarse al alcantarillado existente. Un caso especial es la zona norte de nuestro país que tiene dificultades con el abastecimiento del agua potable, en sectores urbanos y rurales, lo que implica utilizar tecnologías que no utilizan agua como la USS para la disposición de excretas.

Gráfico # 45 Baño ecológico del inodoro separador.



Fuente: www.todoarquitectura.com

Para ello será indispensable mantener la vigilancia sobre la separación de la orina, ya que su disposición inadecuada puede producir pudrición y olores. La separación de la orina se consigue con la taza separadora de orina. La orina pasa a través de una tubería y se almacena en un depósito. Los datos fueron proporcionados por el web site www.todoarquitectura.com.

En el aspecto social, no se debe olvidar que el Parque será operado por el personal de la comunidad que ya esta capacitada gracias al Municipio; así también como actividades recreativas a realizar. Es por esto que la afectación sería altamente positiva ya que se incrementaría fuentes de trabajo así como también se mejorará el nivel de vida de pobladores de la zona.

Hay que destacar que en momento de obtener nuestra oferta y exista una demanda turística de este destino, también habrá un incremento de generación de desechos orgánicos, líquidos y sólidos. Para evitar este exceso, los desechos orgánicos de cocina y zona cafetera se los utilizaría de abono para jardines y áreas verdes, además el agua de la cascada se utilizará para el desfogue de aguas servidas y riego de áreas verdes, decreciendo el uso de agua limpia para esas áreas. Los demás desechos reciclables que no puedan hacerse uso se lo venderá o en su defecto entregará a fábricas que hagan uso de esos materiales para elaborar sus productos, en caso que estos sean vendidos serán ingresos extras para el establecimiento.

3.5.2.9 Medidas de mitigación de impactos ambientales

Luego de la identificación y valorización de aquellos impactos ambientales es necesario determinar soluciones o mediadas para mitigar, contrarrestar y eliminar los mismos. Estos impactos negativos deben ser compensados para ofrecer una mejor calidad de vida a la población y un ecosistema sostenible y sustentable, es decir usar racionalmente sus recursos conservando el ambiente para que pueda garantizar una vida óptima a la población tanto en el presente como en el futuro.

A continuación se identificará los impactos ambientales negativos y se mostrará su debida solución o manera de mitigación para dicho impacto.

1. **Colocación de instalaciones:** Durante la construcción y operación del sendero debido al material como lo será la madera no causará un gran impacto visual a la zona, recordando que la madera es un material muy predominante del sector.

2. **Disposición de desechos sólidos:** Durante la construcción, el material en este caso la madera o cemento entre otros, generarán desechos que afecten a la flora y fauna del sector.

3. **Caminata en los senderos:** El sendero es una de las áreas donde más afluencia de turista habrá, es por esto que traerá impactos tales como la erosión y desgaste del suelo.

4. **Afluencia de vehículos:** Contando con los parqueos internos y externos en el Parque Temático "El Molino", puede producirse la compactación del suelo por vehículos pesados y también la acumulación de gases provenientes de estos automotores, en esa zona.

5. **Eliminación de desechos:** tanto los sanitarios para los visitantes como para los operadores del Parque y el restaurante generaran aguas servidas, y éstos dependerán de el numero de afluencia de visitantes, los cuales serán en los meses de Julio, Agosto y Septiembre.

6. **Medidas mitigatorias** para los impactos ambientales más significativos como los antes mencionados, que afecten directamente al desarrollo de actividades dentro del Parque Temático.

3.5.2.10 *Impacto:* Construcción y colocación de instalaciones

Medidas preventivas

Entre las construcciones de instalaciones en el parque se encuentra el mirador, la señalética, restaurante, casa de campo, teatro al aire libre y zona minera. Las obras de construcción en cuanto a las instalaciones deberán realizarse utilizando el mínimo posible de materiales que dañen el ecosistema, algunos de ellos serán provenientes del sector como la madera y materiales sumamente necesarios y difíciles de transportar.

La construcción de las instalaciones será establecida bajo parámetros de características arquitectónicas que vayan acorde al entorno natural y así no afectar en gran escala el paisaje, con la finalidad de facilitar la apreciación y disfrute del mismo.

Por motivo de ecología se mantiene una política de alquiler de los locales para eventos, máximo 4 veces mensuales.

Se toma a la Reforestación como una medida correctora en caso de obtener un impacto negativo existente al momento de la operación del Parque Temático, y así corregir el daño y no se viera afectado el medio ambiente.

Es necesario usar pinturas de colores no muy llamativas para llevar una armonía con el hábitat natural del sector y el relieve forestal del mismo.

No se afectará el curso natural del agua de la cascada, ya que así como ingresa al Parque Temático, con esa misma afluencia y velocidad tiene que salir.

Todas las obras deberían hacerse el tiempo más corto posible y se asignará a un líder o responsable, quien será encargado de controlar y velar por los recursos ambientales para que no sufran Ningún deterioro.

3.5.2.11 *Impacto:* Disposición de desechos

Medidas mitigatorias

Las obras que se realizarán deben hacerse con el mayor cuidado y tratar de evitar el exceso de residuos, previniendo al máximo la acumulación de desechos. Para la utilización de pinturas, lacas y barnices para darle durabilidad a la madera, se cubrirá el suelo con plástico para protegerlo. Cabe recalcar que los materiales que se oxidarán serán cambiados cada cierto tiempo no sólo porque deterioran la buena imagen de las instalaciones del Parque sino también la contaminación del suelo y medio ambiente. Todos aquellos residuos generados durante la construcción serán recolectados y reciclados para así evitar daños a la flora y fauna existente en el lugar.

Existirán avisos en los baños de prohibición de botar en los sanitarios otros desechos que no sean los fecales, ya que estos pueden interferir en el proceso de reciclaje u otros.

3.5.2.12 Impacto: Caminata en el sendero

Medidas mitigatorias

Previo a la operación en los senderos se realizará un estudio de capacidad de carga y así evitar la aglomeración de visitante y turistas.

Se deberá instruir a los visitante o turistas sobre el cuidado debido que se debe mantener en los senderos, ya que los mismo estarán señalizados para así evitar que tropiecen o caminen sobre las áreas verde o plantas de los alrededores. Los guías deberán responsabilizarse que los grupos de visitantes respeten las normas del establecimiento.

En caso que fuese necesario colocar piedra de río como para determinar un límite y no sobrepasar el sendero. Se realizará una evaluación y monitoreo constante para la conservación del sendero y sus respectivas condiciones para brindar una mejor seguridad a los visitantes, se creará una base de datos de aquellos consumidores frecuentes y potenciales los mismos que serán alimentados con el reporte de los guías del Parque.

3.5.2.13 *Impacto :* Afluencia de vehículos

Medidas de mitigación

Se prohibirá el uso de bocina, aunque es tradición en el Cantón Zaruma de usar la bocina para saludar algún conocidos más no para apresurar el tráfico.

Como el Parque será una zona abierta no tendremos problemas con la concentración de gases de los vehículos y finalmente se colgaría carteles con las medidas obligatorias y restricciones que el parqueo contrae.

3.5.2.14 Impacto: Eliminación de desechos

Medidas de mitigación

En las áreas de descanso, de visita, de desarrollo de actividades y de oferta de servicios se colocarán suficientes tachos de basura grandes para los desechos con los colores azul y verde, el cual el azul represente a los desechos plásticos y metales mientras que los verdes son desechos netamente orgánicos. La basura que no se pueda reciclar será evacuada pasando uno a dos días al pueblo para el relleno sanitario respectivo dependiendo de la afluencia de visitantes al establecimiento.

Se construirá una cámara séptica con capacidad para 8 metros cúbicos para así lograr un desfogue de los desechos líquidos de una forma natural. Finalmente los desechos generados por los visitantes debido al uso de los baños, serán eliminados por tuberías antes mencionadas.

CAPÍTULO 4

4.1 Estructura organizacional

En este capítulo veremos todo lo relacionado con el personal, que laboraría en el Parque, se podrá apreciar un detalle de cada una de las diferentes aéreas o departamentos.

4.1.1 Análisis administrativo

Para cumplir con los objetivos del Parque Temático, estará distribuido en seis Departamentos y contará con el desempeño de 21 personas, de las cuales seis estarían en el área ejecutiva, once en el área operativa y cuatro personas que realizarían actividades tanto en el área operativa como ejecutiva. A continuación algunas características de cada cargo y departamento.

4.1.2 Organigrama del Parque Temático

El Parque Temático contará con seis departamentos, uno totalmente ejecutivo y otros operativos.

- Departamento de Gerencial y Administrativo
- Departamento de Exposición
- Departamento de Restauración
- Departamento de Mantenimiento y Limpieza
- Departamento de Seguridad
- Departamento de Ventas, Marketing y Relaciones Públicas

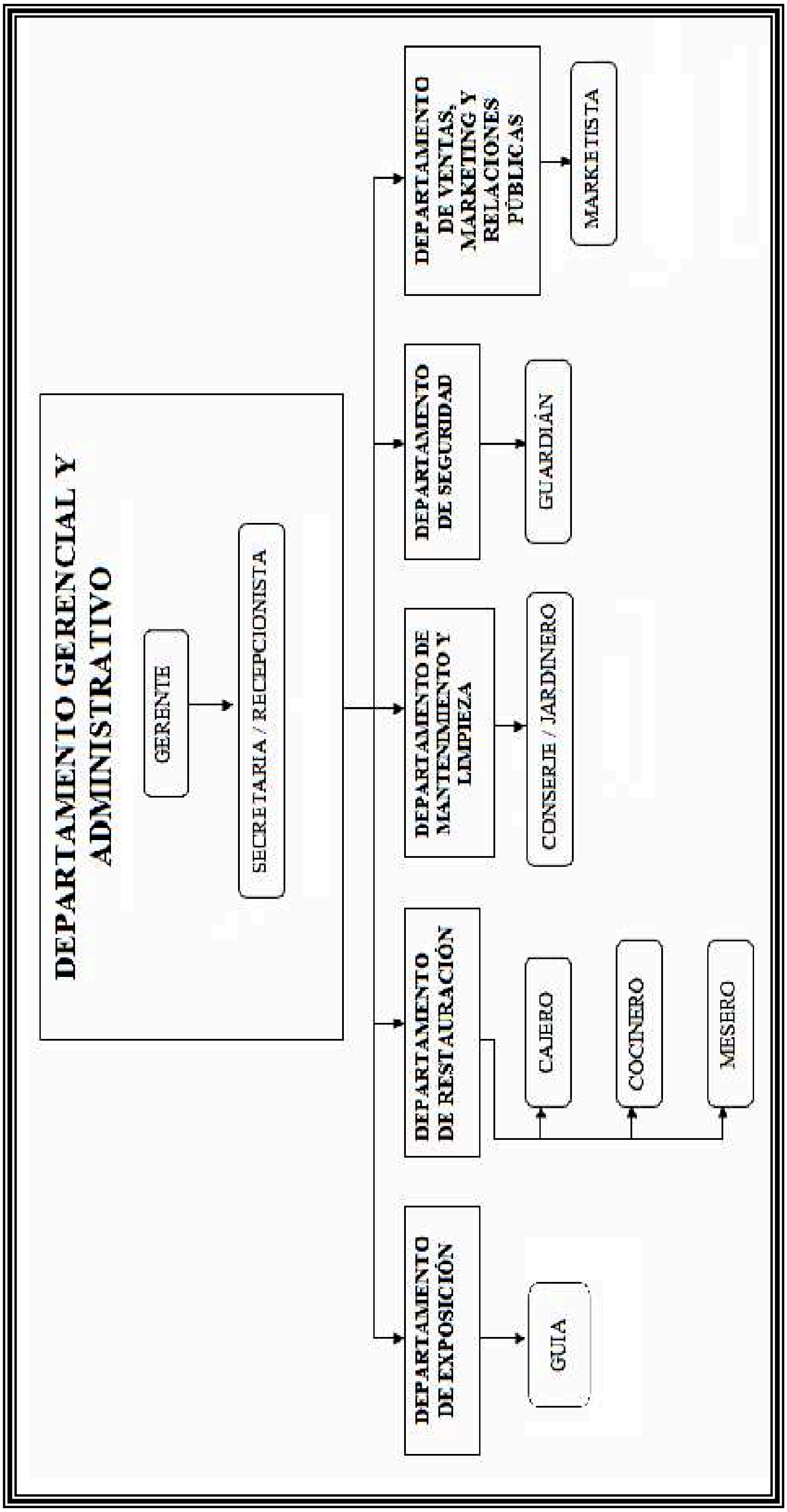
El horario de atención al público sería desde el día miércoles hasta el domingo, de 9h00 hasta las 16h30. El horario de trabajo es desde las 8h30 hasta las 16h30 para los departamentos de Restauración, Mantenimiento y Limpieza, Seguridad; y hasta las 17h00 para los Departamentos de Gerencia Administrativo, Exposición, Ventas Marketing y Relaciones Públicas.

A continuación tenemos el modelo de organigrama de la empresa **(véase gráfico # 46)**

4.1.3 Manual de funciones

Como parte de la organización se describen los cargos, funciones y objetivos de cada departamento.

Gráfico # 46


DEPARTAMENTO GERENCIAL Y ADMINISTRATIVO
GERENTE
SECRETARIA / RECEPCIONISTA
DEPARTAMENTO DE EXPOSICIÓN
GUIA
DEPARTAMENTO DE RESTAURACIÓN
CAJERO
COCINERO
MESERO
DEPARTAMENTO DE MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA
CONSERJE / JARDINERO
DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD
GUARDIÁN
DEPARTAMENTO DE VENTAS, MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS
MARKETISTA

4.1.3.1 Departamento Gerencial Y Administrativo

El departamento Gerencial y administrativo es el que va a estar a cargo del buen manejo y funcionamiento financiero del parque, donde se coordinarán funciones de tesorería, contabilidad, recursos humanos y compras.

Objetivo

Administrar eficazmente los recursos que posee el Parque Temático para optimizar el rendimiento general de la misma.

Organigrama del departamento

Gráfico # 47

Fuente: Elaboración Propia

Funciones del departamento

- Presentar el Estado Real del Parque Temático desde el punto de vista contable trimestralmente.

- Administrar el dinero de la empresa con la finalidad de solventar los gastos generados por los diversos departamentos
- Seleccionar el personal idóneo para la empresa, mantenerlo capacitado dentro de un excelente ambiente laboral.
- Dirigir un control eficaz sobre los bienes de la empresa en lo concerniente a compras, proveedores y bodega, con la finalidad de contar con los mejores implementos necesarios para el correcto funcionamiento de la misma.

Descripción de puestos de trabajo

Gerente General

- **Nombre del Cargo:** Gerente General del Parque Temático
- **Número de Puestos:** 1
- **Supervisa directamente a:** Asistente contable y financiera, Recepcionista y a todos los subordinados en otros departamentos del Parque Temático.
- **Área en desempeñarse:** Departamento Gerencial y Administrativo.

Funciones del Gerente

- Toma decisiones que abarcan para todas las áreas del Parque Temático.
- Coordina funciones y relaciones entre departamentos

- Es la persona encargada de selección de personal.
- Encaminan a sus subordinados y los mismos a todos los departamentos para alcanzar las metas propuestas en el Parque Temático.
- Planifica, organiza, direcciona y controla a los departamentos del Parque Temático por medio se sus subordinados

<u>Secretaria - Recepcionista</u>

- **Nombre del Cargo:** Secretaria – Recepcionista
- **Número de Puestos:** 1
- **Reporta directamente a:** Gerente General y Asistente contable y financiera
- **Área en desempeñarse:** Departamento Gerencial y Administrativo.

Funciones de la Secretaria - Recepcionista

- Recibe a los visitantes.
- Estará a cargo de la de la venta de tickets de ingreso del Parque Temático.
- Mantiene informado al visitante de las actividades que se pueden desarrollar en el Parque.

- Elaboración de los horarios de trabajo del personal
- Lleva el control de entrada de visitantes al Parque
- Recibir las llamadas externas e internas del Parque, realizar las conexiones pertinentes y recibir mensajes y faxes y enviarlos a quien corresponde.

4.1.3.2 Departamento de exposición

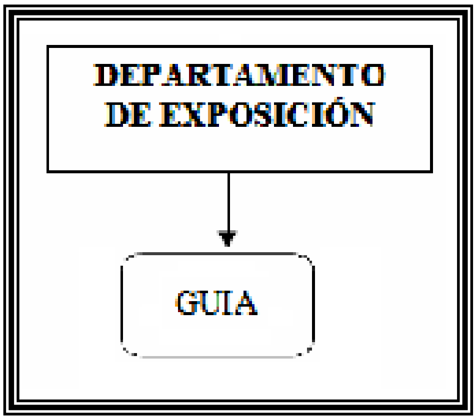
El departamento de exposición es el que va a estar a cargo de la distribución de visitantes por grupos en el parque así como la facilitación de la información de la Zona minera como cafetera y asesoramiento en la pesca deportiva.

Objetivo

Dar el servicio de guía turístico a los visitantes, con la finalidad de enseñar el proceso de la minería y el café en Zaruma. Ayudar al visitante con la pesca deportiva.

Organigrama del departamento

Gráfico # 48



Fuente: Elaboración Propia

Descripción del puesto de trabajo

Guía

- **Nombre del Cargo:** Guía expositor
- **Número de Puestos:** 2
- **Reporta directamente a:** Gerente General
- **Área en desempeñarse:** Departamento de Exposición

Funciones de los guías

- Hacer la guianza en las zonas de exposición
- Mantener informado al visitante sobre los horarios de atención del parque para aquellos que deseen regresar.

- Promoción e incentivo en la venta de souvenirs y el restaurante.
- Mantener a los visitantes a gusto con el servicio de guianza

4.1.3.3 Departamento de restauración

El Departamento de Restauración es muy importante dentro del proyecto es aquella área desde la cual se coordina, a diario, las operaciones del restaurante, la cocina, y utilería. Aunque nuestro proyecto es pequeño, el Parque Temático en Zaruma actividad minera y cafetera es también un sector en el que se emplea a una importante dotación numérica de personal.

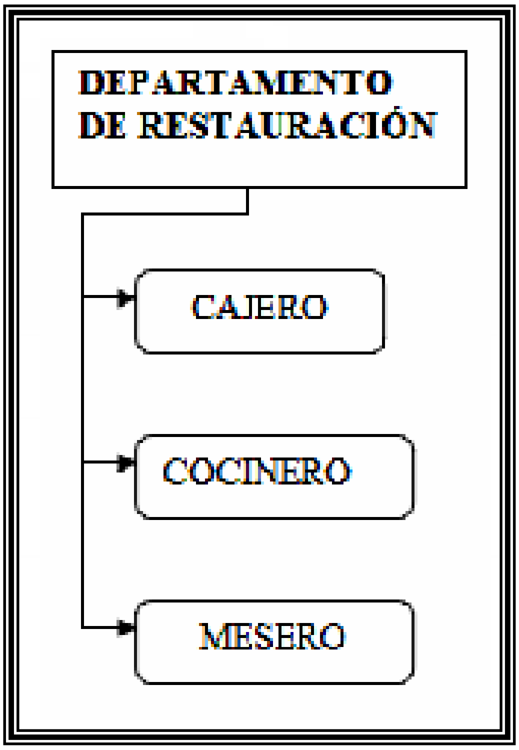
Este es un departamento que da uno de los mayores ingresos al Proyecto, sin olvidar que su punto esencial es el de ofrecer guianza para dar a conocer historia de las minas y proceso del café como temas claves en el Cantón Zaruma, pero como ya se había explicado esta parte es muy importante para el proyecto ya que de una u otra manera los visitantes o turistas hacen uso de los servicios de alimentos y bebidas.

Objetivo

Enfocar nuestros servicios de alimentación y restaurante a nuestros clientes para así satisfacer el gusto y paladar con una comida típica, exquisita y de buena calidad.

Organigrama del departamento

Gráfico # 49



Fuente: Elaboración Propia

Funciones del departamento

Actividades Diarias:

- Mantenimiento y limpieza.
- Control de los productos disponibles para el día.
- Control del personal (servicio al cliente, imagen, hora de entrada y salida).
- Preparación de los platos típicos solicitados.

Actividades Semanales:

- Elaboración y confirmación de la carta de platos típicos a ofrecer.
- Compra de los productos faltantes.
- Control de las encuestas de satisfacción y atención al cliente. Esto nos ayudará a una retroalimentación.

Actividades Mensuales:

- Realizar un inventario mensual de los productos.
- Elaboración de promociones.
- Contactar a los proveedores.
- Realizar informe de actividades mensuales.
- Elaboración de informes financieros.
- Solicitud de pago a los proveedores.

Actividades Anuales:

- Renovar contrato con los proveedores.
- Planificar los eventos que se van a realizar en el año.
- Elaboración de informes financieros anuales.
- Realizar inventario anual de los productos.

Descripción de puestos de trabajos

De acuerdo a la descripción del organigrama del departamento, se tiene 3 puestos de trabajo:

<u>CAJERO</u>

- **Nombre del Cargo:** Cajero
- **Número de Puestos:** 1
- **Reporta a:** Gerente General
- **Departamento/ Área o Unidad de Negocio:** Cocina
- **Supervisa directamente a:** Mesero y Cocinero
- **Supervisa indirectamente:** Personal de Mantenimiento y Limpieza

Objetivo del cargo

Atender el cobro de servicios, y otros movimientos que impliquen manejo de dinero y valores además supervisa el correcto desempeño de ésta área para brindar un mejor servicio a los clientes.

Responsabilidades

- Cumplimiento de Objetivos
- Movimientos Financieros

- Organización en su trabajo
- Reconocer billetes falsos.
- Atención al momento del cobro de servicios consumidos.

Funciones

- Cobro de alimentos consumidos por los visitante y turistas.
- Supervisar el trabajo de sus subalternos

<u>MESERO DEL RESTAURANTE</u>

Identificación del cargo

- **Nombre del Cargo:** Mesero del Restaurante
- **Número de Puestos:** 1
- **Reporta a:** Cajero y área administrativa
- **Departamento/ Área o Unidad de Negocio:** Restauración

Objetivo del cargo

Llevar los platos de comidas desde la cocina hasta la mesa del cliente además mantiene las mesas limpias y listas para nuevos clientes.

Responsabilidades

- Servicio al cliente

- Limpieza en el restaurante
- Cumplimiento de Objetivos

Funciones

- Controla el funcionamiento de las actividades
- Mantiene el correcto servicio a brindar a los clientes
- Información Gastronómica y Bebidas

COCINERO

Identificación del cargo

- **Nombre del Cargo:** Cocinero
- **Número de Puestos:** 1
- **Reporta a:** Cajero y área administrativa
- **Departamento/ Área o Unidad de Negocio:** Cocina

Objetivo del cargo

Preparar los distintos platos típicos que van a ser servidos a los clientes para así satisfacer las exigencias de los mismos, manteniendo una correcta manipulación de alimentos.

Responsabilidades

- Utensilios de Cocina
- Presentación de los platos
- Cumplimiento de Objetivos
- Preparación de los platos
- Limpieza en la cocina

Funciones

- Controla el funcionamiento de las actividades
- Mantener y controlar la limpieza del área de trabajo
- Preparación de los platos típicos.

4.1.3.4 Departamento de mantenimiento y limpieza

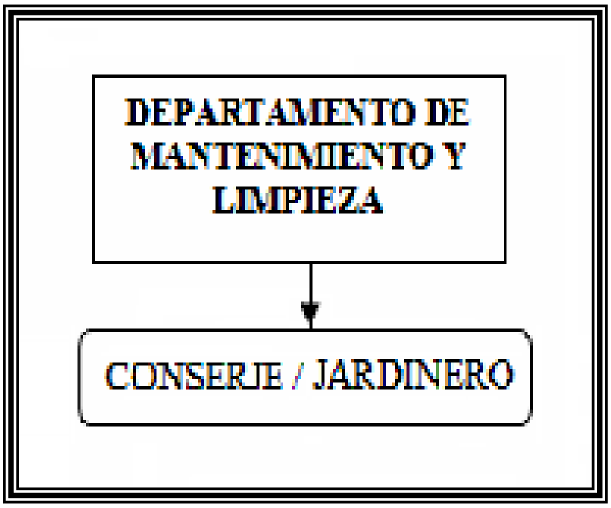
Uno de los puntos muy importantes dentro de una empresa hasta dentro de un mismo hogar es la limpieza y el mantenimiento del lugar, aparte de una buena imagen y presentación, muestra la otra cara de quien lo administra en este caso de una empresa. Este departamento es fundamental para el proyecto ya que contribuye a la buena imagen que el cliente se lleve del parque temático. Se debe saber que la higiene es un valor indispensable en cada lugar de trabajo.

Objetivo

Proporcionar una estancia impecablemente, limpia y cómoda. Para así dar una buena impresión de las instalaciones y de quien lo administra.

Organigrama del departamento

Gráfico # 50



Fuente: Elaboración Propia

Funciones del departamento

Actividades Diarias:

- Mantenimiento y limpieza.
- Riego de áreas verdes
- Control de los productos disponibles para el día.
- Control de áreas, que se encuentren presentables ante el cliente

Actividades Semanales:

- Compra de los materiales faltantes.
- Control de las encuestas de satisfacción y atención al cliente. Esto nos ayudará a una retroalimentación.
- Renovación de arreglos florales de distintas áreas

Actividades Mensuales:

- Realizar un inventario mensual de los materiales.
- Contactar a los proveedores.
- Control de flores, pesticidas y abono necesarios para áreas verdes
- Realizar informe de actividades mensuales.
- Solicitud de pago a los proveedores.

Actividades Anuales:

- Renovar contrato con los proveedores.
- Elaboración de informes financieros anuales.
- Realizar inventario anual de los materiales.

Descripción de puestos de trabajos

De acuerdo a la descripción del organigrama del departamento, se ha dividido en jardinero y conserje.

Conserje / Jardinero

El conserje está encargado de la limpieza de las diferentes áreas del parque, a pesar de que cada área debe tener limpio su lugar de trabajo para una buena imagen.

Así como todo el personal que debe estar correctamente capacitado y de la atención a los clientes que esperan recibir un correcto trato y una atención de primera.

Además está encargado de controlar las áreas verdes, debe supervisar los utensilios, materiales e insumos que se van a utilizar; la limpieza y el correcto manejo dentro del área de trabajo.

Descripción de cargos

CONSERJE / JARDINERO

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

- **Nombre del Cargo:** Conserje / Jardinero
- **Número de Puestos:** 1
- **Reporta a:** Gerente General
- **Departamento/ Área o Unidad de Negocio:** Mantenimiento y Limpieza

Objetivo del cargo

Mantener las áreas verdes en buen estado, cumplir con las actividades asignadas dentro del Parque Temático, renovar flores y satisfacer las exigencias de los visitantes.

Responsabilidades

- Utensilios de trabajo
- Servicio al cliente
- Cumplimiento de Objetivos
- Presentación de áreas verdes

Funciones

- Controla el funcionamiento de sus actividades
- Mantiene el correcto servicio a brindar a los clientes
- Información sobre su trabajo a realizar.
- Mantener y controlar la limpieza del área de trabajo
- Información sobre flores y áreas verdes

4.1.3.5 Departamento de seguridad

Este departamento es de vital importancia, para mantener el orden en las instalaciones del parque temático, y para mantener un margen de seguridad no solamente para los visitantes, sino también para resguardar los bienes que son de vital importancia para el normal funcionamiento del parque.

Objetivo

Mantener la seguridad en las instalaciones del parque temático, velar por que se mantenga el orden en las mismas; así como también proteger la integridad de los visitantes, de nuestros colaboradores, y de los activos del Parque Temático en general.

Organigrama del departamento de seguridad

Gráfico # 51

Fuente: Elaboración Propia

Descripción de cargos

GUARDIAN

Identificación del cargo

- **Nombre del Cargo:** Guardia de seguridad
- **Número de Puestos:** 1
- **Reporta a:** Gerente General
- **Departamento / Área o Unidad de Negocio:** Departamento de Seguridad

Objetivo del cargo

Vigilar y mantener el orden en las instalaciones del parque temático, alertar a todos en caso de posibles contratiempos y a la vez tomar decisiones y acciones correctivas para remediar o disminuir los mismos.

Responsabilidades

- Hacer rondas durante el día y la noche en las instalaciones del parque.
- Custodiar los bienes y activos de el Parque Temático
- Ayudar a los visitantes, en sus inquietudes y solicitudes de estos siempre que estén dentro de su alcance.
- Dar buen uso de los medios y materiales que se ven involucrados en la puesta en marcha de sus actividades y trabajo.

Funciones

- Proteger y dar seguridad a los visitantes y nuestros colaboradores.
- Participar en las reuniones con los demás departamentos.
- Informar inmediatamente sobre cualquier irregularidad o situaciones que atenten contra el orden y la seguridad en general en el Parque Temático.
- Elaborar un reporte mensual para la gerencia que contenga sugerencias y soluciones a los inconvenientes que se presenten en el mes y un detalle de los mismos.

4.1.3.6 Departamento de marketing y relaciones públicas

Este departamento tiene la responsabilidad de planear, promover, y posicionar el parque temático en la mente de los potenciales visitantes.

Debe buscar los mecanismos y ponerlos en marcha para aumentar la afluencia de los visitantes en el mediano y largo plazo.

El departamento de Marketing se encarga además de mantener óptimas las relaciones públicas e interpersonales de la empresa.

Objetivo

Dar a conocer el parque temático y posicionarlo mediante la elaboración de estrategias de marketing; estudiar al mercado, y a los competidores o productos similares, para establecer un proceso de mejora continua.

Organigrama del departamento de ventas, marketing y relaciones públicas

Gráfico # 52

Fuente: Elaboración Propia

Descripción de cargos

MARKETISTA

Identificación del cargo

- **Nombre del Cargo:** Marketista
- **Número de Puestos:** 1
- **Reporta a:** Gerente General

- **Departamento / Área o Unidad de Negocio:** Departamento De Ventas, Marketing Y Relaciones Públicas.

Objetivo del cargo

Elaborar estrategias para ayudar a conseguir los objetivos planteados por el parque temático, haciendo uso de las herramientas, y conocimientos del marketing en general.

Responsabilidades

- Imagen del Parque temático.
- Análisis de la competencia
- Conocimiento del mercado objetivo y de sus necesidades en general.
- Hacer convenios o alianzas estratégicas con empresas o medios de comunicación.
- Incrementar en número de visitantes en el mediano y largo plazo.

Funciones

- Participar en las reuniones con los demás departamentos.
- Buscar constantemente los medios y realizar acciones encaminadas a posicionar el parque temático.

- Mantener contacto con los medios y agentes en general, que beneficien el

en proceso de consecución de los objetivos planteados.

- Seleccionar y programas medios de publicidad
- Desarrollar anuncios publicitarios

4.1.4 PERFIL DE LOS ASPIRANTES

Este perfil incluye datos personales, educación, experiencia y habilidades.

4.1.4.1 Gerente General

Nivel de Educación

- Licenciado superior en Turismo o afines.

Edad

- Edad: 26 a 35 años

Experiencia

- Al menos 1 año

Idiomas

- Idiomas: Inglés avanzado

Habilidades

- Informática: Microsoft Office a nivel profesional
- Persona líder, autónoma y responsable.

- Clara orientación comercial y habilidad en gestión de equipos.
- Versatilidad y flexibilidad.
- Trabajador/a, honesto/a y leal.

4.1.4.2 *Secretaria - Recepcionista*

Nivel de Educación

- Profesional Técnico o universitario en las carreras de Administración o contabilidad

Edad

- Edad: 24 a 30 años

Experiencia

- Al menos 1 año

Idiomas

- Idiomas: Inglés intermedio

Habilidades

- Gestión de archivos.
- Recepción de facturas, material de oficina
- Registro de compras.
- Excelente presencia
- Manejo de Microsoft Office y archivadores.

4.1.4.3 *Guía*

Nivel de Educación

- Mínimo bachiller

Edad

- Edad: 21 en adelante

Experiencia

- Haber trabajado en una de las minas de Zaruma
- Cursos por parte de Municipio para ser Guía nativo, requisito de la FETPCE.

Idiomas

- Idiomas: Inglés intermedio (recomendable)

Habilidades

- Tener experiencia en Minas o cafetales para las áreas de exposición.
- Buena presencia
- Buen estado físico
- Capacidad de dominación de grupo

4.1.4.4 Mesero

Nivel de Educación

- Bachiller

Capacitaciones Adicionales

- Cursos afines de Gastronomía, Bares y Restaurantes

Experiencia

- Mínimo 1 año en el Puesto

Idiomas

- Inglés (Recomendable)

Habilidades

- Capacidad de comunicación.
- Buen manejo de recursos humanos
- Trabajo en Equipo
- Observación
- Capacidad de resolver problemas

4.1.4.5 Cocinero

Nivel de Educación

- Bachiller
- Cursos de manejo de Alimentos
- Cursos de Gastronomía

Capacitaciones Adicionales

- Cursos afines de Gastronomía, Bares y Restaurantes
- Congresos de Presentación, Manejo de alimentos y bebidas

Experiencia

- Mínimo 2 años en el Puesto

Habilidades

- Capacidad de comunicación.
- Buen manejo de recursos humanos
- Trabajo en Equipo
- Observación
- Capacidad de resolver problemas
- Toma de Decisiones

4.1.4.6 Cajero

Nivel de Educación

- Bachiller y estar cursando el Tercer Nivel de Economía o carreras afines

Capacitaciones Adicionales

- Cursos de Asistencia Contables

Experiencia

- Mínimo 1 año en el Puesto

Idiomas

- Bilingüe (recomendado)

Habilidades

- Capacidad de comunicación.
- Inteligencia práctica
- Capacidad de concentración y atención en su tarea.
- Buen manejo de recursos humanos
- Trabajo en Equipo
- Observación
- Memoria inmediata visual y auditiva.

4.1.4.7 Conserje / Jardinero

Nivel de Educación

- Mínimo Conocimiento de higiene dentro de un lugar
- Manejo de jardinería

Capacitaciones Adicionales

- Cursos de jardinería

Experiencia

- Mínimo 1 año en el Puesto

Habilidades

- Capacidad de comunicación.
- Buen manejo de recursos humanos
- Trabajo en Equipo

- Observación
- Capacidad de resolver problemas

4.1.4.9 Guardia de Seguridad

Nivel de Educación

- Bachiller
- Culminación del servicio militar.

Capacitaciones Adicionales

- Conocimientos sobre manejo de armas
- Curso relacionados con seguridad.
- Permiso para portar arma.

Experiencia

- Mínimo 2 año en el Puesto

Idiomas

- No es mandatario que sea bilingüe

Habilidades

- Expresarse correctamente
- Capacidad para resolver problemas
- Tener consideración, respeto, discreto
- Conocimiento geográfico y de actividades a realizar en la zona.

- Cultura general.

4.1.4.11 Marketista

Nivel de Educación

- Ingeniero en marketing y/o carreras afines

Capacitaciones Adicionales

- Especialización en Marketing turístico
- Cursos sobre Publicidad, Relaciones Públicas, y afines

Experiencia

- Mínimo 2 año en el Puesto

Idiomas

- Bilingüe (Inglés y Español)

Habilidades

- Capacidad de comunicación verbal y escrita.
- Capacidad de Planeación
- Visión
- Buen manejo de los medios de comunicación
- Liderazgo
- Capacidad de resolver imprevistos

4.2 Estrategias de comercialización

Para la realización de las estrategias de comercialización nos hemos basado en las encuestas que se realizaron a los visitantes y turistas que acuden al lugar a conocer la ciudad y sus múltiples atractivos y lo que muestran es que la procedencia mayoritaria es de Machala y Provincias costeras al sur del país.

Otros puntos más lejanos, con gran registro de visitantes y a los que llegaremos con medios masivos como el Internet serían:

1. Quito
2. Guayaquil

De acuerdo a éste referente, se pudo diferenciar los puntos estratégicos para la promoción del Parque Temático.

Para métodos de comercialización nos hemos basados en una campaña agresiva en la etapa de introducción, los mismos que se empleará los medios masivos para llegar a nuestros mercado.

- **Creación de Logo** como símbolo identificativo del Parque Temático

Gráfico # 53

El logotipo de "El Molino Parque Temático" comprende de los siguientes elementos:

- En la parte inferior se encuentra el nombre del lugar "El Molino Parque Temático".

- "El Molino" esta colocado de manera central como soporte de la iconización del logo, denotando la responsabilidad que la empresa comunitaria sostiene en este ambiente natural; además este se encuentra iluminado por el casco minero que termina el nombre simulando la o, las letras son de color amarillo naranja oscuro plasmando la extracción del oro que a su vez hace alusión de la provincia.

- EL casco minero es de color rojo representa la fuerza, dedicación y constancia de la empresa, también cumple con la actividad minera que se realiza en Zaruma

- "Parque Temático" se encuentra en la parte inferior derecha bajo "El Molino" ubicado de esta forma para poder equilibra la estética del logo.

- En la parte superior posterior se encuentra ilustrada las plantaciones de café con la cascada que caracteriza nuestro parque, con un amanecer en el fondo simbolizando el futuro y prosperidad.

- En la parte superior exterior se encuentra las representaciones de la planta y pepas de café priorizando al café como uno de los atractivos del parque.

- Todos los elementos anteriores se encuentran rodeados por unos arcos de colores cálidos , simbolizando la protección y seguridad del parque, estos colores afianzan la simbolización del metal extraído en la zona, coordinando con los colores del nombre de la empresa.

- **Imagen**

Por medio de los colores del logo se establecería los colores de la empresa además del trato a los visitantes para que siempre tengan una buena imagen del Parque Temático por la calidad de servicios que se brinda.

Para medir la calidad continuamente se tendrá un buzón de sugerencias para medir la satisfacción del cliente.

- **Folletería**
  - Volantes
  - Brochures
  - Trípticos

En cada uno de estos materiales de distribución masiva se encontraría el Logo del Parque, datos para la ubicación del Parque, horarios de atención, actividades que se desarrollan en el Parque.

Serán distribuidos en lugares como Subsecretaría de Turismo, Facultades de Turismo y zonas con mucha afluencia de gente y principalmente previos a fines de semana y feriados.

- **Publicaciones en revistas de Turismo como en periódicos dominicales**

Periódicos como El Nacional, El Oro y otros, serán medios masivos los cuales llegaríamos a nuestro mercado en toda la región sur del país.

- **Publicidad por medio de cuñas radiales**

La Radio Mágica y Súper Fuego, son las principales emisoras escuchadas en el sector y sitios aledaños, y es uno de los medios más sintonizados en el día; con ello llegaremos a padres de familia y jóvenes adultos.

- **Página Web**

Para llegar a otros mercados más lejanos pero potenciales como Quito, Guayaquil, provincias del norte del país y a los migrantes este medio es ideal.

Se enfatizará las costumbres, el proceso de la minería y cafetería así como su importancia en Zaruma y por ende para todo el país.

Con un ambiente muy vistoso y netamente tradicional, esta pagina Web mostraría una galería de fotos del parque temático y de Zaruma, los exquisitos platos tradicionales del lugar como otras opciones de gastronomía, las actividades a desarrollar junto con eventos que ya se hayan o planean desarrollar en el Parque, presentación de calendario de eventos y actividades en el Parque a lo largo del año.

- **Campaña por correo electrónico: E-mailing**

Para ello, en la pagina Web se tendría un buzón de sugerencias, con ello tendríamos un seguimiento a las personas interesas del parque, y manteniéndolos al tanto de las actividades a desarrollar en el mismo.

- **Visitas promocionales a colegios**

Primero se contactaría con los directores de los mismo para realizar visitas a los colegios e incentivar a los niños que vayan con sus familias, pero la razón más importante es hacer que los colegios visiten el Parque, es netamente educativo y abarca temas desde historia, geografía, geología, mineralogía, física, botánica y zoología.

- **Realización de un calendario de propuestas turísticas**, para el desarrollo de eventos locales en el Parque Temático.

- **Realizar las festividades locales en el Parque Temático "El Molino" y FAM TRIPS**, la entrada sería gratuita pero se mantendrá la venta en el restaurante y souvenir.

A la vez se complementará con las invitaciones a operadoras de turismo y reporteros para que disfruten de las instalaciones con la finalidad que pongan a disposición de los turistas información y circuitos integrando a Zaruma y al Parque Temático "El Molino" como una de sus visitas obligatorias de la Provincia de El Oro.

- **FEPTCE Federación Plurinacional de Turismo Comunitario**, como parte del Turismo Comunitario, el Parque Temático "El Molino" estará afilia a la FEPTCE, una entidad donde se asocian todas las comunidades con negocios turísticos y reciben múltiples beneficios de promoción a nivel nacional de variadas maneras como vía Internet y festivales turísticos nacionales e internacionales como la FITE.

- **Ruta del Spondylus,** es una nueva ruta turística binacional (Ecuador – Perú) donde combina los atractivos naturales, culturales como gastronomito y Zaruma es considerada uno de los puntos a enfatizar en esta nueva ruta la cual promocionaría a nivel nacional e internacional sus atractivos y en este caso el Parque Temático "El Molino" sería promocionado de manera agresiva.

4.3 PLAN DE PROMOCIÓN

Programa para grupos*: cada grupo conformado más de 10 personas, obtienen una gratuidad y esa persona tendrá el acceso a todas las instalaciones como los demás.

*No aplica para estudiantes

Sorteo de gratuidades familiares*: en las visitas de estudiantes colegiales se les hará un sorteo de gratuidad familiar para que visiten el Parque Temático "El Molino" con sus familiares.

* Familia conformada máximo de dos adultos y dos menores de edad.

***Descuentos para alquiler de locales para eventos colegiales o municipales*:** eventos como Juramento de Bandera o incorporación de Bachillerato para los colegios del sector o Municipio de Zaruma.

Descuento a estudiantes universitarios: el descuento se aplicaría al valor de entrada siempre que presente el carné estudiantil del año en curso y que esté vigente. El valor de la entrada sería de Usd 2.00 por estudiante universitario.

<u>Concurso intercolegial de Feria de Ciencias</u>**:** se realizará en las instalaciones del Parque Temático "El Molino" donde se premiaría al mejor colegio y se incentivaría al desarrollo e investigación de ciencias de los colegiales.

CAPÍTULO 5

5.1 ASPECTOS FINANCIEROS

Con el presente capítulo, se busca mostrar los aspectos económicos de la implementación del Parque Temático, analizando el proyecto y comprobando la viabilidad del mismo.

En este proceso incluiremos una revisión de los costos de producción, los gastos preoperacionales, los gastos de comercialización, la inversión inicial, entre otros, así también veremos, como se expone el plan de financiamiento.

Costos Parque Temático

Para la implementación de este Parque Temático, hay varios gastos y costos que tomar en cuenta, estos son valores que surgen desde el período de planificación y que se extienden hasta los días de puesta en marcha y de operatividad del mismo.

Los gastos pre operacionales que se han tomado en cuenta son rubros de publicidad por apertura, afiliación a la Federación Pluricultural del Turismo Comunitario del Ecuador *(FEPTCE)* y el capital de trabajo, para mayor detalle, véase **Tabla de Anexo 27.**

La publicidad por apertura es uno de los rubros que se considera de gran importancia, porque contiene las estrategias que ayudarán a que el Parque Temático tenga una buena acogida inicial. Estos valores están registrados de dos maneras, en la **Tabla de Anexo 28** se encuentran los valores por concepto de elaboración de los mismos y en la **Tabla de Anexo 29,** vemos los gastos por publicidad mensual, con proyección anual hasta 10 años.

Se decidió elaborar invitaciones para el día de la inauguración, mismas que se entregarán a las respectivas autoridades locales, y otros invitados que son de mucha importancia como es el caso de los representantes de los colegios locales.

Los suministros de limpieza, son gastos que también están considerados como pre operacionales, específicamente forman parte del capital de trabajo y los mismos ascienden a 261 USD, para mayor detalle ver **Tabla de Anexo 30.**

Los gastos de comercialización están planificados de la siguiente manera:
En la provincia de El Oro hay una televisora local llamada TV ORO, las pautas de publicidad en esta entidad están cotizadas para 10 emisiones diarias y representan un costo mensual de 56 USD; en adición se tendrá pautas radiales en RADIO MAGIA, 7 emisiones diarias de la cuña por un valor mensual de USD 44.8 USD; se puede observar una proyección a 10 años de estos valores y de los demás gastos de comercialización en la **Tabla de Anexo 31.**

En el siguiente cuadro se puede observar un detalle de las estrategias de comercialización, son los valores mensuales de cada una de las opciones que se han considerado; además se pone en consideración que la publicidad durante el primer año va a ser intensiva y agresiva para captar la mayor atención de los posibles visitantes, para así lograr posicionar al Parque como opción de visita en la mente de las personas; y a partir del segundo año esta intensidad se reducirá al 60% .

TABLA # 16

Comercialización	Valor mensual Año 1	Valor mensual Año 2 y venideros
1.000 afiches	N/A	N/A
Cuña Radio Magia	44.80	26.88
Total Cuña Radial	44.80	26.88
Comercial en TV ORO	56.00	33.60
Total Comercial en TV	56.00	33.60
Volantes, etc.	10.00	6.00
Anuncio publicitario en revistas/diarios		
Locales Página derecha sector inferior	110.00	66.00
Actualización de Página Web	40.00	24.00

Fuente: Elaboración Propia

Se debe mencionar que el alcance de estos medios de comunicación no solo es a nivel local ya que abarca varios puntos como Machala, Santa Rosa, Pasaje, Chilla, Piñas, Portovelo, Las Lajas y Marcabelí; entonces estos medios son de mucha ayuda para captar la atención de nuestros potenciales visitantes, y además son de vital importancia para darnos a conocer.

En relación a los Gastos por Sueldos **(ver Tabla de Anexo 32)**, tomaremos en cuenta los siguientes puestos de trabajo:

TABLA # 17

MANO DE OBRA DIRECTA (MOD)
Departamento de Exposición
Guía
Departamento de Restauración
Cajera
Cocinera
Mesero

Fuente: Elaboración Propia

TABLA # 18

MANO DE OBRA INDIRECTA (MOI)
Departamento gerencial/administrativo
Gerente
Recepcionista
Departamento de Mantenimiento y Limpieza
Jardinero – Conserje
Departamento de Seguridad
Guardián
Departamento de Ventas, Marketing y Relaciones Públicas
Marketista

Fuente: Elaboración Propia

En adición se cree que es oportuno contar con la presencia de posibles *pasantes* en períodos de ocupación alta que corresponden a los meses de Julio, Agosto y Septiembre y visitas de colegios al Parque Temático. Se recomienda que estos pasantes sean estudiantes de colegios de la localidad y universidades aledañas; con la finalidad de que se conviertan en un apoyo oportuno en las diferentes áreas que tiene el proyecto.

El gasto por Energía Eléctrica fue obtenido mediante un cálculo de consumo de los equipos que se estima consumirán energía por un período de 8 horas diarias durante los días laborables (excepto de equipos que tienen que estar conectados las 24 horas como la refrigeradora), este cálculo fue realizado en la página www.conelec.gov.ec misma que ofrece la facilidad de obtener este tipo de estimados en línea.

El gasto por consumo de Agua fue obtenido a su vez, tomando en cuenta el costo en dólares por cada m^3, y haciendo un estimado del posible volumen de agua que consumiría el Parque Temático. **Ver Tabla de Anexo 33.**

Los gastos administrativos que tomamos en consideración son la mano de obra directa, internet, energía eléctrica, agua y suministros de limpieza, que dan un total de 22,661.13 USD en el primer año, para mayor detalle **ver Tabla de Anexo 34.**

Los costos de producción están representados por la mano de obra directa (MOD), que es la sumatoria de los honorarios del guía, la cajera, cocinera y mesero, que en el primer año, alcanzan un total de 37.931,58 USD; en la **Tabla de Anexo 35** se puede observar la proyección de los mismos a 10 años. Aquí también se encuentra los costos de producción de cada plato de comida a 1 USD por unidad; entre otros costos de producción se tiene a los souvenirs con un valor de 3 USD por unidad.

Cabe recalcar que los todos los precios están proyectados anualmente con su respectivo crecimiento anual de inflación en el precio.

Siguiendo los procedimientos contables se tiene la depreciación de los equipos adquiridos y la amortización de los gastos pre operacionales, y en la **Tabla de Anexo 36,** se puede observar estos valores conjuntamente con la sumatoria del total de depreciación y amortización.

Inversiones

La inversión que se requiere para montar el Parque Temático es de 121,301.97 USD. El financiamiento estaría conformado de la siguiente manera:

TABLA # 19

Financiamiento	
Corporación Financiera Nacional	68%
Accionistas	32%

Fuente: Elaboración Propia

El 68% sería obtenido mediante un préstamo a la Corporación Financiera Nacional, misma entidad que para el presente caso de proyecto solo presta hasta el 70% , y la diferencia, el 32% debe ser aportación de accionistas, en este caso sería el terreno que esta valorado en 38.408,46 USD, con un aproximado de 6401.41 USD por hectárea. Véase **Tabla de Anexo 58** para ver los requisitos del préstamo.

A continuación veremos los rubros y valores que se tomaron en cuenta para determinar el total de la inversión.

Para establecer los valores de la obra civil contamos con la asesoría del Arq. Ramiro Ortega. La construcción de la obra civil costará 74,239.45 USD, para mayor detalle, Ver **Tabla de Anexo 23.**

El valor por adquisición de los Equipos y Mobiliarios se los puede observar en la **Tabla de Anexo 37** donde se puede observar un detalle de los artefactos básicos y necesarios para la implementación de este proyecto, amueblamiento en general, zona de comedor, entre otros; estas inversiones también incluyen ciertos materiales indirectos como los que se ven a continuación que serán para uso del personal que labore en el parque:

TABLA # 20

Materiales Indirectos
Botiquín de primeros auxilios
24 Camisetas (uniforme polo)

Fuente: Elaboración Propia

Tomando en cuenta los valores anteriores más los valores de los equipos y mobiliarios, materiales indirectos y los gastos pre operacionales; se tiene que el **total de la inversión** es el siguiente:

TABLA # 21

Cuadro de Inversión		
Rubro		**Total**
Inversión inicial		
Obra civil		74,239.45
Equipos y mobiliarios		6,027.25
Maquetas e instrumentos de minas		780.00
Implementos, material de producción de Café		620.00
Terreno		38.408,46
Gastos Pre operacionales		973.00
Inversión total		121,301.97

Fuente: Elaboración Propia

5.4 Ingresos del Parque Temático

Los rubros de ingresos de divisas al Parque Temático contemplados son valores por cobro de entrada, venta de comida, souvenirs y alquiler de local para eventos.

Para los respectivos cálculos de ingresos que se verán en este capítulo, se ha tomado de referencia el número de visitantes que tiene registrado I-tur

Zaruma (Oficina de Información Turística de Zaruma), en ese lugar se recomienda e indica a todos los visitantes sobre las opciones de atractivos a visitar y se les da información de acceso a los mismos, además se ha considerado las estadísticas de afluencia de visitantes a Zaruma.

Según ITur, en el último año se registraron 5.973 visitantes a Zaruma, véase **Tabla de Anexo 38**, en esta tabla se puede observar el número de visitantes mensuales, de los cuales, el 97% sería el porcentaje de los posibles visitantes al Parque Temático, según los análisis estadísticos realizados, y de este último porcentaje, los resultados dicen que el 80% de los mismos estarían dispuestos a consumir los platos que estén a la venta en el restaurante, y un 55% estarían dispuestos a la compra de un souvenir. Estos porcentajes son referenciales para los tres escenarios.

Los días de operación son de miércoles a domingo y las tarifas son diferenciadas.

En el alquiler de los locales para eventos en el Parque Temático se realizó un cálculo tomando en cuenta el 14% que la PEA estaría dispuesta a alquilar para sus eventos, además se consideró la competencia en este negocio, el cual existen 6 locales adicionales correspondiendo sólo el 14.29% del total para el Parque, obteniendo de esta actividad una rotación máxima en la siguiente tabla :

TABLA # 22

ROTACIÓN DE ALQUILER			Sin competencia*	Anual	Mensual
Cada 3 años	585	71.43%	84	28	2
Cada 2 años	175	21.43%	25	13	1
Una vez al año	58	7.14%	8	8	1
Dos veces al año	0	0%	0	0	0
Más de 2 veces al año	0	0%	0	0	0
TOTAL VECES ALQUILER				49	4
* 14,29% corresponde al Parque Temático por diferencia de competencia en alquiler de local.					
Sólo el 14% del PEA (818 personas) alquilarían locales para eventos en Parque Temático					
Total PEA	**5846**				

Fuente: Elaboración Propia

Es oportuno mencionar que para los cálculos que ven involucradas proyecciones anuales se tomó en cuenta el porcentaje de inflación 9.13%, para proyectar valores de índole monetaria y en el caso de proyecciones de visitantes se considera un crecimiento anual del 8%, referencial a las estadísticas del ITur.

5.4.1 ESCENARIO NORMAL

Los valores referenciales para este escenario son los siguientes:

- Los adultos pagan por entrada 3.5 dólares.
- Los estudiantes pagan por entrada 2 dólares (incluye snack).

- Los niños pagan por entrada 1.75 dólares (hasta 12 años).
- Los infantes de 0 años a 1 año 11 meses entran gratis.
- Precio promedio de venta de plato de comida es 3.5 dólares.
- Número de alquileres de local mensuales 3 veces a 170 USD el valor de alquiler.
- Precio promedio venta de souvenir es 5 dólares.

**Valores de referencia para el escenario normal.*

INGRESOS ESCENARIO NORMAL

En la **Tabla de Anexo 39** se puede observar los ingresos por concepto de entradas, donde el 45.9% corresponden a adultos, el 45.44% corresponden a niños y la diferencia de 8.65% corresponde a los colegios; en la **Tabla de Anexo 40** se puede observar los ingresos por venta de comida; en la **Tabla de Anexo 41** se puede observar los ingresos por alquiler de eventos; en la **Tabla de Anexo 42** se puede observar los valores de ingresos por venta de souvenirs. Todas estas tablas tienen su respectiva proyección a diez años.

5.4.2 ESCENARIO PESIMISTA

Para construir un Escenario Pesimista se ha tomado en cuenta los siguientes valores en servicios:

- Los adultos pagan por entrada 3 dólares.

- Los estudiantes pagan por entrada 2 dólares.
- Los niños pagan por entrada 1.75 dólares (hasta 12 años).
- Los infantes de 0 años a 1 año 11 meses entran gratis.
- Precio promedio de venta de plato de comida es 3 dólares.
- Número de alquileres de localmensuales 2 veces.
- Precio promedio venta de souvenir es 4 dólares.

**Valores de referencia para el escenario pesimista.*

INGRESOS ESCENARIO PESIMISTA

En la **Tabla de Anexo 43** se puede observar los ingresos por concepto de entradas; en la **Tabla de Anexo 44** se puede observar los ingresos por venta de comida; en la **Tabla de Anexo 45** se puede observar los ingresos por alquiler de eventos; en la **Tabla de Anexo 46** se puede observar los valores de ingresos por venta de souvenirs. En todas las tablas anteriores se puede observar una proyección a diez años de sus valores.

5.4.3 ESCENARIO OPTIMISTA

Para construir el mejor de los Escenarios, se ha tomado en cuenta los siguientes valores en servicios:

- Los adultos pagan por entrada 4 dólares.

- Los estudiantes pagan por entrada 2 dólares.
- Los niños pagan por entrada 2 dólares (hasta 12 años).
- Los infantes de 0 años a 1 año 11 meses entran gratis.
- Precio promedio de venta de plato de comida es 4 dólares.
- Número de alquileres de local mensuales 4 veces.
- Precio promedio venta de souvenir es 6 dólares.

**Valores de referencia para el escenario optimista.*

INGRESOS ESCENARIO OPTIMISTA

En la **Tabla de Anexo 47** se puede observar los ingresos por concepto de entradas; en la **Tabla de Anexo 48** se puede observar los ingresos por venta de comida; en la **Tabla de Anexo 49** se puede observar los ingresos por alquiler de eventos; en la **Tabla de Anexo 50** se puede observar los valores de ingresos por venta de souvenirs. En las tablas anteriores se puede observar su respectiva proyección a diez años.

Plan de financiamiento

La propuesta planteada es conseguir financiamiento mediante la Corporación Financiera Nacional (CFN), y de las diferentes opciones que provee, la más adecuada es CREDIPYME (Créditos para pequeñas y medianas empresas) CFN.

Según esta línea de crédito, el Parque Temático, está dentro de las áreas y parámetros permitidos, y puede decirse que esta propuesta de implementación cumple con los requisitos. Para mayor detalle de los requisitos **véase Anexo Parámetros del Préstamo según la CFN.**

5.5.1 Amortización Del Préstamo

El valor del préstamo o total de la inversión y demás datos involucrados los veremos a continuación:

TABLA # 23

Datos	
Préstamo	81,920.51
Cuotas	10
Tasa anual	9.25%
Cuota	$ 12,905.54

Fuente: Elaboración Propia

El valor de préstamo a amortizar es de 81,920.51 USD y representa el 68% de la inversión total, se debe mencionar que la diferencia para alcanzar el total de la inversión depende también de inversión privada que sería el 32% restante.

Se pagará 10 cuotas iguales anuales con tasa del 9,25% .

TABLA # 24

CUADRO DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO				
período	Cuota	interés	amortización	saldo
0				$ 81,921
1	12,906	7,578	5,328	76,592
2	12,906	7,085	5,821	70,772
3	12,906	6,546	6,359	64,412
4	12,906	5,958	6,948	57,465
5	12,906	5,315	7,590	49,875
6	12,906	4,613	8,292	41,582
7	12,906	3,846	9,059	32,523
8	12,906	3,008	9,897	22,626
9	12,906	2,093	10,813	11,813
10	12,906	1,093	11,813	0

Fuente: Elaboración Propia

Donde:

Cuota = Función pago en insertar fórmulas financieras en Excel

Interés = tasa de interés (i) * Saldo período anterior

Amortización = Cuota – interés

Saldo (periodo n) = saldo (período n-1) – Amortización (período n)

Manualmente la cuota se calcula con:

Gráfico # 54

$$VP = C * \left[\frac{1 - (1+i)^{-N}}{i} \right]$$

Fuente: Elaboración Propia

Donde Vp es el Valor Préstamo

C. Cuota

N. Número de cuota

i. Tasa de interés del período

5.5.2 Flujo de Caja

Mediante este cuadro veremos el movimiento del dinero, como convergen los valores de ingresos contra los de egresos, al revisar el mismo podemos constatar que el proyecto de implementación de el Parque Temático es rentable, para mayor detalle ver **Tabla de Anexo 51.** Los flujos de caja de los escenarios pesimistas y optimistas véanse en las **Tablas de Anexos 52 y 53** respectivamente.

5.5.3 VAN

El VAN muestra el valor actual neto de los ingresos y egresos esperados, al traer al presente estos valores, se obtiene un valor en dólares, con el cual puede apreciarse y deducirse si la presente propuesta de implementación del Parque Temático en Zaruma es rentable.

VAN escenario normal= **$** 101.269,72

5.5.4 TIR

La tasa interna de retorno, es otra forma de medir la rentabilidad de este proyecto, pero el resultado de este cálculo es un valor de índole porcentual y en el caso de este proyecto la **TIR** es de **28% ,** en el escenario normal.

5.5.5 Punto De Equilibrio

El Punto de Equilibrio es la forma, según la cual en términos financieros se puede conocer cuál es el monto mínimo que el Parque necesita para mantenerse en equilibrio, se lo ha calculado de la siguiente manera:

$$\textbf{PE} = \frac{\text{GASTOS FIJOS TOTALES}}{1 - \frac{\text{GASTOS VARIABLES TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

PE= 55042,16 USD escenario normal.

El punto de equilibrio del Parque Temático es de 55042,16 USD según el flujo de caja, este valor se alcanza alrededor del sexto año.

CONCLUSIONES

Debido que la presente propuesta técnica, tiene como alternativa de ejecución, tres escenarios financieros diferentes, uno pesimista, uno normal y otro optimista, recomendamos previo a su ejecución, hacer un estudio del estado de la economía de los que se consideraron posibles visitantes, para así de esta manera, poder elegir el escenario más adecuado para el período de iniciación.

Para evitar contratiempos en los períodos pico de afluencia de visitantes, es necesario contar con el apoyo oportuno de pasantes, mismos que serán capacitados para las diferentes áreas del parque, pero en especial para las actividades de guianza, y para el área de restauración.

En cuanto al tema de la afectación ambiental, debe tenerse en cuenta lo sugerido referente a este tema, las medidas preventivas y correctivas, para la fase de construcción, así también para la fase de operación. Debe evitarse el ruido o cualquier clase de contaminación acústica, debido a que el parque temático también es un lugar de observación de fauna.

Finalmente es de vital importancia capacitar previamente al personal en varios temas como por ejemplo sobre la importancia del turismo, el turismo como herramienta de desarrollo, el buen trato al cliente, como desarrollar un buen nivel de comunicación, fijación de metas y objetivos, y finalmente los beneficios del trabajo en equipo.

RECOMENDACIONES

Para los períodos futuros de alta afluencia de visitantes, es necesario contar con el apoyo oportuno de pasantes, mismos que deberían ser capacitados para las diferentes áreas del parque, pero en especial para las actividades de guianza, y para el área de restauración.

En cuanto a los impactos ambientales, se debería evitar el abuso del ruido o cualquier clase de contaminación acústica, debido a que el Parque Temático también es un lugar de observación de fauna.

Es de vital importancia profundizar en las capacitaciones que ya tiene la población de Salvias, por lo que se recomienda varios temas: la importancia del turismo como herramienta de desarrollo, atención al cliente, desarrollo de un buen nivel de comunicación para los guías nativos, fijación de metas y objetivos, y finalmente los beneficios del trabajo en equipo.

Aprovechando la presencia de minas en la zona, además de ser común ver en los locales de negocios y en varios lugares las piedras preciosas y minerales que son extraídos de las montañas de Zaruma, puede utilizarse este recurso y darle un mayor énfasis turístico a la actividad minera.

En el proceso de desarrollo turístico de Zaruma, en temas de planificación, en un futuro puede considerarse como una oportunidad el hecho de que la actual población de esta cuidad junto a la de los cantones aledaños, en términos de rasgos físicos, son el resultado de la unión de los antiguos asentamientos locales con una colonia española que se estableció ahí durante los primeros años luego de la fundación de esta ciudad.

Debido a que las minas pueden tener un carácter turístico en Zaruma, se recomienda tener precauciones, en el proceso de transformación de una mina abandonada a mina turística, ya que su naturaleza siempre será de emitir gases muy peligrosos e inoloros los mismos que pueden ser fatales para la salud humana como para el ambiente.

ANEXOS

ANEXO # 1

Ficha de atractivos turísticos, Café zarumeño

DATOS GENERALES

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Café zarumeño
CATEGORÍA: Manifestaciones culturales
TIPO: Etnografía
SUBTIPO: Comidas y bebidas típicas

UBICACION

PROVINCIA: El Oro
CANTÓN: Zaruma
LOCALIDAD: Zaruma
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: Latitud: 3º 41,5’ S Longitud: 79º 36,6’ O

CENTROS URBANOS MAS CERCANO AL ATRACTIVO

POBLADO: Zaruma	**DISTANCIA:** 0,3 Km.
POBLADO: Piñas	**DISTANCIA:** 11,7 Km.

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 1205 m.s.n.m.
TEMPERATURA: 21,3º C – 22,4º C
PRECIPITACION: 1252,8 mm^3 anuales.

a) Calidad y presentación del producto: Quienes tienen la oportunidad de visitar Zaruma tiene el privilegio de degustar uno de los mejores cafés que se produce en el mundo, para muchos considerados como el café gourmet por excelencia. Se trata nada más y nada menos que el café zarumeño. El mismo se expende en listo para prepara en saquillos o listos para la degustación en los diferentes comedores de Zaruma

b) Instalaciones existentes: Diferentes

c) Forma de preparación: Después de secado y molido el grano se pasa por un filtro de café, se le agrega agua caliente y azúcar al gusto.

d) Especialidad: Desde el punto de vista geográfico, Zaruma reúne las condiciones ideales para el cultivo del café. Las suaves brisas, el abundante sol, las lluvias copiosas entre diciembre y abril y la agradable temperatura, determinan el sabor de esta bebida. El café zarumeño, de la variedad arábica, se cosecha una vez al año y se caracteriza por tener bastante cuerpo, aroma afrutado y uno de los elementos más importantes su producción sin químicos.

e) Ingredientes: café zarumeño, agua y azúcar.

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO)

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
Conservado

CAUSAS:
Tradición de consumo de generación en generación

ENTORNO:
Conservado

CAUSAS:
Área urbana con mantenimiento continuo

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS
TERRESTRE: Lastrada.
TRANSPORTE: Bus, carro 4x4, automóvil, etc.

TEMP. DE ACCESO
DÍAS AL AÑO: 360
DÍAS AL MES: 30
HORAS AL DIA: 8

OBSERVACIONES

INFRAESTRUCTURA BÁSICA
AGUA: Potable
ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado
ALCANTARILLADO: Red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Artesanías mineras (Hercursa),	0 Km.
Artesanías con elementos reciclados JEMICRE	0 Km.
Elaboración de manjar de leche	0 Km.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Internacional

Corregida y actualizada por seminaristas. Irma Pérez, Daniela Paredes y Byron Flores.

ANEXO # 2

Ficha de atractivos turísticos, Cascada de Chaca Cápac

DATOS GENERALES

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cascada de Chaca Cápac
CATEGORÍA: Sitios naturales
TIPO: Ríos
SUBTIPO: Cascada

UBICACION

PROVINCIA: El Oro
CIUDAD y/o CANTON: Zaruma
PARROQUIA: Salvias
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: Latitud: 3° 37,1' S   Longitud: 79° 31' O

CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO: Zaruma	**DISTANCIA:** 18,9 Km.
POBLADO: Piñas	**DISTANCIA:** 19,7 Km.

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 1818 m.s.n.m
TEMPERATURA: 15,3º C – 16,4º C
PRECIPITACION: 1252,8 mm^3 anuales.

a) Tamaño: Esta cascada posee unos 60 metros de altura aproximadamente.

b) Calidad del agua: Sus aguas son cristalinas sin presencia de contaminación, su temperatura es de 15°C.

c) Flora y fauna: Se puede observar vegetación como la *Phihirusa sp*., *Miconia sp*., *Mollineda sp*., *Clavija repanda* y la trepadora: *Monnina sp*. La diversidad de orquídeas corresponde a especies propias de bosque premontano a premontano bajo andino; los géneros más frecuentes son: *Racinea sp*., *Guzmania sp*., *Epidendrum sp*. *Stelis sp*., *Elleanthus sp.,* la guayaba (*Psidium guayaba*), zig-zig (*Cortaderia sp*). Entre la fauna presente podemos mencionar al oso Andino (*Tremarctos ornatus*) escaso en la zona y la Guatusa ó Gualilla (*Dasyprotata punctata*).

d) Descripción del paisaje: Esta cascada de gran tamaño fascina a los visitantes del lugar, su belleza e imponencia son la razón principal para llegar hasta el sitio donde se encuentra; refrescarse con sus cristalinas aguas es otro de los encantos que posee esta cascada. Mientras fluye el agua cristalina en un salto majestuoso, se puede escalar su escarpada roca. Nombre de origen cañari Chaca = puente Cápac = grande dignidad incásica

e) Descripción de las riberas: En las riberas de l sector se observa vegetación arbustiva, árboles propios del sector y piedras.

f) Islas existentes: No existen

g) Actividades varias: Caminatas, actividades de recreación

h) Puentes y puertos: No existen

i) Navegabilidad: No aplica

j) Rápidos: No existen

k) Cañones: No existen

l) Pongos: No existen

m) Vados: No existen

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO)

Recreacional. La cascada en conjunto con la flora y fauna forman un marco natural para pasar un ameno día en conjunto con la familia.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado

CAUSAS:

Su acceso es un poco difícil por lo cual la visita de turistas es muy poca.

ENTORNO:

Conservado

CAUSAS:

Se encuentra en un área rural.

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS
TERRESTRE: Carretera principal lastrada
TRANSPORTE: Bus, carro 4x4, automóvil, taxi, etc.

TEMP. DE ACCESO:
DÍAS AL AÑO: 365
DÍAS AL MES: 30
HORAS AL DIA: 8

OBSERVACIONES: La cascada Chaca Cápac se encuentra ubicada en la parroquia Salvias, a unas 2 horas de la cuidad de Zaruma; el acceso es mas difícil en época de invierno, las vías de acceso son lastradas y existe camino de verano, pero llegar a visitar esta cascada es toda una aventura que no te la puedes perder, en el sector no existen facilidades turísticas por lo tanto debes ir equipado y llevar lo necesario para no pasar momentos desagradables.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA:

AGUA: Agua entubada
ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado
ALCANTARILLADO: Pozo séptico

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

Cerro Chivaturco,	4,0 km.
Cascada El Molino,	4,9 Km.
Cerro de Arcos,	7,4 Km.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Provincial

Corregida y actualizada por seminaristas. Irma Pérez, Daniela Paredes y Byron Flores.

ANEXO # 3

Ficha de atractivos turísticos, Cascada de Huayquichuma

DATOS GENERALES

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cascada de Huayquichuma
CATEGORÍA: Sitios naturales
TIPO: Ríos
SUBTIPO: Cascada

UBICACION

PROVINCIA: El Oro
CIUDAD y/o CANTON: Zaruma
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: Latitud: 3° 34,4' S Longitud: 79° 35,9 O

CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO: Piñas **DISTANCIA:** 81,5 Km.
POBLADO: Zaruma **DISTANCIA:** 18,2 Km.

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 1792 m.s.n.m.
TEMPERATURA: 15,3º C – 16,4º C
PRECIPITACION: 1252,8 mm^3 anuales.

a) Tamaño: Esta cascada tiene una altura de 100 metros y 5 metros de ancho aproximadamente.

b) Calidad del agua: Sus aguas son cristalinas sin presencia de contaminación, su temperatura es de 15^{o}C.

c) Flora y fauna: Entre la vegetación se puede observar árboles como la *Phihirusa sp.*, *Miconia sp.*, *Mollineda sp.*, *Clavija repanda* y la trepadora: *Monnina sp.* La diversidad de orquídeas corresponde a especies propias de bosque premontano a premontano bajo andino; los géneros más frecuentes son: *Racinea sp.*, *Guzmania sp.*, *Epidendrum sp.* *Stelis sp.*, *Elleanthus sp.*. Entre la fauna del sector se encuentra el oso Andino (*Tremarctos ornatus*) escaso en la zona y la Guatusa ó Gualilla (*Dasyprotata punctata*).

d) Descripción del paisaje: El paisaje consiste en la cascada misma. Esta presenta una caída de agua natural que baja por una pendiente rocosa. En la parte final de la caída, se observa un espejo de agua resguardado por piedras y rocas, que desemboca formando un riachuelo.

e) Descripción de las riberas: Se puede observar cerca de la orilla vegetación arbustiva, árboles propios del sector y piedras de diversos tamaños.

f) Islas existentes: No existen

g) Actividades Varias: Caminatas por el bosque y visitas a las Ruinas de Huayquichuma (sitio de filiación Cañari, del período poco investigado). Destacando la evaluación realizada por el arqueólogo Jaime Hidrovo, se calcula alrededor de 1000 años de antigüedad. El sitio está compuesto por una serie de terrazas agrícolas y varios complejos arquitectónicos dispuestos en un patrón urbano definido, de una urbe de cierta importancia.

h) Puentes y puertos: No existen

i) Navegabilidad: No aplica

j) Rápidos: No existen

k) Cañones: No existen

l) Pongos: No existen

m) Vados: No existen

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO)

Recreacional. La cascada en conjunto con el bosque forman un marco natural para las ruinas arqueológicas de Huayquichuma y podría ser también de interés científico para estudiosos de biodiversidad y patrones de distribución de especies.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado

CAUSAS:

Pertenece a dueños privados.

ENTORNO:

Deteriorado

CAUSAS:

Transformación del bosque a invernas.

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS
TERRESTRE: Carretera principal asfaltada. Lastrado bueno.
TRANSPORTE: Bus, carro 4x4, automóvil, taxi, etc.

TEMP. DE ACCESO:
DÍAS AL AÑO: 365
DÍAS AL MES: 30
HORAS AL DIA: 8

OBSERVACIONES: Asfaltado.- vía Machala-Zaruma. Lastrado.- 23,3 Km. de Zaruma a sitio donde se deja el vehículo. El acceso por carretera a este lugar permite quedarse lo más cerca posible, por lo cual desde la carretera hasta el atractivo las personas deben caminar por dos horas en ascenso.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA:

AGUA: Agua entubada
ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado
ALCANTARILLADO: Pozo séptico

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

Festividad de la Virgen del Rosario,	13,1 Km.
Iglesia San Juan Bautista (Paccha),	13,1 Km.
Ruinas de Huayquichuma,	3 Km.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Provincial

Corregida y actualizada por seminaristas. Irma Pérez, Daniela Paredes y Byron Flores.

ANEXO # 4

Ficha de atractivos turísticos, Cascada El Chimbo

DATOS GENERALES

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cascada El Chimbo
CATEGORÍA: Sitios naturales
TIPO: Ríos
SUBTIPO: Cascadas

UBICACION

PROVINCIA: El Oro
CANTÓN: Zaruma
LOCALIDAD: Salvias
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: Latitud: 3° 39,5' S Longitud: 79° 33,6' O

CENTROS URBANOS MAS CERCANO AL ATRACTIVO

POBLADO: Zaruma	**DISTANCIA:** 11,1 Km.
POBLADO: Piñas	**DISTANCIA:** 11,9 Km.

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 903 m.s.n.m.
TEMPERATURA: 21,3º C – 22,4º C
PRECIPITACION: 1252,8 mm^3 anuales.

a) Tamaño: Esta cascada tiene una altura de 10 metros aproximadamente. La caída de la misma se divide en dos fracciones.

b) Calidad del agua: El agua es transparente en su caída, pero en el fondo de la cuenca de caída de la misma se observa arena y sedimento, lo que provocan que la turbidez del agua. La temperatura de del agua es de 14º C.

c) Flora y Fauna: Debido al ecosistema y clima del lugar, se observa una gran variedad de flora y fauna. Entre la fauna presente en el lugar podemos mencionar: Ardilla (*Sciurus granatensis*), Conejo (*Sylvilagus*), Ratones de campo (*Pitlos sp.*), Colibrí (*Aglecactis*), Lechuza (*Tito alba*), Sapo (*phylobates sp.)*. Entre la flora del lugar se encuentra Achira (*Canna indica*), Berro (*Masturtium*), Menta (*Mentha viridis*), Amarillo (*Cypptocarya sp.),* Canelo (*Nectandia laurel*), Cedro (*Centella fissilis vell*), Guayacán (*Tabebula crisantha*), Laurel (*Myrica cenífera*), Nogal (*Juylans nigra*), Helechos (*Cyathea sp.*), Musgos (*Campilopus sp.)*

d) Descripción del paisaje: El paisaje consiste en la cascada en si mismo y la vegetación que le rodea, entre las que están los musgos, helechos, lianas, árboles y arbustos. En el lugar existen caminos adecuados para el fácil acceso de los visitantes al lugar.

e) Descripción de sus riberas: La cascada se encuentra rodeada de vegetación y grandes rocas sobre las que predominan los musgos. La cuenca de la cascada tiene una profundidad mediana.

f) Islas existentes: No existen

g) Actividades varias: Las actividades que se realizan son de recreación. Las personas acuden al lugar para utilizarlo como balneario.

h) Puentes y puertos: No existen

i) Navegabilidad: No es navegable

j) Rápidos: No existen

k) Cañones: No existen

l) Pongos: No existen.

m) Vados: No existen

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO)
Recreacional

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
Conservado

CAUSAS:
Poca influencia humana

ENTORNO:
Conservado

CAUSAS:
Poca influencia humana

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS
TERRESTRE: Lastrada.
TRANSPORTE: Bus, carro 4x4, automóvil, etc.

TEMP. DE ACCESO
DÍAS AL AÑO: 365
DÍAS AL MES: 30
HORAS AL DIA: 8

OBSERVACIONES

INFRAESTRUCTURA BÁSICA
AGUA: Entubada
ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado
ALCANTARILLADO: Pozo séptico

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Bosque protector Coca Coca,	1,6 Km.
Cascada El Molino,	4,2 Km.
Petroflifo de Salvias,	4,4 Km.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO
Local

Corregida y actualizada por seminaristas. Irma Pérez, Daniela Paredes y Byron Flores.

ANEXO # 5

Ficha de atractivos turísticos, Cascada El Molino

DATOS GENERALES

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cascada El Molino
CATEGORÍA: Sitios naturales
TIPO: Ríos
SUBTIPO: Cascadas

UBICACION

PROVINCIA: El Oro
CANTÓN: Zaruma
LOCALIDAD: Salvias
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: Latitud: 3° 37,8’ S Longitud: 79° 32,8’ O

CENTROS URBANOS MAS CERCANO AL ATRACTIVO

POBLADO: Zaruma	**DISTANCIA:** 22,4 Km.
POBLADO: Piñas	**DISTANCIA:** 13,4 Km.

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 1144 m.s.n.m.
TEMPERATURA: 21,3º C – 22,4º C
PRECIPITACION: 1252,8 mm^3 anuales.

n) Tamaño: Tiene una altura aproximada de 4 metros. También existe un tramo de roca de alrededor de un metro.

o) Calidad del agua: El agua es transparente y cristalina, con una temperatura de 14ºC.

p) Flora y Fauna: El clima de Zaruma corresponde al bosque húmedo premontano y su flora y fauna es un resultado de la riqueza de sus ecosistemas. En lo que respecta a la fauna podemos encontrar variedad de mamíferos, aves, insectos anfibios y reptiles como Ardilla (*Sciurus granatensis*), Conejos (*Sylvilagus*), Ratones de campo (*Pitlos sp.*), Colibrí (*Aglecactis*), Lechuza (*Tito alba*), Sapo (*phylobates sp.).* En cuanto a flora, la vegetación se reparte en maderable, medicinal y comestible, etc, pudiendo mencionar a Achira (*Canna indica*), Berro (*Masturtium*), Menta (*Mentha viridis*), Amarillo (*Cypptocarya sp.),* Canelo (*Nectandia laurel*), Cedro (*Centella fissilis vell*), Guayacán (*Tabebula crisantha*), Laurel (*Myrica cenífera*), Nogal (*Juylans nigra*), Helechos (*Cyathea sp.*), Musgos (*Campilopus sp.)*

q) Descripción del paisaje: El paisaje del lugar esta dado por la vegetación del lugar formando el ecosistema con la cascada. Las rocas de gran tamaño también marcan el paisaje y sobre ellas el verdor del musgo. La poza que se forma es pequeña y con fondo arenoso.

r) Descripción de sus riberas: La cascada esta rodeada de vegetación, donde predomina el musgo. De ambos lados se aprecia rocas de gran tamaño. Al final de la cascada se forma una poza de 3 metros de circunferencia.

s) Islas existentes: No existen

t) Actividades varias: Las actividades que se realizan son de recreación, las personas acuden al lugar a tomar un refrescante baño.

u) Puentes y puertos: No existen

v) Navegabilidad: No es navegable

w) Rápidos: No existen

x) Cañones: No existen

y) Pongos: No existen.

z) Vados: No existen

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO)
Recreacional

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
Conservado

CAUSAS:
Poca influencia humana

ENTORNO:
Conservado

CAUSAS:
Poca influencia humana

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS
TERRESTRE: Lastrada.
TRANSPORTE: Bus, carro 4x4, automóvil, etc.

TEMP. DE ACCESO
DÍAS AL AÑO: 365
DÍAS AL MES: 30
HORAS AL DIA: 8

OBSERVACIONES

INFRAESTRUCTURA BÁSICA
AGUA: Entubada
ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado
ALCANTARILLADO: Pozo séptico

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Bosque protector Coca Coca,	2,6 Km.
Cascada El Chimbo,	4,2 Km.
Petroflifo de Salvias,	5,4 Km.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO
Local

Corregida y actualizada por seminaristas. Irma Pérez, Daniela Paredes y Byron Flores.

ANEXO # 6

Ficha de atractivos turísticos, Centro Histórico

DATOS GENERALES

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Centro histórico (casas patrimoniales)
CATEGORÍA: Manifestaciones culturales
TIPO: Histórica
SUBTIPO: Zonas históricas - Sectores

UBICACIÓN

PROVINCIA: El Oro
CIUDAD y/o CANTON: Zaruma
PARROQUIA: Zaruma
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: Latitud: 3º 28' S Longitud: 79º 30' O

CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO: Machala	**DISTANCIA:** 857 Km.
POBLADO: Pasaje	**DISTANCIA:** 707 Km.

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 1150 m.s.n.m.
TEMPERATURA: 24 ^{o}C
PRECIPITACION: 1100 m^3

a) Estilo y ubicación: Los aspectos más sobresalientes que distinguen este sector son: la concentración de actividades urbanas en un espacio tan reducido y a la vez muy acogedor y las características arquitectónicas de unidad que conservan sus casas en ese sector. Las casas conservan un estilo tradicional que se conserva en toda la ciudad. Se encuentran ubicadas cerca de las calles que dan acceso a la Plaza de la Independencia.

   De todas esas casas la de mejor tratamiento es la que precisamente está frente al parque central, que se desdibuja apenas en el lado lateral y es distinta la factura en el tramo que tiene vista a la calle Bolívar.

   Si bien el inicio de la calle 10 de Agosto está marcado en la confluencia con la calle Bolívar y termina en la Samaniego, no todo este recorrido puede ser calificado como de las mismas características de equilibrio y armonía urbanos, a pesar de la presencia destacada de dos y hasta tres casas localizadas en la vereda de enfrente. La presencia del edificio del mercado no lo permite.

b) Estilo del entorno: Conservado debido a que forma parte del Patrimonio Cultural del Ecuador.

c) Época de construcción y conservación del estilo: Probablemente fueron construidas a finales del siglo XIX, e inicios del XX. Conservan la tipología de las edificaciones civiles de primer tipo en las que se desarrolla el portal como elemento urbano importante.

d) Colecciones al interior: La mayoría de las casas son viviendas privadas familiares, o han sido adaptadas como hoteles, por lo que se desconoce la existencia de colecciones al interior.

e) Pureza de colección: En un 80% se conserva la pureza del estilo, así como los materiales originales de construcción.

f) Estado de conservación: Debido a que son parte del patrimonio de esta ciudad no ha habido grandes cambios en ellas, conservando el estilo que las caracteriza.

g) Distribución espacial: En efecto, algo más de ocho metros de vía para el tránsito de autos en este tramo, junto con los portales de dos metros cada uno, permite el desarrollo, al mismo tiempo, de diversas actividades urbanas, que le ha dotado al sector de un dinamismo propio y diferente que el de otras zonas de la ciudad. Es uno de los sitios de mayor confluencia del tráfico dado el filtro que forma la calle poco antes de su final. La diversidad de comercios, oficinas de gestión privada, y la presencia de algún local destinado a función pública, que se hallan alineados en la planta baja de las casas, provoca una mayor circulación urbana que se resuelve con gran fluidez a través de la galería, siendo éste el elemento urbano más notable del lugar.

h) Materiales utilizados: El principal material constructivo utilizado es la madera, y en los tejados se utiliza la teja.

i) Clasificación de la muestra: No aplica

j) Objetos arqueológicos: No aplica

k) Cerámica: No aplica

l) Orfebrería: No aplica

m) Textiles: No aplica

n) Lítica: No aplica

o) Objetos varios: No aplica

p) Restos fósiles: No aplica

q) Artes plásticas: No aplica

r) Decoración: No aplica

s) Mobiliario: No aplica

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO)

La planta baja de las edificaciones está dedicada a locales comerciales, restaurantes, cafeterías y otros servicios dedicados en su mayoría a la actividad turística. La planta alta se encuentra dedicada a vivienda familiar o alojamientos para turistas.

Por ser las únicas edificaciones que conservan características muy singulares, propias de la arquitectura de Zaruma, además de ser destacada la ubicación en la que se encuentran, merecen ser tomadas en cuenta y distinguidas con la categoría de un bien cultural digno de rescatarse. La función a la que podría destinárselas puede garantizar en gran medida su conservación.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Alterado

CAUSAS:

A pesar de que sus fachadas han sido alteradas, el estado general de conservación de los inmuebles es digno de mencionarlo.

ENTORNO:

En proceso de deterioro

CAUSAS:

La mayor parte de las casas que se asientan alrededor de la Plaza de la Independencia han sido modificadas, alguna de ellas muestra evidente alteración, sin embargo el carácter y sobre todo el ambiente tradicional se conserva.

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS
TERRESTRE: Lastrado, asfaltado y adoquinado en excelentes condiciones
TRANSPORTE: Bus, carro 4x4, automóvil, etc.

TEMP. DE ACCESO:
DÍAS AL AÑO: 365
DÍAS AL MES: 30
HORAS AL DIA: 24

OBSERVACIONES: Desde Zaruma hay transporte diario a Quito, Guayaquil y Machala. El actual uso de los inmuebles, no permite el ingreso para hacer visitas internas de las mismas, por lo cual sólo pueden ser apreciadas desde la parte externa.

El acceso a Zaruma por vía asfaltada se lo hace desde Machala, mientras que desde Salvia y Malvas se lo hace por vías lastradas.

Las calles del centro histórico son estrechas, con una traza que sigue la peculiar topografía del terreno, y escasez de espacio para parqueos, lo que dificulta el desplazamiento de turistas en vehículos particulares causando incluso congestión en el tráfico, por lo que se recomienda un recorrido a pie.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA:

AGUA: Agua potable
ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado
ALCANTARILLADO: Red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Fundidor de Bronce	10.9 Km.
Santuario de la Virgen de los Remedios	15.1 Km.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Provincial, nacional e internacional

Corregida y actualizada por seminaristas. Irma Pérez, Daniela Paredes y Byron Flores.

ANEXO # 7

Ficha de atractivos turísticos, Cerro Chivaturco

DATOS GENERALES

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cerro Chivaturco
CATEGORÍA: Sitios naturales
TIPO: Montañas
SUBTIPO: Colina

UBICACION

PROVINCIA: El Oro
CANTÓN: Zaruma
PARRROQUIA: Salvias
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: Latitud: 3° 37' S Longitud: 79° 29,3' O

CENTROS URBANOS MAS CERCANO AL ATRACTIVO

POBLADO: Zaruma	**DISTANCIA:** 22,4 Km.
POBLADO: Piñas	**DISTANCIA:** 23,2 Km.

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 2353 m.s.n.m.
TEMPERATURA: 11,3º C – 22,4º C
PRECIPITACION: 1252,8 mm^3 anuales.

a) Altura y morfología: Tiene una altura de 2557 metros. Su nombre de origen cañari significa "Lodo de la Chiva"; se cree que el cerro fue considerado como un lugar sagrado por los primeros pobladores del sector, debido a los importantes vestigios arqueológicos que aquí se pueden observar y que pertenecen al periodo de integración de 500 a 600 años aproximadamente.

b) Flora y Fauna: Entre la fauna que comúnmente se puede observar se encuentran las ardillas (*Sciurus granatensis*) y los ratones de campo (*Pitlos sp.*). La vegetación con mayor predominancia en el sector son los matorrales en la parte alta, y los árboles frutales y maderables en la parte baja. Entre algunas de las especies se puede mencionar: Achira (*Canna* *indica*), Canelo (*Nectandia laurel),* Guayacán (*Tabebula crisantha*), Laurel (*Myrica cenífera*), Nogal (*Juylans nigra*).

c) Descripción del paisaje: La experiencia en este lugar es inolvidable debido a los diversos atractivos naturales del sector. Desde el lugar se puede observar las montanas que lo rodean así como la biodiversidad del cerro mismo incluyendo las cascadas y restos arqueológicos que se pueden encontrar.

d) Nieves perpetuas: No existen nieves.

e) Dimensión de cráteres: No existen cráteres.

f) Formación geológica: De acuerdo a su propia estructura geológica, la parte alta es irregular, siendo terrenos ígneos de edades cretácicas o terciarias, volcanismo antiguo sean de origen intrusito o efusivo.

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO)
Caminatas
Observación de flora y fauna
Observación de arqueología

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
En proceso de deterioro

CAUSAS:
Deforestación

ENTORNO:
Conservado

CAUSAS:
Se encuentra en un área urbana que le dan continuo mantenimiento.

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS
TERRESTRE: Lastrada.
TRANSPORTE: Bus, carro 4x4, automóvil, etc.

TEMP. DE ACCESO
DÍAS AL AÑO: 365
DÍAS AL MES: 30
HORAS AL DIA: 8

OBSERVACIONES

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: Entubada
ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado
ALCANTARILLADO: Red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Cascada de Chacacapac,	4,0 km.
Cascada El Molino,	4,9 Km.
Cerro de Arcos,	7,4 Km.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local

Corregida y actualizada por seminaristas. Irma Pérez, Daniela Paredes y Byron Flores.

ANEXO # 8

Ficha de atractivos turísticos, Cerro de Arcos

DATOS GENERALES

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cerro de Arcos
CATEGORÍA: Sitios naturales
TIPO: Montañas
SUBTIPO: Alta Montaña

UBICACION

PROVINCIA: El Oro
CIUDAD y/o CANTON: Zaruma
PARROQUIA: Salvias
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: Latitud: 3º 33,8' S   Longitud: 79º 28,1' O

CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO: Machala   **DISTANCIA:** 96,8 Km.
POBLADO: Zaruma   **DISTANCIA:** 33,6 Km..

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 3683 m.s.n.m.
TEMPERATURA: -3º C - -2º C
PRECIPITACION: 1252 m^3 anuales.

a) Altura y morfología: El cerro posee una superficie de 3500 m.s.n.m., Presenta deformaciones rocosas naturales y una belleza impresionante.

b) Flora y fauna: Entre la vegetación predominante se encuentran los pinos y vegetancion propia de zonas altas. También se observa chuquirahua (*Chuquiraga jussieui*), achupalla (*Puya cf. bamata*) y el aguarongo. Ente la fauna se encuentran animales como el oso Andino (*Tremarctos ornatus*) y la Guatusa ó Gualilla (*Dasyprotata punctata*).

c) Descripción del paisaje: Majestuosa elevación de roca que no presenta una forma definida. Se puede observar unos picos en la parte superior que lo identifican. Estando en este lugar se puede apreciar formaciones rocosas a manera de arcos las cuales le dan su nombre y otras formaciones que asemejan figuras. Se encuentra en el límite de las Provincias de El Oro y Loja.

d) Nieves perpetuas: No existen

e) Dimensión de cráteres: No existen

f) Formación Geológica: Es de origen volcánico

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO)
Este cerro es ideal para hacer trekking (caminatas). En el mes de noviembre, los turistas se reúnen para observar ovnis desde la explanada que existe en el atractivo.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
Conservado

CAUSAS:
Debido a la poca facilidad de acceso por el clima y la condición de la carretera.

ENTORNO:
Conservado

CAUSAS:
Debido a que se encuentra en una zona rural.

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS
TERRESTRE: Carretera hacia el atractivo lastrada pero en malas condiciones y una parte de éste es suelo natural en la parte más próxima al atractivo.
TRANSPORTE: Bus, carro 4x4, automóvil, taxi, etc.

TEMP. DE ACCESO:
DÍAS AL AÑO: 365
DÍAS AL MES: 30
HORAS AL DIA: 8

OBSERVACIONES: En el mes de noviembre y diciembre se puede acampar; es aconsejable visitarlo desde el mes de octubre hasta junio, con ropa deportiva abrigada. De enero a junio preferible usar botas.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA:
AGUA: Agua entubada
ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado
ALCANTARILLADO: Pozo séptico

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

Cascada de Chaca Cápac,	4,0 km.
Cascada El Molino,	12,1 Km.
Cerro Chivaturco,	11,4 Km.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO
Provincial

Corregida y actualizada por seminaristas. Irma Pérez, Daniela Paredes y Byron Flores.

ANEXO # 9

Ficha de atractivos turísticos, Cerro El Calvario

DATOS GENERALES

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cerro El Calvario
CATEGORÍA: Sitios naturales
TIPO: Montañas
SUBTIPO: Cerro

UBICACION

PROVINCIA: El Oro
CIUDAD y/o CANTON: Zaruma
PARROQUIA: Zaruma
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: Latitud: 3º 41,2’ S Longitud: 79º 36,6’ O

CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO: Piñas	**DISTANCIA:** 12,6 Km.
POBLADO: Zaruma	**DISTANCIA:** 1,3 Km.

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 1360 m.s.n.m.
TEMPERATURA: 21,3º C – 22,4º C
PRECIPITACION: 1252 m^3 anuales.

a) Altura y morfología: Su altura es de 1500 metros; y, tiene forma trapezoide con base ancha, cumbre obtusa y suelo ferro-arcilloso.

b) Flora y fauna: La vegetación está constituida mayormente por herbáceas y rastreras. Entre la fauna mayormente observada se encuentran las aves.

c) Descripción del paisaje: Ubicado al noreste de la ciudad de Zaruma, desde la parte más alta del atractivo se contempla toda la ciudad de Zaruma, al fondo del río calera, el río Amarillo y la ciudad de Portovelo, así como toda la cadena montañosa que rodea Zaruma. Desde esta parte alta del atractivo se divisa toda la ciudad de Zaruma la misma que siempre desde las carreteras circundantes como son desde el camino a Piñas, Paccha o Portovelo

d) Nieves perpetuas: No existen

e) Dimensión de cráteres: No existen

f) Formación Geológica: Su constitución es de Andesita, una de las rocas más antiguas.

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO)
Usado como Mirador y para realizar la Peregrinación en Semana Santa.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
Alterado

CAUSAS:
Debido a la deforestación que ha sufrido esta loma, actualmente no se encuentra flora nativa, lo que existe corresponde a malezas producto de la sucesión secundaria.

ENTORNO:
Deteriorado

CAUSAS:
Debido al desarrollo urbano en las faldas de esta loma.

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS
TERRESTRE: Carretera hacia el atractivo lastrada
TRANSPORTE: Bus, carro 4x4, automóvil, taxi, etc.

TEMP. DE ACCESO:
DÍAS AL AÑO: 365
DÍAS AL MES: 30
HORAS AL DIA: 8

OBSERVACIONES: No existe transporte especialmente para este atractivo. Por lo que la única manera de llegar al atractivo es caminando.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA:
AGUA: Agua potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado
ALCANTARILLADO: Red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

Bosque de Huayquichuma	16 Km.
Museo de Magner Turner	2 Km.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local

Corregida y actualizada por seminaristas. Irma Pérez, Daniela Paredes y Byron Flores.

ANEXO # 10

Ficha de atractivos turísticos, Iglesia de Salvias

DATOS GENERALES

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Iglesia de Salvias
CATEGORÍA: Manifestación Cultural
TIPO: Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas Contemporáneas
SUBTIPO: Obras Técnicas

UBICACION

PROVINCIA: El Oro
CANTÓN: Zaruma
PARROQUIA: Salvias
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: Latitud: 3º 38,2' S Longitud: 79º 32,8' O

CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO: Zaruma **DISTANCIA:** 13,7 Km.
POBLADO: Piñas **DISTANCIA:** 15,3 Km.

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 1115 m.s.n.m.
TEMPERATURA: 21,3º C – 22,4º C
PRECIPITACION: 1252,8 mm^3 anuales.

a) Clase de obra: Religiosa

b) Utilidad: Se la utiliza como lugar de congregación de los fieles católicos.

c) Estilo de construcción: No presenta características que la puedan definir como un estilo en particular, por lo tanto se puede decir que es un estilo moderno.

d) Área de construcción: 265 m^2 aproximadamente.

e) Área de influencia: Abarca toda la parroquia de Salvias

f) Distribución espacial: La iglesia consta de una sola nave central, el altar mayor, el cual esta labrado en una gran piedra que sobresale con mucho la altura de la iglesia y su torre central.
g) Materiales de construcción: Roca labrada, vidrio, cemento, baldosas, hojas de zinc, hierro.

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO)

En la Iglesia se venera a María Auxiliadora. Según cuenta la historia en el siglo XIX. El Emperador Napoleón movido por su ambición y orgullo encarcela al Papa Pío VII, el Sumo Pontífice llevaba varios años en prisión y no existía la posibilidad que sea liberado; pues el Emperador era el más poderoso gobernante de ese tiempo.

En estas circunstancias el Papa Pío VII realiza una promesa "*Oh, Madre de Dios, si me libras de esta indigna prisión, te honraré decretándote una nueva fiesta en la Iglesia Católica*"

Pronto vino lo inesperado; Napoleón había dicho "*Las excomuniones del Papa no son capaces de quitar un fusil de las manos a mis soldados*" observó con desilusión como en Rusia donde había ido a luchar el frío helaba las manos a sus soldados y las armas se les caían, el Emperador que había ido deslumbrante con su famoso ejercito regresó derrotado con uno pocos y heridos hombres; al regresar se encontró con un fuerte ejercito preparado por sus adversarios, quienes pusieron fin a su mandato, siendo apresado para el resto de su vida.

El 24 de mayo de 1814, el Papa regresa triunfante a su Sede Pontificia en la ciudad de Roma, y en agradecimiento por este noble favor, Pío VII decreta al 24 de Mayo como la fiesta de María Auxiliadora en acción de gracias a la Madre de Dios.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado

CAUSAS:

Las personas de la iglesia le dan la limpieza y el mantenimiento necesario.

ENTORNO:

En proceso de deterioro.

CAUSAS:

Presencia humana, falta de mantenimiento.

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

TERRESTRE: Lastrado
TRANSPORTE: camioneta, 4x4, automóvil

TEMP. DE ACCESO
DÍAS AL AÑO: 360
DÍAS AL MES: 30
HORAS AL DIA: 12

OBSERVACIONES

INFRAESTRUCTURA BÁSICA
AGUA: Entubada
ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado
ALCANTARILLADO: Red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS
Bosque protector Coca Coca,	2,8 Km.
Cascada El Molino,	5,4 Km.
Cascada Chorro Blanco,	5,2 Km.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO
Provincial

Corregida y actualizada por seminaristas. Irma Pérez, Daniela Paredes y Byron Flores.

ANEXO # 11

Ficha de atractivos turísticos, elaboración de manjar de leche

DATOS GENERALES

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Elaboración de manjar de leche
CATEGORÍA: Manifestación cultural
TIPO: Etnografía
SUBTIPO: Artesanías

UBICACION

PROVINCIA: El Oro
CANTÓN: Zaruma
SITIO: El Faique
DIRECCIÓN: vía Portovelo – Zaruma, Km. 1.5, sin número.
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: Latitud: 3° 41.5’ S   Longitud: 79° 36.5’ O

CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO: Zaruma	**DISTANCIA:** 0,3 Km.
POBLADO: Piñas	**DISTANCIA:** 11,7 Km.

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 1205 m.s.n.m.
TEMPERATURA: 21,3º C – 22,4º C
PRECIPITACION: 1252,8 mm^3 anuales.

a) Procedencia: Las materias primas utilizadas (azúcar y leche) son adquiridos a los productores locales.

b) Lugar y venta: El manjar se expende en el mismo local dónde es elaborada, en la parte delantera de la construcción, y es distribuido además a nivel nacional.

c) Calidad del producto: El producto presenta una consistencia cremosa y uniforme, de color café. Su sabor es dulce, y de primera calidad. Se lo entrega en envases plásticos transparentes (tarrinas) elaborados para este fin.

d) Volumen de productos y ventas: Tienen una producción de 10.000 tarrrinas mensuales, vendidas a US$1,00 cada una.

e) Persona que labora: En este lugar trabajan de dos a cuatro personas de la familia. La propietaria es la Señora Tania Sánchez.

z) Proceso de elaboración: En una paila de bronce se pone a hervir la leche con el azúcar durante cuatro horas moviéndolo constantemente para evitar que se pegue o se queme, hasta que va tomando su punto. Una vez preparado se envasa en tarrinas plásticas, aún caliente el producto.

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO)
Representa los productos elaborados a partir de la tradición ganadera local, de la parte alta de la provincia. La elaboración de manjar de leche esta difundida a otras zonas de la provincia, como en el cantón Piñas.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
Conservado

CAUSAS:
Su amplia demanda en el mercado ha asegurado su supervivencia, transformándose en un proceso semi-industrial.

ENTORNO:
Conservado

CAUSAS:
Se da un mantenimiento constante a las instalaciones existentes.

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS
TERRESTRE: Asfaltada (buen estado)
TRANSPORTE: Bus, carro 4x4, automóvil, taxi.

TEMP. DE ACCESO:
DÍAS AL AÑO: 365
DÍAS AL MES: 30
HORAS AL DIA: 8

OBSERVACIONES: La vía que conecta Portovelo con Zaruma es asfalta y se encuentra en buen estado, lo permite su visita en cualquier época del año. Se cuenta con buses que se dirigen desde y hacia Zaruma, y servicio de taxis desde la ciudad de Zaruma.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA:

AGUA: Entubada
ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado
ALCANTARILLADO: Pozo séptico

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

Café Zarumeño,	0 Km.
Artesanías con elementos reciclados JEMICRE,	0 Km.
Elaboración de manjar de leche	0 Km.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Provincial

Corregida y actualizada por seminaristas. Irma Pérez, Daniela Paredes y Byron Flores.

ANEXO # 12

Ficha de atractivos turísticos, Mina El Sexmo

DATOS GENERALES

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Mina El Sexmo
CATEGORÍA: Manifestaciones culturales
TIPO: realizaciones técnicas, artísticas y científicas contemporáneas.
SUBTIPO: Explotaciones mineras

UBICACIÓN

PROVINCIA: El Oro
CANTÓN: Zaruma
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: Latitud: 3º 41,3' S Longitud: 79º 36,8' O

CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO: Zaruma	**DISTANCIA:** 1,9 Km.
POBLADO: Piñas	**DISTANCIA:** 13,4 Km.

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 1230 m.s.n.m.
TEMPERATURA: 21,3º C – 22,4º C
PRECIPITACION: 1252,8 mm^3 anuales

a) Área: Se puede recorrer un área de 500 metros de un túnel que conduce dentro de la mina.

b) Descripción del paisaje: Se encuentra enclavado en la cordillera de lo Andes, en la denominada parte alta de El Oro, donde las montanas son las llamativas, con su vegetación propia del sector.

c) Producto y materiales: Desde la época de la colonia la mina fue explotada en búsqueda de oro, actualmente, la empresa BIRA junto con las autoridades locales están desarrollando un proyecto con el legado histórico de la micro región y abre sus puertas como una mina turística.

d) Instalaciones existentes: al final del recorrido en el túnel de la mina, se encuentran locales comerciales de artesanías y recuerdos, además de la cafetería y los baños. Ponen a disposición del público su terraza de eventos y sala de conferencia.

e) Forma de explotación: La explotación de la mina antiguamente era artesanal.

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO)
Recreacional

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
Conservado

CAUSAS:
Los participantes directos del proyecto le dan constante mantenimiento ya que forma parte del legado histórico de la ciudad.

ENTORNO:
Conservado

CAUSAS:
Área urbana con mantenimiento continuo.

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIA
TERRESTRE: Asfaltada (buen estado)
TRANSPORTE: Bus, carro 4x4, automóvil, taxi.

TEMP. DE ACCESO
DÍAS AL AÑO: 360
DÍAS AL MES: 30
HORAS AL DIA: 8

OBSERVACIONES

INFRAESTRUCTURA BÁSICA
AGUA: Entubada
ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado
ALCANTARILLADO: Red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Cerro Calvario,	0,3 Km.
Batea Rumi (Piscina Municipal),	1,2 Km.

Artesanias mineras (Hercursa), 0,5

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO
Local

Corregida y actualizada por seminaristas. Irma Pérez, Daniela Paredes y Byron Flores.

ANEXO # 13

Ficha de atractivos turísticos, Museo Municipal del Cantón Zaruma

DATOS GENERALES

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Museo Municipal del Cantón de Zaruma
CATEGORÍA: Manifestaciones culturales
TIPO: Históricas
SUBTIPO: Museo

UBICACION

PROVINCIA: El Oro
CANTON: Zaruma
PARROQUIA: Zaruma
DIRECCION: 9 de Octubre y Sucre

CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO: Zaruma	**DISTANCIA:** 0,3 Km.
POBLADO: Piñas	**DISTANCIA:** 11,7 Km.

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 1300 metros
TEMPERATURA: 24 ªC
PRECIPITACION: 1000 milímetros cúbicos

a) Colecciones al interior:
Arqueología.- Piedra, cerámica y metal.
Arte religioso.- Santos y divinidades talladas en madera y partes de la arquitectura colonial de las iglesias.
Etnografía.- Muestrario de los vestidos típicos de algunas regiones de la costa y la sierra, fotografías y grabados de principio de siglo.
Históricas.- Armas de pólvora, como pistolas y escopetas y armas blancas como sables.
Objetos de las compañías mineras desde 1896.
Faroles públicos de 1921 de la primera planta eléctrica de la provincia.
Paleontología.- Madera petrificada y fósiles.

b) Pureza de colección: Las colecciones de arqueología e historia son auténticas en un 95%. Se calcula unos 2.000 elementos en la exhibición.

c) Estado de conservación: Es bastante bueno por los cuidados y mantenimiento del municipio.

d) Distribución espacial: La sala del museo ocupa un área de 200 metros cuadrados, en el antiguo edificio del Palacio Municipal, en su salón principal. Las colecciones se encuentran expuestas en vitrinas sin un guión museográfico bien elaborado que ordene la presentación y con una iluminación insuficiente. El orden de las vitrinas es arbitrario sin delimitar la circulación dentro de los cuartos.

e) Muestras relevantes: Se destaca los elementos coloniales y republicanos el museo, que recogen la historia local: Armas de pólvora, como pistolas y escopetas y armas blancas como sables. Objetos de las compañías mineras desde 1896. Faroles públicos de 1921 de la primera planta eléctrica de la provincia. Santos y Divinidades talladas en madera y partes de la arquitectura colonial de las iglesias.

f) Clasificación de las muestras: La filiación del material de cerámica es del Formativo, Valdivia; desarrollo regional de la fase de Jambelí, La Tolita, y también tiene materiales de Integración, Milagro-Quevedo, Manteño e Inca.

   La colección de metales se divide en material, Milagro-Quevedo, Manteño e Inca.

g) Cerámicas: Cuencos antropomorfos, cuencos simples, vasijas, urnas funerarias y figurines.

h) Líticas: Hachas, morteros, bateas, manos, metales, boleadoras y rompecabezas.

i) Metales: Hachas de cobre Milagro-Quevedo y Urpus de filiación Inca.

j) Paleontológica: Madera petrificada y fósiles traídos de Puyango.

k) Objetos varios: También es patrimonio del municipio una imprenta del siglo pasado que no se encuentra en exhibición.

l) Otros servicios: En convenio con la Casa de la Cultura se realizan exposiciones de arte contemporáneo, artesanías, manualidades etc.

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO)

El museo recoge buena parte de la riqueza histórica de la antigua ciudad capital de la provincia durante la colonia y principios de la república. La independencia regional, el inicio de la actividad minera, la primera planta eléctrica, la imprenta, los distintos hitos históricos de la cultura local están reflejados en el museo que guarda y mantiene la identidad de la provincia.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
Conservado

CAUSAS:
Por el cuidado y mantenimiento del municipio.
ENTORNO:
En proceso de deterioro
CAUSAS:
El edificio del Antiguo Palacio Municipal donde se encuentra el museo necesita una urgente restauración.

APOYO
INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS
TERRESTRE: Lastrada.
TRANSPORTE: Bus, carro 4x4, automóvil, etc.

TEMP. DE ACCESO
DÍAS AL AÑO: 264
DÍAS AL MES: 22
HORAS AL DIA: 8

OBSERVACIONES

INFRAESTRUCTURA BÁSICA
AGUA: Potable
ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado
ALCANTARILLADO: Red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Artesanías mineras (Hercursa),	0 Km.
Artesanías con elementos reciclados JEMICRE	0 Km.
Elaboración de manjar de leche	0 Km.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO
Provincial

Corregida y actualizada por seminaristas. Irma Pérez, Daniela Paredes y Byron Flores.

ANEXO # 14

Ficha de atractivos turísticos, Orquideario Gálvez

DATOS GENERALES

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Orquideario Gálvez
CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales
TIPO: Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas.
SUBTIPO: Orquidearios

UBICACION

PROVINCIA: El Oro
CANTÓN: Zaruma
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: Latitud: 3º 40,4' S Longitud: 79º 37,6' O

CENTROS URBANOS MAS CERCANO AL ATRACTIVO

POBLADO: Zaruma **DISTANCIA:** 3,6 Km.
POBLADO: Piñas **DISTANCIA:** 14,4 Km.

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 1165 m.s.n.m.
TEMPERATURA: 21,3º C – 22,4º C
PRECIPITACION: 1252,8 mm^3 anuales.

a) Actividades que se desarrollan: Conservación de especies de epifitas, criadero de tilapia. Sirve como un lugar para que el visitante se recree y conozca acerca de la diversidad de epifitas que tiene el Ecuador.

b) Instalaciones existentes: En el área se en encuentra el orquideario donde se desarrollan pequeños huertos. Presentan piscinas de criadero de tilapias, sirviendo este lugar también como hogar de los propietarios del criadero (Familia Gálvez).

c) Objetivos y Metas: El propósito del lugar es de Conservar especies de epifitas, Promover y difundir el conocimiento de las orquídeas, Criar tilapias, fomentando así el cuidado de la naturaleza y turismo ecológico.

d) Flora: Entre los géneros que ponemos apreciar se encuentran: Epidendrum, Oncidium, Stelis, Stanheopea, Catleyas, Vriesia (introducida), teniendo a *Cattleya máxima* como la especie mas representativa.

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO)
Cría de orquídeas de la provincia de El Oro.
Recreacional

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
Conservado

CAUSAS:
Los dueños procuran su mantenimiento continuo

ENTORNO:
Conservado

CAUSAS:
Se encuentra en un área rural, donde la influencia del hombre es mínima.

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS
TERRESTRE: Lastrada.
TRANSPORTE: Bus, carro 4x4, automóvil, etc.

TEMP. DE ACCESO
DÍAS AL AÑO: 360
DÍAS AL MES: 30
HORAS AL DIA: 8

OBSERVACIONES

INFRAESTRUCTURA BÁSICA
AGUA: Entubada
ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado
ALCANTARILLADO: Red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Fundidor de bronce,	6,606 Km.
Grupo Folclórico,	2,106 Km.
Bocaditos artesanales,	0,06 Km.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO
Provincial

Corregida y actualizada por seminaristas. Irma Pérez, Daniela Paredes y Byron Flores.

ANEXO # 15

Ficha de atractivos turísticos, Petroglifo de Salvias

DATOS GENERALES

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Petroglifo de Salvias
CATEGORÍA: Manifestaciones culturales
TIPO: Históricos
SUBTIPO: Sitios arqueológicos

UBICACION

PROVINCIA: El Oro
CIUDAD y/o CANTON: Zaruma
PARROQUIA: Salvias
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: Latitud: 3º 38,2' S Longitud: 79º 32,8' O

CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO: Zaruma **DISTANCIA:** 13,7 Km.
POBLADO: Piñas **DISTANCIA:** 15,3 Km.

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 1115 m.s.n.m.
TEMPERATURA: 21,3º C – 22,4º C
PRECIPITACION: 1252 m^3 anuales.

a) Estilo: No aplica

b) Conservación del estilo: No aplica

c) Estilo del entorno: No aplica

d) Época de construcción: No aplica

e) Colecciones al interior: No aplica

f) Pureza de colección: Ha sido removida de su sitio original y ahora se encuentra localizada en el interior de una escuela, perdiendo en parte su originalidad contextual, sin embargo el petroglifo conserva su autenticidad esencial.

g) Estado de conservación: Su estado es bastante bueno por estar en un lugar seco, si bien al aire libre, pero es oportuno recomendar medidas de conservación y mantenimiento.

h) Distribución espacial: El petroglifo formado por una piedra de alrededor de 2 x 1 metros, parece representar algunos símbolos humanos en relación a la geografía local ya que el petroglifo es similar a la representación del curso del río y sus principales cerros.

El concepto de una geografía sagrada esta presente es las sociedades indígenas del Ecuador, por lo cual es una hipótesis aceptable. Se calcula una antigüedad de 800 a 1.000 años.

i) Materiales utilizados: No aplica

j) Muestras relevantes: No aplica

k) Clasificación de la muestra: No aplica

l) Objetos arqueológicos: No aplica

m) Cerámica: No aplica

n) Orfebrería: No aplica

o) Textiles: No aplica

p) Lítica: No aplica

q) Objetos varios: No aplica

r) Restos fósiles: No aplica

s) Artes plásticas: No aplica

t) Decoración: No aplica

u) Mobiliario: No aplica

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO)

Es una evidencia inédita del arte y la ideología de los indígenas del Ecuador, formando parte del patrimonio cultural del Ecuador.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado

CAUSAS:
Por estar en un medio ambiente menos dañino que el río, pero se necesita acciones de conservación

ENTORNO:
Conservado

CAUSAS:
Es el medio de una comunidad rural

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS
TERRESTRE: Lastrada.
TRANSPORTE: Bus, carro 4x4, automóvil, etc.

TEMP. DE ACCESO:
DÍAS AL AÑO: 365
DÍAS AL MES: 30
HORAS AL DIA: 8

OBSERVACIONES: Asfaltado: vía Machala a Zaruma. Lastrado: 14.2 Km. de Zaruma a Salvia. No es visitado con frecuencia establecida, se debe coordinar con el rector de la escuela donde se encuentra el petroglifo.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA:
AGUA: Potable
ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado
ALCANTARILLADO: Red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:
Bosque Protector Coca Coca,	2,8 Km.
Cascada El Molino,	5,4 Km.
Cascada Chorro Blanco,	5,2 Km.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO
Local

ANEXO # 16

Ficha de atractivos turísticos, Río Salvia

DATOS GENERALES

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Río Salvia
CATEGORÍA: Sitios naturales
TIPO: Ríos
SUBTIPO: Rápidos

UBICACION

PROVINCIA: El Oro
CIUDAD y/o CANTON: Zaruma
PARROQUIA: Salvia
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: Latitud: 3º 38,2' S   Longitud: 79º 32,8' O

CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO: Zaruma   **DISTANCIA:** 13,7 Km.
POBLADO: Piñas   **DISTANCIA:** 15,3 Km.

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 1115 m.s.n.m.
TEMPERATURA: 21,3º C – 22,4º C
PRECIPITACION: 1252,8 mm^3 anuales.

a) Tamaño: En el sitio del atractivo el rápido mide aproximadamente 10 m de ancho.

b) Calidad de agua: El color de sus aguas es verde transparente, con una temperatura de 18 ºC y una transparencia de 50 cm.

c) Descripción del paisaje, su caudal y riberas: Las riberas derecha e izquierda se encuentran cubiertas por árboles de guayaba (*Psidium guayaba*) y pasto (*Cortadería sp.*), el zig-zig zig-zig (*Cortaderia sp*).

   El río en si posee grandes piedras en medio de su cauce, permitiendo que el agua golpee en el descenso de su caudal, el cual es aumentado por el declive propio de la bajada.

d) Flora y fauna: Entre la vegetación observada en el sector del lugar, se encuentra la mencionada en el literal anterior.

e) Actividades varias: El río es utilizado por la población del lugar para el lavado de ropa (comúnmente los fines de semana) y para el regadío de los cultivos de las huertas familiares del sector.

f) Puentes y puertos: No existe

g) Navegabilidad: Debido al subtipo del río (rápido), es poco recomendable su uso para la navegación.

h) Pongos: No existen

i) Remanso - Vados: No existe

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO)
Balneario en fin de semana y los meses de verano; y, lavandería de ropa en fin de semana.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
Conservado

CAUSAS:
El atractivo como tal se encuentra conservado ya que al momento no existe ningún tipo de obra de infraestructura.

ENTORNO:
Deteriorado

CAUSAS:
El entorno ya tiene al momento impacto agrícola y asentamientos humanos.

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS
TERRESTRE: Lastrada y asfaltado bueno
TRANSPORTE: Bus, carro 4x4, automóvil, etc.

TEMP. DE ACCESO:
DÍAS AL AÑO: 365

DÍAS AL MES: 30
HORAS AL DIA: 8
OBSERVACIONES: Asfaltado: la vía Machala-Zaruma. Lastrado: 14,2 Km. desde Zaruma a Salvia

INFRAESTRUCTURA BÁSICA:

AGUA: Agua entubada
ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado
ALCANTARILLADO: Pozo séptico

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Cerro El Calvario	14.2 Km.
Criadero de Tilapia	39.3 Km.
Mirador de la Piscina	14.2 Km.
Museo Magner Turner	39.3 Km.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO
Local

Corregida y actualizada por seminaristas. Irma Pérez, Daniela Paredes y Byron Flores.

ANEXO # 17

Ficha de atractivos turísticos, Santuario Virgen Carmen

DATOS GENERALES

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Iglesia Matriz , Santuario Virgen del Carmen.
CATEGORÍA: Manifestaciones culturales
TIPO: Históricas
SUBTIPO: Arquitectura religiosa

UBICACION

PROVINCIA: El Oro
CANTON: Zaruma
PARROQUIA: Zaruma
DIRECCION: Chiriboga y Rocafuerte (frente a la Plaza de la Independencia)
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: Latitud: 3º 41,5' S   Longitud: 79º 36,6' O

CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

POBLADO: Zaruma	**DISTANCIA:** 0,3 Km.
POBLADO: Piñas	**DISTANCIA:** 11,7 Km.

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 1205 m.s.n.m.
TEMPERATURA: 21,3º C – 22,4º C
PRECIPITACION: 1252 m^3 anuales.

a) Reseña histórica: La antigua iglesia matriz de la ciudad de Zaruma ha sido varias veces reconstruida, correspondiendo la imagen actual a la última importante intervención, que se realizara a principios del presente siglo. El afán de los pobladores por mantenerla ha sido factor decisivo para su conservación.

La fecha de la última reconstrucción arranca en julio de 1912 y termina en marzo de 1930, según reza en la inscripción ubicada en un costado de la puerta principal de ingreso al templo. Hacia esa fecha se terminó de construir la torre, una vez colocado el reloj, mismo que fuera importado de algún país europeo.

b) Ubicación: Se encuentra ubicada en uno de los costados laterales del parque central, en la parte más alta del principal recorrido turístico de la ciudad, ofrece también otro acceso interesante al visitante, a través de una ondulada escalinata cuyo remate está a pocos metros antes del ingreso al templo por la portada a pies. Sus otros dos límites son dos calles, la posterior en pendiente y la lateral al mismo nivel, ambas estrechas y de agradable paseo.

c) Estilo y conservación del estilo: De líneas neogóticas su aspecto exterior e interior, conserva en gran medida la tipología original, su emplazamiento y dimensiones básicas.

d) Distribución espacial: De aproximadamente 60 metros de largo por un ancho de 15, su distribución espacial interior en tres naves es apreciable por el exterior por la distinta altura de la nave central que cobija a las dos laterales y, también por la ubicación de las dos ventanas que resguardan el ingreso principal al templo.

   En su interior, las naves laterales están separadas del espacio central por pilares de madera, los que formando arcos ojivales, sustentan un estrecho corredor superior que resguardado por un pasamano da vuelta toda la nave central, ésta recibe luz natural directa a través de llamativas ventanas altas, de doble motivo apuntado, que se alinean en los nueve ejes transversales en los que está conformada la iglesia.

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO)

El esfuerzo realizado por los pobladores para la conservación de la iglesia matriz de la ciudad es digno de destacarse como un hecho relevante. Se conjugan en este propósito el carácter religioso de sus habitantes como también la habilidad artesanal y el buen gusto para mantener el volumen arquitectónico en su antigua expresión.

Ha sido muy valiosa esta actitud ciudadana. Si ésta la combinamos con el esfuerzo institucional, a nivel local y nacional, los logros serán mayores. Juntar los esfuerzos de todos en la recuperación del patrimonio cultural es una acción en la que debemos estar inmersos los ecuatorianos.

La conservación de este bien cultural no ha sido y no deberá ser con exclusividad, canalizada por lo que materialmente representa, sino sobre todo por el simbolismo que tiene para la población.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
Conservado

CAUSAS:
Si bien ha sufrido cambios, éstos no han alterado en esencia la característica arquitectónica antigua. Mantiene un buen estado de conservación gracias al trabajo esmerado que parte de los pobladores realizan por cuidarla.

ENTORNO:
Conservado

CAUSAS:
El parque central es un sector que sigue siendo acogedor por su carácter romántico. La rica sobriedad urbana de las calles que la circundan le confiere un carácter especial, recordando su paseo a aquellas laberínticas y estrechas callejuelas, propias de las ciudades medievales.

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS
TERRESTRE: Lastrada.
TRANSPORTE: Bus, carro 4x4, automóvil, etc.

TEMP. DE ACCESO
DÍAS AL AÑO: 365
DÍAS AL MES: 30
HORAS AL DIA: 24

OBSERVACIONES: Desde Zaruma hay transporte diario a Quito, Guayaquil y Machala. La iglesia suele permanecer normalmente abierta, por lo que su visita es continua.

A la ciudad de Zaruma se llega por la vía asfaltada que viene desde Machala, como también se llega por las vías lastradas que vienen de Salvia y de Huertas.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA
AGUA: Potable
ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado

ALCANTARILLADO: Red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Artesanías mineras (Hercursa),	0 Km.
Artesanías con elementos reciclados JEMICRE	0 Km.
Elaboración de manjar de leche	0 Km.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Nacional

Corregida y actualizada por seminaristas. Irma Pérez, Daniela Paredes y Byron Flores.

ANEXO # 18

Ficha de atractivos turísticos, Bolón de Maní

DATOS GENERALES

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Bolón de Maní
CATEGORÍA: Manifestaciones culturales
TIPO: Etnografía
SUBTIPO: Comidas y bebidas típicas

UBICACION

PROVINCIA: El Oro
CANTÓN: Zaruma
LOCALIDAD: Zaruma
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: Latitud: 3º 41,5' S Longitud: 79º 36,6' O

CENTROS URBANOS MAS CERCANO AL ATRACTIVO

POBLADO: Zaruma	**DISTANCIA:** 0,3 Km.
POBLADO: Piñas	**DISTANCIA:** 11,7 Km.

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 1205 m.s.n.m.
TEMPERATURA: 21,3º C – 22,4º C
PRECIPITACION: 1252,8 mm^3 anuales.

f) Calidad y presentación del producto: Quienes tienen la oportunidad de visitar Zaruma tiene el privilegio de degustar uno de los mejores platos típicos que se en esta zona. Se trata nada más y nada menos que el Bolón de maní. El mismo que se prepara para la degustación en los diferentes comedores de Zaruma

g) Instalaciones existentes: Diferentes

h) Forma de preparación: Es un verde machucado formando una masa circular y se lo mezcla con maní tanto tostado como molido. Este plato es servido con tiras de queso y un huevo frito.

i) Especialidad: Desde el punto de vista social, el Bolón de maní como plato típico es muy llamativo, ya que en varias ciudades y partes del Ecuador se escucha el Bolón con queso o el Bolón con chicharrón (Zona costera del País). Pero bien esta dicho el Bolón de maní como una novedad gastronómica.

j) Ingredientes: Plátano verde, maní tostado y molido, queso, huevo frito, aceite, pimienta y sal al gusto.

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO)

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
Conservado

CAUSAS:
Tradición de consumo de generación en generación

ENTORNO:
Conservado

CAUSAS:
Área urbana con mantenimiento continuo

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS
TERRESTRE: Lastrada.
TRANSPORTE: Bus, carro 4x4, automóvil, etc.

TEMP. DE ACCESO
DÍAS AL AÑO: 360
DÍAS AL MES: 30
HORAS AL DIA: 8

OBSERVACIONES

INFRAESTRUCTURA BÁSICA
AGUA: Potable
ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado
ALCANTARILLADO: Red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Artesanías mineras (Hercursa),	0 Km.
Artesanías con elementos reciclados JEMICRE	0 Km.
Elaboración de manjar de leche	0 Km.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO
Nacional

Corregida y actualizada por seminaristas. Irma Pérez, Daniela Paredes y Byron Flores.

ANEXO # 19

Ficha de atractivos turísticos, Fiestas Patronales Virgen del Carmen

DATOS GENERALES

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Fiestas Patronales de la Virgen del Carmen
CATEGORÍA: Manifestaciones culturales
TIPO: Acontecimientos programados
SUBTIPO: Fiestas religiosas


UBICACION

PROVINCIA: El Oro
CANTON: Zaruma
PARROQUIA: Zaruma
DIRECCION: Plaza de la Independencia
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: Latitud: 3º 41,5' S   Longitud: 79º 36,6' O

CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

POBLADO: Zaruma	**DISTANCIA:** 0,3 Km.
POBLADO: Piñas	**DISTANCIA:** 11,7 Km.

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 1205 m.s.n.m.
TEMPERATURA: 21,3º C – 22,4º C
PRECIPITACION: 1252 m^3 anuales.

El pueblo zarumeño es por esencia católico, el 16 de julio de cada año celebran las fiestas de su patrona, la Virgen del Carmen. Celebración que se inicia con la Novena a la Virgen, distribuyéndose un día para cada barrio, los que se engalanan y se preparan para recibirla. Culminando las celebraciones en el Santuario construido en su honor.

e) Reseña histórica: El Pueblo Zarumeño es por esencia católico, el 16 de julio de cada año celebran las fiestas de su patrona, La Virgen del Carmen. Celebración que se inicia con la Novena de la Virgen, distribuyéndose un dñia para cada barrio, los que se engalanan y se preparan para recibirla. Culminando las celebraciones en el Santuario construido en su honor.

   En el año de 1251 la Virgen del Carmen se le aparece al Superior General de la orden. San Simón Stock, en esta aparición realizó la entrega de los hábitos y el Escapulario, el signo más representativo del culto carmelita. Según cuentan María realizó la promesa de liberar del purgatorio a las todas las almas que hayan llevado durante su vida el escapulario, como símbolo de la fe y devoción hacia ella. El 16 de julio se conmemora este acontecimiento y por esta razón en diversos lugares alrededor del mundo se realizan celebraciones especiales, siendo consagrado este día a la Virgen del Carmen.

   Esta advocación de María es conocida como "La Estrella de Mar", así como los marineros dependían de las estrellas para marcar su rumbo en el mar María es la estrella que guía la vida de los fieles hacia Cristo.

f) Ubicación: Se encuentra ubicado en la Plaza de la Independencia

g) Estilo y conservación del estilo: Es un Santuario de estilo neo clásico, erigido en honor a la Virgen del Carmen, Patrona de Zaruma. La iglesia de este Santuario fue construida tres veces, las dos anteriores se derrumbaron por su vetustez, la actual iglesia empezó su construcción el 12 de julio de 1912, y terminó el 1 de marzo de 1930.

   Con sus balcones y aleros de madera saturada, su elegante altar tallado y forrado con pan de oro y plata, constituye una joya incrustada dentro de su rico patrimonio, que cada turista al contemplarla queda deslumbrado con su belleza.

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO)

Existe una tradición desde 1822 muy zarumeña y conocida en muchos ámbitos del país, las Festividades en honor a LA PATRONA LA VIRGEN DEL CARMEN, festejos que se celebran hasta la actualidad y son muy concurridas por la diversidad de eventos que se realizan en el aspecto: Religioso, Cultural, comercial, ganadera, deportiva y otros.

Esta celebración se realiza del 12 al 20 de Julio, entre las actividades previstas está el Festival Nacional del Café y la Feria Agropecuaria.

Se conoce que el año de 1920, al carecer esta ciudad de alumbrado eléctrico, estas tradicionales fiestas se la realizaba con una graciosa y original costumbre de iluminación utilizando diversos tipos de velas en la Plaza Central, en los largos y vistosos balcones, así como en sus ventanas sobresalía la belleza de las luminarias y la elegancia de sus habitantes que se conserva hasta la actualidad.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado

CAUSAS:

Las fiestas patronales se han mantenido por años, por lo que se necesita al Santuario de la misma Virgen y un estado de conservación bueno, ya que es ahí donde culmina el festejo.

ENTORNO:

Conservado

CAUSAS:

El parque central es un sector que sigue siendo acogedor por su carácter romántico. La rica sobriedad urbana de las calles que la circundan le confiere un carácter especial, recordando su paseo a aquellas laberínticas y estrechas callejuelas, propias de las ciudades medievales.

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS
TERRESTRE: Lastrada.
TRANSPORTE: Bus, carro 4x4, automóvil, etc.

TEMP. DE ACCESO
DÍAS AL AÑO: 365
DÍAS AL MES: 30
HORAS AL DIA: 24

OBSERVACIONES: Desde Zaruma hay transporte diario a Quito, Guayaquil y Machala. La iglesia suele permanecer normalmente abierta, por lo que su visita es continua.

A la ciudad de Zaruma se llega por la vía asfaltada que viene desde Machala, como también se llega por las vías lastradas que vienen de Salvia y de Huertas.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: Potable
ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado
ALCANTARILLADO: Red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Artesanías mineras (Hercursa),	0 Km.
Artesanías con elementos reciclados JEMICRE	0 Km.
Elaboración de manjar de leche	0 Km.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Nacional

Corregida y actualizada por seminaristas. Irma Pérez, Daniela Paredes y Byron Flores.

ANEXO # 20

Ficha de atractivos turísticos, Tigrillo

DATOS GENERALES

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Tigrillo
CATEGORÍA: Manifestaciones culturales
TIPO: Etnografía
SUBTIPO: Comidas y bebidas típicas

UBICACION

PROVINCIA: El Oro
CANTÓN: Zaruma
LOCALIDAD: Zaruma
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: Latitud: 3º 41,5' S Longitud: 79º 36,6' O

CENTROS URBANOS MAS CERCANO AL ATRACTIVO

POBLADO: Zaruma	**DISTANCIA:** 0,3 Km.
POBLADO: Piñas	**DISTANCIA:** 11,7 Km.

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 1205 m.s.n.m.
TEMPERATURA: 21,3º C – 22,4º C
PRECIPITACION: 1252,8 mm^3 anuales.

k) Calidad y presentación del producto: Quienes tienen la oportunidad de visitar Zaruma tiene el privilegio de degustar uno de los mejores platos típicos que se prepara en el mundo. Se trata nada más y nada menos que el Tigrillo. El mismo que se prepara para la degustación en los diferentes comedores de Zaruma

l) Instalaciones existentes: Diferentes

m) Forma de preparación: Es una combinación del verde preferible el barraganete queso y huevo. El mismo que se fríe en un sartén a fuego lento mezclando cada uno de los exquisitos ingredientes.

n) Especialidad: Desde el punto de vista social, el Tigrillo como plato típico es muy bien visto ya que su coloración se asemeja a uno, por lo que lleva su nombre.

o) Ingredientes: Plátano verde, queso, huevo, aceite, pimienta y sal al gusto.

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO)

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
Conservado

CAUSAS:
Tradición de consumo de generación en generación

ENTORNO:
Conservado

CAUSAS:
Área urbana con mantenimiento continuo

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS
TERRESTRE: Lastrada.
TRANSPORTE: Bus, carro 4x4, automóvil, etc.

TEMP. DE ACCESO
DÍAS AL AÑO: 360
DÍAS AL MES: 30
HORAS AL DIA: 8

OBSERVACIONES

INFRAESTRUCTURA BÁSICA
AGUA: Potable
ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado
ALCANTARILLADO: Red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Artesanías mineras (Hercursa),	0 Km.
Artesanías con elementos reciclados JEMICRE	0 Km.
Elaboración de manjar de leche	0 Km.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO
Internacional

Corregida y actualizada por seminaristas. Irma Pérez, Daniela Paredes y Byron Flores.

ANEXO # 21

Ficha de atractivos turísticos, Cascada de Chorro Blanco

DATOS GENERALES

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cascada de Chorro Blanco
CATEGORÍA: Sitios naturales
TIPO: Ríos
SUBTIPO: Cascada

UBICACION

PROVINCIA: El Oro
CANTÓN: Zaruma
LOCALIDAD: Salvia
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: Latitud: 3º 38,2' S Longitud: 79º 32,8' O

CENTROS URBANOS MAS CERCANO AL ATRACTIVO

POBLADO: Zaruma **DISTANCIA:** 14,3 Km.
POBLADO: Piñas **DISTANCIA:** 15,8 Km.

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 1115 m.s.n.m.
TEMPERATURA: 21,3º C – 22,4º C
PRECIPITACION: 1252,8 mm^3 anuales.

a) Tamaño: La cascada tiene una caída de aproximadamente 100 metros.

b) Calidad del agua: El agua es de color transparente con una temperatura de 28 grados centígrados.

c) Flora y fauna: La flora se encuentra representada por: guabas silvestres, laurel, guachapelí, guasmo, caña guadua, cedro, samán, piñón, palo de balsa, amarillo, matapalo, caimito, caoba, tagua y palmas de distintas especies. En cuanto a los árboles frutales se puede mencionar a la naranja, limón, aguacate, guaba, mango, chirimoya, guanábanas, anonas, entre otras. En lo referente a la fauna están tucanes, mirlos, caracoles, saltamontes, entre otros y se ha comprobado que cuando los días están soleados parecen una variedad de mariposas

d) Descripción del paisaje: Esta determinado por una vegetación espesa de arboles maderable y frutales, la presencia de aves es notoria al igual que de otras especies animales. Esta vegetación da un agradable vista al visitante que al disfrutar del baño, será una verdadera experiencia de placer.

e) Descripción de sus riberas: se aprecia rocas de mediano tamaño y los árboles frutales y las epifitas circundan el área.

f) Islas existentes: no existen

g) Puentes y puertos: no existen

h) Navegabilidad: no es navegable

i) Rápidos: no existen

j) Cañones: no existen

k) Pongos: no existen

l) Vados: no existen

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO)
Recreacional

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
Conservado

CAUSAS:
Lugar poco conocido por los visitantes

ENTORNO:
Conservado

CAUSAS:
Área alejada del impacto de las actividades humanas.

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS
TERRESTRE: Lastrada.
TRANSPORTE: Bus, carro 4x4, automóvil, etc.

TEMP. DE ACCESO
DÍAS AL AÑO: 365
DÍAS AL MES: 30
HORAS AL DIA: 8

OBSERVACIONES

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: Entubada
ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado
ALCANTARILLADO: Pozo séptico

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Bosque protector Coca Coca,	2,4 Km.
Cascada El Molino,	5, Km.
Petroflifo de Salvias,	5,2 Km.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local

Corregida y actualizada por seminaristas. Irma Pérez, Daniela Paredes y Byron Flores.

ANEXO # 22

Ficha de atractivos turísticos, Mirador Batea Rumi

DATOS GENERALES

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Mirador Batea Rumi (Piscina Municipal)
CATEGORÍA: Sitios naturales
TIPO: Montañas
SUBTIPO: Colinas

UBICACION

PROVINCIA: El Oro
CIUDAD y/o CANTON: Zaruma
PARROQUIA: Zaruma
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: Latitud: 3º 42,8' S Longitud: 79º 37,1 O

CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO: Zaruma	**DISTANCIA:** 5,4 Km.
POBLADO: Piñas	**DISTANCIA:** 11,7 Km.

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 715 m.s.n.m.
TEMPERATURA: 21,3º C – 22,4º C
PRECIPITACION: 1252 m^3 anuales.

a) Altura y Morfología: La colina donde se encuentra el mirador, tiene una altura de 300 m, con una forma piramidal. Su base es ancha y la cima ha sido aplanada a fin de tener un terraplén en donde ha sido construida la piscina Municipal de Zaruma. El área aproximada es de 1.500 m2.

b) Flora: A los alrededores del cerro se observa vegetación, siendo la mayoria introducida como el Eucalipto (*Eucaliptus globulus),*

c) Descripción del paisaje: La colina presenta en si una obra arquitectónica, utilizada como mirador por turistas y habitantes del lugar desde donde los usuarios pueden observar Zaruma desde un perspectiva de 360 grados, construyéndose alrededor de este un cerramiento arquitectónico. También en el lugar se haya una piscina como recreación adicional para los visitantes.

d) Nieves perpetuas: No existen

e) Dimensión de cráteres: No existen

f) Formación Geológica: Sobre la formación geológica del lugar se ha efectuado la infraestructura, utilizando para ello cemento y piedra.

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO)

Mirador
Recreación

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Alterado

CAUSAS:

La loma fue convertida en mirador, par la cual todas las estribaciones de la misma han sido hechas en cemento y piedra.

ENTORNO:

En proceso de deterioro

CAUSAS:

Debido al descuido de los moradores locales.

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS
TERRESTRE: Lastrada.
TRANSPORTE: Bus, carro 4x4, automóvil, etc.

TEMP. DE ACCESO:
DÍAS AL AÑO: 350
DÍAS AL MES: 30
HORAS AL AÑO: 8

OBSERVACIONES: Los zarumeños utilizan la piscina desde las 7:00 hasta las 21h 00; por lo tanto, el acceso al mirador es todo el día. El acceso a la piscina es pagado pero el acceso a los predios no, por lo cual las personas pueden utilizar el mirador sin costo alguno.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA:

AGUA: Agua potable
ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado
ALCANTARILLADO: Red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Criadero de Tilapia	2.9 Km.
Fundidor de Bronce	10.9 Km.
Museo Magner Turner	2 Km.
Río Salvia	14.2 Km.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local

Corregida y actualizada por seminaristas. Irma Pérez, Daniela Paredes y Byron Flores.

ANEXO # 23. Detalle de inversión de Obra Civil.

DETALLE DE INVERSION OBRA CIVIL					
PRESUPUESTO					
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO U.	TOTAL	%
DISEÑO - DERECHOS Y PERMISOS					
Estudios de Ingeniería	GBL	1	867,5	867,5	1.17
Estudios de Arquitectura	GBL	1	419,35	419,35	0.56
Estudios de Electricidad	GBL	1	106,00	106,00	0.14
Estudios de Ingeniería Sanitaria	GBL	1	320,00	320,00	0.43
Estudios de Suelos	GBL	1	700,00	700,00	0.94
Total de DISEÑO					
Total de DISEÑO - DERECHOS Y PERMISOS				**2412,85**	
PRELIMINARES DE OBRA					
Limpieza del solar	M2	700	0,81	567,00	0.76
Acometida y medidor eléctrico de obra	GBL	1	82,39	82,39	0.11
Acometida y medidor de agua	GBL	1	159,55	159,55	0.21
Caseta de guardián y bodega	M2	14	17,93	251,02	0.34
SS.HH Trabajadores	GBL	1	61,69	61,69	0.08
Total de PRELIMINARES DE OBRA				**1121,65**	
PREPARACIÓN DE SUELOS					
Limpieza	M2	15493	0,17	2633,81	3.55
Excavación y desalojo (Máquina)	M3	3852,55	1,63	6279,66	8.46
Mejoramiento y Rellenos (máquina)	M3	78,35	5,26	412,12	0.56
Replantillo	M2	76,34	7,46	569,50	0.77
Total de PREPARACIÓN DE SUELOS				**9895,08**	
ESTRUCTURA DE CONCRETO ARMADO					
CIMIENTOS					
Plintos de cerramiento de (0,80x0,80x0,20)	M3	2,342	225,56	528,26	0.71
Zapatas de Cimentación	M3	3,65	253,16	924,03	1.24
Riostras de cerramineto	M3	3,15	245,45	773,17	1.04
Total de CIMIENTOS				**2225,46**	
COLUMNAS					
Comulmnas de Planta Baja a 1 piso	M3	3,65	400,14	1460,51	1.97
Columnas de Baño	M3	0,84	342,56	287,75	0.39
Total de COLUMNAS				**1748,26**	
VIGAS					
Vigas en Pergolas	M3	0,34	273,03	92,83	0.13
Vigas en Baño	M3	0,64	268,7	171,97	0.23
Total en VIGAS				**264,80**	

OBRAS SANITARIAS Y DE ESPARCIMIENTO					
Cisterna	M3	8,77	315,38	2765,88	3.73
Total de OBRAS SANITARIAS Y DE ESPARCIMIENTO				**2765,88**	
PAVIMENTOS					
Contrapiso en parqueo	M2	58,95	12,99	765,76	1.03
Contrapiso parqueo 1	M2	178,03	8,56	1523,94	2.05
Total de PAVIMENTOS				**2289,70**	
Total de ESTRUCTURA DE CONCRETO ARMADO				**9294,10**	
MAMPOSTERIA					
PAREDES					
Pared e=0,10 m	M2	71,16	8,69	618,38	0.83
Pared de Cerramiento	M2	40,52	11,97	485,02	0.65
Total de PAREDES				**1103,40**	
ESTRUCTURA DE AMARRE					
Pilarete 0,10 x 0,10	ML	14,4	5,77	83,09	0.11
Dinteles y viguetas 0,10 x 0,10	ML	27	5,95	160,65	0.22
Viguetas 0,10 x 0,20 cerramienrto	ML	62,95	7,36	463,31	0.62
Total de ESTRUCTURA DE AMARRE				**707,05**	
ESTRUCTURA MENORES					
Mesones de H.A	ML	8,4	23,4	196,56	0.26
Muro para jardineras	ML	4,06	19,55	79,37	0.11
Total de ESTRUCTURA MENORES				**275,93**	
ENLUCIDOS					
Enlucidos de cisterna	M2	41,68	7,92	330,11	0.44
Enlucido interior	M2	184,96	4,33	800,88	1.08
Enlucido exterior	M2	99,35	8,87	881,23	1.19
Enlucido de pisos	M2	79,02	4,2	331,88	0.45
Total ENLUCIDOS				**2344,10**	
TRABAJOS MENORES DE ALBAÑILERÍA					
Cuadrada de Boquete de puertas A=0,10	ML	48,6	3,23	156,978	0.21
Cuadrada de Boquete de vnetana A=0,20	ML	43,18	4,25	183,515	0.25
Resanes	SEM.	2	94,04	188,08	0.25
Total de TRABAJOS MENORES DE ALBAÑILERÍA				**528,573**	
ALBAÑILERÍA EN SISTEMAS HIDRÁULICO - SANITARIO					
Caja de AA.SS	U	15	37	555	0.75
Caja de AA.LL	U	5	37	185	0.25
Total de ALBAÑILERÍA EN SISTEMAS HIDRÁULICO - SANITARIO				**740**	
DESALOJO DE ESCOMBROS					
Desalojo de escombros	Viaje	12	20	240	0.32
Total de DESALOJO DE ESCOMBROS				**240**	
Total de MAMPOSTERÍA				**5939,06**	
CARPINTERÍA DE MADERA					

PUERTAS					
Puertas de madera (0,80 x 2,00)	U	6	140,49	842,94	
Puerta de madera (0,70 x 2,00)	U	5	90,89	454,45	
Estructura: Tablas de 6 metros	U	456	16,01	7300,5	
Total de CARPINTERÍA DE MADERA				**8597,89**	
CUBIERTA					
De tejas en CUB	M2	181,2	19,16	3471,792	4.68
Total de CUBIERTA				**3471,792**	
CARPINTERÍA DE ALUMINIO Y VIDRIO					
Ventanas corredizas	M2	14,43	68,4	987,012	1.33
Total de CARPINTERÍA DE ALUMINIO Y VIDRIO				**987,012**	
REVESTIMIENTOS					
PINTURA					
Empaste interior dos manos	M2	378,6	1,57	594,402	0.80
Empaste exterior dos manos	M2	210,17	2,21	464,4757	0.63
Pintura interior	M2	378,6	2,22	840,492	1.13
Pintura exterior	M2	210,17	2,26	474,9842	0.64
Total de PINTURA				**2374,354**	
CERÁMICA					
Cerámica en paredes de cocina, baño, lavandería	M2	48,6	22,41	1089,126	1.47
Pisos tipo 1 (adoquines)	M2	184,75	22,41	4140,248	5.58
Total de CERÁMICA				**5229,374**	
Total de REVESTIMIENTOS				**7603,727**	
INSTALACIONES HIDRÁULICO - SANITARIAS					
AGUA POTABLE					
Red de agua fría Tubería PVC 1 1/2" + accesorios	ML	26,4	5,79	152,86	0.21
Red de agua fría Tubería PVC 3/4" + accesorios	ML	62,6	2,65	165,89	0.22
Red de agua fría Tubería PVC 1/2" + accesorios	ML	22,8	1,9	43,32	0.06
Red de agua caliente Tubería H3-Ploi de 3/4" + accesorios	ML	16,8	4,91	82,49	0.11
Red de agua caliente Tubería H3-Ploi de 1" + accesorios	ML	39,85	3,73	148,64	0.20
Red de agua caliente Tubería H3-Ploi de 1/2" + accesorios	ML	19,38	2,97	57,56	0.08
Válvula de control 3/4"	U	8	15,78	126,24	0.17
Punto de agua fría	U	33	17,69	583,77	0.79
Total de AGUA POTABLE				**1360,76**	
AGUAS SERVIDAS Y VENTILACIÓN					
Red de aguas servidas tubería PVC desague 4" + Accesorios	ML	29,6	5,4	159,84	0.22
Red de aguas servidas tubería PVC desague 3" + Accesorios	ML	14,55	4,72	68,676	0.09
Red de aguas servidas tubería PVC desague 2" + Accesorios	ML	6	3,05	18,3	0.02
Puntos de aguas servidas de 4"	U	9	12,57	113,13	0.15
Puntos de aguas servidas de 2"	U	22	6,52	143,44	0.19
Excavación manual para insatlación de tubería	M3	6	5,81	34,86	0.05
Desalojo	M3	6	3,6	21,6	0.03
Arena	M3	2	16,31	32,62	0.04
Relleno	M3	3	9,37	28,11	0.04
Tubería de ventilación de 2"	ML	32,8	4,65	152,52	0.21

Total de AGUAS SERVIDAS Y VENTILACIÓN				**773,10**	
AGUAS LLUVIAS					
Tubería PVC drenaje de 4"	ML	48,65	13,18	641,21	0.86
Tubería PVC drenaje de 3"	ML	9,3	10,48	97,46	0.13
Excavación	M3	5	5,81	29,05	0.04
Desalojo	M3	2,5	3,6	9,00	0.01
Arena	M3	2,5	16,31	40,78	0.05
Relleno	M3	2,5	9,37	23,43	0.03
Rejilla de 75 mm	U	8	10,59	84,72	0.11
Rejilla de 110 mm	U	10	11,94	119,40	0.16
Total de AGUAS LLUVIAS				**1045,04**	
SISTEMAS DE BOMBEO					
Tanques hidroneumarico	U	1	575,96	575,96	0.78
Total de SISTEMAS DE BOMBEO				**575,96**	
PIEZAS SANITARIAS Y ACCESORIOS					
Lavamanos Oakbrook	U	8	115,72	925,76	1.25
Lavamanos Florencia	U	1	75,02	75,02	0.10
Innodoro separador de baño ecolólogico	U	9	129,43	1035,43	1.4
Tina tipo A	U	1	684,75	684,75	0.92
Lavadero 2 pozos	U	1	242,67	242,67	0.33
Total de PIEZAS SANITARIAS Y ACCESORIOS				**2963,63**	
Total de INSTALACIONES HIDRÁULICO SANITARIAS				**6718,49**	
INSTALACIONES ELÉCTRICAS Y TELEFÓNICAS					
INSTALACIONES ELÉCTRICAS					
Acometida media tensión y transformador	GBL	1	9146,77	9146,77	12.32
Acometida baja tensión a tablero de medición	GBL	1	787,95	787,95	1.06
Provisión e instalación de tablero de distribución principal	GBL	1	969,46	969,46	1.31
Punto de luz	U	82	26,48	2171,36	2.92
Tomacorriente de 110 V normal	U	52	32,48	1688,96	2.27
Tomacorriente de 220 V polarizado - 40A	U	4	72,33	289,32	0.39
Total de INSTALAICONES ELÉCTRICAS				**15053,82**	
INSTALACIONES TELEFÓNICAS					
Puntos de telefono (solo ducto)	U	5	53,02	265,1	0.36
Acometida y distribución de teléfonos (solo GBL ducto)	GBL	1	653,97	653,97	0.88
Total de INSTALACIONES TELEFÓNICAS				**919,07**	
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Consumo de AA.PP	MES	14	38	532	0.72
Consumo EEE	GBL	1	250	250	0.34
Fletes y transportes	GBL	1	250	250	0.34
Gastos de Obra	GBL	1	25	25	0.03
Total de GASTOS ADMINISTRATIVOS				**1057**	
VARIOS					
Copias de planos	GBL	1	278	278	0.37
Mantenimiento de obra	GBL	1	133,42	133,42	0.18
Protección de obras vecinas	ML	48	15,76	756,48	1.02

Total de VARIOS	**1167,9**

TOTAL DE PRESUPUESTO	**74239,45**

ANEXO # 24

Matriz de Impactos Ambientales

Acciones / Componentes Ambientales		Alteración de la cobertura vegetal	Ruido e introducción de vibraciones extrañas	Estructuras recreacionales	Alimentos (procesamientos)	Almacenamiento de productos	Manejo de basuras	Canalización	Erosión del Suelo	Reciclaje de desperdicios	Afectaciones Positivas	Afectaciones Negativas	Agregación de Impactos
TIERRA	*Calidad*	1 / 3	0 / 0	-2 / 3	0 / 0	0 / 0	0 / 0	-3 / 6	-9 / 9	9 / 9	2	3	-21
	Espacios Abiertos	4 / 2	-1 / 2	3 / 6	0 / 0	0 / 0	3 / 5	0 / 0	-3 / 4	9 / 9	4	2	108
	Afectación hábitats	-7 / 6	-6 / 6	0 / 0	0 / 0	0 / 0	6 / 6	-1 / 3	-8 / 6	9 / 9	2	4	-12
AGUA	*Calidad*	0 / 0	0 / 0	0 / 0	-4 / 5	0 / 0	6 / 6	6 / 6	0 / 0	8 / 9	3	1	124
AIRE	*Calidad*	-6 / 6	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	6 / 6	0 / 0	0 / 0	8 / 10	2	1	80
	Niveles de Ruido	0 / 0	-9 / 9	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	-5 / 5	0 / 0	0 / 0	0	2	-106
FLORA	*Cobertura Vegetal*	-3 / 3	0 / 0	-2 / 4	0 / 0	0 / 0	5 / 6	-3 / 4	-6 / 4	5 / 7	2	4	12
	Flora	-5 / 6	0 / 0	-1 / 2	0 / 0	0 / 0	7 / 6	-3 / 4	-2 / 3	7 / 8	2	4	48
FAUNA	*Especies / Ecosistema*	-5 / 6	-6 / 10	0 / 0	0 / 0	0 / 0	7 / 6	-5 / 4	-2 / 3	10 / 10	2	4	26
	Fauna Silvestre	-5 / 6	-6 / 10	0 / 0	0 / 0	0 / 0	6 / 6	-3 / 4	-2 / 3	10 / 10	2	4	28
SOCIAL	*Calidad de vida la población*	0 / 0	-6 / 8	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 7	0 / 0	10 / 10	2	1	52
	Recreación	0 / 0	-6 / 8	9 / 10	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	7 / 6	2	1	84
	Empleo	0 / 0	0 / 0	0 / 0	2 / 3	5 / 6	2 / 2	6 / 9	0 / 0	9 / 10	5	1	184
Afectaciones Positivas		2	0	2	2	1	10	1	0	12			
Afectaciones Negativas		6	8	3	1	0	0	7	7	0			
Agregación de Impactos		-166	-335	92	-14	30	277	-12	-183	918			

Comprobación	607
607	**607**

Fase de Construcción

	Acciones / Componentes Ambientales	ADECUACION DEL TERRENO: Alteración de la cobertura del suelo	ADECUACION DEL TERRENO: Desmonte	ADECUACION DEL TERRENO: Relleno	DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURA: Excavación y perforación	DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURA: Dotación de materiales de construcción	DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURA: Transporte de materiales de construcción	DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURA: Construcción	DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURA: Generación de desecho	EQUIPAMENTO: Dotación de mobiliario	Afectaciones Positivas	Afectaciones Negativas	Agregación de Impactos
TIERRA	*Erosión / erodabilidad*	-2 / 1	-4 / 2	-2 / 1	-2 / 1	0 / 0	0 / 0	-1 / 1	0 / 0	0 / 0	0	5	-15
TIERRA	*Calidad de Suelo*	-1 / 1	-2 / 1	-1 / 1	-1 / 1	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0	4	-5
TIERRA	*Afectación de habitats*	-4 / 2	-4 / 2	-3 / 1	-3 / 2	0 / 0	0 / 0	-5 / 4	0 / 0	0 / 0	0	5	-45
AGUA	*Calidad*	0 / 0	0 / 0	0 / 0	-4 / 2	0 / 0	0 / 0	0 / 0	-5 / 3	0 / 0	0	2	-23
AIRE	*Calidad (gases, partículas)*	-5 / 2	-1 / 1	0 / 0	-4 / 1	0 / 0	-2 / 1	0 / 0	-2 / 1	0 / 0	0	5	-19
AIRE	*Niveles de Ruido / vibraciones*	-2 / 1	-1 / 1	-3 / 1	-5 / 3	0 / 0	-2 / 1	-6 / 3	0 / 0	0 / 0	0	6	-41
FLORA	*Alteración Cobertura Vegetal*	-1 / 1	-5 / 1	-5 / 1	-4 / 1	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0	4	-15
FAUNA	*Aves*	-4 / 2	-5 / 5	0 / 0	0 / 0		-1 / 1	-5 / 5	-2 / 1	0 / 0	0	5	-61
FAUNA	*Fauna Terrestre*	-4 / 2	-6 / 2	-4 / 1	-5 / 2	0 / 0	0 / 0	-3 / 3	-2 / 1	0 / 0	0	6	-45
SOCIAL	*Calidad Visual y paisaje*	0 / 0	-2 / 1	-1 / 1	-2 / 1	-3 / 1	0 / 0	-3 / 2	-5 / 2	0 / 0	0	6	-24
SOCIAL	*Generación de Empleo*	8 / 5	8 / 2	8 / 3	10 / 5	0 / 0	10 / 6	10 / 10	0 / 0	8 / 4	7	0	322
SOCIAL	*Calidad de vida de población*	-2 / 1	0 / 0	0 / 0	-2 / 1	0 / 0	-2 / 1	-4 / 2	-4 / 3	0 / 0	0	5	-26
SOCIAL	*Salud y seguridad*	-3 / 2	0 / 0	0 / 0	-3 / 2	0 / 0	-1 / 1	-3 / 2	-4 / 2	0 / 0	0	5	-27
	Afectaciones Positivas	1	1	1	1	0	1	1	0	1			
	Afectaciones Negativas	10	9	7	11	1	5	8	7	0			
	Agregación de Impactos	-8	-48	5	-10	-3	52	7	-51	32			

Comprobación	*-24*
-24	***-24***

ANEXO # 25

ANEXO # 26

Fase de Operación

	Acciones / omponentes Ambientale	Afluencia de Turistas	Intercambio Cultural	Circulación vehicular	Demanda de Artesanías	Compra de suministros y productos para alimentación	Eliminación de Aguas residuales	Eliminación de desechos sólidos, pozo séptico	Zona de recreación	Mirador	Recorridos por Senderos	Reforestación	Demanda de Servicios Básicos	Incremento de Comercio	Afectaciones Positivas	Afectaciones Negativas	Agregación de Impactos
TIERRA	Erosión / erodabilidad	-2 / 2	0 / 0	-1 / 1	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	-5 / 3	0 / 0	-4 / 4	10 / 6	0 / 0	-2 / 2	1	5	20
	Calidad de Suelo	-2 / 1	0 / 0	-2 / 1	0 / 0	0 / 0	6 / 4	-3 / 3	-4 / 3	0 / 0	-2 / 2	10 / 7	0 / 0	-2 / 2	2	6	61
	Afectación de habitats	-3 / 2	0 / 0	-4 / 20	0 / 0	0 / 0	2 / 2	-2 / 1	-5 / 2	0 / 0	-5 / 2	10 / 10	0 / 0	-2 / 1	2	6	-6
AGUA	Calidad	-6 / 3	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	5 / 5	-3 / 2	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	-3 / 2	1	3	-5
AIRE	Calidad (gases, partículas)	0 / 0	0 / 0	-5 / 3	0 / 0	0 / 0	0 / 0	-2 / 2	-2 / 1	0 / 0	0 / 0	10 / 7	0 / 0	-1 / 1	1	4	48
	Niveles de Ruido / vibraciones	-6 / 3	0 / 0	-7 / 4	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	-5 / 4	-1 / 1	-6 / 4	0 / 0	0 / 0	-2 / 2	0	6	-95
FLORA	Alteración Cobertura Vegetal	-4 / 2	0 / 0	-3 / 2	-3 / 2	0 / 0	9 / 8	-3 / 2	-3 / 3	0 / 0	-1 / 1	10 / 9	0 / 0	-1 / 1	2	7	125
FAUNA	Aves / Insectos	-6 / 4	0 / 0	-6 / 3	0 / 0	0 / 0	0 / 0	-3 / 2	-5 / 3	-1 / 1	-6 / 3	9 / 9	0 / 0	-3 / 1	1	7	-4
	Fauna Terrestre	-7 / 3	0 / 0	-7 / 2	0 / 0	0 / 0	5 / 2	-3 / 3	-5 / 3	0 / 0	-8 / 5	10 / 8	0 / 0	-1 / 1	2	6	-10
SOCIAL	Calidad Visual y paisaje	-3 / 3	0 / 0	-7 / 5	0 / 0	0 / 0	0 / 0	-7 / 4	-4 / 2	0 / 0	0 / 0	8 / 8	0 / 0	-2 / 1	1	5	-18
	Generación de Empleo	10 / 10	8 / 7	0 / 0	10 / 10	10 / 8	0 / 0	3 / 2	0 / 0	10 / 7	10 / 9	2 / 2	0 / 0	10 / 5	9	0	556
	Calidad de vida de población	5 / 5	-1 / 3	-4 / 2	0 / 0	0 / 0	0 / 0	-2 / 2	0 / 0	0 / 0	0 / 0	3 / 3	7 / 2	3 / 2	4	3	39
	Salud y seguridad	-3 / 2	0 / 0	-2 / 1	0 / 0	0 / 0	0 / 0	-3 / 2	0 / 0	0 / 0	0 / 0	5 / 2	5 / 2	-1 / 1	2	4	5
	Afectaciones Positivas	2	1	0	1	1	5	1	0	1	1	11	2	2			716
	Afectaciones Negativas	10	1	11	1	0	0	10	9	2	7	0	0	11	Comprobación		
	Agregación de Impactos	9	53	-209	94	80	135	-74	-106	68	-23	638	24	27		716	716

ANEXO # 27

Gastos PRE operacionales	Dólares
Diseño de Publicidad por Apertura	
Invitaciones para la inauguración	20,00
Cuña radio	20,00
Comercial en tv	30,00
Diseño de Volante/Tríptico/Afiche	20,00
Página. Web	100,00
Diseño de anuncio publicitario en revistas/diarios locales Página derecha sector inferior	20,00
Total de Gastos de Publicidad por Apertura	210,00
Afiliación al Feptce	200,00
Capital de Trabajo	
Efectivo disponible	200,00
Bitácora de registro de visitantes	2,00
Capital de arranque para restaurante	100,00
Suministros de limpieza	261,00
Total Capital de Trabajo	563,00
Total Gastos Pre operacionales	973,00

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO # 28

Diseño de Publicidad por Apertura	
Invitaciones para la inauguración	20,00
Cuña radio	20,00
Comercial en tv	30,00
Diseño de Volante/Tríptico/Afiche	20,00
Pag. Web	100,00
Diseño de anuncio publicitario en revistas/diarios locales Página derecha sector inferior	20,00
Total de Gastos de Publicidad por Apertura	210,00

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO # 29

Comercialización	Valor mensual Año 1	Valor mensual año 2 y venideros
1000 afiches	N/A	N/A
Cuña Radio Magia	44,80	26,88
Comercial en TV ORO	56,00	33,60
Volantes etc	10,00	6,00
Anuncio publicitario en revistas/diarios locales Página derecha sector inferior	110,00	66,00
Actualización de Página Web	40,00	24,00

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO # 30

Suministros de limpieza			
Rubro	**Cantidad**	**Precio unidad**	**Total**
Escoba	3	3,00	9,00
Recogedor de basura	3	2,00	6,00
Trapeador	3	2,00	6,00
Balde	4	4,00	16,00
Destapador de cañería	2	4,00	8,00
Cepillo de baño	2	1,00	2,00
Guantes	10	1,00	10,00
Manguera flexible 50 mt	1	25,00	25,00
Cloro gl.	10	2,00	20,00
Tacho de basura	9	8,00	72,00
Detergente	20	4,00	80,00
Paquete de fundas de basura 30x86	700	0,01	7,00
Total			261,00

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO # 31

GASTOS DE COMERCIALIZACION										
Rubro	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**	**Año 6**	**Año 7**	**Año 8**	**Año 9**	**Año 10**
1000 afiches	18,00	10,80	11,79	12,86	14,04	15,32	16,72	18,24	19,91	21,73
Cuña Radio Magia										
total Cuña Radial	537,60	322,56	352,01	384,15	419,22	457,50	499,27	544,85	594,59	648,88
Comercial en TV ORO										
Total Comercial en TV	672,00	403,20	440,01	480,19	524,03	571,87	624,08	681,06	743,24	811,10
Volante/Tríptico/Afiche	120,00	72,00								
Publicidad en revistas/diarios locales Página derecha sector inferior	110,00	66,00								
Actualización de Pag Web	40,00	24,00	26,19	28,58	31,19	34,04	37,15	40,54	44,24	48,28
TOTAL GTO. COMERCIALIZACION	1.497,60	898,56	830,00	905,78	988,48	1.078,72	1.177,21	1.284,69	1.401,98	1.529,98

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO # 32

CUADRO DE SUELDOS Y SALARIOS							
CARGOS	**NO. PUESTOS**	**SUELDO**	**APORTE PATRONAL IESS**	**DECIMO TERCERO**	**DECIMO CUARTO**	**TOTAL**	**AÑO 1**
MANO DE OBRA DIRECTA (MOD)			11,15	sueldo/12	SMV/12		
Departamento de Exposición							
Guía	2	218,00	24,31	18,17	18,17	557,28	6687,37
Departamento de Restauración							
Cajera	1	218,00	24,31	18,17	18,17	278,64	3343,68
Cocinera	1	218,00	24,31	18,17	18,17	278,64	3343,68
Mesero	1	218,00	24,31	18,17	18,17	278,64	3343,68
TOTAL MOD						1393,20	16718,42
MANO DE OBRA INDIRECTA (MOI)							
Departamento gerencial							
Gerente	1	400,00	44,60	33,33	18,17	496,10	5953,2
Recepcionista	1	218,00	24,31	18,17	18,17	278,64	3343,68
Departamento de Mantenimiento y Limpieza							
Jardinero	1	218,00	24,31	18,17	18,17	278,64	3343,684
Departamento de Seguridad							
Guardián	1	218,00	24,31	18,17	18,17	278,64	3343,684
Departamento Marketing / RRPP							
Marketista	1	380,00	42,37	31,67	18,17	472,20	5666,44
TOTAL MOI						1332,021	21650,69
TOTAL SUELDOS						2725,22	38369,11

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO # 33

Calculo Consumo de Agua			
Detalle	**Lt.**	**Nro Anual de Usos**	**Consumo total**
Baños(14 Lt por persona)	14	492,3333333	6.892,67
Baños personal	14	560	7.840,00
Otros usos	5	30,41666667	152,08
Consumo Mensual Litros			14.884,75
Consumo Mensual m3			14,88
Total Consumo Mensual en Dólares			9,68
Total Consumo Anual en Dólares			116,10
*Dólares por cada m3	0,65	Referencia año 2008	
1 m3 = 1000 Lt			

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO # 34

GASTOS ADMINISTRATIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
MOI	21.650,69	23.748,64	26.049,89	28.574,12	31.342,95	34.380,09	37.711,52	41.365,76	45.374,11	49.770,86
Internet	655,20	718,69	788,33	864,72	948,51	1.040,42	1.141,24	1.251,82	1.373,13	1.506,18
Luz eléctrica	239,14	262,31	287,73	315,61	346,19	379,73	416,53	456,89	501,17	549,73
Agua	116,10	127,35	139,69	153,23	168,08	184,36	202,23	221,82	243,32	266,89
Suministros de limpieza	261,00	286,29	314,03	344,46	377,84	414,45	454,61	498,67	546,99	599,99
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	22.661,13	24.856,99	27.265,64	29.907,68	32.805,73	35.984,60	39.471,51	43.296,30	47.491,71	52.093,66

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO # 35

Costo de Producción										
Rubro	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**AÑO 6**	**AÑO 7**	**AÑO 8**	**AÑO 9**	**AÑO 10**
Mano de Obra Directa	16.718,42	18.244,81	19.910,56	21.728,40	23.712,20	25.877,12	28.239,71	30.817,99	33.631,67	36.702,24
Costo de comida	10.416,80	12.192,11	14.278,05	16.729,79	19.612,32	23.002,32	26.990,16	31.682,43	37.204,85	43.705,65
Souvenir	10.796,36	12.636,36	14.798,31	17.339,38	20.326,95	23.840,46	27.973,61	32.836,86	38.560,50	45.298,18
Total Costos de Producción	37.931,58	43.073,28	48.986,93	55.797,56	63.651,47	72.719,90	83.203,48	95.337,29	109.397,02	125.706,07

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO # 36

Cantidad	Equipos	Valor actual	Depreciación	A Preciar / Año	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Depreciaciones														
3	Ventilador de pared	60	5	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00					
1	Refrigeradora Durex 10"	459	5	91,80	91,80	91,80	91,80	91,80	91,80					
1	Televisores LG pantalla plana 19"	750	5	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00					
3	Computadora	1800	3	600,00	600,00	600,00	600,00							
1	Impresora	80	3	26,67	26,67	26,67	26,67							
	Total Equipos depreciación				853,80	853,80	853,80	253,80	253,80					

Amortizaciones													
Amortización													
Gastos Pre operacionales	973	10	97,30	97,30	97,30	97,30	97,30	97,30	97,30	97,30	97,30	97,30	97,30
Total Amortización				87,30	87,30	87,30	87,30	87,30	87,30	87,30	87,30	87,30	87,30

TOTAL DEPRECIACION Y AMORTIZACION	951,10	951,10	951,10	351,10	351,10	97,30	97,30	97,30	97,30	97,30

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO # 37

EQUIPOS/MOBILIARIOS	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
EQUIPOS EN GENERAL			
Ventilador de pared	1	13,00	13,00
Refrigeradora Durex 10"	1	459,00	459,00
Bomba de agua 0.75 hp jet80p	1	104,25	104,25
Televisores Panasonic pantalla semi plana 19"	1	718,50	718,50
Computador	3	600,00	1.800,00
Impresora	1	80,00	80,00
SUBTOTAL EQUIPOS EN GENARAL			3.174,75
OTROS EQUIPOS			
Tostadora Proctor Silex	1	20,50	20,50
Juegos de vajilla	9	20,00	180,00
Extintor de incendios 20lb	2	30,00	60,00
Bollas salvavidas	2	40,00	80,00
SUBTOTAL OTROS EQUIPOS			260,50
TOTAL EQUIPOS			3.435,25
MOBILIARIO			
Amueblamiento General			
Repisas	1	80,00	80,00
Escritorios	2	100,00	200,00
Sillas de oficina	2	15,00	30,00
Zona Comedor			
Mesa de plástico	18	40,00	720,00
Sillas plástico	138	4,00	552,00
Parasoles	9	13,00	117,00
Cocina industrial	1	300,00	300,00
Repisas bodega de alimentos	2	40,00	80,00
Caja registradora	1	120,00	120,00
Decoración			
Cuadros	10	5,00	50,00

Adornos	8	5,00	40,00
Tachos oficina	9	3,00	27,00
SUBTOTAL MOBILIARIO Y DECORACION			2.316,00
MATERIALES INDIRECTOS			
Botiquín de primeros auxilios	2	30,00	60,00
Camiseta para uniforme	24	9,00	216,00
TOTAL MATERIALES INDIRECTOS			276,00
TOTAL EQUIPOS Y MOBILIARIOS			**6.027,25**

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO # 38

VISITANTES ADULTOS AL PARQUE TEMÁTICO								
				15%	15%	15%	27,50%	27,50%
	100%	97%	SEMANAL	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
ENERO	370	359	90	13	13	13	25	25
FEBRERO	324	314	79	12	12	12	22	22
MARZO	391	379	95	14	14	14	26	26
ABRIL	393	381	95	14	14	14	26	26
MAYO	324	314	79	12	12	12	22	22
JUNIO	449	436	109	16	16	16	30	30
JULIO	635	616	154	23	23	23	42	42
AGOSTO	665	645	161	24	24	24	44	44
SEPTIEMBRE	743	721	180	27	27	27	50	50
OCTUBRE	686	665	166	25	25	25	46	46
NOVIEMBRE	565	548	137	21	21	21	38	38
DICIEMBRE	428	415	104	16	16	16	29	29
	ITUR							
TOTAL	**5973**	**5794**						

INGRESOS POR NIÑOS DE FAMILIA			
MESES	**TOTAL VISITANTES PADRES DE FAMILIA**	**TOTAL FAMILIA**	**TOTAL NIÑOS POR FAMILIA**
ENERO	236,874	118,437	355,311
FEBRERO	207,4248	103,7124	311,1372
MARZO	250,3182	125,1591	375,4773
ABRIL	251,5986	125,7993	377,3979
MAYO	207,4248	103,7124	311,1372
JUNIO	287,4498	143,7249	431,1747
JULIO	406,527	203,2635	609,7905
AGOSTO	425,733	212,8665	638,5995
SEPTIEMBRE	475,6686	237,8343	713,5029
OCTUBRE	439,1772	219,5886	658,7658
NOVIEMBRE	361,713	180,8565	542,5695
DICIEMBRE	274,0056	137,0028	411,0084
TOTAL	3823,9146	1911,957	5735,872

PROMEDIO DE HIJOS POR FAMILIA EN EL ORO 3.3*

***FUENTE: INEC**

INGRESO POR RUBRO DE ESTUDIANTES		
COLEGIOS	**Nro ESTUDIANTES**	**33%**
Colegio Sultana De Oro	303	100
Colegio 26 de Noviembre	456	150
Colegio Miguel Sánchez Astudillo	421	139
Colegio Zaruma	362	119
Colegio Salesiano Juan Bosco	428	141
Colegio Nacional Técnico Paquisha	174	57
Colegio Nacional Técnico Leovigildo Loayza Loayza	277	91
Colegio Nacional Zoila Ugarte de Landívar	314	104
Unidad Educativa Santa Teresita	223	74
Colegio Fiscal Técnico Femenino Ing. Eduardo Pazmiño Barciona	352	116
Total Alumnos Anual		**1092,3**
*2 cursos equivalen al 33 % del total de cada colegio		

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO # 39

INGRESOS POR ENTRADAS ESCENARIO NORMAL										
	AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**AÑO 6**	**AÑO 7**	**AÑO 8**	**AÑO 9**	**AÑO 10**
Visitantes	12622	13545	14541	15617	16779	18034	19389	20853	22434	24141
Ingresos adultos	20277,72	23746,21	25492,71	27378,92	29416,04	31616,12	33992,21	36558,39	39329,86	42323,05
Ingresos niños	10028,42	11743,77	12607,50	13540,34	14547,80	15635,86	16810,96	18080,07	19450,72	20931,01
Ingresos colegios	1092	1092,30	1092,30	1092,30	1092,30	1092,30	1092,30	1092,30	1092,30	1092,30
INGRESOS TOTALES POR ENTRADAS	**31398,44**	**36582,28**	**39192,51**	**42011,56**	**45056,14**	**48344,28**	**51895,47**	**55730,76**	**59872,88**	**64346,36**

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO # 40

INGRESOS POR VENTA DE COMIDA ESCENARIO NORMAL										
	AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**AÑO 6**	**AÑO 7**	**AÑO 8**	**AÑO 9**	**AÑO 10**
Visitantes	12622	13545	14541	15617	16779	18034	19389	20853	22434	24141
Adultos	4635	4974	5339	5734	6161	6622	7120	7657	8238	8865
Niños	4584	4919	5281	5672	6094	6550	7042	7574	8148	8768
TOTAL PERSONAS Q CONSUMEN	9219	9893	10621	11406	12255	13172	14162	15231	16385	17632
PRECIO PROMEDIO DEL PLATO	3,5	3,82	4,17	4,55	4,96	5,42	5,91	6,45	7,04	7,68
INGRESOS X VENTA DE ALIMENTOS	**32267,6**	**37787,0**	**44269,9**	**51886,3**	**60836,6**	**71356,5**	**83723,7**	**98265,3**	**115366,5**	**135481,0**

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO # 41

INGRESOS POR ALQUILER DE LOCAL ESCENARIO NORMAL										
	AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**AÑO 6**	**AÑO 7**	**AÑO 8**	**AÑO 9**	**AÑO 10**
Precio	170	185,52	202,46	220,94	241,12	263,13	287,15	313,37	341,98	373,20
INGRESO X ALQUILER	**6120,00**	**6678,76**	**7288,53**	**7953,97**	**8680,17**	**9472,67**	**10337,52**	**11281,34**	**12311,32**	**13435,34**

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO # 42

INGRESOS POR VENTA DE SOUVENIRS ESCENARIO NORMAL										
	AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**AÑO 6**	**AÑO 7**	**AÑO 8**	**AÑO 9**	**AÑO 10**
Visitantes	12622	13545	14541	15617	16779	18034	19389	20853	22434	24141
Adultos	3186	3419	3671	3942	4236	4553	4895	5264	5663	6094
Precio promedio	5	5,46	5,95	6,50	7,09	7,74	8,45	9,22	10,06	10,98
INGRESO X SOUVENIRS	**15932,50**	**18657,74**	**21858,72**	**25619,42**	**30038,71**	**35233,02**	**41339,46**	**48519,54**	**56963,43**	**66895,18**

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO # 43

INGRESOS POR ENTRADAS ESCENARIO PESIMISTA										
	AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**AÑO 6**	**AÑO 7**	**AÑO 8**	**AÑO 9**	**AÑO 10**
Visitantes	12622	13545	14541	15617	16779	18034	19389	20853	22434	24141
Ingresos adultos	17380,91	20353,89	21850,89	23467,65	25213,75	27099,53	29136,18	31335,76	33711,31	36276,90
Ingresos niños	10037,25	11754,11	12618,61	13552,27	14560,62	15649,64	16825,77	18096,00	19467,85	20949,45
Colegios	2184,6	2384,05	2601,72	2839,25	3098,48	3381,37	3690,09	4026,99	4394,66	4795,89
INGRESOS TOTALES	**29602,76**	**34492,06**	**37071,22**	**39859,17**	**42872,84**	**46130,54**	**49652,04**	**53458,76**	**57573,82**	**62022,24**

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO # 44

INGRESOS POR VENTA DE COMIDA ESCENARIO PESIMISTA										
	AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**AÑO 6**	**AÑO 7**	**AÑO 8**	**AÑO 9**	**AÑO 10**
Visitantes	12622	13545	14541	15617	16779	18034	19389	20853	22434	24141
Adultos	4635	4974	5339	5734	6161	6622	7120	7657	8238	8865
Niños	4588	4924	5286	5677	6099	6556	7048	7580	8155	8776
TOTAL PERSONAS Q CONSUMEN	9223	9897	10625	11411	12261	13178	14168	15237	16393	17640
PRECIO PROMEDIO DEL PLATO	3	3,27	3,57	3,90	4,25	4,64	5,07	5,53	6,03	6,59
INGRESOS X VENTA DE ALIMENTOS	**27670,1**	**32403,0**	**37962,2**	**44493,5**	**52168,5**	**61189,5**	**71794,6**	**84264,3**	**98928,9**	**116177,4**

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO # 45

INGRESOS POR ALQUILER DE LOCAL ESCENARIO PESIMISTA										
	AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**AÑO 6**	**AÑO 7**	**AÑO 8**	**AÑO 9**	**AÑO 10**
Precio de alquiler	170	185,52	202,46	220,94	241,12	263,13	287,15	313,37	341,98	373,20
INGRESO X ALQUILER	**4080,00**	**4452,50**	**4859,02**	**5302,65**	**5786,78**	**6315,11**	**6891,68**	**7520,89**	**8207,55**	**8956,90**

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO # 46

INGRESOS POR VENTA DE SOUVENIRS ESCENARIO PESIMISTA										
	AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**AÑO 6**	**AÑO 7**	**AÑO 8**	**AÑO 9**	**AÑO 10**
Visitantes	12622	13545	14541	15617	16779	18034	19389	20853	22434	24141
Adultos	3186	3419	3671	3942	4236	4553	4895	5264	5663	6094
	4	4,37	4,76	5,20	5,67	6,19	6,76	7,37	8,05	8,78
INGRESO X SOUVENIRS	**12746,00**	**14926,19**	**17486,98**	**20495,54**	**24030,97**	**28186,42**	**33071,57**	**38815,63**	**45570,75**	**53516,15**

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO # 47

INGRESOS POR ENTRADAS ESCENARIO OPTIMISTA										
	AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**AÑO 6**	**AÑO 7**	**AÑO 8**	**AÑO 9**	**AÑO 10**
Visitantes	12622	13545	14541	15617	16779	18034	19389	20853	22434	24141
Ingresos adultos	23174,54	27138,52	29134,52	31290,20	33618,33	36132,71	38848,24	41781,02	44948,41	48369,20
Ingresos niños	11461,05	13421,45	14408,58	15474,67	16626,06	17869,55	19212,53	20662,94	22229,39	23921,15
Ingresos colegios	1092	1092,30	1092,30	1092,30	1092,30	1092,30	1092,30	1092,30	1092,30	1092,30
INGRESOS TOTALES	**35727,89**	**41652,27**	**44635,40**	**47857,17**	**51336,69**	**55094,56**	**59153,07**	**63536,26**	**68270,10**	**73382,65**

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO # 48

INGRESOS POR VENTA DE COMIDA ESCENARIO OPTIMISTA										
	AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**AÑO 6**	**AÑO 7**	**AÑO 8**	**AÑO 9**	**AÑO 10**
Visitantes	12622	13545	14541	15617	16779	18034	19389	20853	22434	24141
Adultos	4635	4974	5339	5734	6161	6622	7120	7657	8238	8865
Niños	4584	4919	5281	5672	6094	6550	7042	7574	8148	8768
TOTAL PERSONAS Q CONSUMEN	9219	9893	10621	11406	12255	13172	14162	15231	16385	17632
PRECIO PROMEDIO DEL PLATO	4	4,37	4,76	5,20	5,67	6,19	6,76	7,37	8,05	8,78
INGRESOS X VENTA DE ALIMENTOS	**36877,3**	**43185,1**	**50594,1**	**59298,6**	**69527,5**	**81550,2**	**95684,2**	**112303,2**	**131847,4**	**154835,4**

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO # 49

INGRESOS POR ALQUILER DE LOCAL ESCENARIO OPTIMISTA										
	AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**AÑO 6**	**AÑO 7**	**AÑO 8**	**AÑO 9**	**AÑO 10**
Precio	170	185,52	202,46	220,94	241,12	263,13	287,15	313,37	341,98	373,20
INGRESO X ALQUILER	**8160**	**8905,01**	**9718,04**	**10605,29**	**11573,55**	**12630,22**	**13783,36**	**15041,78**	**16415,09**	**17913,79**

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO # 50

INGRESOS POR VENTA DE SOUVENIRS ESCENARIO OPTIMISTA										
	AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**AÑO 6**	**AÑO 7**	**AÑO 8**	**AÑO 9**	**AÑO 10**
Visitantes	12622	13545	14541	15617	16779	18034	19389	20853	22434	24141
Adultos	3186	3419	3671	3942	4236	4553	4895	5264	5663	6094
Precio promedio	6	6,55	7,15	7,80	8,51	9,29	10,13	11,06	12,07	13,17
INGRESO X SOUVENIRS	**19119,00**	**22389,28**	**26230,46**	**30743,31**	**36046,45**	**42279,62**	**49607,36**	**58223,44**	**68356,12**	**80274,22**

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO # 51

FLUJO DE CAJA ESCENARIO NORMAL											
	AÑO 0	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**AÑO 6**	**AÑO 7**	**AÑO 8**	**AÑO 9**	**AÑO 10**
INGRESOS OPERACIONALES		85718,59	99705,76	112609,62	127471,26	144611,58	164406,42	187296,13	213796,91	244514,09	280157,85
COSTO DE PRODUCCION		35497,25	40269,99	45754,66	52066,05	59338,43	67728,96	77421,62	88632,02	101612,87	116660,53
UTILIDAD OPERACIONAL		50221,34	59435,77	66854,96	75405,21	85273,15	96677,47	109874,51	125164,88	142901,23	163497,32
GASTOS ADMINISTRATIVOS		22661,13	24856,99	27265,64	29907,68	32805,73	35984,60	39471,51	43296,30	47491,71	52093,66
GASTOS DE COMERCIALIZACION		1497,60	898,56	830,00	905,78	988,48	1078,72	1177,21	1284,69	1401,98	1529,98
GASTOS FINANCIEROS		5327,97	5820,81	6359,23	6947,46	7590,10	8292,19	9059,21	9897,19	10812,68	11812,85
DEPRECIACION Y AMORTIZACION		951,10	951,10	951,10	351,10	351,10	97,30	97,30	97,30	97,30	97,30
UTILIDAD BRUTA		19783,54	26908,31	31448,99	37293,20	43537,75	51224,65	60069,27	70589,40	83097,55	97963,52
15% PARTICIPACION EMPLEADOS		2967,53	4036,25	4717,35	5593,98	6530,66	7683,70	9010,39	10588,41	12464,63	14694,53
25% IMPUESTOS A LA RENTA		4204,00	5718,02	6682,91	7924,80	9251,77	10885,24	12764,72	15000,25	17658,23	20817,25
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		12612,01	17154,05	20048,73	23774,41	27755,31	32655,72	38294,16	45000,74	52974,69	62451,75
AJUSTES DEPRECIACION Y AMORTIZACION		1335,92	1335,92	1335,92	1069,25	1069,25	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
INVERSION	121301,9676										
PRESTAMO	-81920,51										
GASTOS PREOPERACIONALES	-973										
	-82893,51	13947,92	18489,96	21384,65	24843,66	28824,56	33155,72	38794,16	45500,74	53474,69	62951,75
FLUJO DE CAJA		- 68945,59	- 50455,62	-29070,97	-4227,31	24597,25	57752,97	96547,13	142047,88	195522,56	258474,31
VAN	101269,7209										
TIR	28%										
PUNTO DE EQUILIBRIO	55042,1576										

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO # 52

FLUJO DE CAJA ESCENARIO PESIMISTA											
	AÑO 0	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**AÑO 6**	**AÑO 7**	**AÑO 8**	**AÑO 9**	**AÑO 10**
INGRESOS OPERACIONALES		74098,86	86273,80	97379,44	110150,82	124859,07	141821,54	161409,89	184059,56	210280,98	240672,70
COSTO DE PRODUCCION		37931,58	43073,28	48986,93	55797,56	63651,47	72719,90	83203,48	95337,29	109397,02	125706,07
UTILIDAD OPERACIONAL		36167,28	43200,52	48392,50	54353,25	61207,60	69101,63	78206,41	88722,27	100883,96	114966,64
GASTOS ADMINISTRATIVOS		22661,13	24856,99	27265,64	29907,68	32805,73	35984,60	39471,51	43296,30	47491,71	52093,66
GASTOS DE COMERCIALIZACION		1497,60	898,56	830,00	905,78	988,48	1078,72	1177,21	1284,69	1401,98	1529,98
GASTOS FINANCIEROS		5327,97	5820,81	6359,23	6947,46	7590,10	8292,19	9059,21	9897,19	10812,68	11812,85
DEPRECIACION Y AMORTIZACION		951,10	951,10	951,10	351,10	351,10	97,30	97,30	97,30	97,30	97,30
UTILIDAD BRUTA		5729,48	10673,06	12986,54	16241,24	19472,19	23648,82	28401,17	34146,79	41080,28	49432,84
15% PARTICIPACION EMPLEADOS		859,42	1600,96	1947,98	2436,19	2920,83	3547,32	4260,18	5122,02	6162,04	7414,93
25% IMPUESTOS A LA RENTA		1217,51	2268,02	2759,64	3451,26	4137,84	5025,37	6035,25	7256,19	8729,56	10504,48
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		3652,54	6804,07	8278,92	10353,79	12413,52	15076,12	18105,75	21768,58	26188,68	31513,43
AJUSTES DEPRECIACION Y AMORTIZACION		1335,92	1335,92	1335,92	1069,25	1069,25	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
INVERSION	121301,9676										
PRESTAMO	-81920,51										
GASTOS PREOPERACIONALES	-973										
	-82893,51	4988,46	8139,99	9614,83	11423,04	13482,77	15576,12	18605,75	22268,58	26688,68	32013,43
FLUJO DE CAJA		- 77905,05	- 69765,06	- 60150,23	-48727,19	-35244,42	-19668,29	-1062,55	21206,03	47894,71	79908,14
VAN	7278,16										
TIR	**11%**										
PUNTO DE EQUILIBRIO	64375,14										

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO # 53

FLUJO DE CAJA ESCENARIO OPTIMISTA											
	AÑO 0	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**AÑO 6**	**AÑO 7**	**AÑO 8**	**AÑO 9**	**AÑO 10**
INGRESOS OPERACIONALES		99884,20	116131,70	131178,02	148504,40	168484,20	191554,65	218227,99	249104,65	284888,70	326406,06
COSTO DE PRODUCCION		35497,25	40269,99	45754,66	52066,05	59338,43	67728,96	77421,62	88632,02	101612,87	116660,53
UTILIDAD OPERACIONAL		64386,95	75861,71	85423,37	96438,36	109145,77	123825,69	140806,36	160472,63	183275,84	209745,52
GASTOS ADMINISTRATIVOS		22661,13	24856,99	27265,64	29907,68	32805,73	35984,60	39471,51	43296,30	47491,71	52093,66
GASTOS DE COMERCIALIZACION		1497,60	898,56	830,00	905,78	988,48	1078,72	1177,21	1284,69	1401,98	1529,98
GASTOS FINANCIEROS		5327,97	5820,81	6359,23	6947,46	7590,10	8292,19	9059,21	9897,19	10812,68	11812,85
DEPRECIACION Y AMORTIZACION		951,10	951,10	951,10	351,10	351,10	97,30	97,30	97,30	97,30	97,30
UTILIDAD BRUTA		33949,15	43334,25	50017,40	58326,34	67410,36	78372,88	91001,13	105897,15	123472,16	144211,72
15% PARTICIPACION EMPLEADOS		5092,37	6500,14	7502,61	8748,95	10111,55	11755,93	13650,17	15884,57	18520,82	21631,76
25% IMPUESTOS A LA RENTA		7214,20	9208,53	10628,70	12394,35	14324,70	16654,24	19337,74	22503,14	26237,83	30644,99
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		21642,59	27625,58	31886,09	37183,04	42974,11	49962,71	58013,22	67509,43	78713,50	91934,97
AJUSTES DEPRECIACION Y AMORTIZACION		1335,92	1335,92	1335,92	1069,25	1069,25	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
INVERSION	121301,97										
PRESTAMO	-81920,51										
GASTOS PREOPERACIONALES	-973										
	-82893,51	22978,50	28961,50	33222,01	38252,29	44043,36	50462,71	58513,22	68009,43	79213,50	92434,97
FLUJO DE CAJA		- 59915,01	-30953,51	2268,50	40520,79	84564,15	135026,86	193540,08	261549,51	340763,01	433197,98
VAN	193694,93										
TIR	41%										
PUNTO DE EQUILIBRIO	51055,40										

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO # 54

Encuestas realizadas a Turistas.

SEXO

☐ Masculino ☐ Femenino

EDAD

1. **¿Cuál es su lugar de nacimiento y en donde reside?**

2. **¿Viaja acompañado?**

☐ Si ☐ No

3. **Si viaja acompañado, ¿Con quién lo hace?**

☐ Familia ☐ Amigos

☐ Otros

4. **¿Cuántos días planea estar en Zaruma?**

☐ 1 Día ☐ 1 Semana

☐ Más de 1 Semana

5. **¿Es su primera visita a Zaruma?**

☐ Si ☐ No

6. **Si no es su primera visita, ¿Cuántas veces ha viajado en el último año?**

☐ 2 Veces ☐ Menos de una semana

☐ Otros ☐ Más de una semana

7. Y, ¿Qué lo motiva a Viajar a Zaruma?

- ☐ Visita de parientes
- ☐ Turismo
- ☐ Negocios
- ☐ Estudios
- ☐ Otros

8. ¿Qué es lo que más aprecia de Zaruma?

- ☐ Atractivos Turísticos
- ☐ Gastronomía
- ☐ Otros Servicios ______________________________

9. ¿Por medio de qué medio de prensa le gustaría recibir información de Zaruma?

- ☐ Revistas
- ☐ Periódicos
- ☐ Televisivos
- ☐ Radial
- ☐ Vallas Publicitarias

10. ¿Cuál es su promedio de gasto en su estadía aquí en Zaruma?

- ☐ Entre 5 a 10 dólares diarios
- ☐ Entre 11 a 20 dólares diarios
- ☐ Más de 21 dólares diarios

11. ¿Cuál es el Servicio en el que más gasta?

- ☐ Transporte
- ☐ Alimentación
- ☐ Hospedaje
- ☐ Recorrido por la ciudad
- ☐ Actividad de Recreación
- ☐ Otros servicios

12. **De los servicios que ha usado en Zaruma, Califíquelos su calidad del 1 al 5, donde 1 es excelente y 5 es muy malo. Igualmente califique el nivel de precios, donde A es Alto; N es normal o razonable y B es Barato:**

ACTIVIDAD	1	2	3	4	5	PRECIOS		
						A	N	B
Alimentación								
Alojamiento								
Trasporte Público								
Información Turística								
Sitios de Esparcimiento								

13. **¿Qué nuevo servicio adicional al que existe le gustaría recibir en Zaruma?**

14. **¿Cuáles considera que son los sitios de interés más importantes de Zaruma?**

15. **De lo que ha visto hasta el momento, ¿Qué piensa que le hace falta a Zaruma para ser más atractivo turísticamente?**

16. **¿Regresaría a Zaruma?**

☐ Si ☐ No

Por qué ____

17. **¿Qué otros sitios de Zaruma o aledaños ha visitado?**

18. ¿Qué opina sobre la creación de un Parque Temático enfocado a la Actividad Minera y Cafetera en Zaruma vía a Salvias?

- ☐ Interesante
- ☐ No interesante
- ☐ Indiferente

19. ¿Estaría dispuesto a visitar un Parque Temático en Zaruma vía Salvias?

- ☐ Si
- ☐ No
- ☐ No sabe

ANEXO # 55

Segunda Encuestas a Visitantes

2 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para el ingreso del Parque Temático?

2.5.1 Hasta 2 USD

2.5.2 De 3 USD hasta 5 USD

2.5.3 Más de 5 USD

3 Aproximadamente cuánto estaría dispuesto a pagar por cada plato de comida dentro del Parque Temático

3.5.1 Hasta 5 USD

3.5.2 Hasta 10 USD

4 ¿Compraría usted algún souvenir o recuerdo del Parque Temático?

4.5.1 Sí

4.5.2 No

5 ¿Hasta cuanto estaría dispuesto a pagar por souvenir?

5.5.1 Hasta 3 USD

5.5.2 Hasta 8 USD

5.5.3 Más de 8USD

6 El Parque Temático tendrá, Zona de exposición minera y cafetera, además de un área para niños como espectáculos de grupos folclóricos u otros. ¿Visitaría más de una vez por año el Parque Temático?

6.5.1 Si

6.5.2 No

Porqué?____________________________________

ANEXO # 56

ENCUESTAS REALIZADAS A ZARUMEÑOS

- El Parque Temático tendría una Zona infantil y otra área de espectáculos y eventos. Le gustaría realizar algún evento social en el Parque?
    - Sí
    - No

- En respuesta ***Si***, Cuánto estaría dispuesto/a a pagar por el alquiler del área del evento?
    - Hasta 200 USD
    - Hasta 400 USD

- En que período de tiempo estaría dispuesto a alquilar un local para eventos?
    - Cada 3 años

- Cada 2 años
- Una vez al año
- Dos veces al año
- Más de 2 veces al año

ANEXO # 57

ENCUESTAS REALIZADAS A COLEGIOS

- Tomando en cuenta que el parque temático abarcara temas desde historia, geografía, zoología, mineralogía, geología, física y botánica; ¿cree usted que seria importante que sus alumnos visiten el parque temático?
  - Sí
  - No

- ¿Cuanto cree usted que los alumnos pudieran pagar por la entrada al parque?
  - Hasta 2 USD
  - Más de 2 USD

- ¿Cuántas veces al año estaría dispuesto a llevar a sus alumnos al parque temático?
    - Una vez al año
    - Dos veces al año
    - Tres veces al año

ANEXO # 58

Área del préstamo y requisitos

Activo fijo: Obras civiles, maquinaria, equipo, fomento agrícola.

Capital de Trabajo: Adquisición de materia prima, insumos, materiales directos e indirectos, pago de mano de obra, etc.

Asistencia técnica.

Del Beneficiario: este crédito PYMES, es para:

- Empresas con ventas de hasta 5.000.000 USD.
- Personas naturales.
- Personas jurídicas sin importar la composición de su capital social (privadas, mixtas o públicas) y cuando se encuentren bajo el control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías.
- Cooperativas no financieras, con personería jurídica.

Del Monto:

Desde US$25.000 hasta US$7.000.000.

Valor a financiar (en porcentajes de la inversión total):

Hasta el 70% para proyectos nuevos.

Hasta el 90% para proyectos de ampliación

Hasta el 60% para proyectos de construcción para la venta.

Plazo:

Activo Fijo: hasta 10 años.

Capital de Trabajo: hasta 2 años.

Capital de Trabajo para Construcción: hasta 3 años.

Asistencia Técnica: hasta 2 años.

Período de gracia:

Se fijará de acuerdo a las características del proyecto y su flujo de caja proyectado.

Tasas de interés:

- Capital de trabajo: 8.5%
- Activos Fijos:

 - 8.75% hasta 5 años.

 - 9.25% hasta 10 años.

Requisitos:

- Para créditos de hasta US$150.000 no se requiere proyecto de evaluación.
- Para créditos superiores a US$ 150.000 se requiere completar el modelo de evaluación que la CFN (Corporación Financiera Nacional) proporciona en medio magnético.
- Estados financieros de los dos últimos años con los sustentos respectivos.
- Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal.
- Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen.
- Carta de pago de los impuestos.
- Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda.
- Planos aprobados de construcción, en el caso de obras civiles.
- Proformas de la maquinaria a adquirir.
- Proformas de materia prima e insumos a adquirir.

ANEXO # 59

MENÚ

ENTRADAS Y PIQUEOS	
Muchines de yuca (porción de 4 muchines)	3.00
Empanadas de queso	1.00
Bolón de maní	1.00
Tostada de queso	0.50
Tostada mixta	0.50
Bolón verde con chicharrón	1.50
Bolón verde con queso	1.00
Humitas	1.00

PLATOS FUERTES	
Tigrillo	3.50
(Plátano verde majado freído con queso, huevo frito y cebolla)	
Caldo de gallina	3.00
Repe	3.50
(Crema o sopa hecha a base de guineo verde y quesillo)	
Caldo de maní	3.00
(Sopa de carne pero el maní es el ingrediente principal)	
Arroz mote (una porción)	1.50
(Arroz cocina sin sal)	
Bistec de carne	3.00
Carne cecina (con ensalada, arroz, yuca o mote)	3.50
(Lomo de cerdo asada en parrilla sobre carbón)	

POSTRES	
Manjar de leche	1.50
(manjar de leche con galletas)	
Higos pasados	1.50

BEBIDAS	
Canelazo (jarra)	2.50
(Puro, bebida con alcohol típica de Zaruma, y canela)	
Agua aromáticas	1.00
(Manzanilla, hierbaluisa, cedrón y menta)	
Coca cola ½ litro	1.25
Botella de agua	0.50
Jugo de frutas	1.00
(Fruta de la temporada)	
Café zarumeño	1.00
(con o sin leche)	

Anexo # 60

POLITÍCAS DEL PARQUE TEMÁTICO EL MOLINO

Brevemente se presentará las políticas a seguir tanto internamente (entre colegas o personal que trabaja en las diversas áreas del Parque Temático), como externamente (turistas, visitantes).

Para personal interno

- NO arrojar basura en el suelo
- MANTENER limpia y ordenada cada una de sus áreas de trabajo
- Recibir siempre con UNA SONRISA al visitante o turista
- Informar sobre cualquier acontecimiento sucedido a sus superiores
- CONSTAR que sus materiales de trabajo estén en perfecto estado y completos
- La hora del almuerzo será de máximo 30 minutos dejando a alguien reemplazando su trabajo si el caso lo requiere
- LLEVAR con orgullo la camiseta con el logo respectivo del Parque Temático Zaruma
- Llevar siempre el cabello recogido en el caso de las mujeres y en el caso de los hombres bien peinados, así mostrar pulcridad
- Ser puntuales.
- Ser responsables
- Ser cordiales con colegas y turistas

Para visitante-turistas

Por favor para mantener el Parque Temático en condiciones estables y siempre a su disposición solicitamos los siguientes parámetros

- No arrojar basura en el sendero, ni cascada
- No llevar animales
- Escuchar las charlas informativas en cada área del sendero y permitir a los demás disfrutar de ella
- Conserve su entrada del Parque de esta manera llevaremos un mejor control de quienes ingresan

- Reciclar los desperdicios, para esto habrá cuatro tachos de basura con sus respectivas denominaciones para papeles o cartón, vidrios, plásticos y materia orgánica
- Disfrute de las instalaciones
- No se permite fumar dentro del área del Parque Temático
- Cualquier comentario, desacuerdo, sugerencia no dude en informar. El cliente siempre tiene la razón.

Ayúdenos a conservar este atractivo turístico para ustedes y generaciones futuras… Gracias.

Anexo # 61

PARQUE TEMÁTICO EL MOLINO

MISIÓN

Poner en marcha un nuevo establecimiento dentro del Cantón Zaruma, promocionarlo y venderlo de la manera más eficiente junto a pobladores conocedores de la zona para aquellos amantes del Turismo Ecológico, considerando que los servicios a ofertar estén a disposición del visitante-turista

VISIÓN

Hacer reconocer tanto nacional como internacionalmente el Parque Temático Zaruma, tomando en cuenta que el mismo Cantón es declarado Patrimonio Cultural de La Nación y siendo una oportunidad para quienes promocionan el establecimiento.

OBJETIVOS

- Ofrecer servicios e instalaciones de primera, para el disfrute de turistas y visitantes.
- Formar parte del mundo turístico del Cantón Zaruma
- Implementar nuevas ideas al Parque Temático Zaruma, para así no decaer la afluencia de quienes nos visiten
- Mostrar la gastronomía típica del Cantón y sus alrededores
- Promover el ánimo de hacer turismo en el País
- Informar a visitantes-turistas de la historia de la Minería y el Café típico de este Cantón.
- Incentivar a extranjeros a conocer las bellezas naturales que poseen El Ecuador y sea un país dentro la lista de su recorrido por el mundo.

ANEXO # 62

PLANOS DEL PARQUE TEMATI CO

BIBLIOGRAFÍA

[1] I-TUR, *Oficina de Información Turística*, Municipio de Zaruma.

[2] Varios autores, *"NEC Normas ecuatorianas de Contabilidad,"* Tomo 1, Pudeleco Editores S.A., Quito -Ecuador, 1999.

[3] Cornejo, K., Flores J., Rodríguez D., *Tesis de Grado "Propuesta de Equipamiento Turístico en el Sector de Canoa y su Operatividad"*, 2007.

[4] INEC, *Censo de Población y vivienda*. Provincia de El Oro, 2001.

[5] Entrevista: *Sra. Melva Cabrera Márquez*, i-TUR Zaruma.

[6] Opti-Druck, *Beschriftung von Hotel - und Campingschildrern zur besseren und schnelleren Orientierung. International Touristics-Pictograms Printer*. Kassel-Germany.