



unl

Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica, Social Y Administrativa

Carrera de Turismo

**Propuesta de una Ruta Turística Sensorial de Arte Y Cultura
para el Festival de Artes Vivas de la Ciudad De Loja**

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

AUTORA:

Grace Melina Ortega Barba

DIRECTORA:

Ing. Gladys Alexandra Suárez Jaramillo, Mg. Sc.

Loja – Ecuador

2023

Loja, 18 de enero de 2022

Ing. Gladys Alexandra Suárez Jaramillo. Mg. Sc.

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
CARRERA DE TURISMO**

C E R T I F I C O:

Que he revisado y orientado todo el proceso de elaboración del Trabajo de Integración Curricular denominado: **“Propuesta de una Ruta turística sensorial de Arte y Cultura para el Festival de Artes Vivas de la Ciudad de Loja”**, previo a la obtención del título de **Licenciada en Turismo** de la autoría de la estudiante **Grace Melina Ortega Barba**, con **cédula de identidad Nro.1150778585**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.

Ing. Gladys Alexandra Suárez Jaramillo. Mg. Sc.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Autoría

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

Firma:

Cédula de identidad: 1150778585

Fecha: Loja, 14 de marzo de 2023

Correo electrónico: grace.ortega@unl.edu.ec – gmelina993@gmail.com

Teléfono: 0980339869

Carta de autorización por parte del autor/a, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular.

Yo, **Grace Melina Ortega Barba**, declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Propuesta de una Ruta Turística Sensorial de Arte y Cultura para el Festival de Artes Vivas de la Ciudad de Loja**, como requisito para optar al grado de **Licenciatura en Turismo**, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja, para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los catorce días del mes de marzo del dos mil veintitrés, firma la autora.

Firma:

Autora Grace Melina Ortega Barba.

Cédula: 1150778585

Dirección: Loja, Las Pitas, Agustín Aguirre Ruiz y Alfredo Escarabay.

Correo Electrónico: grace.ortega@unl.edu.ec

Celular: 0980339869

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director/a del Trabajo de Integración Curricular: Ing. Gladys Alexandra Suárez Jaramillo, Mg. Sc.

Dedicatoria

Dedico el presente trabajo con todo el amor y regocijo a mi madre Marlene Barba y mi padre Wilson Ortega quienes han sido mi pilar e impulso para seguir adelante, además del ponerle esfuerzo y dedicación al presente. Con sus palabras de aliento y apoyo han hecho de mí una gran persona y me han permitido llegar a alcanzar mis metas. Mis amigos y demás familiares quienes forman parte de mi vida y sin los cuales no podría haber llegado a donde estoy el día de hoy.

Grace Melina Ortega Barba

Agradecimiento

Mi gratitud eterna a la Universidad Nacional de Loja, a la Facultad Jurídica, Social y Administrativa, a la Carrera de Turismo, a las autoridades y personal docente, quienes con dedicación, responsabilidad y experiencia académica me impartieron sus sabias enseñanzas, sus valiosos conocimientos y me brindaron su apoyo en todo momento de mi formación profesional.

De manera especial a mi directora de tesis, Ing. Alexandra Suárez Jaramillo Mg Sc, quien, con sus conocimientos y perseverancia, ha sabido guiarme de manera acertada para la realización y culminación de la presente tesis.

Finalmente agradezco a el Municipio de Loja, el MINTUR, le INPC, la Universidad Nacional de Loja, quienes no escatimaron esfuerzo alguno en proporcionarme la información necesaria para el desarrollar con éxito, la culminación de cada trabajo.

Grace Melina Ortega Barba

Índice de contenidos

Portada	i
Certificación	ii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de contenidos	vii
Índice de Tablas	ix
Índice de Figuras	xi
Índice de Anexos	xiii
1. Título	- 1 -
2. Resumen	- 2 -
2.1. Abstract:	- 3 -
3. Introducción	- 4 -
4. Marco Teórico	- 6 -
4.1. Marco Conceptual	- 6 -
4.1.1. <i>Turismo</i>	- 6 -
4.1.2. <i>Turismo de Sentidos o Turismo Multisensorial</i>	- 6 -
4.1.3. <i>Actividades Turísticas Sensoriales</i>	- 8 -
4.1.4. <i>Ruta Turística</i>	- 11 -
4.1.5. <i>Ruta turística cultural:</i>	- 11 -
4.1.6. <i>Ruta turística sensorial:</i>	- 12 -
4.1.7. <i>Atractivo Turístico Cultural</i>	- 12 -
4.1.8. <i>Festival Internacional de Artes Vivas (FIAVL)</i>	- 12 -
4.2. Marco Referencial.....	- 13 -
4.3. Marco Legal	- 14 -
4.3.1. <i>Patrimonio</i>	- 14 -
4.3.2. <i>Turismo y Patrimonio</i>	- 15 -
4.3.3. <i>Patrimonio y Guianza</i>	- 17 -
5. Metodología	- 18 -
5.1. Área de estudio	- 18 -
5.2. Materiales.....	- 18 -
5.3. Procedimiento	- 19 -
5.3.1. <i>Enfoque metodológico y técnicas</i>	- 19 -
5.4. Metodología Objetivo 1	- 19 -

5.5.	Metodología Objetivo 2:	- 23 -
5.5.1.	<i>Encuesta</i>	- 23 -
5.5.2.	<i>Modelo de Encuesta</i>	- 25 -
5.6.	Metodología Objetivo 3	- 26 -
6.	Resultados	- 28 -
6.1.	Atractivos turísticos culturales a considerar para la elaboración de una Ruta Sensorial de Arte y Cultura en la Ciudad de Loja.....	- 28 -
6.1.1.	<i>Fase 1: Identificación</i> :.....	- 28 -
6.1.2.	<i>Fase 2: Disponibilidad, Accesibilidad y Seguridad</i>	65
6.1.3.	<i>Fase 3: Relación y Percepción Sensorial de los atractivos.</i>	69
6.1.4.	<i>Fase 4: Ponderación y selección de los atractivos.</i>	72
6.2.	Actividades turísticas sensoriales a realizar a partir de los atractivos turísticos culturales de la Ciudad de Loja.	77
6.2.1.	<i>Actividades Turísticas Sensoriales</i>	77
6.2.2.	<i>Encuesta</i>	79
6.2.3.	<i>Resultados de la encuesta</i>	79
6.3.	Diseño de la Ruta turística sensorial de arte y cultura de la Ciudad de Loja. 87	
6.3.1.	<i>Fase 1: Ubicación y Delimitación del Territorio</i>	87
6.3.2.	<i>Fase 2: Clasificación y selección de los atractivos de la ruta.</i>	89
6.3.3.	<i>Fase 3: Público Objetivo</i>	89
6.3.4.	<i>Fase 4: Identificar los potenciales actores o promotores</i>	90
6.3.5.	<i>Fase 5: Determinación, selección de los servicios y actividades a incluir en la ruta turística</i>	91
6.3.6.	<i>Fase 6: Determinación de costos y gastos de operación</i>	91
6.3.7.	<i>Fase 7: Determinación de precios y beneficios netos de operación</i>	91
6.3.8.	<i>Fase 8: Diseño de la marca de la ruta y medios de difusión</i>	92
7.	Discusión	94
8.	Conclusiones	96
9.	Recomendaciones	97
10.	Bibliografía	98
11.	Anexos	103

Índice de Tablas

Tabla 1. Criterios Disponibilidad y Accesibilidad.....	20 -
Tabla 2. Criterios Seguridad	21 -
Tabla 3. Criterios de ponderación: Relación Sensorial	22 -
Tabla 4. Criterios de ponderación: Focus Group.....	22 -
Tabla 5. Muestra	24 -
Tabla 6. Identificación de Atractivos Culturales.....	28 -
Tabla 7. Casona Universitaria.....	30
Tabla 8. Museo Dra Matilde Hidalgo de Procel	31
Tabla 9. Casa Patrimonial - Museo de la Cultura Lojana	34
Tabla 10. Antiguo Colegio "Bernardo Valdivieso"	36
Tabla 11. Museo de la Música "Salvador Zaragocín Tapia"	38
Tabla 12. Monasterio de las Madres Concepcionistas	40
Tabla 13. Museo de Arte Religioso Madres Concepcionistas de Loja.....	42
Tabla 14. Puerta de la Ciudad.....	44
Tabla 15. Calle Lourdes.....	46
Tabla 16. Iglesia de Santo Domingo	49
Tabla 17. Capilla del Rosario	51
Tabla 18. Plaza de Santo Domingo	53
Tabla 19. Teatro Universitario Bolívar	55
Tabla 20. Plaza de San Sebastián.....	57
Tabla 21. Santuario Eucarístico "San Sebastián"	59
Tabla 22. Iglesia de San Francisco.....	61
Tabla 23. Iglesia Catedral.....	63
Tabla 24. Accesibilidad y disponibilidad: Atractivos culturales de la Ciudad de Loja..	66
Tabla 25. Seguridad: Atractivos culturales de la Ciudad de Loja.....	67
Tabla 26. Relación Sensorial Atractivos Culturales	69
Tabla 27. Percepción Sensorial 1	69
Tabla 28. Percepción Sensorial 2	70
Tabla 29. Percepción sensorial 3.....	70
Tabla 30. Percepción Sensorial 4	71
Tabla 31. Percepción Sensorial 5	71
Tabla 32. Matriz Puntuación Atractivos Focus Group	72
Tabla 33. Puntuación Máxima por Criterios Atractivos culturales	72
Tabla 34. Ponderación Casona Universitaria	72
Tabla 35. Ponderación Museo Dra. Matilde Hidalgo de Procel.....	73
Tabla 36. Ponderación Casa Patrimonial: Museo de la cultura lojana.....	73
Tabla 37. Ponderación Museo de la música: Salvador Zaragocín Tapia.....	73
Tabla 38. Ponderación Museo de Arte Religioso "Madres Concepcionistas de Loja" ...	73
Tabla 39. Ponderación Puerta de la Ciudad	74
Tabla 40. Ponderación Calle Lourdes	74
Tabla 41. Ponderación Iglesia de Santo Domingo	74
Tabla 42. Ponderación Capilla del Rosario.....	74
Tabla 43. Ponderación Plaza de Santo Domingo.....	74
Tabla 44. Ponderación Teatro Universitario Bolívar.....	75
Tabla 45. Ponderación Plaza de San Sebastián	75
Tabla 46. Ponderación Santuario Eucarístico San Sebastián	75

Tabla 47. Ponderación Iglesia de San Francisco	75
Tabla 48. Ponderación Iglesia Catedral	76
Tabla 49. Selección de Atractivos culturales	76
Tabla 50. Actividades turísticas sensoriales "Ruta sensorial: Siente Loja"	77
Tabla 51. Aceptación de la Ruta	81
Tabla 52. Aceptación Actividades turísticas sensoriales.....	83
Tabla 53. Clasificación y selección de la: "Ruta sensorial: Siente Loja"	89
Tabla 54. Servicios complementarios	91
Tabla 55. Presupuesto Ruta.....	91
Tabla 56. Estrategias de promoción	92
Tabla 57. Distribución de la Ruta	92
Tabla 58. Presupuesto promoción.....	93

Índice de Figuras

Figura 1. Mapa del Área de estudio - Ciudad de Loja.....	18 -
Figura 2. Exterior Casona Universitaria.....	30
Figura 3. Casona Universitaria Interior	30
Figura 4. Ubicación Google Maps Casona Universitaria	31
Figura 5. Entrada Museo Dra. Matilde Hidalgo de Procel	32
Figura 6. Sala de exposición Museo	32
Figura 7. Ubicación Google Maps: Museo Matilde Hidalgo de Procel	33
Figura 8. Interior Museo de la Cultura Loja	34
Figura 9. Exterior Museo de la Cultura Lojana.....	34
Figura 10. Ubicación Google Maps - Museo de la Cultura Lojana	35
Figura 11. Exterior Antiguo Colegio "Bernardo Valdivieso"	37
Figura 12. Pasillos Antiguo Colegio "Bernardo Valdivieso"	37
Figura 13. Ubicación Google Maps Antiguo Colegio "Bernardo Valdivieso"	37
Figura 14. Interior Museo de la Música	39
Figura 15. Sala de Exposición museo	39
Figura 16. Ubicación Google Maps Museo de la Música	39
Figura 17. Monasterio de las Madres Conceptas de Loja	41
Figura 18. Ubicación Google Maps "Monasterio de las Madres Conceptas de Loja" ...	41
Figura 19. Exterior Museo de Arte Religioso "Madres Concepcionistas de Loja"	43
Figura 20. Interior del Museo	43
Figura 21. Ubicación Google Maps Museo de Arte Religioso "Madres Concepcionistas de Loja"	43
Figura 22. Puerta de la Ciudad	45
Figura 23. Pasillos dentro de las torres de la Puerta de la Ciudad.....	45
Figura 24. Ubicación Google Maps Puerta de la Ciudad	45
Figura 25. Calle Lourdes	47
Figura 26. Casas patrimoniales Calle Lourdes.....	47
Figura 27. Ubicación Google Maps - Calle Lourdes	47
Figura 28. Fachada Iglesia de Santo Domingo	49
Figura 29. Interior Iglesia Santo Domingo	49
Figura 30. Ubicación Google Maps Iglesia de Santo Domingo	50
Figura 31. Exterior Capilla del Rosario	51
Figura 32. Capilla del Rosario	51
Figura 33. Ubicación Google Maps Capilla del Rosario.....	52
Figura 34. Plaza de Santo Domingo.....	53
Figura 35. Ubicación Google Maps Plaza de Santo Domingo	54
Figura 36. Exterior Teatro Bolívar.....	55
Figura 37. Ubicación Google Maps teatro Bolívar	56
Figura 38. Plaza de San Sebastián	57
Figura 39. Monumento de la Independencia de Loja	57
Figura 40. Ubicación Google Maps Plaza de San Sebastián.....	58
Figura 41. Santuario Eucarístico San Sebastián	59
Figura 42. Ubicación Google Maps Santuario Eucarístico San Sebastián.....	60
Figura 43. Iglesia de San Francisco	61
Figura 44. Monumento plaza de San Francisco	61
Figura 45. Ubicación Google Maps Iglesia de San Francisco.....	62

Figura 46. Iglesia Catedral de Loja	63
Figura 47. Ubicación Google Maps Iglesia Catedral.....	64
Figura 48. Género.....	79
Figura 49. Edad	80
Figura 50. Procedencia	80
Figura 51. ¿Le gustaría visitar o volver a visitar el FIAVL?	80
Figura 52. ¿Con quién ha participado en el FIAVL o le gustaría participar?	81
Figura 53. ¿Qué lugares visita o le gustaría visitar durante la realización del FIAVL?	81
Figura 54. Aceptación de la Ruta.....	82
Figura 55. Aceptación Actividades turísticas sensoriales	84
Figura 56. Medios Electrónicos promoción.	85
Figura 57. Medios Físicos promoción.....	86
Figura 58. Ruta como parte del FIAVL	86
Figura 59. Costo Ruta	86
Figura 60. Plano Casco Céntrico de la Ciudad de Loja.....	88
Figura 61. Mapa "Ruta sensorial: Siente Loja"	88
Figura 62. Logotipo	92

Índice de Anexos

Anexo 1. Oficio Decreto Director de Tesis	103
Anexo 2. Ficha Levantamiento de Atractivos Turísticos Culturales.....	104
Anexo 3. Criterios Disponibilidad y Accesibilidad.....	105
Anexo 4. Ficha Disponibilidad y Accesibilidad	105
Anexo 5. Criterios Seguridad	106
Anexo 6. Ficha Seguridad	106
Anexo 7. Criterios de Ponderación – Relación Sensorial	107
Anexo 8. Criterios de Ponderación – Percepción Sensorial	107
Anexo 9. Matriz “Relación Sensorial”.....	107
Anexo 10. Matriz “Percepción Sensorial”	108
Anexo 11. Puntuación máxima atractivos turísticos culturales	108
Anexo 12. Matriz “Actividades Turísticas Sensoriales”	108
Anexo 13. Encuesta	109
Anexo 14. Mapa “Ruta Sensorial: Siente Loja”	113
Anexo 15. Evidencia Fotográfica	114
Anexo 16. Certificado de traducción del Abstract	116

1. Título

Propuesta de una Ruta Turística Sensorial de Arte y Cultura para el Festival de Artes Vivas de la Ciudad de Loja.

2. Resumen

El presente trabajo se realizó con el objetivo de elaborar una propuesta de ruta turística sensorial de arte y cultura para el FIAVL, en base a una selección de atractivos bajo criterios específicos de: disponibilidad, accesibilidad, seguridad, su relación con los sentidos y cómo se perciben estos sentidos en un atractivo por parte del turista; es así, como se pudieron elegir los atractivos que actuarán como base de esta ruta. A partir de los mismos, con revisión bibliográfica y opinión del visitante o demanda, se definen las actividades turísticas sensoriales; segundo factor importante para la ruta. Al contar con estos 2 factores, se procede al diseño de la “Ruta Sensorial: Siente Loja”, una ruta turística de carácter cultural donde se involucran los cinco sentidos como son: la vista, el tacto, el olfato, el gusto y el oído. Los atractivos se relacionan a actividades que estimulan estos sentidos, y a la vez permiten hacer que el visitante conozca más sobre la historia y cultura de la Ciudad de Loja. La metodología planteada para el presente trabajo de investigación fue del tipo exploratorio, ya que no se ha realizado alguna ruta de este tipo en la ciudad, además posee un enfoque cuantitativo y cualitativo. Se realizó consultas bibliográficas, levantamiento de atractivos turísticos: ficha adaptada a la metodología del MINTUR y fichas técnicas del INPC, recolección de datos mediante técnica de encuesta y Focus Group, entre otros. Las técnicas e instrumentos utilizados dejaron resultados concisos, como fue la selección de 5 atractivos como base de la ruta, establecer un total de 8 actividades turísticas sensoriales, divididas por las características de los atractivos y los sentidos que se buscan estimular en el mismo, además de determinar la importancia y aceptación de la presente ruta y sus respectivas actividades como parte del FIAVL.

Palabras clave:

Sensorial – Turismo – Ruta – Patrimonio – Loja

2.1.Abstract:

This work was carried out with the objective of elaborating a proposal for a sensory tourism route of art and culture for the FIAVL, based on a selection of attractions under specific criteria of: availability, accessibility, safety, their relationship with the senses and how these senses are perceived in an attraction by the tourist; this is how the attractions that will act as the basis of this route were chosen. Based on these, with a bibliographic review and the opinion of the visitor or demand, the sensory tourism activities were defined; the second important factor for the route. With these two factors, we proceeded to design the "Sensory Route: Feel Loja", a cultural tourism route that involves the five senses: sight, touch, smell, taste and hearing. The attractions are related to activities that stimulate these senses, and at the same time allow the visitor to learn more about the history and culture of the city of Loja. The methodology proposed for this research work was of the exploratory type, since no route of this type has been carried out in the city, and it also has a quantitative and qualitative approach. Bibliographic consultations were carried out, as well as a survey of tourist attractions: data sheet adapted to the methodology of the MINTUR and technical data sheets of the INPC, data collection through surveys and Focus Groups, among others. The techniques and instruments used yielded concise results, such as the selection of 5 attractions as the basis of the route, the establishment of a total of 8 sensory tourism activities, divided by the characteristics of the attractions and the senses to be stimulated in them, as well as determining the importance and acceptance of this route and its respective activities as part of the FIAVL.

Key words:

Sensorial - Tourism - Route - Heritage - Loja.

3. Introducción

El turismo es una actividad que está en constante cambio y evolución, el estudio de la empresa Trekk Soft citada en el “Informe de Tendencias Globales en consumo tecnología y turismo 2019” citado por MINTUR (2019), se puede evidenciar que las experiencias más demandadas son, entre otras: experiencias únicas, donde los turistas quieren ser los primeros en explorar destinos exóticos, experiencias locales y destinos que reflejen una herencia cultural fuerte. Cabe recalcar de igual forma las tendencias de turismo como resultado del Covid-19; como la misma empresa realizó el “Informe tendencias de turismo 2020/2021”, en este a lo que respecta a tours, actividades y atracciones, se demuestra el “regreso del turismo local y nacional antes que el del turismo internacional”; así como las nuevas empresas dedicadas al mercado de tours, actividades y atracciones se ha enfocado en nuevas categorías como salas de escape, experiencias guiadas, experiencias culturales, actividades de bienestar y experiencias culinarias (Trekk Soft; Arival, 2021). En el Ecuador, la actividad turística es muy importante, de acuerdo a un estudio realizado por el Ministerio de Turismo (MINTUR), los ingresos por turismo en el año 2018 fue de USD 2.398,1 mil millones, lo que representa el 5,51% de contribución al PIB (MINTUR, 2019). Y en relación a la realización de turismo a través de la percepción del patrimonio cultural, el informe del perfil del turista extranjero realizado por el MINTUR muestra que la mayor parte de los turistas que visitan Ecuador con un porcentaje del 58,9% están principalmente interesados en realizar turismo cultural (MINTUR, 2018).

El turismo sensorial está dirigido a aquel turista que espera conocer nuevos destinos auténticos, además de conectarse de forma afectiva con los mismos, su disfrute se basa en el aprendizaje sensorial interactivo (Landeta, Vásquez, & Ullauri, 2018). Adicional a esto Sotomayor (2012) expresa en su trabajo “La experiencia de los sentidos”, que cuanto más sentidos sean estimulados en el turista al estar en contacto con el destino o atractivo el recuerdo será mayor al igual que la experiencia turística.

El Festival Internacional de Artes Vivas de Loja (FIAVL) es un evento en el que se presentan eventos artísticos y culturales de gran importancia para la identidad cultural tanto de Ecuador y del Mundo. En este espacio se muestra las máximas representaciones de cultura y patrimonio de distintas nacionalidades y lugares; lo que incluye el acervo cultural de nuestra ciudad. El FIAVL representa una fuerte influencia para el desarrollo de la actividad turística en nuestra localidad, de acuerdo a datos que muestran que durante los 10 días de la 4ta edición del FIAVL se registró ingresos de más de 1'200.000 dólares y 500.000 asistencias Se evidenció

una ocupación hotelera que generó un ingreso de \$414.493 (MINTUR, 2020). Los problemas que se buscan solucionar mediante la elaboración de una ruta de arte y cultura para el FIAVL de la ciudad de Loja es el hecho que según el último informe de la 4ta edición del FIAVL la categoría artística con mayor preferencia tanto en el Festival IN y OFF fue el teatro, las actividades como la danza y la música tuvieron porcentajes bajos que van desde el 5,7% hasta el 13,8% (UTPL, 2019); lo que resulta en que el patrimonio cultural - artístico con el que cuenta la ciudad de Loja no está siendo representado en su mayoría durante la realización del FIAVL.

Se han tomado como base trabajos relacionados a la creación de rutas turísticas culturales como el de Arredondo, Hernández, & Mendoza (2013) y su trabajo “Propuesta para el diseño de rutas turísticas culturales: El caso del sur del estado de Jalisco, México”; trabajo del cual se modificó y adaptó la metodología de diseño de ruta, en conjunto con el trabajo de Villadiego (2013). Además, trabajos relacionados a rutas y experiencias sensoriales como lo son: Landeta, Vázquez, & Ullauri (2018) y su trabajo: “Turismo sensorial y agroturismo: Un acercamiento al mundo rural y sus saberes ancestrales”; trabajo de investigación que fue de mucha utilidad ya que fue desarrollado en el Ecuador, en la provincia de Santa Elena; además, trabajos internacionales como el de Van Hoven (2011) y su trabajo “Multi-sensory tourism in the Great Bear Rainforest” o “Turismo multisensorial en la selva tropical del Gran Oso”; entre otros.

El trabajo de investigación se justificará con el desarrollo de la investigación, mediante la propuesta de la ruta turística sensorial de arte y cultura que permitirá proponer un tour diferente a lo habitual y tradicional, para así diversificar la oferta conocida como parte del festival. Mediante el desarrollo de objetivos como son: la selección de atractivos turísticos culturales a considerar para la elaboración de la ruta, el definir las actividades turísticas sensoriales a realizar a partir de los atractivos turísticos culturales seleccionados y el diseñar la Ruta turística sensorial de arte y cultura de la Ciudad de Loja.

El alcance de esta investigación es el diseñar y establecer la propuesta de una ruta turística de tipo sensorial, en la cual se dé un realce a los atractivos turísticos culturales de nuestra ciudad. De igual forma, se debe recalcar algunas limitaciones como son: el factor tiempo, las restricciones por Covid-19, así como la información desactualizada para la realización de algunos objetivos.

4. Marco Teórico

4.1. Marco Conceptual

4.1.1. Turismo

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo citada en Sancho (2019) “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”.

De acuerdo a la OMT en Juárez & Cebrián (2016) se tienen definidos los siguientes tipos de turismo:

- **“Turismo Interno o doméstico:** En donde los visitantes residentes viajan dentro del territorio económico del país de referencia.
- **Turismo receptor:** El de los visitantes no residentes que viajan dentro del territorio económico del país de referencia.
- **Turismo emisor:** El de los visitantes residentes que viajan fuera del territorio económico del país de referencia.”

Así es como de estos tipos básicos de turismo se derivan las siguientes categorías de turismo como son: turismo interior, turismo nacional y turismo internacional.

4.1.2. Turismo de Sentidos o Turismo Multisensorial

“El turismo sensorial es un tipo de turismo que explora los destinos turísticos desde la perspectiva de los sentidos dando relevancia a las actividades sensoriales de disfrute significativo y emotivo. Es una modalidad del turismo experiencial, que cobra actual importancia en el que hacer turístico tanto para empresarios y profesionales del turismo, así como para la academia, aun cuando su estudio epistemológico y conceptual sea todavía incipiente” (Landeta, Vásquez, & Ullauri, 2018).

La experiencia turística o el posicionamiento de un destino visitado por el turista estará basado en la forma en que este sea percibido por los sentidos del mismo, son los sentidos los que despertarán sentimientos o emociones en el turista. Es el cerebro el que percibe esta información generada por los sentidos y activa circuitos sensoriales que producen sensaciones ya sean estas positivas o negativas que hacen que se construya una percepción única del destino o de los atractivos turísticos contemplados, y así nace la experiencia turística. Todas las referencias de un destino o atractivo son capturadas por los sentidos, estas pasan a ser evaluadas

por las vías nerviosas, la corteza cerebral, el sistema límbico y de memoria resultando en una valoración afectiva (Sotomayor, 2012).

La experiencia turística es una representación mental de la integración de la información emocional interna del turista con las informaciones del destino o de los atractivos que le llegan a la mente del turista a través de los sentidos, para una mejor comprensión de esa realidad percibida se obliga a conocer las circunstancias, factores o estímulos que influyen en la representación mental que los turistas construyen sobre el destino que visitan, dado que ningún turista conoce la apariencia real del atractivo observado o del destino visitado, es más el significado del mismo no está en la realidad, ni en lo que le dice el guía, tampoco preexiste en su cerebro sino que depende de la construcción que realiza su cerebro con la información de sus sentidos, de sus mapas mentales y de sus experiencias anteriores (Sotomayor, 2012).

Como se indica en Van Hoven (2011) “el turismo multisensorial nace cuando el turista decide salir de su zona de confort, dentro de este tipo de turismo es donde el sujeto se siente más interactivo, con factores como su entorno, se estimulan los sentidos y se produce mayor enriquecimiento, mediante este se crean oportunidades de desarrollar y experimentar una sensación diferente de estar en el mundo”.

4.1.2.1.El sentido de la vista en el turismo.

“El sentido de la vista es de los más trabajados por los turistas, por tanto, es importante el considerarla para conseguir una experiencia turística atractiva por ejemplo usando colores para transmitir emociones, presentando experiencias visuales desde distintos puntos de vista” (Caravaca, 2021).

Es importante saber que existe una diferencia entre el sentido de la vista como principal factor implicado en la experiencia turística, y la percepción visual. Como se explica en Sotomayor (2012) el sentido de la vista es idéntica en todas las personas, por tanto, las diferencias de percepción de un destino o atractivo se basará en la interpretación de la información recibida por los sentidos; y esta a su vez se relacionará a distintos factores demográficos relacionados al turista como: la cultura, la educación, personalidad, etc. Por tanto, la parte fundamental en la que se debe centrar es la percepción visual del turista en cuanto al destino o atractivo turístico ya que esta es la resultante de la información sensitiva, y son las que perduraran en los recuerdos y se acumularán en sus representaciones mentales duraderas, será la base para el reconocimiento posterior de un destino o un atractivo turístico. La

percepción visual va más allá que solo observar, no depende solo de la información generada, sino del contexto en el que se da la percepción (Sotomayor, 2012).

4.1.2.2.El sentido del oído en el turismo.

El sentido del oído es una parte principal para la construcción de una buena experiencia turística, así lo indica Sotomayor (2012) donde aclara que “muchas de las veces la música de fondo o ruidos pueden irritar al turista, ya que se produce una disminución de serotonina, y por ende el displacer del turista referente a un atractivo o destino turístico, mientras que sonidos agradables como música de fondo desencadena emociones positivas y de placer.”

Los sonidos crean directamente emociones; pueden relajarnos, motivarnos, inspirarnos, calmarnos, etc.; por ello es importante el adaptarlos dependiendo de lo que queramos transmitir o de acuerdo a las necesidades de los clientes (Caravaca, 2021).

4.1.2.3.El sentido del olfato en el turismo.

“El sentido del olfato es uno de los más importantes dentro de la experiencia turística, ya que a través de circuitos neuronales se encuentra directamente ligado a las emociones y los recuerdos del turista, además de que repercute de forma directa en el estado de ánimo del turista y actúa de forma conjunta al sentido del gusto, los cuales forman parte esencial de la imagen que el turista se crea en relación a un atractivo o destino turístico” (Sotomayor, 2012).

4.1.2.4.El sentido del gusto en el turismo.

“Se debe tener muy presente a este sentido cuando de crear una buena experiencia turística se trata, ya que el sentido del gusto o la percepción del gusto es una función de los turistas la cual queda guardada en su memoria a largo plazo. Pero tiene como desventaja que esta percepción estará marcada por el estilo de vida del turista, su nivel socioeconómico o la educación de los turistas; de este tipo de factores dependerá que esta experiencia sea placentera o desagradable” (Sotomayor, 2012).

4.1.2.5.El sentido del tacto en el turismo.

Para Sotomayor (2012) “el sentido del tacto es muy importante ya que este es el encargado de activar el circuito neuronal específico que lo conducirá a la corteza somato sensorial primaria y a partir de estas otras zonas relacionadas a la memoria del sitio que se visitó.”

4.1.3. Actividades Turísticas Sensoriales

- **Actividades Turísticas Sensoriales**

Time – Lapse y recopilación fotográfica

El time lapse es una herramienta perfecta para la presentación de un destino turístico o una ciudad, es así como se expresa Reséndiz (2012) quien hace una reseña al trabajo de Godfrey Reggio quien utiliza las técnicas de cámara lenta y time-lapse para narrar la ciudad. Expresa que “el cine es un arte que no tiene límites para representarse, en este caso específico se realiza una edición precisa con miles de imágenes de todos los componentes de la metrópoli, la gente que la habita en lo cotidiano, los edificios, las fábricas y su crecimiento”.

▪ **Actividades Olfativas Montessori**

Los juegos y actividades Montessori se trata de actividades para estimular el sentido del olfato en los niños, no solo a descubrir y reconocer diferentes olores y perfumes y a captar los matices de olores y perfumes similares, sino que los estimula a saber mejor lo que los rodea.

“Es así que en un entorno como el museo en donde encontramos elementos con olores característicos se pueden aplicar este tipo de actividades como: oler materiales o elementos relacionados a las sensaciones que han experimentado, describir y comentar qué olores y perfumes les gustaron y cuáles no” (OK.Diario, 2020).

▪ **Ambientación sonora**

Este tipo de actividad consiste en que las representaciones espectaculares con la inclusión de elementos sonoros persigan que la experiencia del espectador concuerde con el sentido estético que el artista pretende expresar, y aunque la suma del sonido sea simplemente fortuita, la interpretación de la obra queda afectada por la tipología sonora percibida (Simón, 2008) .

▪ **Pantallas táctiles interactivas**

Las nuevas posibilidades de la tecnología digital para comprender y difundir los bienes culturales y obras de arte exigen de nuevas interfaces o soportes para dar acceso al público o visitante.

Las pantallas multitáctiles son una herramienta de interacción con el visitante muy valiosas para hacer llegar contenidos de forma amena al usuario. A través de las pantallas táctiles podemos presentar numeroso contenido que no puede ser representado con otros medios, como imágenes en alta resolución, vistas sincronizadas de diversos tratamientos de imagen para una mejor comprensión, modelos tridimensionales ya sea fruto de la fotogrametría

o virtualizaciones, vídeos, así como contenidos informativos de cualquier índole ya sean estáticos o dinámicos (JPEREIRA.NET, 2022).

Espacios diseñados o caminos aptos para ser transitados, que permiten el contacto directo de los visitantes con los valores naturales y culturales de un determinado lugar patrimonial acerca del cual se desea transmitir un mensaje.

“Caminar o recorrer un sendero e interpretarlo permite que el visitante tenga una visión directa y personal, con la cual puede descubrir nuevos significados, y sentirse identificado con el lugar y sus valores naturales y culturales” (González, 2000).

- **Viaje experiencial realidad del claustro**

El objetivo es llevar a los visitantes a un viaje experiencial a través de la realidad del claustro. “Las actividades que marcan la vida de las monjas -rezar, cocinar, coser, trabajar- están representadas a través de una serie de objetos expuestos en vitrinas. El visitante se sumerge por completo en el silencio que escuchan las monjas a lo largo de su vida: un silencio que en realidad se compone de muchos ruidos, producidos por sonidos ambientales como el goteo del agua, el golpeteo de las muelas del molino, o el susurro del viento entre las ventanas” (Figini, 2021) .

- **Música en Vivo**

La música ya de por sí es una gran estimuladora, crea percepciones y respuestas dependiendo del sentido de entrada o salida disponible en cada persona. En cuanto al tema de la interculturalidad nos posibilita distintas y variadas maneras de trabajar la estimulación la estimulación de los sentidos, ya que cada cultura tiene diferentes colores, sonidos, olores, sabores y materiales tradicionales o típicos (Fernández, 2014).

- **Catación de café local y vino artesanal**

El consumo de alimentos y bebidas está influido por los factores ambientales que estimulan los sentidos de los consumidores. Los elementos contextuales son complejos y variables, e incluyen varios estímulos sensoriales, que constituyen la información de fondo de la experiencia de degustación. Los diferentes factores externos crean complejas señales contextuales que son esenciales para la formación de los posteriores comportamientos, expectativas y las evaluaciones hedónicas. Además de las características sensoriales de los productos, los factores externos que rodean a los consumidores (el entorno y la interacción

social) también pueden afectar a la aceptabilidad y a las respuestas emocionales (Torrico, y otros, 2020) .

- **Turismo con los ojos vendados**

El turismo con los ojos vendados es una nueva forma de viaje experimental, consiste en una visita guiada del turista en donde se le vendan los ojos por las zonas visitadas a diferencia del turismo tradicional, a partir de esto se busca estimular los otros sentidos, y es posible lograrlo ya que como se menciona en un estudio realizado por Rivera (2015) sus “resultados al aplicar esta técnica los participantes mostraron valores altos de la conductancia al estar sometidos a estímulos sensoriales distintos de los habituales y en condiciones inusuales”.

4.1.4. Ruta Turística

Una ruta turística es un recorrido con un itinerario establecido, que se realiza visitando y conociendo atractivos turísticos culturales - naturales, ubicados en zonas de desarrollo turístico, dotados con todas las facilidades y comodidades para el turismo. “Las rutas turísticas, se componen de un conjunto de puntos organizados en forma de red, dentro de una región determinada y, que estando debidamente señalizados suscitan un reconocimiento de interés; estos recorridos se organizan en torno a un tipo de actividad turística que caracteriza a la misma y le otorga su nombre, ejemplo “la ruta del café, la ruta del vino”” (Villadiego, 2013).

“Una ruta turística es aquella que tiene un recorrido que sirve como conexión de uno o varios elementos, en ella se produce el desplazamiento de las personas que disponen de amplias facultades para establecer el recorrido en base a sus intereses. Las rutas turísticas se organizan en torno a un tema que caracteriza la ruta y le otorga su nombre. La ruta debe ofrecer a quienes la recorren, una serie de placeres y actividades relacionadas con los elementos distintivos de la misma” (Calderón, Arcila, & López, 2018).

4.1.5. Ruta turística cultural:

Es aquella en la que se diferencian distintos elementos de un lugar, ya sean estos: geográficos, históricos, artísticas, literarias, etnográficas o religiosas. En definitiva, son todas aquellas que proponen actividades culturales o que estén relacionadas a los recursos culturales de un territorio (Calderón, Arcila, & López, 2018).

Las rutas turístico-culturales temáticas pueden definirse, en definitiva, como una organización territorial de recursos patrimoniales, tangibles o intangibles, que se articulan entre

sí a través de un sentido, un argumento o mensaje o un sentido particular que permite integrarlos para que alcancen el interés y entidad suficientes como para garantizar su promoción y comercialización. Las rutas turístico – culturales son aquellas que aprovechan los elementos culturales y patrimoniales, tangibles e intangibles para generar un producto turístico, estas contribuyen de alguna manera al cambio cualitativo importante para la valoración de los bienes patrimoniales, el concebir la integración de bienes patrimoniales en una ruta se convierte en una estrategia de gestión del patrimonio, ya que contribuye a la agregación y mejora de la comprensión del territorio y refuerza vínculos entre los bienes patrimoniales la identidad cultural (Mateos, 2016).

4.1.6. Ruta turística sensorial:

No existe un concepto desarrollado de lo que es una ruta turística sensorial, pero Brochado, Stoleriu, & Lupu (2019) nos da una idea de lo que se busca con este tipo de rutas, ya que las experiencias de los turistas con lugares y entornos están fuertemente relacionadas a los sentidos, las experiencias se originan directamente del contacto físico. Las impresiones multisensoriales compuestas por imágenes visuales, sonidos, olores, sabores y texturas forman parte de la experiencia turística, por tanto, el éxito de los destinos turísticos está en atraer a los turistas utilizando y ofreciendo algo más que solo estímulos visuales, también proporcionando experiencias que impliquen a todos los sentidos.

4.1.7. Atractivo Turístico Cultural

De acuerdo a Solis (2015) se reconoce como atractivos turístico cultural al conjunto de elementos que han sido intervenidos por el humano en esta trayectoria histórica y motivan a desplazamiento de los turistas por sus rasgos culturales e históricos los mismos que determinan la identidad del lugar visitado. Y de acuerdo al MINTUR en su Guía Metodológica para la Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador (MINTUR, 2017) se reconocen los tipos: arquitectura, folklore, realizaciones técnicas y científicas y acontecimientos programados.

4.1.8. Festival Internacional de Artes Vivas (FIAVL)

El festival Internacional de Artes Vivas de Loja es un espacio de encuentro y fomento para crear, distribuir y disfrutar los productos culturales que reivindican las tradiciones del pasado, reafirman las expresiones culturales del presente y proyectan para el futuro la cohesión y formación de la identidad de las y los ecuatorianos. El “Festival Internacional de Artes Vivas de Loja – FIAVL” constituyen eventos artísticos y culturales, prioritarios y relevantes del

Ecuador y sus pueblos y nacionalidades, como espacios de encuentro para el ejercicio de los derechos culturales y el fomento de la identidad de las y los ecuatorianos, y una plataforma de relaciones interculturales a nivel nacional e internacional, apoya e impulsa a la cultura como un polo de desarrollo económico (Arias, 2018).

Nuestra ciudad es la sede del Festival Internacional de Artes Vivas de Loja, la cual desde el año 2016, en el gobierno del presidente Rafael Correa, y mediante vía decreto N1426, el cual declaró como: evento artístico de carácter prioritario y recurrente que se realice anualmente en el mes de noviembre el festival; para lo cual encargó su cumplimiento al Ministerio de Cultura y Patrimonio y al Ministerio de Finanzas (Tene, 2019).

El festival Off se basa en el empoderamiento del espacio público para la expresión artística – cultural, por medio de eventos multidisciplinares en espacios no convencionales. Cada año se plantea un concepto para el festival, como hilo conductor de los diferentes elementos y muestras (Municipio de Loja, 2021).

4.2. Marco Referencial

Se han considerado algunas investigaciones realizadas para la sustentación de la presente investigación, la mayoría de ellas de carácter extranjero ya que el tema de turismo sensorial no se encuentra muy desarrollado en nuestro país, tal es el caso del estudio “Multi-sensory tourism in the Great Bear Rainforest” o “Turismo multisensorial en la selva del Gran Oso” (Van Hoven, 2011) en donde a partir de la elaboración de un documental se analizó la posibilidad de realizar diferentes experiencias multisensoriales en el sector y actuaciones turísticas en el contexto del senderismo en la selva del Gran Oso. A partir de Rojek y Urry citado en Van Hoven (2011) se reflexiona que la experiencia turística se encontraba dominada por lo visual, dejando de lado los otros sentidos, y la ausencia de abordar una experiencia corporal ha causado la aparición del turismo de masas y la comercialización de los lugares y las experiencias como un espectáculo.

También se resalta la investigación de Landeta, Vázquez, & Ullauri (2018) quienes desarrollaron el tema “Turismo sensorial y agroturismo: Un acercamiento al mundo rural y sus saberes ancestrales” un estudio realizado en nuestro país, en la península de Santa Elena donde se resalta la necesidad de crear experiencias turísticas sensoriales nace de la tendencia actual de los turistas activos que buscan involucrarse más de cerca con los lugares que visitan, además de buscar destinos auténticos que les brinden experiencias únicas y memorables. El turismo de sensaciones no es otra cosa que una parte del turismo experiencial, así lo explica en Landeta,

Vázquez, & Ullauri (2018) donde se hace énfasis que el turismo de experiencias es un conjunto de impresiones físicas, emocionales, sensoriales, espirituales y/o intelectuales, que son percibidas de manera diferente por los turistas, desde el mismo momento en que planifican su viaje, lo disfrutan en el destino elegido e incluso cuando vuelven a su lugar de origen y recuerdan su viaje.

El estudio de Sotomayor (2012) titulado “La experiencia turística de los sentidos” muestra la forma en la que la percepción de un destino recibida por los sentidos, puede afectar a la construcción de la experiencia turística y de esta forma al mismo tiempo el cómo el turista construirá la imagen mental del destino o atractivo y esta se quedará en su memoria a largo plazo.

Así mismo, haciendo referencia al trabajo de Arredondo, Hernández:, & Mendoza (2013) sobre la: Propuesta para el diseño de rutas turísticas culturales “El caso del sur del estado de Jalisco, México”; se puede apreciar la importancia de la elaboración de propuestas para la valoración del patrimonio cultural de un territorio, así como se muestran las herramientas necesarias y factores a considerar para la correcta elección de los mismos. Por esto, el trabajo ya mencionado y el libro “Diseño de Rutas Turísticas” por Villadiego (2013) representan una enorme relevancia para la realización de la metodología del presente proyecto.

Por último, cabe hacer mención al trabajo de Loaiza (2018) sobre la propuesta de una ruta de ciclo turismo en la laguna de Colta-Chimborazo y cómo se aplicó la técnica del focus group para identificar recomendaciones en las técnicas para la estructuración de la ruta. Ya que eso muestra una parte importante de la metodología usada en la investigación

4.3. Marco Legal

4.3.1. Patrimonio

En el presente trabajo se hará referencia al uso del patrimonio cultural como base de la creación de la ruta turística sensorial de arte y cultura, por tanto, cabe hacer referencia de la “Ley de Patrimonio Cultural”.

Según el Art. 7 de la “Ley de Patrimonio Cultural” se puede declarar como patrimonio cultural los siguientes:

Art. 7.- Declárense bienes pertenecientes al Patrimonio Cultural del Estado los comprendidos en las siguientes categorías: (.....)

Cuando se trate de bienes inmuebles se considerará que pertenece al Patrimonio Cultural del Estado el bien mismo, su entorno ambiental y paisajístico necesario para proporcionarle una visibilidad adecuada; debiendo conservar las condiciones de ambientación e integridad en que fueron construidos. Corresponde al Instituto de Patrimonio Cultural delimitar esta área de influencia.

4.3.2. Turismo y Patrimonio

En el Art. 79 del “Reglamento general a la ley orgánica de cultura” se hace referencia a las formas y mecanismos de fomento de la cultura, las artes y la innovación y se menciona lo siguiente:

TITULO VI DEL SUBSISTEMA DE ARTES E INNOVACION

CAPITULO I De las formas y mecanismos de fomento

Sección Primera: Generalidades

Art. 79.- De las finalidades del fomento de la cultura, las artes y la innovación. El fomento de las artes, la cultura y la innovación social en cultura busca fortalecer los procesos de libre creación artística, investigación, producción y circulación de obras, bienes y servicios artísticos y culturales; así como de las industrias culturales y creativas, con las siguientes finalidades: (.....)

Además, con respecto a la importancia de incluir el patrimonio cultural de un país en la actividad turística se puede mencionar la “*Carta Internacional sobre Turismo Cultural*” adoptada por la ICOMOS en 1999; en la cual se expresa lo siguiente:

La Interacción dinámica entre el Turismo y el Patrimonio Cultural

El Turismo nacional e internacional sigue siendo uno de los medios más importantes para el intercambio cultural, ofreciendo una experiencia personal no sólo acerca de lo que pervive del pasado, sino de la vida actual y de otras sociedades. El Turismo es cada vez más apreciado como una fuerza positiva para la conservación de la Naturaleza y de la Cultura. El Turismo puede captar los aspectos económicos del Patrimonio y aprovecharlos para su conservación generando fondos, educando a la comunidad e influyendo en su política. Es un factor esencial para muchas economías nacionales y regionales y puede ser un importante factor de desarrollo cuando se gestiona adecuadamente.

Por su propia naturaleza, el Turismo ha llegado a ser un complejo fenómeno de dimensiones políticas, económicas, sociales, culturales, educativas, biofísicas, ecológicas y estéticas. Se pueden descubrir numerosas oportunidades y posibilidades conociendo la valiosa interacción existente entre los deseos y expectativas de los visitantes, potencialmente conflictivas, y de las aspiraciones y deseos de las comunidades anfitrionas o locales.

El Patrimonio natural y cultural, la diversidad y las culturas vivas constituyen los máximos atractivos del Turismo. El Turismo excesivo o mal gestionado con cortedad de miras, así como el turismo considerado como simple crecimiento, pueden poner en peligro la naturaleza física del Patrimonio natural y cultural, su integridad y sus características identificativas. El entorno ecológico, la cultura y los estilos de vida de las comunidades anfitrionas, se pueden degradar al mismo tiempo que la propia experiencia del visitante.

El turismo debería aportar beneficios a la comunidad anfitriona y proporcionar importantes medios y motivaciones para cuidar y mantener su Patrimonio y sus tradiciones vivas. Con el compromiso y la cooperación entre los representantes locales y/o de las comunidades indígenas, los conservacionistas, los operadores turísticos, los propietarios, los responsables políticos, los responsables de elaborar planes nacionales de desarrollo y los gestores de los sitios, se puede llegar a una industria sostenible del Turismo y aumentar la protección sobre los recursos del Patrimonio en beneficio de las futuras generaciones.

Además, se expresan los siguientes principios en relación al turismo y el patrimonio:

- **Principio 1**

Desde que el Turismo nacional e internacional se ha convertido en uno de los más importantes vehículos para el intercambio cultural, su conservación debería proporcionar oportunidades responsables y bien gestionadas a los integrantes de la comunidad anfitriona, así como proporcionar a los visitantes la experimentación y comprensión inmediatas de la cultura y patrimonio de esa comunidad.

- **Principio 2**

La relación entre los sitios con Patrimonio y el Turismo, es una relación dinámica y puede implicar valoraciones encontradas. Esta relación debería gestionarse de modo sostenible para la actual y para las futuras generaciones.

- **Principio 3**

La Planificación de la conservación y del turismo en los Sitios con Patrimonio, debería garantizar que la Experiencia del Visitante le merezca la pena y le sea satisfactoria y agradable.

- **Principio 4**

Las comunidades anfitrionas y los pueblos indígenas deberían involucrarse en la planificación de la conservación del Patrimonio y en la planificación del Turismo.

- **Principio 5**

Las actividades del Turismo y de la conservación del Patrimonio deberían beneficiar a la comunidad anfitriona.

- **Principio 6**

Los programas de promoción del Turismo deberían proteger y ensalzar las características del Patrimonio natural y cultural.

4.3.3. Patrimonio y Guianza

Dentro del Reglamento de Guianza Turística, podemos encontrar dentro de las obligaciones, derechos y prohibiciones de los guías nacionales de turismo, especializados, guías locales, tour líderes y agencias de servicios turísticos lo siguiente, referente al cuidado del patrimonio:

Art. 22.- Derechos y obligaciones de los guías nacionales de turismo, especializados y guías locales. - Son derechos y obligaciones de los guías nacionales de turismo, especializados y guías locales:

j) Contribuir a la conservación del patrimonio turístico natural y cultural;

k) Dar información veraz, completa y oportuna a los visitantes;

l) Conocer el marco regulatorio aplicable al manejo, control y administración de las áreas naturales protegidas y patrimonio cultural, y demás normativa pertinente;

p) Contribuir a la creación y fortalecimiento de la conciencia turística de la población local, regional y nacional, en aspectos referentes a la protección, preservación y vigilancia del patrimonio turístico del país.

5.3. Procedimiento

5.3.1. Enfoque metodológico y técnicas

La presente investigación fue de carácter exploratorio. Además, se utilizó la técnica de investigación descriptiva, en la cual se especificaron propiedades, características y perfiles de personas que intervinieron en la investigación. Además, se recopiló información que ayudó a demarcar el espacio del estudio, es decir el entorno social en el que se realizó el proyecto, mediante la revisión documental. En el desarrollo de la presente investigación se utilizaron herramientas de carácter mixto, ya que se hizo referencia a enfoques tanto cuantitativos, como cualitativos.

Se determinaron distintas metodologías para el desarrollo y recolección de datos necesarios para el cumplimiento de cada uno de los objetivos planteados, como fueron las siguientes:

5.4. Metodología Objetivo 1

OB. 1: Seleccionar los atractivos turísticos culturales a considerar para la elaboración de una Ruta Sensorial de Arte y Cultura en la Ciudad de Loja.

Fase 1: Identificación

Para esta primera fase de la selección de los atractivos turísticos culturales que forman parte de la ruta se comenzó por la identificación de los mismos a partir de un estudio bibliográfico, y el levantamiento de atractivos turísticos culturales de la Ciudad de Loja, en donde se utilizó una matriz adaptada (**Anexo 2**) a partir de la “Ficha de levantamiento de atractivos turísticos” con metodología 2017, la cual corresponde a la metodología vigente por el MINTUR, en conjunto con las fichas de registro e inventario del INPC usadas en bienes muebles, inmuebles y patrimonio inmaterial.

En base a la información recopilada, se utilizó estos atractivos para la siguiente fase.

Fase 2: Disponibilidad y Seguridad

Luego de haber identificado y clasificado los atractivos culturales, se consideró estos agentes como parte del proceso de selección, se tomó y adaptó matrices de Arredondo, Hernández, & Mendoza (2013) para el cumplimiento de esta fase; es así como resultan los criterios de accesibilidad y disponibilidad (**Anexo 3**), además de los criterios de seguridad (**Anexo 5**) que aportaron a la selección de los elementos culturales turísticos que conforman la ruta; se utilizaron 2 matrices de igual forma para el levantamiento de información en base a los

criterios antes mencionados y su respectiva ponderación, una para disponibilidad y accesibilidad (**Anexo 4**) y una para seguridad (**Anexo 6**).

Las matrices fueron rellenas usando la aplicación “Adobe Fill & Sign”; de esta forma no se generaron residuos contaminantes ni uso de papel innecesario.

Aquellos atractivos turísticos culturales que no cumplieron con el agente de disponibilidad y acceso a los mismos, aspecto que se reflejarían en la aplicación a la ruta turística se procedió a ser eliminados del proceso de selección.

Cabe recalcar el uso de los puntajes por criterios, se ha utilizado puntajes no mayores a 10 pts., debido a la cantidad de agentes o criterios por analizar, número de atractivos; el uso de valores dentro de este rango facilitó las ponderaciones finales y un mejor entendimiento por parte de las personas involucradas en la investigación.

Tabla 1. Criterios Disponibilidad y Accesibilidad

<i>Agentes</i>	<i>Criterios de Valoración</i>	<i>Puntuación</i>
Tipo de Propiedad	Pública	2 pt
	Privada	1 pt
Estado de Conservación	Solido	2 pt
	Deteriorado	1 pt
	Ruinoso	0,5 pt
Horario	Todos los Días	2 pt
	Lunes a viernes	1 pt
	Fines de Semana u Ocasional	0,5 pt
Acceso	Libre	2 pt
	Limitado	1 pt
	Restringido	0
	(eliminación)	
Distancia o Localización	En el casco céntrico de la Ciudad de Loja	2 pt
	Cerca del casco céntrico de la Ciudad de Loja	1 pt
	Lejos del casco céntrico de la Ciudad de Loja	0 pt
Puntuación Máxima		10 pt

Tabla 2. Criterios Seguridad

Agentes	Criterios de Valoración	Puntuación
Sistemas de seguridad	Alta	2 pt
	Media	1 pt
	Baja	0,5 pt
Normas de Bioseguridad	Alta	3 pt
	Media	2 pt
	Baja	0,5 pt
Puntuación Máxima		5 pt

Fase 3: Relación Sensorial y Percepción Sensorial

Esta fase estuvo conformada por 2 técnicas para la recolección de información, la primera se trata de la técnica de observación directa por parte de la investigadora con los atractivos culturales identificados en la fase 1 y resultantes en base a la fase 2 de acuerdo a su disponibilidad y seguridad. En base a esta observación se procedió a puntuar los atractivos turísticos de la Ciudad de Loja en relación a criterios de valoración relacionados a los 5 sentidos (**Anexo 5**), criterios que fueron utilizados en la matriz “relación sensorial” (**Anexo 9**).

Posterior a esta primera parte, se procedió a la aplicación de la técnica del “focus group” la cual se trata de una sesión o sesiones de grupo orientado al estudio de opiniones o actitudes en base a los atractivos turísticos culturales de la ciudad de Loja. Esta estrategia permitió recolectar información sobre las percepciones, reacciones y expectativas del grupo personas afines a la materia ante las partes potenciales de la ruta. Se visitó los atractivos turísticos y se completó la Ficha de Percepción Sensorial (**Anexo 10**). De igual forma los criterios de percepción sensorial y su respectiva ponderación fueron previamente establecidos (**Anexo 8**). Aquellos atractivos que no se pudieron visitar fueron evaluados en base a la experiencia o acercamiento de los entrevistados a los mismos.

Las puntuaciones y criterios para la creación de las matrices, han sido desarrollados en base a lo que explica Pérez (2021), ya que la evaluación sensorial es muy compleja, se utilizó una de las muchas formas en las que puede ser evaluadas, de igual forma la más corta y sencilla por motivos de tiempo y cantidad de atractivos. Se usó una prueba de tipo afectiva puesto que integra niveles de aceptación o agrado de los miembros del focus group

e investigadora, en conexión a los atractivos visitados. Adicional, se implementó un conjunto de valores cuantitativos en relación a los criterios, que faciliten la ponderación final y en su defecto la selección.

Los criterios de las siguientes fichas también se encuentran puntuados, de la siguiente forma:

Tabla 3. Criterios de ponderación: Relación Sensorial

(Observación Directa)		
Agentes	Criterios de Valoración	Puntuación
Vista	Aplica	1 pt
	Potencial a aplicar	0,5 pt
	No aplica	0 pt
Oído	Aplica	1 pt
	Potencial a aplicar	0,5 pt
	No Aplica	0 pt
Olfato	Aplica	1 pt
	Potencial a aplicar	0,5 pt
	No Aplica	0 pt
Gusto	Aplica	1 pt
	Potencial a aplicar	0,5 pt
	No Aplica	0 pt
Tacto	Aplica	1 pt
	Potencial a aplicar	0,5 pt
	No Aplica	0 pt
Puntuación máxima		5 pt

Tabla 4. Criterios de ponderación: Focus Group

(Focus Group)		
Agentes	Criterios de Valoración	Puntuación
Vista	Agradable	1 pt
	Potencial a aplicar	0.5 pt
	Desagradable	0 pt
Gusto	Agradable	1 pt
	Potencial a aplicar	0,5 pt
	Desagradable	0 pt
Olfato	Agradable	1 pt
	Potencial a aplicar	0,5 pt
	Desagradable	0 pt
Oído	Agradable	1 pt
	Potencial a aplicar	0,5 pt
	Desagradable	0 pt
Tacto	Agradable	1 pt
	Potencial a aplicar	0,5 pt
	Desagradable	0 pt

Fase 4: Ponderación y Selección

En esta fase se realizó la ponderación o puntuación total por atractivo turístico cultural en base a los criterios estudiados en las fases anteriores, de acuerdo a las puntuaciones máximas indicadas por criterios en el **Anexo 11**. Por tanto, aquellos elementos que cumplieron con las puntuaciones más altas fueron los seleccionados.

5.5. Metodología Objetivo 2:

OB 2: Definir las actividades turísticas sensoriales a realizar a partir de los atractivos turísticos culturales de la Ciudad de Loja.

Para el cumplimiento de este objetivo se realizó una revisión bibliográfica para establecer las actividades turísticas sensoriales vinculadas a los atractivos turísticos culturales de la ciudad de Loja seleccionados. La información fue recopilada en una matriz especificada en el **Anexo 12**.

Posterior a esta actividad se procedió a realizar una encuesta (**Anexo 13**) para determinar la aceptación de las actividades en relación a los sentidos. Se realizó un muestreo basado en la población objetiva de esta ruta como son los turistas nacionales e internacionales del FIAVL, se utilizó el método del muestreo estratificado, que consiste en un tipo de muestreo probabilístico para separar segmentos específicos o estratos. Lo que se buscó con esta encuesta es el verificar la aceptación a la propuesta de una ruta turística sensorial, al igual que con las actividades turísticas sensoriales propuestas en los atractivos turísticos culturales y por último los medios de difusión que nos ayudaron con información crucial para el diseño de la marca de la ruta en el objetivo 3.

5.5.1. Encuesta

Para obtener la demanda real se tomó como referencia los PEA (Población Económicamente Activa) de los cantones Loja, Zamora, Saraguro y Catamayo; además de los datos recopilados por el ITUR del municipio de Loja, sobre la cantidad de turistas que visitan la Ciudad de Loja, dado que estos corresponden a las zonas más cercanas de donde se desarrolló el proyecto, teniendo como resultados los siguientes datos:

Tabla 5. Muestra

Poblaciones de Referencia	PEA base 2010	PEA 2021/turistas	Número de Encuestas
Turistas	-	1329	3
Loja	91978	108111	279
Zamora	10757	13019	34
Saraguro	11266	12325	32
Catamayo	11738	13678	35
TOTAL	125739	148462	383

En base a los resultados obtenidos tenemos como demanda real o de referencia un total de **148462** personas económicamente activas.

- **Tamaño de la muestra**

La fórmula para calcular el tamaño de la muestra cuando se conoce el tamaño de la población y es menor a 500000 habitantes, es decir, poblaciones finitas, es la siguiente:

$$N = \frac{N \times Z^2 \times P \times Q}{D^2 \times (N - 1) + Z^2 \times P \times Q}$$

N = tamaño de la población (138894)

Z = nivel de confianza, (95%) / (1,96)

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada (50%)

Q = probabilidad de fracaso (50%)

E= precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) (5%)

$$N = \frac{N \times Z^2 \times P \times Q}{D^2 \times (N - 1) + Z^2 \times P \times Q}$$

$$N = \frac{148462 \times (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,0025 \times (148462 - 1) + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$N = \frac{148462 \times 3,8416 \times 0,5 \times 0,5}{0,0025 \times (148461) + 3,8416 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$N = \frac{142462,9048}{371,1525 + 0,9604}$$

$$N = \frac{142462,9048}{372,1129}$$

$$N = 383$$

Como resultado de la aplicación de la fórmula se obtuvo que el número de personas a las que se debe encuestar es: **383**.

5.5.2. *Modelo de Encuesta*

Variables:

Esta encuesta buscó la obtención de resultados de 3 variables. La primera variable de este objetivo es determinar la aceptación de la ruta turística sensorial de arte y cultura para el FIAVL, la segunda que es la aceptación por los turistas de las actividades turísticas sensoriales en los atractivos turísticos seleccionados, y la última variable que es el determinar los medios de difusión o la variable promoción que determinar aspectos importantes en el proceso de marketing y creación de marca de la ruta.

Procedimiento para la recolección de datos:

El proceso que se llevó a cabo es el siguiente, se procedió a la creación de un modelo de encuesta la cual constó con 6 preguntas enfocadas a la variable “aceptación de ruta”, 11 preguntas para la variable “aceptación de actividades turísticas sensoriales” y 3 preguntas para la variable “promoción”. Las preguntas fueron de modalidad cerrada y determinadas por una escala de Likert de la siguiente forma:

	Definitivamente si
	Probablemente si
	Indeciso
	Probablemente no
	Definitivamente no

Se procedió a cargarla en una herramienta electrónica como fue “Crowd Signal” la cual tenía un excelente formato para la creación de la encuesta, además de un número alto de respuestas en su versión gratuita, sin embargo, no las suficientes; por tanto, se usó la

herramienta digital “Google Forms” para cumplir con el número total de encuestas, a través de estas la encuesta fue difundida a más personas en el medio electrónico, mediante el uso de las redes sociales, tales como Facebook, WhatsApp e Instagram.

La encuesta fue aplicada desde el día 21 de febrero del 2022, hasta el día 03 de marzo del 2022. Luego se procedió a la evaluación de resultados, análisis e interpretación de los resultados obtenidos.

5.6. Metodología Objetivo 3

OB 3: Diseñar la Ruta turística sensorial de arte y cultura de la Ciudad de Loja.

Para proceder con este objetivo en base a las metodologías para la elaboración y diseño de rutas turísticas de (Benitez, 2021) y (Arredondo, Hernández:, & Mendoza, 2013), se adaptó la siguiente metodología y se utilizó en la presente investigación

- **Fase 1: Ubicación y Delimitación del Territorio**

Se debe situar el campo de estudio y hacer las delimitaciones necesarias acorde al área donde se desea implementar la metodología propuesta en proporción al sector geográfico, social y económico que se pretende involucrar a la ruta.

- **Fase 2: Identificación y selección de los atractivos de la ruta.**

Objetivo 1 y 2

- **Fase 3: Público Objetivo**

Objetivo 2

- **Fase 4: Identificar los potenciales actores o promotores**

La identificación de actores primordiales para la elaboración y gestión de la ruta turística, específicamente, para promover la participación de todas las trincheras sociales productivas que pueden participar en la integración de la oferta.

Ejemplo: Administraciones públicas, empresas de servicios turísticos, grupos de interés empresarial, personas que poseen recursos turísticos, personas que generan opinión e influencia y grupos sociales locales

- **Fase 5: Determinación, selección de los servicios y actividades a incluir en la ruta turística**

En la actividad turística existen diversos servicios que son esenciales para la vida de este fenómeno, como actividad y como fenómeno social, de esos servicios, los básicos son: el hospedaje, la alimentación y el transporte. Estas tres clases de servicios son las obligatorias mínimas para brindar al turista la seguridad que requiere al verse envuelto en un entorno social distinto al habitual; partiendo del cumplimiento de éstos se puede considerar un destino apto en servicios para la actividad turística.

- **Fase 6: Determinación de costos y gastos de operación**
 - ✓ Costos fijos
 - ✓ Costos variables
 - ✓ Gastos generales
 - ✓ Imprevistos
 - ✓ Presupuesto total
- **Fase 7: Determinación de precios**
 - ✓ Cálculo de tarifa por persona
- **Fase 8: Diseño de la marca de la ruta y medios de difusión (a partir del estudio de mercado)**
 - ✓ Imagen
 - ✓ Logotipo
 - ✓ Slogan

6. Resultados

6.1. Atractivos turísticos culturales a considerar para la elaboración de una Ruta Sensorial de Arte y Cultura en la Ciudad de Loja.

Los resultados de este objetivo, se encuentran divididos por fases al igual que lo indica la metodología:

6.1.1. Fase 1: Identificación:

Los atractivos turísticos culturales de la Ciudad de Loja que se ha recopilado para el presente trabajo, es en base a los atractivos inventariados por el MINTUR en el año 2004, es así como son los siguientes:

Tabla 6. Identificación de Atractivos Culturales

ID	Nombre del atractivo cultural	Categoría	Tipo
1	Casona Universitaria	Manifestación Cultural	Arquitectura
2	Museo Dra. Matilde Hidalgo de Procel	Manifestación Cultural	Arquitectura
3	Casa patrimonial: Museo de la cultura Lojana	Manifestación Cultural	Arquitectura
4	Antiguo Colegio “Bernardo Valdivieso”	Manifestación Cultural	Arquitectura
5	Museo de la Música: Salvador Zaragocí Tapia	Manifestación Cultural	Arquitectura
6	Monasterio de las Madres Concepcionistas	Manifestación Cultural	Arquitectura
7	Museo de Arte Religioso Madres Concepcionistas de Loja	Manifestación Cultural	Arquitectura
8	Puerta de la ciudad	Manifestación Cultural	Arquitectura
9	Calle Lourdes	Manifestación Cultural	Arquitectura
10	Iglesia Santo Domingo	Manifestación Cultural	Arquitectura
11	Capilla del Rosario	Manifestación Cultural	Arquitectura
12	Plaza de Santo Domingo	Manifestación Cultural	Arquitectura
13	Teatro Universitario Bolívar	Manifestación Cultural	Arquitectura
14	Plaza de San Sebastián	Manifestación Cultural	Arquitectura
15	Santuario Eucarístico San Sebastián	Manifestación Cultural	Arquitectura
16	Iglesia de San Francisco	Manifestación Cultural	Arquitectura
17	Iglesia Catedral	Manifestación Cultural	Arquitectura

A partir de esta lista de atractivos turísticos culturales de la Ciudad de Loja, se procedió a realizar el levantamiento de información o inventario, lo que resultó en la obtención de 17 fichas.

▪ **Fichas de levantamiento de inventario de atractivos turísticos.**

Tabla 7. Casona Universitaria

Nombre del Atractivo Turístico					Ficha N°		
Casona universitaria					1		
Tipo de Bien		Datos de Localización y Administración					
Bien Tangible	Bien Intangible	Provincia / Cantón / Localidad	Loja / Loja / Casco Céntrico	Teléfono:			
X		Propietario /Administrador	Mg. Camilo Bustos 0999637639	Dirección:	Bernardo Valdivieso, intersección Rocafuerte.		
Categoría		Tipo		Subtipo			
Manifestación Cultural		Arquitectura		Infraestructura Cultural			
Características del Atractivo							
Régimen de Propiedad	Público		Privado		Señalización	Señalética en el atractivo	X
	X						
Estado de Conservación	Sólido	Deteriorado	Ruinoso		Señalética turística	Conservado	X
	X						
Coordenadas GPS	Latitud		Longitud		Conservación del Entorno	Alterado	
	-3.998273°		-79.201072°				
DESCRIPCIÓN				FOTOGRAFÍAS			
<p>Época de construcción: Siglo XX (1900-1999) – Fecha: 1900</p> <p>Tipología formal: Arquitectura Monumental Civil</p> <p>Tipología Funcional: Servicio</p> <p>Material de Construcción: Cimentación piedra, estructura tapial, muros paredes y tabiques son de tapial la cubierta es de teja y en el patio central es de Eternit trasparente</p> <p>Descripción: El CUDIC o Centro Universitario de Difusión Cultural, presenta un emplazamiento esquinero, es adosado y no presenta retiros, la construcción data de inicios del siglo XX siendo edificada en año 1900, la construcción presenta un patio central cubierto con una estructura metálica de vidrio, el patio de forma octogonal es el núcleo de distribución en planta baja y el punto de encuentro entre las personas que asisten a recibir clases de danza en esta edificación, el mencionado patio cuenta con una portalería, sus pilares de madera restaurados presentan estrías en su fuste, los cuales están pintados de color azul y una arquería de color rojo, aquel portal cuenta con un soportal que presenta barandales de hierro y funciona como distribuidor de la segunda planta. La edificación en sus dos pisos presenta una sola crujía; en planta baja se desarrollan oficinas, sala de exposiciones y un bar cafetería, mientras que en la segunda planta se desarrollan varias salas de exposiciones y aulas. Tiene una influencia de arquitectura republicana. El acceso es central con portada rematada en arco de medio punto y clave, alcanza una altura aproximada de 3.5m, la fachada tiene características eclécticas</p>				 <p><i>Figura 2. Exterior Casona Universitaria</i></p>  <p><i>Figura 3. Casona Universitaria Interior</i></p>			

con ciertos elementos similares al estilo románico como el arco de medio punto, rosetones, almohadillado al estilo renacentista etc. es ochave, con directriz horizontal. La fachada es muy decorada en planta baja hay columnas adosadas rectas con fuste y basamento liso con un capitel de detalles griegos como las Volutas, similares al capitel jónico; en planta alta las columnas adosadas presentan otra decoración, el fuste tiene un almohadillado similar a una mampostería de bloque, el basamento es estriado y remata en un capitel decorado con una figura humana y una serie de decoraciones vegetales como hojas y ramas. En fachada se aprecian dos tipos de cornisa, la primera separa la planta baja del alta y muestra decoración simple, geométrica de líneas rectas, mientras que la segunda es parte del remate de la fachada, y presenta una decoración con líneas rectas y un almohadillado geométrico simple, en el remate de la esquina hay otro tipo de decoración sólo en planta baja, las columnas adosadas tienen fuste cilíndrico, con estrías. En planta baja hay 6 ventanas y un portón esto en el tramo de la calle Bernardo Valdivieso. En el tramo de la calle Rocafuerte cuenta con 7 ventanales y en la esquina uno más, en planta alta el tramo de la Bernardo Valdivieso está conformado por 7 ventanales al igual que el tramo de la Rocafuerte, existiendo un solo ventanal en la fachada esquinera. Los vanos presentan decoración con molduras rectas, y algunas rematan en arcos de medio punto con clave y una serie de decoración vegetales, la carpintería de todos los vanos es de madera, la fachada del inmueble está rematada por una cornisa y dos frontones, el frontón de la Bernardo Valdivieso presenta un rosetón en el centro, donde se ha esculpido el escudo de la Universidad Nacional de Loja, el frontón de la Rocafuerte tiene un arco y dentro de este esculpida una estrella de seis puntas (Elizalde, 2012).

UBICACIÓN GEOGRAFICA: GOOGLE MAPS



Figura 4. Ubicación Google Maps Casona Universitaria

Aspecto turístico

Se pueden realizar actividades turísticas como la autoguianza y la fotografía.
Se tiene un registro diario de los visitantes que llegan a las instalaciones.

Observaciones

DATOS DE LEVANTAMIENTO Y VALIDACIÓN


ELABORADO POR:	VALIDADO POR:
Nombre y Apellido: Grace Melina Ortega Barba	Nombre y Apellido:
Institución: Universidad Nacional de Loja	Institución:
Cargo: Estudiante Carrera de Turismo	Cargo:
Correo Electrónico: grace.ortega@unl.edu.ec	Correo Electrónico:
Teléfono: 0980339869	Teléfono:
Firma: 	Firma:
Fecha: 28 - 01 - 2022	Fecha:

Tabla 8. Museo Dra Matilde Hidalgo de Procel

Nombre del Atractivo Turístico	Ficha N°
Museo Dra. Matilde Hidalgo de Procel	2

Tipo de Bien			Datos de Localización y Administración						
Bien Tangible	Bien Intangible	Provincia / Cantón / Localidad	Loja / Loja / Casco Céntrico de la Ciudad		Teléfono:	(07) 257 9550 099 950 6987			
X		Propietario / Administrador	Mg. Camilo Bustos 0999637639		Dirección	Ubicado en la Casona Universitaria del Teatro Bolívar, en la calle Bernardo Valdivieso y Rocafuerte.			
Categoría			Tipo		Subtipo				
Manifestación Cultural			Arquitectura		Infraestructura Cultural				
Características del Atractivo									
Régimen de Propiedad	Público		Privado		Señalización	Señalética en el atractivo			
	X								
Estado de Conservación	Sólido	Deteriorado	Ruinoso				Conservación del Entorno	Señalética turística	
	X								
Coordenadas GPD	Latitud		Longitud		Conservado	X			
	-3.998273°		-79.201072°						
							Alterado		
							En proceso de deterioro		
					Deteriorado				
DESCRIPCIÓN				FOTOGRAFÍAS					
<p>Tipología: Histórica</p> <p>Descripción:</p> <p>Creado en 1998 para rendir homenaje a Matilde Hidalgo de Procel, mediante este espacio se busca honrar su memoria gracias al legado de los artículos de uso personal, pergaminos, preseas y otros objetivos que permiten dar fe de su encomiable labor dentro de la sociedad ecuatoriana. Mediante la visita al museo se podrán apreciar objetos pertenecientes a este ilustre personaje como sus utensilios y herramientas médicas, certificados oficiales de su nacimiento, bautizo, títulos de bachiller, licenciatura, etc. Además, fotografías de su carrera profesional como de su vida personal.</p> <p>Matilde Hidalgo de Procel fue la primera mujer en Latinoamérica en ejercer su derecho al voto antiguamente concedido únicamente a los hombres, además, la primera mujer médico del Ecuador, primera concejala y Diputada suplente, motivos más que suficientes para perennizar su memoria ante el mundo.</p> <p>Este museo ha tenido muchas actualizaciones con respecto a su localización, solía ubicarse en los bajos del Consejo Provincial, luego en el interior del Centro de Convenciones San Juan de Dios, hasta actualmente llegar a su actual localización en la Casona Universitaria del Teatro Bolívar, la cual ha sido recientemente restaurada y remodelada (Álvarez, 2018).</p>				 <p><i>Figura 5. Entrada Museo Dra. Matilde Hidalgo de Procel</i></p>			 <p><i>Figura 6. Sala de exposición Museo</i></p>		
UBICACIÓN GEOGRAFICA: GOOGLE MAPS									



Figura 7. Ubicación Google Maps: Museo Matilde Hidalgo de Procel

Aspecto turístico

Entrada Gratuita
 Horario de Atención: lunes a viernes de 8h00 a 13h00 y de 15h00 a 18h00
 Se pueden realizar actividades turísticas como: caminatas autoguiadas y fotografía (Álvarez, 2018)

Observaciones

El lugar ahora cuenta con piezas gráficas en lenguaje braille y con piezas sonoras y visuales que permiten a los visitantes aprender sobre la historia de la primera mujer en ejercer el voto en Latinoamérica, se trata del primer museo inclusivo para personas con discapacidad en la Ciudad de Loja.
 Además, gracias al trabajo de estudiantes de la Universidad Técnica Particular de Loja se desarrollaron 200 piezas sonoras y gráficas basadas en la historia de Matilde Hidalgo, las mismas que están en lenguaje braille y que, a través de códigos QR, trasladan a los espectadores a espacios digitales (UTPL, 2020).
 Se pueden realizar actividades turísticas como: caminatas autoguiadas y fotografía (Álvarez, 2018).

DATOS DE LEVANTAMIENTO Y VALIDACIÓN




ELABORADO POR:	VALIDADO POR:
Nombre y Apellido: Grace Melina Ortega Barba	Nombre y Apellido:
Institución: Universidad Nacional de Loja	Institución:
Cargo: Estudiante Carrera de Turismo	Cargo:
Correo Electrónico: grace.ortega@unl.edu.ec	Correo Electrónico:
Teléfono: 0980339869	Teléfono:
Firma: 	Firma:
Fecha: 28 - 01 - 2022	Fecha:

Tabla 9. Casa Patrimonial - Museo de la Cultura Lojana

Nombre del Atractivo Turístico					Ficha N°
Casa patrimonial: Museo de la cultura Lojana					3
Tipo de Bien		Datos de Localización y Administración			
Bien Tangible	Bien Intangible	Provincia / Cantón / Localidad	Loja/ Loja/ Casco Céntrico	Teléfono:	(07) 256 3351 / (07) 257 3004
X		Propietario /Administrador	Patricia Peña Cel.: 099 227 4735 Contacto.mloja@culturaypatrimonio.gob.ec	Dirección:	Calle 10 de Agosto, entre Bolívar y Bernardo Valdivieso, junto a la Gobernación, frente al Parque Central
Categoría		Tipo	Subtipo		
Manifestación Cultural		Arquitectura	Infraestructura Cultural		
Características del Atractivo					
Régimen de Propiedad	Público		Privado	Señalización	Señalética en el atractivo
	X				
Estado de Conservación	Sólido	Deteriorado	Ruinoso	Señalética turística	
		X			
Coordenadas GPD	Latitud		Longitud	Conservación del Entorno	X
	-3.997205°		79.201643°		
DESCRIPCIÓN			FOTOGRAFÍAS		
<p>Bien Inmueble: Casa Patrimonial</p> <p>Época de construcción: Siglo XVIII - XIX - XX (1900-1999) época colonial - 1984</p> <p>Tipología Formal: Arquitectura Civil</p> <p>Tipología Funcional: Servicios</p> <p>Material de construcción: Cimentación piedra, estructura de tapial, los muros, paredes y tabiques son de tapial, la cubierta es de teja.</p> <p>Descripción: El inmueble se levanta a nivel de vereda, tiene influencia popular recta, con directriz horizontal predominante, el inmueble cuenta con un portal y un soportal sostenida por ocho pilares de madera, se desarrolla en dos plantas con una altura aproximada de 7m, que funcionan como salas de exposición, presenta textura lisa, color blanco, su carpintería es de madera con pintura de color verde en la planta baja encontramos cinco puertas y en planta alta dos ventanales con barandales de madera, con barandales del mismo material (Elizalde, 2012).</p>			 <p><i>Figura 8. Interior Museo de la Cultura Loja</i></p>  <p><i>Figura 9. Exterior Museo de la Cultura Lojana</i></p>		

Se desconoce mucho sobre la fecha de construcción de la vivienda, pero según se menciona en (La Hora, 2019) algunos historiadores denotan la posibilidad de que el edificio fuera finalizado en 1730 e incluso antes, en base a relatos de quien vivió en el lugar: Pedro Pacheco. Quien era el corregidor del Museo y llevaba las cuentas de las hermanas Conceptas.

Se han realizado algunas restauraciones del lugar, siendo la mas fuerte en el año 2018, donde se arreglo la cubierta, los pasamanos, madera, pisos, instalaciones de electricidad y de agua.

Acerca del Museo:

Tipología: Arqueología / Etnografía / Historia / Arte

Museo creado en 1986 a partir de la restauración de la propiedad, el Banco Central del Ecuador fue quien compro el edificio para creas un museo de la historia y cultura lojana. Se pueden encontrar ejemplos de herramientas y artefactos de culturas aborígenes, fotografías de la creación de la Republica del Ecuador, además de muchas obras de arte. Las decoraciones de la casa revelan como vivían los lojanos en siglos pasados (LifeinLoja, 2022).

El museo está conformado por diversas salas, distribuidas a lo largo de sus 2 plantas, dispuestas a diversos usos, entre estas salas tenemos:

Planta Baja: Sala de exposiciones temporales, Loja de Antaño, Biblioteca, Musicoteca – Videoteca, Auditorio, Camerino y Cafetería.

Planta Alta: Sala Arqueológica, Sala de Naturaleza, Sala de Loja Colonial, Sala de Recibo Tradicional, Sala de Personajes Lojanos, Sala de Etnografía, folklore y Arte Popular.

Dentro del museo se encuentra expuestas distintas piezas expuestas relacionadas a: Etnografía, Arqueología, Arte colonial (pinturas y esculturas), Fotografía, Biografías (personajes ilustres). De acuerdo al inventario desarrollado (Morillo, 2014) por en el año 2014 el museo cuenta con:

- 96 piezas de Arqueología
- 113 piezas de pintura y escultura
- 2152 piezas dentro de la categoría de musicoteca
- 7915 piezas de biblioteca
- 40 piezas de fotografía

UBICACIÓN GEOGRAFICA: GOOGLE MAPS

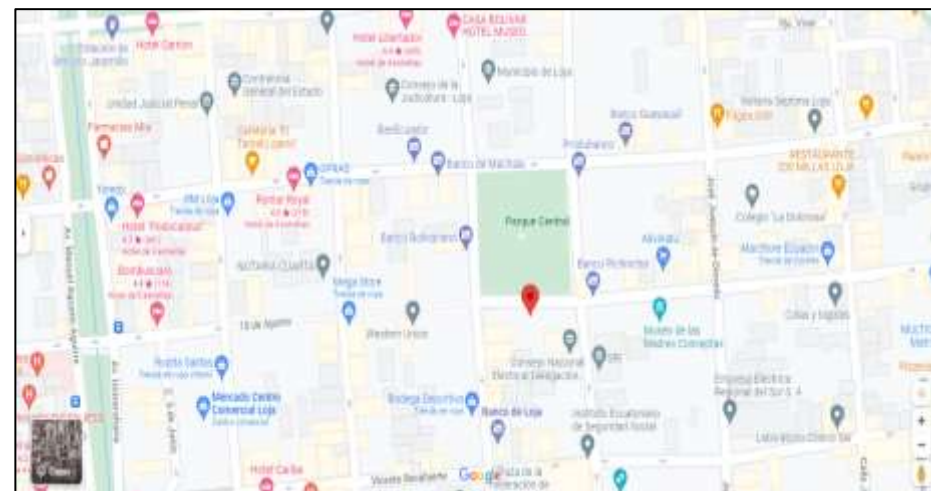


Figura 10. Ubicación Google Maps - Museo de la Cultura Lojana

Aspecto turístico

Entrada: Gratuita
 Horario: De martes a viernes de 8h00 a 17h00 sábado, domingo y feriados de 10h00 a 16h00
 Se pueden realizar actividades turísticas como: fotografía, caminatas guiadas y autoguiadas.

Observaciones

A partir del año 2012 el museo a mantenido un registro diario de visitantes. Además de acuerdo a una investigación realizada por (Morillo, 2014) no se ha desarrollado ninguna agenda a cabo para dinamizar el turismo hacia el museo, ni existe material publicitario del mismo.

DATOS DE LEVANTAMIENTO Y VALIDACIÓN

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:	
Nombre y Apellido: Grace Melina Ortega Barba		Nombre y Apellido:	
Institución: Universidad Nacional de Loja		Institución:	
Cargo: Estudiante Carrera de Turismo		Cargo:	
Correo Electrónico: grace.ortega@unl.edu.ec		Correo Electrónico:	
Teléfono: 0980339869		Teléfono:	
Firma: 		Firma:	
Fecha: 28 - 01 - 2022		Fecha:	

Tabla 10. Antiguo Colegio "Bernardo Valdivieso"

Nombre del Atractivo Turístico					Ficha N°
Antiguo Colegio "Bernardo Valdivieso"					4
Tipo de Bien		Datos de Localización y Administración			
Bien Tangible	Bien Intangible	Provincia / Cantón / Parroquia	Loja/ Loja/ Casco Céntrico	Teléfono:	
X		Propietario /Administrador	Mg. Camilo Bustos 0999637639	Dirección:	Calle Bernardo Valdivieso, entre Rocafuerte y Miguel Riofrío. Interior Centro Cultural Bernardo Valdivieso
Categoría		Tipo	Subtipo		
Manifestación Cultural		Arquitectura	Infraestructura Cultural		
Características del Atractivo					
Régimen de Propiedad	Público		Privado		Señalización
	X				
Estado de Conservación	Sólido	Deteriorado	Ruinoso		Conservación del Entorno
	X				
Coordenadas GPD	Latitud		Longitud		Conservación del Entorno
	-3.998546°		- 79.201074°		
DESCRIPCIÓN				FOTOGRAFÍAS	

Época de Construcción: Siglo XIX - 1890,
Tipología: Historia -Arquitectura Popular o Vernácula

Tipología Funcional: Servicios

Material de Construcción: Cimentación piedra, estructura tapial, muros paredes y tabiques son de tapial, la cubierta es de teja.

Descripción:

Su construcción que data del siglo XIX en el año 1890, la fachada presenta características eclécticas, la construcción presenta un patio central y un traspatio, en el patio central descansa el monumento al ilustre maestro Bernardo Valdivieso, el ingreso es central presenta una portada rematada en arco ojival que alcanza una altura aproximada de 3.5m, con ciertos elementos similares a estilo gótico como el arco ojival el cual está presente en todos los vanos que dan hacia la calle con una decoración a manera de rosetón, y una puerta que es el acceso principal al inmueble, emplazado de tal forma que su ingreso se halla ubicado hacia la calle Bernardo Valdivieso, en la actualidad la edificación ha sido restaurada hace aproximadamente quince años, para albergar al museo de la música (Elizalde, 2012).

Don Bernardo Valdivieso en su calidad de Regidor del Cabildo de Loja, se constituyó en defensor de la educación lojana y, por ende, de los bienes dejados por los benefactores Fausto de la Cueva, Francisco Rodríguez y Miguel Valdivieso para el funcionamiento y mantenimiento de la escuela y colegio de Loja que estuvo regentada por los Jesuitas. Don Bernardo Valdivieso el 22 de julio de 1805 otorgó su testamento en una de las cláusulas, determinó cuantiosos bienes para que continúe la obra educativa en Loja. Se pusieron muchas trabas e impedimentos para que se diera rumbo al funcionamiento del colegio de la Ciudad de Loja. El 26 de agosto de 1824, resuelve se cumpla el Decreto de reapertura del Colegio según los alineamientos dados por El Libertador. Sin embargo, siguió demorando dicha reapertura. Recién el 22(26) de octubre 1826 se pudo instalar el Colegio "San Bernardo". La Universidad Nacional de Loja nace del Bernardo Valdivieso en 1859, estableciéndose la Facultad de Jurisprudencia, que más tarde sería la Junta Universitaria y que en octubre de 1943 sería elevada a la categoría de Universidad Nacional de Loja.

En 1879 se crea el Seminario Conciliar, con parte del patrimonio del Colegio San Bernardo (Sanmartin, 2008).



Figura 11. Exterior Antigo Colegio "Bernardo Valdivieso"



Figura 12. Pasillos Antigo Colegio "Bernardo Valdivieso"

UBICACIÓN GEOGRAFICA: GOOGLE MAPS



Figura 13. Ubicación Google Maps Antigo Colegio "Bernardo Valdivieso"

Aspecto turístico

Entrada: Gratuita

Horario: De lunes a viernes de 9h00 a 19h00

Observaciones

Actualmente en el lugar se encuentran las instalaciones del Museo de la Música "Salvador Zaragoi Tapia". En el cual se pueden realizar actividades turísticas como la fotografía y la autoguianza. El lugar mantiene un registro de visitantes y además cuenta con personal a del Municipio de Loja en caso de solicitarse cualquier tipo de información.

Hace poco se podía encontrar un café-restaurant dentro de las instalaciones. Pero en la visita técnica se pudo encontrar que este había cerrado recientemente y ya no se encuentra este servicio dentro del museo.


DATOS DE LEVANTAMIENTO Y VALIDACIÓN	
ELABORADO POR:	VALIDADO POR:
Nombre y Apellido: Grace Melina Ortega Barba	Nombre y Apellido:
Institución: Universidad Nacional de Loja	Institución:
Cargo: Estudiante Carrera de Turismo	Cargo:
Correo Electrónico: grace.ortega@unl.edu.ec	Correo Electrónico:
Teléfono: 0980339869	Teléfono:
Firma: 	Firma:
Fecha: 28 - 01 - 2022	Fecha:

Tabla 11. Museo de la Música "Salvador Zaragocín Tapia"

Nombre del Atractivo Turístico					Ficha N°			
Museo de la Música: Salvador Zaragocín Tapia					5			
Tipo de Bien		Datos de Localización y Administración						
Bien Tangible	Bien Intangible	Provincia / Cantón / Localidad	Loja/ Loja/ Casco Céntrico	Teléfono:	(07) 256 0033			
X		Propietario /Administrador	Alexandra Astudillo Cel. : 099 300 6721 Alexlupita1979@hotmail.com	Dirección:	Calle Bernardo Valdivieso, entre Rocafuerte y Miguel Riofrío. Interior Centro Cultural Bernardo Valdivieso			
Categoría		Tipo	Subtipo					
Manifestación Cultural		Arquitectura	Infraestructura Cultural					
Características del Atractivo								
Régimen de Propiedad	Público		Privado		Señalización	Señalética en el atractivo		
	X						X	
Estado de Conservación	Sólido	Deteriorado		Ruinoso		Señalética turística		
	X						X	
Coordenadas GPD	Latitud		Longitud		Conservación del Entorno	Conservado		
	-3.998546°		79.201074°				X	
							Alterado	
								En proceso de deterioro
					Deteriorado			
DESCRIPCIÓN					FOTOGRAFÍAS			

Tipología: Histórico

Descripción: El museo fue abierto en el año 2004, alberga exposiciones de la historia musical de los compositores y de Loja, del Renacimiento al avant-garde. La colección abarca casi 200 años de historia, con más de 7.000 partituras musicales y 65 instrumentos en la exhibición (Álvarez, 2018).

En esta institución se exhibe un legado importante y representativo de objetos y partituras de diversos artistas lojanos, en una línea del tiempo ubicada entre 1890 y 1970. De acuerdo con sus valores estéticos, funcionales, históricos y técnico-constructivos ha sido reconocido con un alto valor patrimonial, lo cual implica su protección absoluta. A partir del análisis realizado a sus elementos constitutivos, en lo referente a estructura, muros, cubierta, pisos, ventanas, instalaciones hidrosanitarias y eléctricas, se puede apreciar que los espacios destinados al Museo Salvador Zaragocin Tapia se encuentran en buen estado de conservación, aunque sus condiciones de iluminación, temperatura, humedad relativa y seguridad son regulares. Sin embargo, las guardas o sobres) en los que se depositan las partituras, no corresponden al tamaño de estas, lo cual afecta la preservación del legado musical de esta institución (Pardo & Pacají, 2021).



Figura 14. Interior Museo de la Música



Figura 15. Sala de Exposición museo

UBICACIÓN GEOGRAFICA: GOOGLE MAPS



Figura 16. Ubicación Google Maps Museo de la Música

Aspecto turístico

Entrada: Gratuita
 Horario: De lunes a viernes de 9h00 a 19h00
 Se pueden realizar actividades turísticas como: fotografía, caminatas autoguiadas y degustación de gastronomía local en una cafetería ubicada en las instalaciones del museo.

Observaciones

DATOS DE LEVANTAMIENTO Y VALIDACIÓN

ELABORADO POR:	VALIDADO POR:
Nombre y Apellido: Grace Melina Ortega Barba	Nombre y Apellido:
Institución: Universidad Nacional de Loja	Institución:
Cargo: Estudiante Carrera de Turismo	Cargo:


Correo Electrónico: grace.ortega@unl.edu.ec	Correo Electrónico:
Teléfono: 0980339869	Teléfono:
Firma: 	Firma:
Fecha: 28 - 01 - 2022	Fecha:

Tabla 12. Monasterio de las Madres Concepcionistas

Nombre del Atractivo Turístico					Ficha N°
Monasterio de las Madres Concepcionistas					6
Tipo de Bien		Datos de Localización y Administración			
Bien Tangible	Bien Intangible	Provincia / Cantón / Localidad	Loja/ Loja/ Casco Céntrico	Teléfono:	(07) 256 1109 / 098 417 0331
X		Propietario /Administrador	Propietario: Diócesis de Loja Persona a cargo_ Jaime Celi	Dirección:	Calle 10 de Agosto y Olmedo.
Categoría		Tipo		Subtipo	
Manifestación Cultural		Arquitectura		Histórica / Vernácula	
Características del Atractivo					
Régimen de Propiedad	Público		Privado	Señalización	Señalética en el atractivo
Estado de Conservación	Sólido	Deteriorado	Ruinoso		
		X			Señalética turística
Coordenadas GPD	Latitud		Longitud		Conservación del Entorno
	-3.997509°		-79.200529°		
					Conservado
					Alterado
					En proceso de deterioro
					Deteriorado
DESCRIPCIÓN				FOTOGRAFÍAS	

Época de construcción: Siglo XVI-XVII (1600) – 1597

Tipología Formal: Arquitectura Monumental Religiosa.

Tipología Funcional: Culto

Material de Construcción: Cimentación piedra, estructura tapial y madera, los muros paredes y tabiques son de tapial, su cubierta es de teja.

Descripción:

El monasterio de Loja es el segundo creado en el Ecuador, data a la fecha de 1597 con la llegada de la Sra. Doña María de Orozco y sus hermanas Ana e Isabel. Fue durante la visita del Señor Fray Luís de Solís, quien se hallaba de visita pastoral en la ciudad de Loja para celebrar el tercer Sínodo, el gobernador de Yaguarzongo, Don Juan de Alderete, por medio del Alcalde Habitual de la ciudad Don Pedro Pacheco, pide legalización para la fundación de un Monasterio de Religiosas. Y a partir de la creación de acuerdos en conjunto con las autoridades que el Monseñor Luís López de Solís admitió una escritura y además recibió las escrituras del censo otorgadas al gobernador en la ciudad de Quito; y en ese mismo año autorizó la fundación del Monasterio de Nuestra Señora de las Nieves y luego de anunciar públicamente esta creación, las familias lojanas asignaron donativos para la construcción del Monasterio (Betancourt, 2017).

Es un Inmueble colonial por los grandes muros que dan hacia la calle, la directriz predominante es horizontal, la portada que presenta este bloque es simple pese a ciertas columnas adosadas con remates geométricos rectos que enmarcan la misma, el inmueble se desenvuelve en dos plantas con una altura aproximada de 8m en sus tramos más cortos y 11m en su parte más alta, el remate de la edificación es con cubierta de teja inclinada presentando alero con canecillos simples de madera. Conserva el sistema constructivo original tradicional trabajado artesanalmente lo cual es propio del lugar. El Monasterio de las Hermanas Concepcionistas ocupa un área de 4262,097 m² en su planta baja, tomando en cuenta las áreas verdes y la primera planta de construcción y en su planta alta 2209,535 m² (Betancourt, 2017).

La construcción tiene influencia popular se levanta a nivel de los patios interiores donde funcionan varios espacios, en planta baja existen 4 bodegas, tres aéreas dedicadas a corrales y dos cocinas, la directriz predominante es horizontal, su fachada es recta, el inmueble se desarrolla en dos plantas con una altura aproximada de 7m, presenta textura lisa, su carpintería es de madera. En cuanto al muro de cerramiento, este presenta una gran altura de 10m aproximadamente rematada con cubierta inclinada de teja con canecillos de madera, en la parte sur oriental del complejo podemos encontrarnos con una portada tipo torre conocido como espadaña, campanario realizado con base en muro con una crestería rematando la misma, en donde se halla un campanario enmarcado por columnas adosadas con decoración geométrica simple donde destaca un gran fresco dedicado a la hermana Concepcionista (Elizalde, 2012).



Figura 17. Monasterio de las Madres Conceptas de Loja

UBICACIÓN GEOGRAFICA: GOOGLE MAPS



Figura 18. Ubicación Google Maps "Monasterio de las Madres Conceptas de Loja"

Aspecto turístico

Únicamente el apartado del museo es accesible para los turistas. El monasterio de las madres Conceptas es un sitio privado en donde las religiosas han elegido el claustro por tanto nadie del exterior le es permitido ingresar sin una autorización. Las políticas y regulaciones del lugar son bastante estrictas.

Observaciones


DATOS DE LEVANTAMIENTO Y VALIDACIÓN	
ELABORADO POR:	VALIDADO POR:
Nombre y Apellido: Grace Melina Ortega Barba	Nombre y Apellido:
Institución: Universidad Nacional de Loja	Institución:
Cargo: Estudiante Carrera de Turismo	Cargo:
Correo Electrónico: grace.ortega@unl.edu.ec	Correo Electrónico:
Teléfono: 0980339869	Teléfono:
Firma: 	Firma:
Fecha: 28 - 01 - 2022	Fecha:

Tabla 13. Museo de Arte Religioso Madres Concepcionistas de Loja

Nombre del Atractivo Turístico					Ficha N°
Museo de Arte Religioso Madres Concepcionistas de Loja					7
Tipo de Bien		Datos de Localización y Administración			
Bien Tangible	Bien Intangible	Provincia / Cantón / Localidad	Teléfono:	Dirección:	(07) 256 1109 / 098 417 0331
X		Propietario / Administrador	Jaime Celi jaimeceli@yahoo.es	Calle 10 de Agosto, entre Bernardo Valdiviezo y Olmedo. Interior Monasterio Madres Conceptas	
Categoría		Tipo		Subtipo	
Manifestación Cultural		Arquitectura		Infraestructura Cultural	
Características del Atractivo					
Régimen de Propiedad	Público		Privado		
			X		
Estado de Conservación	Sólido	Deteriorado	Ruinoso		
		X			
Coordenadas GPD	Latitud		Longitud		
	-3.997113°		-79.200724°		
DESCRIPCIÓN			FOTOGRAFÍAS		

Tipología: Histórico / Arte

Edificado entre los siglos XVI y XVII forma parte del Monasterio de Nuestra Señora de las Nieves de su Purísima Concepción, la arquitectura colonial y la historia que en su interior se conserva crean un ambiente especial para los visitantes. Junto al Museo se encuentra el Claustro de las Madres Conceptas, el cual es atrayente por su arquitectura colonial. Todos estos detalles convierten a este lugar en uno de los primordiales atractivos turísticos de la ciudad. En su interior se puede apreciar valiosas obras de Arte Religioso ejecutadas por artistas destacados de la etapa colonial de nuestro país, en sus salas se puede estimar cuadros y esculturas religiosas, así como también algunos tipos de vestimenta, utensilios de uso domésticos y algunos elementos utilizados en los sacrificios y ofrendas de las antiguas Hermanas Conceptas, que han sido parte del convento desde su creación en el año 1596 (Betancourt, 2017).

El Museo de las Madres Concepcionistas de Loja, ocupa aproximadamente la cuarta parte del total de construcción del actual monasterio, El Museo se encuentra distribuido con una dimensión de 29,93 m² en el vestíbulo, la guardiana 34,29m² y la administración 14,00m², dando como área total 831,187m² la misma que pertenece a las salas de exhibición actual. tiene su entrada principal en las calles 10 de Agosto entre Olmedo y Bernardo Valdivieso, presentando en su antesala la guardiana, el vestíbulo y la administración. En su jardín interior se evidencian parcelas y canales de agua que formaban parte del antiguo huerto del monasterio. En sus dos plantas de construcción se distribuyen 14 salas de exhibición de bienes artísticos (Betancourt, 2017).

De acuerdo al trabajo realizado por (Betancourt, 2017) se evidencia la existencia de 60 pinturas y 25 esculturas, las mismas que están distribuidas en 14 salas, obteniendo un total de 85 obras de arte que se encuentran como reliquias culturales y religiosas en el museo, si se incluye lo relacionado a la estructura arquitectónica perteneciente al museo se puede obtener un total de 94 obras.

Se pueden encontrar obras artísticas de diferente índole y una mezcla de culturas reconocidas a nivel mundial, estilos inconfundibles como el Renacentista, Barroco, Chuguerresco, son característicos de la mayoría de retablos y urnas talladas a mano en madera, la utilización en las esculturas de técnicas que hacen apreciar estos bienes como si fueran humanos, determinados óleos datan de siglos como el XVII y el XVIII, que se unen para contar una historia de autores desconocidos por el tiempo (Loyola, 2016).



Figura 19. Exterior Museo de Arte Religioso "Madres Concepcionistas de Loja"



Figura 20. Interior del Museo

UBICACIÓN GEOGRAFICA: GOOGLE MAPS



Figura 21. Ubicación Google Maps Museo de Arte Religioso "Madres Concepcionistas de Loja"

Aspecto turístico

Entrada: Pagada

Horario: De lunes a viernes de 8h30 a 12h00 y de 14h30 a 18h00

Se pueden realizar actividades como: fotografía y caminatas guiadas.

El museo mantiene un sistema de registro de visitantes.

Observaciones

El museo cierra los Fines de Semana y Feriados.

DATOS DE LEVANTAMIENTO Y VALIDACIÓN

ELABORADO POR:

VALIDADO POR:


Nombre y Apellido: Grace Melina Ortega Barba	Nombre y Apellido:
Institución: Universidad Nacional de Loja	Institución:
Cargo: Estudiante Carrera de Turismo	Cargo:
Correo Electrónico: grace.ortega@unl.edu.ec	Correo Electrónico:
Teléfono: 0980339869	Teléfono:
Firma: 	Firma:
Fecha: 28 - 01 - 2022	Fecha:

Tabla 14. Puerta de la Ciudad

Nombre del Atractivo Turístico					Ficha N°	
Puerta de la ciudad					8	
Tipo de Bien		Datos de Localización y Administración				
Bien Tangible	Bien Intangible	Provincia / Cantón / Localidad	Loja/ Loja/ Casco Céntrico	Teléfono:	(07) 258 7122	
X		Propietario / Administrador	Lic. Edith Aguirre Burdeos puertadelaciudad@gmail.com	Dirección:	Intersección de las Calles 18 de Noviembre y Sucre	
Categoría		Tipo		Subtipo		
Manifestación Cultural		Arquitectura		Infraestructura Cultural		
Características del Atractivo						
Régimen de Propiedad	Público		Privado		Señalización	
	X					
Estado de Conservación	Sólido	Deteriorado	Ruinoso		Señalética en el atractivo	
		X			X	
Coordenadas GPD	Latitud		Longitud		Conservación del Entorno	
	-3.989506°		-79.204294°			
						Conservado
						Alterado
					En proceso de deterioro	
					Deteriorado	
DESCRIPCIÓN					FOTOGRAFÍAS	

Bien Inmueble:

Museo “Puerta de la Ciudad”

Tipología: Arte

Loja siglo XXI, período 1996-2000, cuando se piensa en la necesidad de generar hitos urbanos que simbolizen y sinteticen la historia, el presente y las aspiraciones futuras de la ciudad de Loja, se decide erigir el monumento Puerta de Entrada a la Ciudad de Loja y a don Juan de Salinas de Loyola, como réplica del escudo de armas otorgado por el Rey de España, lo anterior se complementa con otros elementos adyacentes como: las carabelas, el monumento a Don Quijote y Sancho Panza, el puente Bolívar, etc. Existen una gran de opiniones sobre su representación, significado y arquitectura. Por ejemplo, el hecho de su construcción a partir del escudo de Loja, el cual según opinión del exalcalde de Loja: “representa con claridad el rol histórico y la perspectiva geográfica de la ciudad y la Región Sur del Ecuador: ser puerta de entrada a la Amazonía en la latitud geográfica en donde el continente es más ancho y es posible cruzar la cordillera de los Andes con elevaciones que no sobrepasan lo 2.700 metros sobre el nivel del mar”. Para otros, este conjunto arquitectónico “trata de representar el espíritu conquistador de los españoles vecinados en Loja [...] con el apoyo humano del habitante lojano” y “que se ha convertido en un hito de gran relevancia turística y cultural dentro de Loja” (Salazar, 2010).

Además, alrededor de este monumento existe un gran desacuerdo d por parte de la ciudadanía ya que su castillo medieval es un elemento ajeno; extraño a nuestra tradición ancestral, histórica y cultural; constituye una expresión cultural típicamente europea que resalta valores culturales de otro continente, y nos recuerda épocas de sometimiento y esclavitud en contra de nuestros aborígenes (Salazar, 2010).

Acerca del Museo: Puerta de la Ciudad

El Museo Puerta de la Ciudad fue construido en el año de 1999, pero inicia su funcionamiento en el año 2001, se levanta sobre el Puente Bolívar, en su interior se encuentran tres salas de exposiciones temporales, las mismas que han acogido a artistas plásticos locales, nacionales y extranjeros quienes han deleitado a la colectividad con exposiciones de pintura, escultura y artesanías; es importante señalar que estas exposiciones se llevan a cabo mensualmente. Busca fomentar las artes y proporcionar al artista plástico, el espacio físico adecuado y moderno que permita fomentar las diversas manifestaciones culturales de artes plásticas, a través de exposiciones itinerantes de gran calidad. Ofrecer al visitante nacional y extranjero el disfrute y entretenimiento cultural con la exposición física de nuestra identidad local (Gobierno de Loja, 2022).



Figura 22. Puerta de la Ciudad



Figura 23. Pasillos dentro de las torres de la Puerta de la Ciudad

UBICACIÓN GEOGRAFICA: GOOGLE MAPS



Figura 24. Ubicación Google Maps Puerta de la Ciudad

Aspecto turístico

Entrada: Gratuita

Horario: De lunes a viernes de 8h00 a 21h00 sábado, domingo y feriados de 9h00 a 21h00

Las actividades turísticas que se pueden realizar son: fotografía y caminatas autoguiadas. Además, nos podemos encontrar con diversos servicios como: cafetería “La llorona”, restaurante “Rincón de Borgoña”, almacén de artesanías, almacén de publicaciones y además miradores con una vista panorámica de la Ciudad.


El lugar cuenta con un registro diario de visitantes. Además de un centro de información turística de la Ciudad de Loja y demás.	
Observaciones	
DATOS DE LEVANTAMIENTO Y VALIDACIÓN	
ELABORADO POR:	VALIDADO POR:
Nombre y Apellido: Grace Melina Ortega Barba	Nombre y Apellido:
Institución: Universidad Nacional de Loja	Institución:
Cargo: Estudiante Carrera de Turismo	Cargo:
Correo Electrónico: grace.ortega@unl.edu.ec	Correo Electrónico:
Teléfono: 0980339869	Teléfono:
Firma: 	Firma:
Fecha: 28 - 01 - 2022	Fecha:

Tabla 15. Calle Lourdes

Nombre del Atractivo Turístico					Ficha N°	
Calle Lourdes					9	
Tipo de Bien		Datos de Localización y Administración				
Bien Tangible	Bien Intangible	Provincia / Cantón / Localidad	Loja/ Loja/ Casco Céntrico	Teléfono:	(593) 72570407	
X		Propietario / Administrador	GAD Municipal Loja	Dirección:	Sur de la ciudad en la calle Lourdes entre Bolívar y Sucre.	
Categoría		Tipo		Subtipo		
Manifestación Cultural		Arquitectura		Infraestructura Cultural		
Características del Atractivo						
Régimen de Propiedad	Público		Privado		Señalización	Señalética en el atractivo
Estado de Conservación	Sólido	Deteriorado	Ruinoso			
			X			Conservación del Entorno
Coordenadas GPD	Latitud		Longitud		Conservado	
		-4.002424°		-79.201767°		Alterado
					Deteriorado	
DESCRIPCIÓN				FOTOGRAFÍAS		

Época de construcción: En la calle Lourdes podemos encontrar viviendas que se remontan al Siglo XX, con una arquitectura republicana. Viviendas de los años: 1900, 1954, 1979, entre otras. Los materiales de construcción más comunes en estas viviendas son: Piedra, Tapial, Cerámica, y Madera, Teja.

Ubicada en el centro de la ciudad de Loja, se encuentra esta calle. Debido a sus casonas coloniales transformadas en comercios típicos de Loja. Sus casas y sus detalles permiten al turista viajar al pasado y conocer sobre el escenario de Loja de antaño (Álvarez, 2018).

La calle Nuestra Señora de Lourdes es parte del casco colonial de la ciudad de Loja y representa un ícono histórico que lo traslada imaginariamente a la época de antaño. Daniel Capa informa que la calle Lourdes fue la primera en construirse y data del siglo XVI. Es toda una cuadra llena de viviendas que a pesar de los años siguen conservando el tinte colonial. Este lugar tiene bastante movimiento pues se encuentran lugares donde expenden artesanías, bares, restaurantes y cafeterías. Gracias a la Regeneración Urbana que realizó el Municipio de Loja, la calle Lourdes se ha transformado, siempre manteniendo el estilo colonial, incluso las casas son más coloridas gracias a la regeneración que también impulsan los propietarios de los inmuebles (Yohana Díaz, 2017).

Según el “Registro e Inventario de Bienes Muebles e Inmuebles del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural” en esta calle podemos encontrar 4 viviendas de carácter patrimonial como son:

1ra vivienda: Intersección Bolívar y Lourdes

Año 1979. La vivienda se levanta a nivel de vereda, el acceso principal es lateral y simple ubicado en la fachada sur de la edificación, la fachada tiene una gran cantidad de ventanales con balcones al exterior característico de la época, no cuenta con portal, se desarrolla en dos plantas con una altura de 7m, la fachada es recta y su directriz predominante es la vertical, las paredes de la vivienda son lisas con un predominio del color azul, con zócalo pintado de color blanco y crema con un diseño peculiar, su remate es con cubierta inclinada de teja presentando alero con canecillos de madera simples, el predominio del lleno, sobre el vano es evidente, la fachada cuenta con cinco puertas en planta baja y en el segundo nivel con un total de 5 ventanales con sus respectivos balcones con barandales tallados de madera

2da vivienda: Calle Lourdes

Año 1954. La vivienda se levanta a nivel de vereda, el acceso es lateral y simple, la fachada tiene una influencia de tipo popular, no cuenta con portal, se desarrolla en una planta con una altura aproximada de 3m, la fachada es recta y su directriz predominante es la horizontal, las paredes de la vivienda son lisas, con zócalo y un diseño continuo, su remate en fachada es un alero de cubierta con canecillos tallados, la fachada cuenta con dos puertas de acceso para el local comercial y para la vivienda, todas con carpintería de madera.

3ra vivienda: Calle Lourdes

Año 1885. La edificación se desarrolla a nivel de la acera, la fachada presenta una influencia de la arquitectura republicana, evidenciada en la presencia de ventanas con balcones hacia el exterior,



Figura 25. Calle Lourdes



Figura 26. Casas patrimoniales Calle Lourdes

UBICACIÓN GEOGRAFICA: GOOGLE MAPS



Figura 27. Ubicación Google Maps - Calle Lourdes

presenta una fachada recta de dos niveles con una marcada directriz vertical con el conjunto de viviendas que la rodean, la vivienda presenta una altura aproximadamente de 8 metros incluida la cubierta, con un zócalo de champeado de cemento y con un diseño en forma cuadrícula, en su fachada presenta un total de tres puertas de madera de acceso, la central es el acceso a la vivienda y las laterales son los accesos al local comercial, tiene un predominio de paredes lisas sin ningún tipo de decoración, la terminación de cubierta él un alero de cubierta con canecillos de madera.

4ta vivienda: Calle Lourdes

Año 1900. La edificación se desarrolla a nivel de la acera, la fachada presenta una influencia de la arquitectura republicana, su fachada es recta de un nivel con una marcada directriz horizontal, la vivienda presenta una altura aproximadamente de 5 metros incluida la cubierta, tiene dos puertas de madera de acceso, la central es el acceso a la vivienda y la lateral el acceso al local comercial, además presenta un total de seis ventanas cuadradas con marcos de madera y una peculiar decoración, en su entorno, tiene un predominio de paredes lisas sin ningún tipo de decoración, la terminación de cubierta, él un alero de cubierta con canecillos de madera.

Aspecto turístico

Actividades Turísticas que se pueden realizar: Fotografía y Caminatas Guiadas.

No es posible el llevar un conteo de las personas que visitan este atractivo, debido a que se encuentra en el casco urbano.

Observaciones

En esta calle se pueden encontrar servicios como: alimentos y bebidas y artesanías. Además de que sus vistosos colores y arquitectura republicana puede ser utilizada para sacar muy buenas fotografías. Es un espacio turístico pero que no se puede apreciar en su totalidad debido a que a diario es utilizado por automotores. Solía ser peatonizada, pero debido a disturbios con la ciudadanía, se dio su reapertura.

DATOS DE LEVANTAMIENTO Y VALIDACIÓN




ELABORADO POR:	VALIDADO POR:
Nombre y Apellido: Grace Melina Ortega Barba	Nombre y Apellido:
Institución: Universidad Nacional de Loja	Institución:
Cargo: Estudiante Carrera de Turismo	Cargo:
Correo Electrónico: grace.ortega@unl.edu.ec	Correo Electrónico:
Teléfono: 0980339869	Teléfono:
Firma: 	Firma:
Fecha: 28 - 01 - 2022	Fecha:

Tabla 16. Iglesia de Santo Domingo

Nombre del Atractivo Turístico				Ficha N°			
Iglesia Santo Domingo				10			
Tipo de Bien			Datos de Localización y Administración				
Bien Tangible	Bien Intangible		Provincia / Cantón / Localidad	Loja/ Loja/ Casco Céntrico	Teléfono:		
X			Propietario /Administrador	Propietario: Diócesis de Loja Persona a Cargo: P. Julio Agüero	Dirección:		
Categoría			Tipo	Subtipo			
Manifestación Cultural			Arquitectur a	Histórica / Vernácula			
Características del Atractivo							
Régimen de Propiedad	Público		Privado	Señalización	Señalética en el atractivo		
Estado de Conservación	Sólid o	Deteriorad o	Ruinoso		Señalética turística		
	Coordenada s GPD	Latitud		Longitud	Conservación del Entorno	Conservado	
-3.998420°		-	Alterado				
		79.201649°	En proceso de deterioro				
DESCRIPCIÓN				FOTOGRAFÍAS			
<p>Bien Inmueble:</p> <p>Época de construcción: Siglo XVI. XVII, del año 1557. Tipología Formal: Arquitectura Monumental Religiosa. Tipología Funcional: Culto</p> <p>Materiales de Construcción: Cimentación piedra, estructura tapial y ladrillo, los muros paredes y tabiques son de tapial, cubierta de teja.</p> <p>Descripción: La construcción de esta iglesia demora 43 años aproximadamente (1557-1600). Posee emplazamiento esquinero, adjunto a ella se encuentra el convento de la misma orden y posteriormente se le añadió una nueva nave, la Capilla del Rosario. La iglesia en sus orígenes constaban de una sola nave central y formalmente era muy parecida a la iglesia de San Juan del Valle presentando una sola torre de campanario con cubierta a dos aguas y un acceso monumental con abocinamiento, en la actualidad la iglesia presenta tres naves, y una central y dos laterales, el atrio al cual se accede a través de un graderío a una altura aproximada de 2,50m, y posteriormente encontramos su acceso principal donde se puede observar un portón de madera de cedro con un tallado sencillo color blanco remate en arco de medio punto enmarcada por 4 columnas adosadas de fuste circular con remates sencillos en las bases y capiteles, la nave central</p>				 <p><i>Figura 28. Fachada Iglesia de Santo Domingo</i></p>		 <p><i>Figura 29. Interior Iglesia Santo Domingo</i></p>	

se caracteriza por poseer paredes de casi 1 metro de ancho, y su terminado es altamente decorado con un sinnúmero de frescos. En cubierta se pueden apreciar un cielo raso decorado con frescos y cornisas, coronando la nave central encontramos el altar de madera de cedro con paño de oro en el que se puede distinguir distintos elementos como tímpanos recortados 8 columnas adosadas de características corintias con fuste estriado y capitel decorado con figuras de hojas además de varios vanos con arco de medio punto.

En la nave lateral derecha podemos encontrar características formales similares a las de la nave central su dimensión es menos y posee una conexión en la parte posterior con lo que es el patio que comunica hacia el convento, en la parte lateral. Derecha de esta nave se encuentran varios pequeños altares todos estos presentan formas y elementos distintos que realmente sería muy difícil de describir cada uno de ellos; la nave lateral izquierda, presenta las mismas características que las dos anteriores.

La fachada presenta influencia ecléctica con características romanas donde existe una mezcla de formas, la fachada principal muestra una notable simetría donde destacan las dos torres de campanario que nuevamente funciona una mezcla de estilos, donde se aprecian varios arcos de medio punto donde se encuentran los campanarios, pero aquellas torres románicas se ven rematadas por cubierta piramidales de características góticas con su decoración de arbotantes, en la parte central de la fachada descansa la figura de Sto. Domingo, metros más abajo rosetones elementos de la arquitectura románica. Toda la fachada presenta textura de ladrillo visto, que alcanza una altura de 18m aproximadamente, sobre el atrio, el acceso a la iglesia tiene tres únicas entradas en su fachada principal, una para cada nave que conforma el inmueble, pero las 2 laterales pasan serradas y tienen

dimensiones más pequeñas, así podríamos decir que el acceso al templo es central. La directriz de su fachada es vertical y simétrica, en la fachada principal presenta un total de tres rosetones que coronan cada una de las puertas, existiendo un gran predominio de llenos sobre vanos. La fachada norte presenta características distintas a la fachada oeste, la textura del muro es lisa color blanco rematada con cubierta de teja y alero, canecillos, presenta 2 pisos alcanzando una altura de 10m aproximadamente sobre el atrio, presenta un acceso el cual construido para capilla del rosario, aquella puerta tiene una portalería con columnas de hormigón y rematada con frontón triangular y bóveda en rincón de claustro truncado, en planta baja se aprecia una puerta, dos ventanales y un ventanal más el que ha sido tapiado, todos los vanos de esta fachada rematados con arco de medio punto, mientras que la segunda planta presenta 4 ventanales de las mismas características y carpintería metálica (Elizalde, 2012).

UBICACIÓN GEOGRAFICA: GOOGLE MAPS

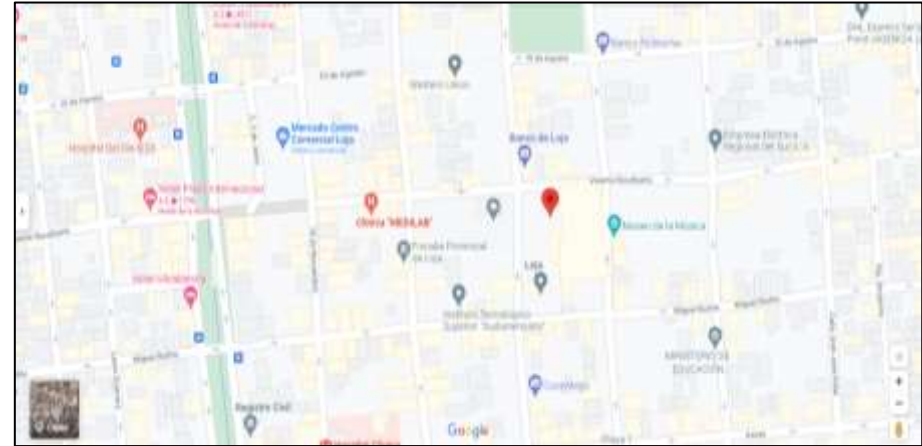


Figura 30. Ubicación Google Maps Iglesia de Santo Domingo

Aspecto turístico

Actividades turísticas que se practican como: Caminatas auto guiadas en la plaza y dentro de la iglesia y fotografía. No mantiene un registro de visitantes. Su horario de apertura es bastante variable.

Observaciones

DATOS DE LEVANTAMIENTO Y VALIDACIÓN

ELABORADO POR:	VALIDADO POR:
Nombre y Apellido: Grace Melina Ortega Barba	Nombre y Apellido:
Institución: Universidad Nacional de Loja	Institución:
Cargo: Estudiante Carrera de Turismo	Cargo:
Correo Electrónico: grace.ortega@unl.edu.ec	Correo Electrónico:
Teléfono: 0980339869	Teléfono:




Firma: 	Firma:
Fecha: 28 - 01 - 2022	Fecha:

Tabla 17. Capilla del Rosario

Nombre del Atractivo Turístico					Ficha N°			
Capilla del Rosario					11			
Tipo de Bien		Datos de Localización y Administración						
Bien Tangible	Bien Intangible	Provincia / Cantón / Localidad	Loja / Loja / Casco Céntrico	Teléfono:				
X		Propietario / Administrador		Dirección:	Rocafuerte y Bernardo Valdivieso			
Categoría		Tipo		Subtipo				
Manifestación Cultural		Arquitectura		Histórica / Vernácula				
Características del Atractivo								
Régimen de Propiedad	Público		Privado		Señalización			
			X					
Estado de Conservación	Sólido	Deteriorado	Ruinoso		Señalética en el atractivo			
		X						
Coordenadas GPD	Latitud		Longitud		Señalética turística			
	-3.998281°		-79.201494°					
			Conservación del Entorno	Señalización				
					Señalética turística			
				Conservado				
				Alterado				
				En proceso de deterioro				
				Deteriorado				
DESCRIPCIÓN			FOTOGRAFÍAS					
<p>Época de construcción: Siglo XVI-XVII (1600) – 1557 Tipología Formal: Arquitectura Popular o Vernácula Tipología Funcional: Culto</p> <p>Material de Construcción: Cimentación piedra, Estructura Tapial y Ladrillo, Muros paredes y tabiques son de tapial, la cubierta es de teja.</p> <p>Descripción:</p> <p>La Capilla del Rosario, posee un emplazamiento esquinero, se halla hacia el noreste del conjunto de Santo Domingo, ocupa el 15% del total del inmueble en mención, no presenta retiros, esta parte de la iglesia se trata de una sola nave construida años más tarde en iglesia mayor, interiormente la nave termina en un altar de madera pintada de color celeste y pan de oro, es simétrica presenta cuatro columnas adosadas de fuste circular y liso con capitel jónico, en la parte central presenta un vano con arco de medio punto abocinado, el cielo raso se desataca por presentar una intersección de bóvedas conocidas como bóveda en rincón de claustro truncada, la cual ha sido pintada de color celeste, entre</p>			 <p><i>Figura 31. Exterior Capilla del Rosario</i></p>			 <p><i>Figura 32. Capilla del Rosario</i></p>		

las bóvedas y los grandes muros de la capilla se aprecian ventanales cuya forma es el remate de un arco de medio punto donde se pueden ver vitrales de múltiples colores enmarcados por muros altamente decorados con un sin número de fresco de paisajes y rematadas con esculturas adosadas de rostros humanos.

La capilla está emplazada con su ingreso hacia el suroeste de la ciudad, hacia el norte presenta su fachada principal con una nave central alta y dos laterales bajas que no son precisamente parte de la capilla sino son parte de un mausoleo y una capilla más pequeña, la directriz predominante es vertical, más en la fachada este y oeste predomina la horizontalidad, presenta una altura de 12m aproximadamente y existe un notable predominio de lleno sobre vanos respondiendo a una arquitectura colonial, los vanos tienen forma de arco ojival, de características góticas y otros con formas rectangulares simples con predominio de carpintería de madera, las paredes son lisas color blanco, presentando un zócalo champeado color gris, el remate de la construcción es con cubierta inclinada de teja que cubre el abovedado que habíamos mencionado anteriormente, presentando alero con cielo raso de tabla y canecillos de madera simple en la nave central alta y sin canecillos en las naves laterales bajas. Este templo es la casa de la virgen del rosario, imagen de autor desconocido, traída desde Sevilla España en 1550. En su interior también se encuentra la imagen del Cristo Crucificado, que se presume es una obra del indígena quiteño “Caspicara” (Elizalde, 2012).

UBICACIÓN GEOGRAFICA: GOOGLE MAPS



Figura 33. Ubicación Google Maps Capilla del Rosario

Aspecto turístico

Actividades turísticas que se practican como: Caminatas auto guiadas en la plaza y dentro de la iglesia y fotografía.
No mantiene un registro de visitantes. Su horario de apertura es bastante variable.

Observaciones

DATOS DE LEVANTAMIENTO Y VALIDACIÓN


ELABORADO POR:	VALIDADO POR:
Nombre y Apellido: Grace Melina Ortega Barba	Nombre y Apellido:
Institución: Universidad Nacional de Loja	Institución:
Cargo: Estudiante Carrera de Turismo	Cargo:
Correo Electrónico: grace.ortega@unl.edu.ec	Correo Electrónico:
Teléfono: 0980339869	Teléfono:
Firma: 	Firma:
Fecha: 28 - 01 - 2022	Fecha:

Tabla 18. Plaza de Santo Domingo


Nombre del Atractivo Turístico					Ficha N°
Plaza de Santo Domingo					12
Tipo de Bien		Datos de Localización y Administración			
Bien Tangible	Bien Intangible	Provincia / Cantón / Localidad	Loja / Loja / Casco Céntrico	Teléfono:	
X		Propietario /Administrador		Dirección:	Calle Bolívar y Rocafuerte
Categoría		Tipo		Subtipo	
Manifestación Cultural		Arquitectura		Espacio Público	
Características del Atractivo					
Régimen de Propiedad	Público		Privado		Señalización
	X				
Estado de Conservación	Sólido	Deteriorado	Ruinoso		Señalética turística
	X				Conservado
Coordenadas GPD	Latitud		Longitud		Conservación del Entorno
	-3.998383°		-79.201827°		
					En proceso de deterioro
					Deteriorado
DESCRIPCIÓN			FOTOGRAFÍAS		
<p>Época de construcción: Siglo XVI-XVII (1600) – 1548 Tipología Formal: Plazas Tipología Funcional: Recreativa</p> <p>Material de Construcción: Pisos Adoquín.</p> <p>Descripción:</p> <p>Se trata de un espacio público, abierto, la plaza de Santo Domingo se halla emplazada a los pies de la Iglesia del mismo nombre, hace cuatro años fue rediseñada y en cuya intervención algunas áreas verdes fueron eliminadas y otras fusionadas para generar paños de aéreas verdes más amplios, en la plaza podemos encontrar mobiliario urbano como sillas, monumentos, faroles y baterías sanitarias, además se ha tratado de realizar un tratamiento paisajístico con el empleo de la luz artificial iluminando las diferentes especies arbóreas como ciprés, arupo lojano entre otras, de manera puntual para crear distintas atmosferas dentro de esta plaza, la plaza es un vínculo de acceso a la iglesia, y en ella descansa el monumento dedicado a Don Manuel Carrión Pinazo, quien fue el precursor de establecer estudios universitarios en la ciudad de Loja en el año 1859 (Elizalde, 2012).</p>					
			<p align="center">UBICACIÓN GEOGRAFICA: GOOGLE MAPS</p>		

Figura 34. Plaza de Santo Domingo

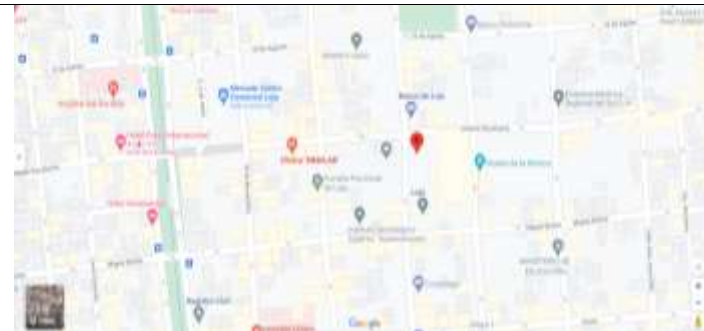


Figura 35. Ubicación Google Maps Plaza de Santo Domingo

Aspecto turístico

Actividades turísticas que se practican: Fotografía
No se tiene un registro de visitantes.

Observaciones

DATOS DE LEVANTAMIENTO Y VALIDACIÓN

ELABORADO POR:

VALIDADO POR:

Nombre y Apellido: Grace Melina Ortega Barba
Institución: Universidad Nacional de Loja
Cargo: Estudiante Carrera de Turismo
Correo Electrónico: grace.ortega@unl.edu.ec
Teléfono: 0980339869

Nombre y Apellido:
Institución:
Cargo:
Correo Electrónico:
Teléfono:


Firma:

Firma:

Fecha: 28 - 01 - 2022

Fecha:

Tabla 19. Teatro Universitario Bolívar

Nombre del Atractivo Turístico						Ficha N°
Teatro Universitario Bolívar						13
Tipo de Bien		Datos de Localización y Administración				
Bien Tangible	Bien Intangible	Provincia / Cantón / Localidad			Teléfono:	
X		Propietario /Administrador			Dirección:	
Categoría		Tipo		Subtipo		
Manifestación Cultural						
Características del Atractivo						
Régimen de Propiedad	Público		Privado			
	X					
Estado de Conservación	Sólido	Deteriorado	Ruinoso			
	X					
Coordenadas GPD	Latitud		Longitud			
	-3.998228°		-79.200441°			
		Señalización		Conservación del Entorno		
		atractivo		Señalética en el		
				Señalética turística		
				Conservado		
				Alterado		
				En proceso de deterioro		
				Deteriorado		
DESCRIPCIÓN			FOTOGRAFÍAS			
<p>Época de construcción: Siglo XX (1900-1999) – 1900 Tipología Formal: Arquitectura Popular o Vernácula Tipología Funcional: Servicios</p> <p>Materiales de Construcción: Cimentación piedra, estructura tapial, sus muros paredes y tabiques son de tapial, la cubierta es de teja</p> <p>Descripción: El teatro Universitario Bolívar una de las construcciones con más valor histórico de la ciudad por su antigüedad y por su valor histórico funcionalmente. El acceso es central y simple con una carpintería de madera y remate de arco de medio cañón, no posee retiros de ningún tipo, es adosada, el tramo se desarrolla en una planta semicircular para aprovechar la acústica y con una pequeña pendiente que permite una mejor visualización a los espectadores, en la mayor parte se han conservado los materiales originales del lugar un claro ejemplo son los pisos de madera de todo el conjunto, característico también son sus paredes de tapia, algunas de las cuales conservan su revestimiento original, otro ejemplo de este teatro es la carpintería de madera tanto para separar como para delimitar los ambientes, eso hace que se presente en los tres niveles de los espectadores un juego continuo de soportales de madera cuadrados estriados y tallados además de poseer</p>			 <p style="text-align: center;"><i>Figura 36. Exterior Teatro Bolívar</i></p>			
UBICACIÓN GEOGRAFICA: GOOGLE MAPS						

base y monterillas de madera con un tallado siempre en color azul y rojo, de la misma manera los paneles que sirven de unión entre estos soportales son módulos de madera, los entrepisos así como los cielos rasos son de madera en color blanco estos últimos; el escenario es relativamente nuevo sobre el cual encontramos un fresco de un pintor local que hace aún más dramático el ambiente del escenario. Los accesos hacia las platerías se los realiza por los corredores que quedan junto a la fachada principal, con circulaciones verticales de madera, en la mayor parte las instalaciones han sido sustituidas.

Volumétricamente el teatro se desarrolla a nivel de acera, en dos niveles con una altura aproximada de 8m, con una influencia de la arquitectura republicana de la misma forma que el edificio contiguo, en su fachada denotamos un predominio del color beige, posee un zócalo continuo y un champeado de hormigón de color café claro, así mismo podemos identificar un total de diez columnas adosadas a fachadas, rectas estriadas, con un remate de capitel con molduras lineales, y una base de pequeñas dimensiones de igual forma con molduras decorativas, las bases de estos pilares en el segundo nivel aumentan de dimensión tornándose más proporcionados al cuerpo del pilar, pero con las mismas características, el remate de la cubierta es un dintel recto y continuo con un total de cinco molduras en degradación, en planta baja encontramos un total de tres accesos centrales con carpintería de madera y remate de arco de medio cañón, y dos accesos laterales con carpintería de madera y marco lineal, además de encontrar en su parte lateral derecha una ventana cuadrada, en el segundo nivel encontramos un total de tres ventanales centrales cuadradas y remate de arco, tres ventanas laterales rectangulares con carpintería de madera y decoración en el marco con molduras rectas y una clave trapezoidal en su centro. Cabe recalcar que toda la carpintería en fachada es en color celeste (Elizalde, 2012).



Figura 37. Ubicación Google Maps teatro Bolívar


Aspecto turístico	
Actividades turísticas que se practican / Promoción y Comercialización / Registro de visitantes y afluencia – estacionalidad / Políticas o regulaciones /	
Observaciones	
DATOS DE LEVANTAMIENTO Y VALIDACIÓN	
ELABORADO POR:	VALIDADO POR:
Nombre y Apellido: Grace Melina Ortega Barba	Nombre y Apellido:
Institución: Universidad Nacional de Loja	Institución:
Cargo: Estudiante Carrera de Turismo	Cargo:
Correo Electrónico: grace.ortega@unl.edu.ec	Correo Electrónico:
Teléfono: 0980339869	Teléfono:
Firma: 	Firma:
Fecha: 28 - 01 - 2022	Fecha:

Tabla 20. Plaza de San Sebastián



Nombre del Atractivo Turístico						Ficha N°
Plaza de San Sebastián						14
Tipo de Bien		Datos de Localización y Administración				
Bien Tangible	Bien Intangible	Provincia / Cantón / Parroquia	Loja / Loja / Casco céntrico		Teléfono:	
X		Propietario /Administrador			Dirección:	
Categoría		Tipo	Subtipo			
Manifestación Cultural		Arquitectura	Espacio Público			
Características del Atractivo						
Régimen de Propiedad	Público		Privado		Señalización	Señalética en el atractivo
Estado de Conservación	Sólido	Deteriorado	Ruinoso			
	X					
Coordenadas GPD	Latitud		Longitud		Conservación del Entorno	Señalética turística
		-4.001611°		-79.201289°		
DESCRIPCIÓN			FOTOGRAFÍAS			
<p>Época de construcción: Siglo XVIII – XIX (1800) – 1700 Tipología Formal: Plazas Tipología Funcional: Servicios</p> <p>Material de Construcción: Adoquín (alfa domu), Hormigón</p> <p>Descripción: Aproximadamente, por el año de 1700 nace la plaza como espacio abierto desde 1705. En 1957, en la alcaldía del Dr. Alfredo Mora Reyes, fue diseñada y construida la torre del reloj por el Ing. Gustavo Trueba Barahona, este monumento de estilo moderno, posee un reloj con cuatro esferas. En 1960 se instala una tarima, para los discursos políticos, ubicada frente a la calle Bernardo Valdivieso, durante la dictadura militar que posteriormente sería eliminada.</p> <p>Durante la alcaldía del Ing. Jorge Bailón Abad, esta plaza es intervenida, en la que se elimina la calle Vehicular que dividía la iglesia de la plaza, tratando el conjunto como una unidad. Se coloca mobiliario urbano como basureros y luminarias, se cambia el sobre piso colocándole adoquín alfa Domú (Elizalde, 2012).</p> <p>La torre que podemos encontrar en el centro de la plaza mide 32 m de alto, tiene ciertos detalles del estilo morisco en cuya base está grabada la historia de Loja, desde los Paltas y Bracamoros, la Gobernación de Mainas y Yaguarzongo, punto de partida para descubrir el Amazonas, la Independencia de Loja, el 18 de Noviembre de 1820 y finalmente el Gobierno Federal de Loja, (1859 - 1861). La decoración en la base de la torre fue realizada en 1989 (Hidalgo, 2013).</p>			 <p><i>Figura 38. Plaza de San Sebastián</i></p>		 <p><i>Figura 39. Monumento de la Independencia de Loja</i></p>	
UBICACIÓN GEOGRAFICA: GOOGLE MAPS						



Figura 40. Ubicación Google Maps Plaza de San Sebastián.

Aspecto turístico

En la plaza se pueden realizar distintas actividades como: fotografía, visitas a lugares patrimoniales como la iglesia, el mercado y compra de artesanías. Además de que se pueden apreciar las distintas viviendas patrimoniales alrededor de la plaza, las cuales no han perdido su estética.

Observaciones

DATOS DE LEVANTAMIENTO Y VALIDACIÓN


ELABORADO POR:	VALIDADO POR:
Nombre y Apellido: Grace Melina Ortega Barba	Nombre y Apellido:
Institución: Universidad Nacional de Loja	Institución:
Cargo: Estudiante Carrera de Turismo	Cargo:
Correo Electrónico: grace.ortega@unl.edu.ec	Correo Electrónico:
Teléfono: 0980339869	Teléfono:
Firma: 	Firma:
Fecha: 28 - 01 - 2022	Fecha:

Tabla 21. Santuario Eucarístico "San Sebastián"

Nombre del Atractivo Turístico					Ficha N°
Santuario Eucarístico San Sebastián					15
Tipo de Bien		Datos de Localización y Administración			
Bien Tangible	Bien Intangible	Provincia / Cantón / Parroquia	Loja / Loja / Casco Céntrico	Teléfono:	
X		Propietario / Administrador		Dirección:	Calle Bolívar y Lourdes.
Categoría		Tipo		Subtipo	
Manifestación Cultural		Arquitectura		Histórica / Vernácula	
Características del Atractivo					
Régimen de Propiedad	Público		Privado		
	X				
Estado de Conservación	Sólido	Deteriorado	Ruinoso		
		X			
Coordenadas GPD	Latitud		Longitud		
	-4.001778°		-79.201574°		
Señalización			Conservación del Entorno		
Señalética en el atractivo			Señalética turística		
Conservado			Alterado		
			En proceso de deterioro		
Deteriorado					
DESCRIPCIÓN			FOTOGRAFÍAS		
<p>Época de construcción: Siglo XVIII – XIX (1800) – 1874</p> <p>Tipología Formal: Arquitectura Religiosa</p> <p>Tipología Funcional: Culto</p> <p>Material de Construcción: Piedra, Tapial, Madera, Teja, Hormigón</p> <p>Descripción:</p> <p>La iglesia de san Sebastián, posee un emplazamiento esquinero, ocupan el 40% del total de la manzana en la que se encuentra emplazado, adjunto a la misma se encuentra el convento de la misma orden, no presenta retiros, la iglesia en sus orígenes constaba con una torre desaparecida, a pesar de que en la actualidad se erigió en su lugar una réplica de la misma, la iglesia presenta tres naves, una central y dos laterales, como es común en las iglesias coloniales, al ingreso de las mismas encontramos el atrio separándolos, encontramos una puerta de madera de cedro con un tallado sencillo y un remanente circular, la cual está sujeta a sus extremos por dos columnas de tipo cuadradas estriadas, con remates sencillos tanto de las bases como de los capiteles, la nave central se caracteriza por poseer paredes de casi 60 cm. y su terminado es simple, un revestimiento de tierra liso, que cubre las paredes se tapial, con terminaciones de pintura de</p>			 <p style="text-align: center;"><i>Figura 41. Santuario Eucarístico San Sebastián</i></p>		
UBICACIÓN GEOGRAFICA: GOOGLE MAPS					

pigmentos naturales, en cubierta se pueden apreciar un terminado de cielo raso de madera sencillo que oculta a la vista la cubierta, coronando la nave central encontramos en altar que es de madera de cedro blanco y rojo con paño de oro en el que se puede distinguir distintos elementos que lo hacen llamativo, no podemos encasillar dentro de ningún estilo o con características de algún estilo, ya que fue realizado en la época colonial.

La iglesia está emplazada con su ingreso hacia el norte de la ciudad en esta parte la construcción se asienta sobre el nivel de la vereda, a la cual se accede por una escalinata de aproximadamente un metro y medio de alto. La fachada presenta una marcada directriz vertical, con respecto al resto de las edificaciones que conforman la manzana posee columnatas cuadradas adosadas a la fachada en un número de cuatro, la fachada presenta una influencia de tipo ecléctica en donde podemos observar un recargamiento de elementos en la parte central del ingreso a la iglesia, con una simetría marcada en el diseño y decoración, la fachada es una fachada recta, esquinera, con paredes lisas en las que se distingue un zócalo de champeado de hormigón de color amarillo, en todas sus elevaciones, en si la directriz vertical la iglesia la consigue gracias a la gran altura que posee sus naves en especial la central que alcanza un aproximado de 12 metros en la parte más alta que viene a ser el cumbrero de unión de las faldas de la cubierta, el remate en fachada le da una terminación semi esférica que da forma a la hornacina donde se coloca la imagen de la inmaculada concepción de Loja a quien está dedicada este templo en la fachada principal presenta un total de tres puertas monumentales de acceso a cada una de las naves y dos ventanas pequeñas cuadradas con marcos de madera sobre el ingreso a la nave central, además de contar con un juego de dinteles que le dan movimiento y división a la fachada lateral izquierda encontramos varios ventanales en un total de 7 y una puerta de acceso que en la actualidad está sellada y no tiene uso alguno.



En 1577 el Vicario Juan Morales, edifica la ermita de san Sebastián, fue en 1660 cuando un terremoto la destruyó, pero por ser el día dedicado a San Sebastián, este fue nombrado patrono y defensor de la ciudad hasta que en el año de 1874 comenzó la construcción del templo, propulsado por el párroco de la parroquia Dr. Eliseo Álvarez, que fue quien donó el terreno para dedicarlo a la advocación de nuestra señora de Lourdes. En el año 1996 es declarado santuario diocesano de la santa eucaristía, el templo está construido con fachada de estilo ecléctico, con líneas clásicas y góticas (Elizalde, 2012).



Figura 42. Ubicación Google Maps Santuario Eucarístico San Sebastián

Aspecto turístico	
No se lleva un registro de visitantes. Se pueden realizar actividades turísticas como la fotografía y la autoguianza.	
Observaciones	
DATOS DE LEVANTAMIENTO Y VALIDACIÓN	
ELABORADO POR:	VALIDADO POR:
Nombre y Apellido: Grace Melina Ortega Barba	Nombre y Apellido:
Institución: Universidad Nacional de Loja	Institución:
Cargo: Estudiante Carrera de Turismo	Cargo:
Correo Electrónico: grace.ortega@unl.edu.ec	Correo Electrónico:
Teléfono: 0980339869	Teléfono:
Firma: 	Firma:
Fecha: 28 - 01 - 2022	Fecha:

Tabla 22. Iglesia de San Francisco

Nombre del Atractivo Turístico					Ficha N°			
Iglesia de San Francisco					16			
Tipo de Bien		Datos de Localización y Administración						
Bien Tangible	Bien Intangible	Provincia / Cantón / Parroquia	Loja / Loja / Casco Céntrico	Teléfono:				
X		Propietario /Administrador	Diócesis de Loja Custodio : P. Bolívar Padilla	Dirección:	Calle Bolívar y Colón			
Categoría		Tipo	Subtipo					
Manifestación Cultural		Arquitectura	Histórica / Vernácula					
Características del Atractivo								
Régimen de Propiedad	Público		Privado		Señalética en el atractivo			
	X							
Estado de Conservación	Sólido	Deteriorado	Ruinos	Señalética turística	X			
	X							
Coordenadas GPD	Latitud		Longitud		Conservación del Entorno			
	-3.994961°		-79.201923°					
			Señalética turística					
			Conservado					
			Alterado					
			En proceso de deterioro					
			Deteriorado					
DESCRIPCIÓN			FOTOGRAFÍAS					
<p>Época de construcción: Siglo XVII-XVIII (1700) - 1746 Tipología Formal: Arquitectura Religiosa Tipología Funcional: Culto</p> <p>Material de Construcción: Cimentación mampostería de piedra, estructura paredes portantes madera, muros paredes y tabiques de tapial y ladrillo, sus escaleras ventanas y puertas de madera.</p> <p>Descripción: Es una muestra de arquitectura religiosa monumental cuya implantación data de 1588, a lo largo del tiempo ha sido testigo de un sin número de acontecimientos, deterioros, adiciones, modificaciones, renovaciones, etc. La influencia formal de su fachada pertenece a la tipología colonial-tradicional con influencia estilística formal, es decir se fueron agregando características de acuerdo al tiempo y época de construcción, se aprecia elementos neoclásicos como los arcos de medio punto, los rosetones, cornisa y frisos, aunque en una forma general podríamos decir que es de estilo barroco por el uso y empleo de arcos y frontones seccionados.</p> <p>En frente se encuentra la Plaza de San Francisco, la cual posee una forma rectangular y se ubica en una esquina de la cuadra. Se encuentra consolidada en un 70% por piso duro geométrico simétrico que tiene en su centro el monumento a Alonso de Mercadillo, fundador de las ciudades de Loja, Zamora y Zaruma. En un inicio se trataba solo de un terreno abierto y vacío, pero como plaza se inauguró como tal el 17 de noviembre de 1942, cuando el</p>			 <p>Figura 43. Iglesia de San Francisco</p>			 <p>Figura 44. Monumento plaza de San Francisco</p>		

batallón Córdova acantonado en Loja le puso el nombre de Parque Guayaquil, en donde obtuvo cierto adelantado. En esta plaza se celebraban las ferias del 8 de Septiembre (Elizalde, 2012).

UBICACIÓN GEOGRAFICA: GOOGLE MAPS

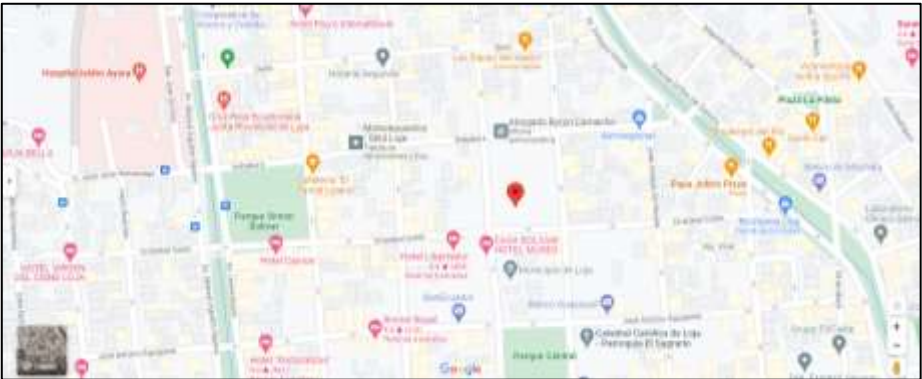


Figura 45. Ubicación Google Maps Iglesia de San Francisco

Aspecto turístico

No se lleva un registro de visitantes.
Se pueden realizar actividades turísticas como la fotografía y la autoguianza.

Observaciones

DATOS DE LEVANTAMIENTO Y VALIDACIÓN


ELABORADO POR:	VALIDADO POR:
Nombre y Apellido: Grace Melina Ortega Barba	Nombre y Apellido:
Institución: Universidad Nacional de Loja	Institución:
Cargo: Estudiante Carrera de Turismo	Cargo:
Correo Electrónico: grace.ortega@unl.edu.ec	Correo Electrónico:
Teléfono: 0980339869	Teléfono:
Firma: 	Firma:
Fecha: 28 - 01 - 2022	Fecha:

Tabla 23. Iglesia Catedral

Nombre del Atractivo Turístico					Ficha N°
Iglesia Catedral					17
Tipo de Bien		Datos de Localización y Administración			
Bien Tangible	Bien Intangible	Provincia / Cantón / Parroquia	Loja / Loja / Casco Céntrico	Teléfono:	
X		Propietario /Administrador	Propietario: Diócesis de Loja Custodio: P. Carlos Jiménez	Dirección:	Calle Bernardo Valdivieso, entre 10 de Agosto y José Antonio Eguiguren.
Categoría		Tipo		Subtipo	
Manifestación Cultural		Arquitectura		Histórica / Vernácula	
Características del Atractivo					
Régimen de Propiedad	Público		Privado		Señalización
			X		
Estado de Conservación	Sólido	Deteriorado	Ruinoso		Señalética en el atractivo
	X				Señalética turística
Coordenadas GPD	Latitud		Longitud		Entorno
	-3.996516°		-79.201214°		
Conservación del			X		
			Alterado		
			En proceso de deterioro		
			Deteriorado		
DESCRIPCIÓN			FOTOGRAFÍAS		
<p>Época de construcción: Siglo XVIII-XIX (1800) – 1880 Tipología Formal: Arquitectura Monumental Religiosa Tipología Funcional: Culto</p> <p>Material de Construcción: Cimentación de piedra, su estructura es de ladrillo y madera, sus muros, paredes y tabiques son de tapial, la cubierta es de teja</p> <p>Descripción:</p> <p>En registros de la Diócesis de Loja, se data la existencia de la Iglesia Catedral en 1838 según Fr. Manuel de Aguirre. Su primer administrador Monseñor Checa, seguido de Mons. Riofrío y Valdivieso se preocupa por la obra. La Iglesia de la Catedral fue la primera matriz, construida de piedra y adobe en el siglo XVI según Juan de Salinas. El general Pedro Javier Valdivieso la reconstruyó y en 1838 tomó el nombre de Catedral, siendo consagrada como tal por Monseñor José María Riofrío el 31 de octubre de 1895. El canónigo Víctor Eguiguren dice: el órgano de la Catedral lo adquirió e instaló Monseñor José María Masiáa quien inició la construcción de la casa episcopal contigua a la Iglesia y de propiedad de la Sra. Alegría Bermeo. En cuanto a lo musical se tienen datos de que el señor Luis Vélez manifiesta que el primer organista de la Catedral fue el Padre Guarro, que juntamente con el señor Manuel Trinidad Bravo ejercían el arte (Cuenca, 2012).</p> <p>La fachada de la iglesia es de estilo ecléctico con su altura de 25m, resultado de diferentes intervenciones, como la realizada en los años cuarenta en donde se rediseña la fachada</p>			 <p>Figura 46. Iglesia Catedral de Loja</p>		

con un eclecticismo entre románico (Corintio y delantera) Art-Decó. La fachada es recta con elemento en relieve, sobresale en la directriz vertical la torre del campanario, además de este elemento sobresaliente rematado con aguja, se observan detalles arquitectónicos como los rosetones central y dos laterales, los capiteles de las columnas superiores son de estilo corintio y hacia los lados del campanario dos esculturas de ángeles. El acceso principal está definido por un arco de medio punto, donde se ha empleado dovelas de diferentes tamaños. La iglesia fue de una sola nave, luego se aumentaron las naves en 1930 para la coronación de la Virgen de El Cisne, se pintó con marmoleado toda la iglesia, sus pinturas de los murales (Elizalde, 2012).

Dentro de la Catedral nos podemos encontrar con un órgano el cual, según Rogelio Jaramillo en su Obra Loja Cuna de Artistas, fue pedido a la casa W. Sauer, de Frankfurt, por orden de Monseñor Masiáa por el año de 1890. Los fondos necesarios para adquirirlo desde Alemania y para luego conducirlo desde Guayaquil a Loja, se tomó del subsidio que el Gobierno proporcionaba a la Iglesia Lojana según el convenio adicional al contrato. Este instrumento consta de una serie de compartimentos en los que se distribuyen de acuerdo al tamaño una serie de tubos o flautas que emiten sus sonidos por la presión que ejerce sobre ellos el fuelle que es una especie de prensadora cuyo movimiento es provocado por un motor.

Este órgano musical continúa instalado en la parte superior de la Iglesia, y para darle mantenimiento técnico hace tres años se contrató a un especialista alemán. Sin embargo, este instrumento es poco ejecutado hoy en día, como comenta Oscar Romero encargado de la Iglesia, solo se lo utiliza en celebraciones especiales como la Llegada de la Virgen del Cisne a Loja o en las ordenaciones sacerdotales. Otro rasgo característico de la Catedral son las cinco campanas con las que cuenta en la parte superior, así, la campana más grande de tamaño fue recientemente reemplazada por otra del mismo volumen debido a sus condiciones vejatorias (Cuenca, 2012).

UBICACIÓN GEOGRAFICA: GOOGLE MAPS




Figura 47. Ubicación Google Maps Iglesia Catedral

Aspecto turístico

No se lleva un registro de visitantes.
Se pueden realizar actividades turísticas como la fotografía y la autoguianza.

Observaciones

DATOS DE LEVANTAMIENTO Y VALIDACIÓN

ELABORADO POR:	VALIDADO POR:
Nombre y Apellido: Grace Melina Ortega Barba	Nombre y Apellido:
Institución: Universidad Nacional de Loja	Institución:
Cargo: Estudiante Carrera de Turismo	Cargo:
Correo Electrónico: grace.ortega@unl.edu.ec	Correo Electrónico:
Teléfono: 0980339869	Teléfono:
Firma: 	Firma:
Fecha: 28 - 01 - 2022	Fecha:

6.1.2. Fase 2: Disponibilidad, Accesibilidad y Seguridad

Como parte de la segunda fase de este primer objetivo, se procedió a aplicar la matriz de disponibilidad, accesibilidad y seguridad; además determinar su respectiva puntuación en base a los criterios asignados.

Tabla 24. Accesibilidad y disponibilidad: Atractivos culturales de la Ciudad de Loja

Nombre del atractivo cultural	AGENTES ACCESIBILIDAD Y DISPONIBILIDAD										Puntuación Total
	Tipo de Propiedad	PT.	Estado de conservación	PT.	Horario	PT.	Acceso	PT.	Distancia o localización	PT.	
Casona Universitaria	Público	2	Sólido	2	lunes a viernes de 8h00 a 13h00 y de 15h00 a 18h00	1	Libre	2	Casco Céntrico	2	9
Museo Dra. Matilde Hidalgo de Procel	Público	2	Sólido	2	lunes a viernes de 8h00 a 13h00 y de 15h00 a 18h00	1	Libre	2	Casco Céntrico	2	9
Casa patrimonial: Museo de la cultura Lojana	Público	2	Deteriorado	1	De martes a viernes de 8h00 a 17h00 sábado, domingo y feriados de 10h00 a 16h00	2	Libre	2	Casco Céntrico	2	9
Antiguo Colegio “Bernardo Valdivieso”	Público	2	Sólido	2	De lunes a viernes de 9h00 a 19h00	1	Libre	2	Casco Céntrico	2	9
Museo de la Música: Salvador Zaragocí Tapia	Público	2	Sólido	2	De lunes a viernes de 9h00 a 19h00	1	Libre	2	Casco Céntrico	2	9
Monasterio de las Madres Concepcionistas	Privado	1	Deteriorado	1	–	0,5	Restringido	0	Casco Céntrico	2	Eliminado
Museo de Arte Religioso Madres Concepcionistas de Loja	Privado	1	Deteriorado	1	De lunes a viernes de 8h30 a 12h00 y de 14h30 a 18h00	1	Limitado	1	Casco Céntrico	2	6
Puerta de la ciudad	Público	2	Deteriorado	1	De lunes a viernes de 8h00 a 21h00 sábado, domingo y feriados de 9h00 a 21h00	2	Libre	2	Casco Céntrico	2	9
Calle Lourdes	Público	2	Deteriorado	1	Todos los días – todo el día	2	Libre	2	Casco Céntrico	2	9
Iglesia Santo Domingo	Privado	1	Sólido	2	Fin de Semana u ocasional	0,5	Libre	2	Casco Céntrico	2	7,5
Capilla del Rosario	Privado	1	Deteriorado	1	Fin de Semana u ocasional	0,5	Libre	2	Casco Céntrico	2	6,5

Plaza de Santo Domingo	Público	2	Sólido	2	Todos los días – todo el día	2	Libre	2	Casco Céntrico	2	10
Teatro Universitario Bolívar	Público	2	Sólido	2	lunes a viernes de 8h00 a 13h00 y de 15h00 a 18h00	1	Limitado	1	Casco Céntrico	2	8
Plaza de San Sebastián	Público	2	Sólido	2	Todos los días – todo el día	2	Limitado	1	Casco Céntrico	2	9
Santuario Eucarístico San Sebastián	Privado	1	Deteriorado	2	Fin de Semana u ocasional	0,5	Limitado	1	Casco Céntrico	2	6,5
Iglesia de San Francisco	Privado	1	Sólido	2	Fin de Semana u ocasional	0,5	Limitado	1	Casco Céntrico	2	6,5
Iglesia Catedral	Privado	1	Sólido	2	Fin de Semana u ocasional	0,5	Limitado	1	Casco Céntrico	2	6,5

Tabla 25. Seguridad: Atractivos culturales de la Ciudad de Loja

Nombre del atractivo cultural	AGENTES DE SEGURIDAD							Puntuación Total	
	Sistemas de seguridad			PT.	Normas de Bioseguridad				PT
	Alta	Media	Baja		Alta	Media	Baja		
Casona Universitaria	X			2	X			3	5pt
Museo Dra. Matilde Hidalgo de Procel	X			2	X			3	5pt
Casa patrimonial: Museo de la cultura Lojana	X			2	X			3	5pt
Antiguo Colegio “Bernardo Valdivieso”	X			2	X			3	5pt
Museo de la Música: Salvador Zaragocí Tapia	X			2	X			3	5pt
Museo de Arte Religioso Madres Concepcionistas de Loja	X			2	X			3	5pt
Puerta de la ciudad	X			2	X			3	5pt
Calle Lourdes		X		1		X		2	3 pt
Iglesia Santo Domingo		X		1	X			3	4 pt

Capilla del Rosario		X		1	X			3	4 pt
Plaza de Santo Domingo		X		1	X			3	4 pt
Teatro Universitario Bolívar	X			2	X			3	5pt
Plaza de San Sebastián		X		1		X		2	3pt
Santuario Eucarístico San Sebastián		X		1	X			3	4pt
Iglesia de San Francisco		X		1	X			3	4pt
Iglesia Catedral		X		1	X			3	4pt

6.1.3. Fase 3: Relación y Percepción Sensorial de los atractivos.

A partir de la aplicación de las fichas de percepción y relación sensorial, en base a una visita a los atractivos antes mencionados y observación directa, tanto de la investigadora como de un “focus group”, se obtuvo los siguientes resultados.

Ficha: Relación Sensorial

Criterios:
 A (Aplica)
 PA (Potenciable a Aplicar)
 N (No aplica)

Tabla 26. Relación Sensorial Atractivos Culturales

Observación Directa: Grace Melina Ortega Barba																
A (Aplica) PA (Potenciable a Aplicar) N (No aplica)																
Nombre del Atractivo	Vista			Gusto			Olfato			Oído			Tacto			Puntuación
	A	PA	N	A	PA	N	A	PA	N	A	PA	N	A	PA	N	
Puerta de la Ciudad	X			X			X				X				X	3,5
Iglesia de San Francisco	X					X			X		X				X	1,5
Iglesia la Catedral	X					X			X		X				X	1,5
Museo de la Cultura Lojana	X				X			X			X			X		3,0
Casona Universitaria	X					X			X		X				X	1,5
Teatro Bolívar	X					X		X		X				X		3,0
Museo Matilde Hidalgo de Procel	X					X			X		X				X	1,5
Museo de la Música	X				X			X			X			X		3,0
Plaza de Santo Domingo	X					X			X		X				X	1,5
Iglesia de Santo Domingo	X					X			X		X				X	1,5
Capilla del Rosario	X					X			X		X				X	1,5
Plaza de San Sebastián	X					X			X		X				X	1,5
Santuario Eucarístico San Sebastián	X					X			X		X				X	1,5
Calle Lourdes	X				X			X				X		X		2,5
Museo de Arte Religioso “Madres Concepcionistas de Loja”	X				X				X		X				X	2,0

Fichas: Percepción Sensorial / Focus Group

Criterios:
 A (Agradable)
 PA (Potenciable a Aplicar)
 D (Desagradable o Inexistencia)

Tabla 27. Percepción Sensorial 1

Nombre del entrevistador: Grace Melina Ortega Barba																
Nombre del entrevistado: Andrea Contento										Perfil:		Potencial de Turista				
A (Agradable) PA (Potenciable a Aplicar) D (Desagradable)																
Nombre del Atractivo	Vista			Gusto			Olfato			Oído			Tacto			Puntuación
	A	PA	D	A	PA	D	A	PA	D	A	PA	D	A	PA	D	
Puerta de la Ciudad	X				X				X			X		X		2,0
Iglesia de San Francisco	X					X	X				X				X	2,5
Iglesia la Catedral	X					X	X				X				X	3,0
Museo de la Cultura Lojana	X				X			X			X			X		3,0
Casona Universitaria	X					X			X		X				X	1,5
Teatro Bolívar	X					X		X		X				X		3,0

Museo Matilde Hidalgo de Procel	X				X			X			X			X	1,0
Museo de la Música		X			X			X			X			X	2,5
Plaza de Santo Domingo	X				X			X			X			X	1,0
Iglesia de Santo Domingo	X				X	X					X			X	2,5
Capilla del Rosario	X				X	X					X			X	2,5
Plaza de San Sebastián	X				X				X		X			X	1,0
Santuario Eucarístico San Sebastián	X				X				X		X			X	1,5
Calle Lourdes	X				X			X			X		X		2,5
Museo de Arte Religioso Madres Concepcionistas de Loja	X				X				X		X			X	2,5

Tabla 28. Percepción Sensorial 2

Nombre del entrevistador: Grace Melina Ortega Barba																
Nombre del entrevistado: Santiago Cevallos										Perfil:		Estudiante de Turismo				
A (Agradable) PA (Potenciable a Aplicar) D (Desagradable)																
Nombre del Atractivo	Vista			Gusto			Olfato			Oído			Tacto			Puntuación
	A	PA	D	A	PA	D	A	PA	D	A	PA	D	A	PA	D	
Puerta de la Ciudad		X			X			X				X			X	1,5
Iglesia de San Francisco		X				X			X			X			X	0,5
Iglesia la Catedral	X					X			X		X				X	1,5
Museo de la Cultura Lojana	X					X			X		X			X		2,0
Casona Universitaria	X					X			X		X				X	1,5
Teatro Bolívar	X					X		X			X			X		2,5
Museo Matilde Hidalgo de Procel	X					X			X		X				X	1,5
Museo de la Música	X				X				X	X				X		3,0
Plaza de Santo Domingo	X					X			X		X				X	1,5
Iglesia de Santo Domingo	X					X			X		X				X	1,5
Capilla del Rosario	X					X			X		X				X	1,5
Plaza de San Sebastián	X				X				X		X				X	2,5
Santuario Eucarístico San Sebastián		X				X			X			X			X	0,5
Calle Lourdes	X				X				X		X			X		3,0
Museo de Arte Religioso Madres Concepcionistas de Loja	X				X				X	X				X		3,0

Tabla 29. Percepción sensorial 3

Nombre del entrevistador: Grace Melina Ortega Barba																
Nombre del entrevistado: Junnior Cuenca										Perfil:		Potencial de Turista				
A (Agradable) PA (Potenciable a Aplicar) D (Desagradable)																
Nombre del Atractivo	Vista			Gusto			Olfato			Oído			Tacto			Puntuación
	A	PA	D	A	PA	D	A	PA	D	A	PA	D	A	PA	D	
Puerta de la Ciudad	X			X					X		X			X		3,0
Iglesia de San Francisco	X					X			X			X			X	1,0
Iglesia la Catedral	X					X			X		X				X	1,5
Museo de la Cultura Lojana	X					X			X		X			X		2,0

Casona Universitaria	X					X			X		X			X	1,5
Teatro Bolívar	X					X	X			X				X	3,5
Museo Matilde Hidalgo de Procel		X				X			X			X		X	0,5
Museo de la Música	X				X				X	X				X	3,0
Plaza de Santo Domingo	X					X			X		X			X	1,5
Iglesia de Santo Domingo	X					X			X		X			X	1,5
Capilla del Rosario	X					X			X		X			X	1,5
Plaza de San Sebastián	X					X			X		X			X	1,5
Santuario Eucarístico San Sebastián	X					X			X			X		X	1,0
Calle Lourdes	X														1,0
Museo de Arte Religioso Madres Concepcionistas de Loja	X				X				X			X		X	2,0

Tabla 30. Percepción Sensorial 4

Nombre del entrevistador: Grace Melina Ortega Barba																
Nombre del entrevistado: Mayra Maza										Perfil: Estudiante de Turismo						
A (Agradable) PA (Potenciable a Aplicar) D (Desagradable)																
	Vista			Gusto			Olfato			Oído			Tacto			Puntuación
Nombre del Atractivo	A	PA	D	A	PA	D	A	PA	D	A	PA	D	A	PA	D	
Puerta de la Ciudad	X			X					X		X				X	2,5
Iglesia de San Francisco		X				X			X			X			X	0,5
Iglesia la Catedral		X				X			X			X			X	0,5
Museo de la Cultura Lojana	X					X			X		X				X	1,5
Casona Universitaria	X					X		X				X			X	1,5
Teatro Bolívar	X					X		X		X				X		3,0
Museo Matilde Hidalgo de Procel	X					X		X			X				X	2,0
Museo de la Música	X			X					X	X					X	3,0
Plaza de Santo Domingo		X				X			X			X			X	0,5
Iglesia de Santo Domingo		X				X			X			X			X	0,5
Capilla del Rosario		X				X					X				X	0,5
Plaza de San Sebastián	X					X			X		X				X	1,5
Santuario Eucarístico San Sebastián		X				X			X			X			X	0,5
Calle Lourdes	X				X				X			X		X		2,0
Museo de Arte Religioso Madres Concepcionistas de Loja	X			X				X		X				X		4,0

Tabla 31. Percepción Sensorial 5

Nombre del entrevistador: Grace Melina Ortega Barba																
Nombre del entrevistado: Ginger Flores										Perfil: Estudiante de Turismo						
A (Agradable) PA (Potenciable a Aplicar) D (Desagradable)																
	Vista			Gusto			Olfato			Oído			Tacto			Puntuación
Nombre del Atractivo	A	PA	D	A	PA	D	A	PA	D	A	PA	D	A	PA	D	
Puerta de la Ciudad	X			X					X		X				X	2,5
Iglesia de San Francisco	X					X		X				X			X	1,5
Iglesia la Catedral	X					X		X				X			X	1,5
Museo de la Cultura Lojana	X					X		X			X				X	2,0
Casona Universitaria	X					X			X			X			X	1,0
Teatro Bolívar	X					X		X			X				X	2,0
Museo Matilde Hidalgo de Procel	X					X			X		X				X	1,5

Museo de la Música	X			X				X	X				X	3,0
Plaza de Santo Domingo	X				X			X			X		X	1,0
Iglesia de Santo Domingo	X				X		X				X		X	1,5
Capilla del Rosario		X			X						X		X	0,5
Plaza de San Sebastián	X				X			X		X			X	1,5
Santuario Eucarístico San Sebastián	X				X		X				X		X	1,5
Calle Lourdes	X				X			X			X		X	1,5
Museo de Arte Religioso Madres Concepcionistas de Loja	X			X			X		X				X	4,0

Matriz Puntuación Atractivos FOCUS - GROUP

Tabla 32. Matriz Puntuación Atractivos Focus Group

Atractivos	Puntuación Total Percepción Sensorial
Puerta de la Ciudad	11,5
Iglesia de San Francisco	6
Iglesia la Catedral	8
Museo de la Cultura Lojana	10,5
Casona Universitaria	7
Teatro Bolívar	14
Museo Matilde Hidalgo de Procel	6,5
Museo de la Música	14,5
Plaza de Santo Domingo	5,5
Iglesia de Santo Domingo	7,5
Capilla del Rosario	6,5
Plaza de San Sebastián	8
Santuario Eucarístico San Sebastián	5
Calle Lourdes	10
Museo de Arte Religioso Madres Concepcionistas de Loja	15,5

6.1.4. Fase 4: Ponderación y selección de los atractivos.

Como última y cuarta fase de este primer objetivo se obtiene la ponderación y selección de los atractivos turísticos culturales de la Ciudad de Loja que serán considerados para la realización de la ruta turística sensoriales arte y cultura.

Tabla 33. Puntuación Máxima por Criterios Atractivos culturales

Nombre del atractivo:	
CRITERIOS	PUNTUACIÓN
Disponibilidad y Accesibilidad	10 PT
Seguridad	5 PT
Relación Sensorial (Observación Directa)	5 PT
Percepción Sensorial (Focus Group)	25 PT
PUNTUACIÓN MAXIMA	45 PT

Fichas Ponderación Atractivos Turísticos Culturales de la Ciudad de Loja

Tabla 34. Ponderación Casona Universitaria

Nombre del atractivo:	ID
-----------------------	----

Casona Universitaria	1
CRITERIOS	PUNTUACIÓN
Disponibilidad	9
Seguridad	5
Relación Sensorial (Observación Directa)	1,5
Percepción Sensorial (Focus Group)	7
PUNTUACIÓN MAXIMA	22,5

Tabla 35. Ponderación Museo Dra. Matilde Hidalgo de Procel

Nombre del atractivo:	ID
Museo Dra. Matilde Hidalgo de Procel	2
CRITERIOS	PUNTUACIÓN
Disponibilidad	9
Seguridad	5
Relación Sensorial (Observación Directa)	1,5
Percepción Sensorial (Focus Group)	6,5
PUNTUACIÓN MAXIMA	22

Tabla 36. Ponderación Casa Patrimonial: Museo de la cultura lojana

Nombre del atractivo:	ID
Casa patrimonial: Museo de la cultura Lojana	3
CRITERIOS	PUNTUACIÓN
Disponibilidad	9
Seguridad	5
Relación Sensorial (Observación Directa)	3
Percepción Sensorial (Focus Group)	10,5
PUNTUACIÓN MAXIMA	27,5

Tabla 37. Ponderación Museo de la música: Salvador Zaragocín Tapia

Nombre del atractivo:	ID
Museo de la Música: Salvador Zaragocín Tapia	4
CRITERIOS	PUNTUACIÓN
Disponibilidad	9
Seguridad	5
Relación Sensorial (Observación Directa)	3
Percepción Sensorial (Focus Group)	14,5
PUNTUACIÓN MAXIMA	31,5

Tabla 38. Ponderación Museo de Arte Religioso "Madres Concepcionistas de Loja"

Nombre del atractivo:	ID
Museo de Arte Religioso "Madres Concepcionistas de Loja"	5
CRITERIOS	PUNTUACIÓN
Disponibilidad	6
Seguridad	5
Relación Sensorial (Observación Directa)	2
Percepción Sensorial (Focus Group)	15,5
PUNTUACIÓN MAXIMA	28,5

Tabla 39. Ponderación Puerta de la Ciudad

Nombre del atractivo:	ID
Puerta de la ciudad	6
CRITERIOS	PUNTUACIÓN
Disponibilidad	9
Seguridad	5
Relación Sensorial (Observación Directa)	3,5
Percepción Sensorial (Focus Group)	11,5
PUNTUACIÓN MAXIMA	29

Tabla 40. Ponderación Calle Lourdes

Nombre del atractivo:	ID
Calle Lourdes	7
CRITERIOS	PUNTUACIÓN
Disponibilidad	9
Seguridad	3
Relación Sensorial (Observación Directa)	2,5
Percepción Sensorial (Focus Group)	10
PUNTUACIÓN MAXIMA	24,5

Tabla 41. Ponderación Iglesia de Santo Domingo

Nombre del atractivo:	ID
Iglesia Santo Domingo	8
CRITERIOS	PUNTUACIÓN
Disponibilidad	7,5
Seguridad	4
Relación Sensorial (Observación Directa)	1,5
Percepción Sensorial (Focus Group)	7,5
PUNTUACIÓN MAXIMA	20,5

Tabla 42. Ponderación Capilla del Rosario

Nombre del atractivo:	ID
Capilla del Rosario	9
CRITERIOS	PUNTUACIÓN
Disponibilidad	6,5
Seguridad	4
Relación Sensorial (Observación Directa)	1,5
Percepción Sensorial (Focus Group)	6,5
PUNTUACIÓN MAXIMA	18,5

Tabla 43. Ponderación Plaza de Santo Domingo

Nombre del atractivo:	ID
Plaza de Santo Domingo	10

CRITERIOS	PUNTUACIÓN
Disponibilidad	10
Seguridad	4
Relación Sensorial (Observación Directa)	1,5
Percepción Sensorial (Focus Group)	5,5
PUNTUACIÓN MAXIMA	21

Tabla 44. Ponderación Teatro Universitario Bolívar

Nombre del atractivo:	ID
Teatro Universitario Bolívar	11
CRITERIOS	PUNTUACIÓN
Disponibilidad	8
Seguridad	5
Relación Sensorial (Observación Directa)	3
Percepción Sensorial (Focus Group)	14
PUNTUACIÓN MAXIMA	30

Tabla 45. Ponderación Plaza de San Sebastián

Nombre del atractivo:	ID
Plaza de San Sebastián	12
CRITERIOS	PUNTUACIÓN
Disponibilidad	9
Seguridad	3
Relación Sensorial (Observación Directa)	1,5
Percepción Sensorial (Focus Group)	8
PUNTUACIÓN MAXIMA	21,5

Tabla 46. Ponderación Santuario Eucarístico San Sebastián

Nombre del atractivo:	ID
Santuario Eucarístico San Sebastián	13
CRITERIOS	PUNTUACIÓN
Disponibilidad	6,5
Seguridad	4
Relación Sensorial (Observación Directa)	1,5
Percepción Sensorial (Focus Group)	5
PUNTUACIÓN MAXIMA	17

Tabla 47. Ponderación Iglesia de San Francisco

Nombre del atractivo:	ID
Iglesia de San Francisco	14
CRITERIOS	PUNTUACIÓN
Disponibilidad	6,5
Seguridad	4
Relación Sensorial (Observación Directa)	1,5
Percepción Sensorial (Focus Group)	6
PUNTUACIÓN MAXIMA	18

Tabla 48. Ponderación Iglesia Catedral

Nombre del atractivo:	ID
Iglesia Catedral	15
CRITERIOS	PUNTUACIÓN
Disponibilidad	6,5
Seguridad	4
Relación Sensorial (Observación Directa)	1,5
Percepción Sensorial (Focus Group)	8
PUNTUACIÓN MAXIMA	20

Selección de atractivos turísticos culturales de la Ciudad de Loja

Para la selección de atractivos se tomó en cuenta la ponderación final de los atractivos en base a las puntuaciones de los criterios antes mencionados. Como resultado se seleccionó aquellos que cumplieron con una calificación mayor a 25PTS, en donde, la ponderación máxima establecida fue de 45PTS, estos cumplen con un porcentaje del 55% o más de esta puntuación.

Tabla 49. Selección de Atractivos culturales

ID	Nombre del atractivo	Ponderación Final
1	Casona Universitaria	22,5
2	Museo Dra. Matilde Hidalgo de Procel	22
3	Casa patrimonial: Museo de la cultura Lojana	27,5
4	Museo de la Música: Salvador Zaragocí Tapia	31,5
5	Monasterio de las Madres Concepcionistas	Eliminado
6	Museo de Arte Religioso Madres Concepcionistas de Loja	28,5
7	Puerta de la ciudad	29
8	Calle Lourdes	24,5
9	Iglesia Santo Domingo	20,5
10	Capilla del Rosario	18,5
11	Plaza de Santo Domingo	21
12	Teatro Universitario Bolívar	30
13	Plaza de San Sebastián	21,5
14	Santuario Eucarístico San Sebastián	17
15	Iglesia de San Francisco	18
16	Iglesia Catedral	20

6.2. Actividades turísticas sensoriales a realizar a partir de los atractivos turísticos culturales de la Ciudad de Loja.

6.2.1. Actividades Turísticas Sensoriales

Para el cumplimiento de este objetivo se cumplió con 2 subactividades, la primera basada en una investigación bibliográfica de las actividades turísticas sensoriales que se pueden realizar en los atractivos turísticos culturales seleccionados en el objetivo 1.

Obteniendo de esta forma los resultados reflejados en la siguiente matriz:

Tabla 50. Actividades turísticas sensoriales "Ruta sensorial: Siente Loja"

Atractivo Turístico	Actividades Turísticas	Desarrollo de las Actividades en los Atractivos
PUERTA DE LA CIUDAD	Time – Lapse y recopilación fotográfica	<p>Se recopilarán fotografías y videos de la Ciudad de Loja. Desde sus inicios hasta el día de hoy. El cómo ha evolucionado, junto con sus costumbres y tradiciones más populares. Presentando a la Ciudad de Loja como el actor principal de esta ruta.</p> <p>El turista podrá percibir mediante el sentido de la vista y el oído los aspectos más relevantes de la ciudad, además de que se encontrará en un punto estratégico para observar toda la ciudad de Loja, desde el mirador de la Puerta de la Ciudad.</p>
Casa patrimonial: Museo de la cultura Lojana	Actividades Olfativas Montessori Ambientación sonora Pantallas táctiles interactivas	<p>El museo de la Cultura Lojana, cuenta con diversas salas dentro de las cuales podemos observar exposiciones con temáticas distintas, cada una de estas temáticas permitirán al turista explorar sus sentidos, en un viaje a través de la historia y cultura de la Ciudad de Loja. Es así como se proponen las siguientes actividades sensoriales:</p> <p>Actividades Olfativas Montessori: Utilizar instrumentos extras para que el turista tenga un acercamiento a los elementos expuestos, por ejemplo: plantas medicinales expuestas o remedio tradicionales; se puede tener muestras de estas para que el turista estimule este sentido.</p> <p>Ambientación Sonora: El cambio de sonidos al cambiar de sala de exposición, canciones o piezas instrumentales que permitan al turista verse inmerso en los objetos que observan, como por ejemplo piezas musicales de las distintas temáticas encontradas en las salas como la de la hacienda, la sala de la virgen del cisne, la cultura de los saraguros, etc.</p> <p>Pantallas táctiles interactivas: La incorporación de pantallas táctiles en algunas salas de exposición, permitirán al turista el observar e interactuar virtualmente con las piezas</p>

que se pueden encontrar en el museo. Para esta actividad se deberán digitalizar en 3D los elementos del museo. **(Los materiales para el desarrollo de esta actividad se tienen que gestionar, puesto que el museo no dispone de estos actualmente)**

<p>Museo de Arte Religioso Madres Concepcionistas de Loja</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Viaje experiencial realidad del claustro - Actividad con los ojos vendados 	<p>Viaje experiencial realidad del Claustro: El museo de arte religioso de las madres concepcionistas de Loja, uno de los primeros monasterios de nuestra ciudad, es el lugar perfecto para que el turista pueda aprender más de la historia de la Ciudad de Loja, a partir de objetos usados con fines religiosos, al mismo tiempo que experimenta un acercamiento a la vida silenciosa del claustro. Recopilación de relatos de aquellas personas que conocen lo que es vivir dentro de un monasterio. Experiencias de la vida diaria de las mismas, rutinas, actividades, etc.</p>
		<p>Actividad con los ojos vendados El hecho de que el museo albergue piezas de los estilos artísticos universales y la presencia de representaciones de la escuela quiteña, cusqueña e italiana; estas obras patrimoniales pertenecientes a los siglos XVI, XVII y XVIII; lo hace un punto preciso para realizar actividades que estimulen el sentido del tacto del turista, con los ojos vendados. Un ejemplo de estos puede ser el sentir y diferencias usando sus manos los tipos de edificaciones y materiales, la diferencia entre una pared de tapia, con una de adobe; una pintura de oleo con una pintura con acrílico; etc.</p>
<p>Teatro Universitario Bolívar</p>	<p>Turismo con los ojos vendados</p>	<p>Turismo con los ojos vendados: Se ha comprobado que el carecer de un sentido, hace que el resto de sentidos se agudicen, es así como el Teatro Universitario Bolívar servirá de escenario perfecto para la realización de esta actividad turística sensorial. El recorrido consistirá en vendar los ojos a los turistas y llevarlos a través de las instalaciones del teatro Bolívar, además de que se ambientará el sitio con piezas musicales, haciendo que exploren sus sentidos y emociones, guiándolo por su instinto más que por su vista. Los hará sentir experiencias únicas de la vida de un artista, por ejemplo, el subir a un escenario, sentir los reflectores, escuchar al público en los asientos, etc.</p>
<p>Museo de la Música: Salvador Zaragocí Tapia</p>	<p>Música en Vivo Catación de café local y vino artesanal</p>	<p>El museo de la música: Salvador Zaragocí Tapia será el escenario de actividades de relajación y tiempo de ocio para el turista y la forma perfecta de culminar con este recorrido, realizando actividades para deleitar sus sentidos como son:</p>

Música en Vivo: El escuchar piezas musicales de la cultura lojana y ecuatoriana, en los pasillos del que fue el colegio Bernardo Valdivieso una edificación patrimonial, por parte de una sinfónica de sala; ofrecerá sin duda una experiencia única y agradable.

Catación de café local y vino artesanal: Loja es sin duda un gran referente en lo que respecta a producción de café y vino artesanal, no solo de nuestra ciudad, sino también de muchos otros lugares alrededor de toda la provincia de Loja. La catación de esos, acompañados de la gastronomía local y música en vivo, serán sin duda alguna una experiencia única para los sentidos.

6.2.2. Encuesta

A continuación, se aplicó una encuesta (**Anexo 12**) para determinar la aceptación de las actividades en relación a los sentidos. Para esto se realizó una segmentación de mercados a partir de un muestreo basado en la población objetiva de esta ruta como son los turistas nacionales e internacionales del FIAVL.

6.2.3. Resultados de la encuesta

2. Género:

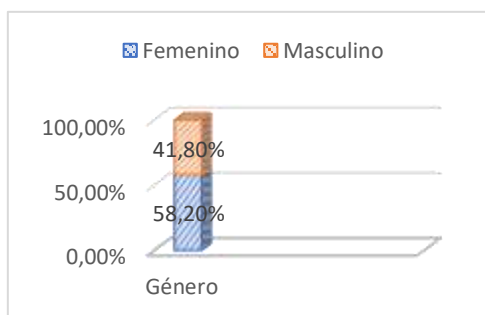


Figura 48. Género

Interpretación:

De las 383 personas encuestadas, el 58,2% resultó ser del género femenino con un total de 221 encuestas y un 41,8% resultó ser del género masculino con un total de 159 encuestas.

3. Edad

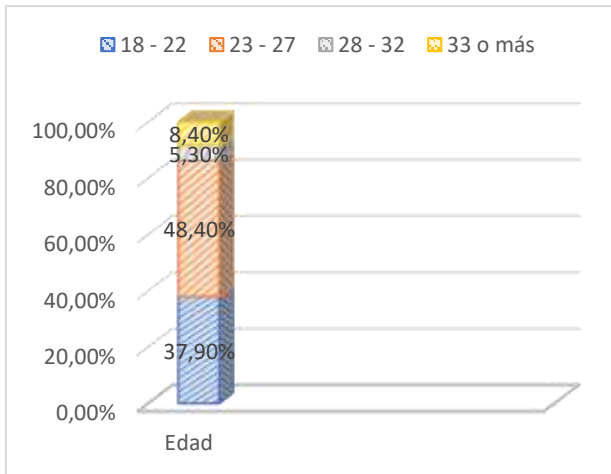


Figura 49. Edad

Interpretación:

De los 383 encuestados, el 48,4% estaban dentro del rango de edad de 23 – 27 años, con un 37,9% tenemos a aquellos que se ubican en el rango de edad de 18 – 22 años, seguidos del 8,4% de encuestados en un rango de 33 o más años y por último con un 5,3% los de 28 a 32 años.

4. Procedencia

Interpretación:

En lo que respecta a la procedencia de los 383 encuestados, 81,1% de encuestados provenían de la provincia de Loja, seguidos por el 6,1% en igual porcentaje para las provincias de El Oro y Zamora Chinchipe, seguidos por el 3,4% de encuestados de Otras provincias y por último con porcentajes de 2,1% y 1,3% de las provincias de Pichincha y Azuay respectivamente.

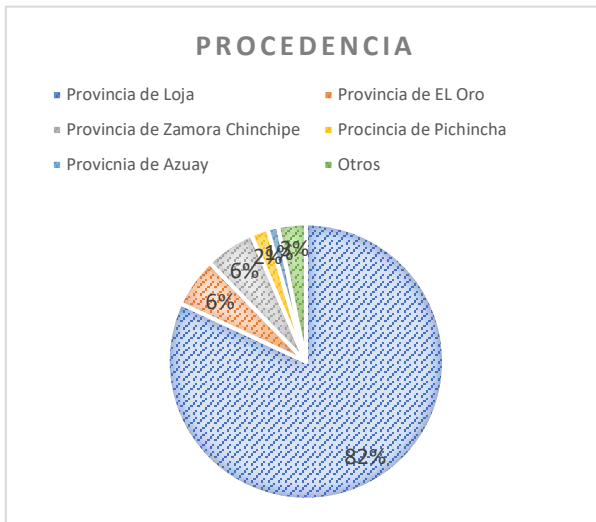


Figura 50. Procedencia

5. ¿Le gustaría visitar o volver a visitar el FIAVL?

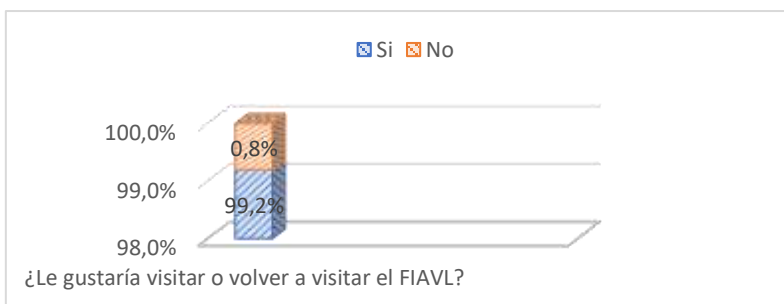


Figura 51. ¿Le gustaría visitar o volver a visitar el FIAVL?

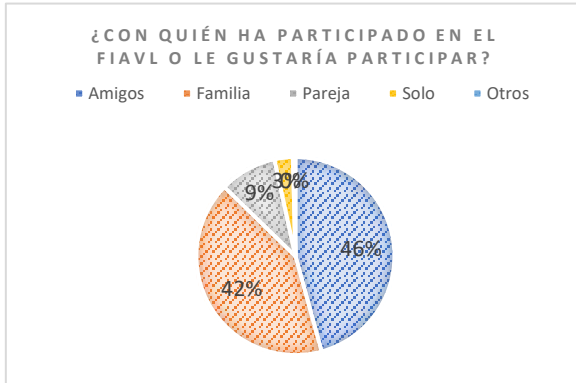
Interpretación:

De los 383 encuestados, el 99,2% indicaron que sí les gustaría visitar o volver a visitar el FIAVL,

mientras que un escaso 0,8% expresó que no lo harían.

6. ¿Con quién ha participado en el FIAVL o le gustaría participar?

Interpretación:

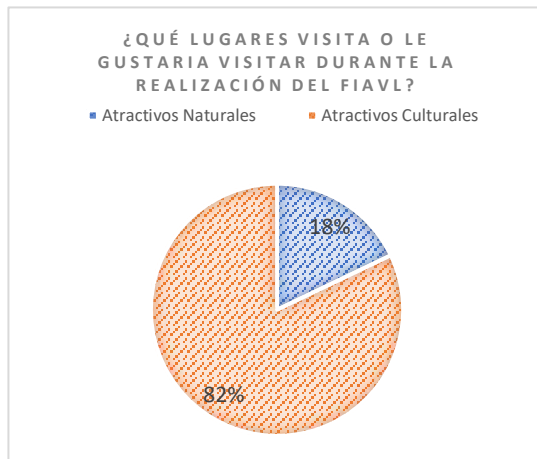


En lo que respecta a la interrogante ¿con quién participan los encuestados del FIAVL o les gustaría participar?, el mayor porcentaje de respuestas con un 82,6% respondió con amigos, el 75% con la familia, el 16,8% con su pareja, el 5,5% solos y por último

Figura 52. ¿Con quién ha participado en el FIAVL o le gustaría participar? con 0,8% con otros.

7. ¿Qué lugares visita o le gustaría visitar durante la realización del FIAVL?

Interpretación:



De los 383 encuestados, el 82,1% concuerda que los lugares que visita o le gustaría visitar corresponden a atractivos culturales, mientras que el 17,9% respondió que eran los atractivos naturales.

Figura 53. ¿Qué lugares visita o le gustaría visitar durante la realización del FIAVL?

8. Aceptación de la Ruta

Tabla 51. Aceptación de la Ruta

Pregunta	Aceptación de la Ruta.									
	DS		PS		I		PN		DN	
¿Se ha considerado satisfecho luego de la realización del FIAVL?	54	14,2%	139	36,6%	174	45,8%	13	2,6%	3	0,8%
¿Cree que los atractivos culturales son importantes y deben ser integrados dentro de la realización del FIAVL?	238	62,6%	128	33,7%	13	3,4%	4	0,3%	0	0,0%

¿Le parece importante la creación de una nueva ruta turística para el FIAVL?	231	60,8%	128	33,7%	16	4,2%	6	0,8%	2	0,5%
¿Conoce usted lo que es una ruta sensorial?	54	14,2%	78	20,5%	178	46,8%	32	7,6%	41	10,8%
¿Cree que el FIALV se fortalecería con la creación de una ruta sensorial?	143	37,6%	194	51%	42	10,3%	0	0,0%	4	1%
¿Le gustaría que esta nueva ruta turística sea del tipo sensorial y se base en los atractivos culturales de la Ciudad de Loja?	175	46%	189	49,7%	13	2,6%	3	0,8%	3	0,8%
DS: Definitivamente Si PS: Posiblemente Si I: Indeciso PN: Posiblemente No DN: Definitivamente No										

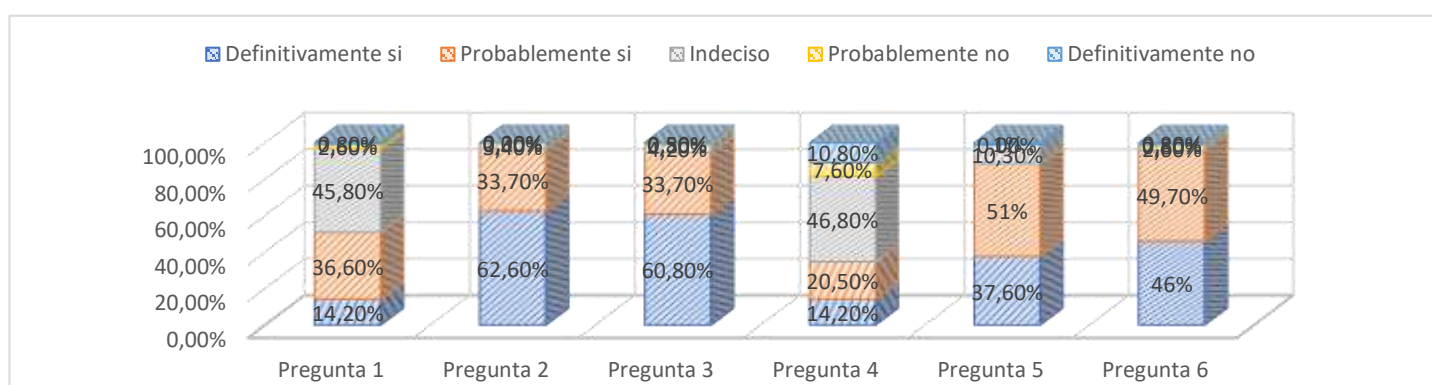


Figura 54. Aceptación de la Ruta

Interpretación:

Como resultado de las preguntas anteriores se demuestra que: el 45,8% de los encuestados se mostró “indeciso” con respecto a si se consideraban satisfechos luego de la realización del FIAVL, seguidos por el 36,6% de respuestas correspondientes al “probablemente sí”. Con respecto al sí cree que los atractivos culturales son importantes y deben ser integrados dentro de la realización del FIAVL, el 62,6% de encuestados contestó que “definitivamente si”; al preguntarles si les parece importante la creación de una nueva ruta turística para el FIAVL, el mayor porcentaje de encuestados con un 60,8% respondió que “definitivamente sí”. Respecto al sí conocían los encuestados lo que es una ruta sensorial, el 46,8% se mostró “indeciso o neutro” seguidos por el 20,5% que contestó “probablemente sí”; al preguntar si creen que el FIALV se fortalecería con la creación de una ruta sensorial el 88,6% de respuestas fueron de carácter positivo y por último con respecto al sí les gustaría que esta nueva ruta turística sea del tipo sensorial y se base en los atractivos culturales de la Ciudad de Loja el 95,7% respondieron positivamente a esta pregunta, por tanto con estas preguntas se determinó la aceptación de ruta.

9. Aceptación Actividades Turísticas Sensoriales de la Ruta.

Tabla 52. Aceptación Actividades turísticas sensoriales

Aceptación Actividades Turísticas Sensoriales de la Ruta.										
Pregunta	DS		PS		I		PN		DN	
¿Estaría dispuesto a participar de actividades que estimulen sus sentidos?	242	63,7%	126	33,2%	15	3,2%	0	0,0%	0	0,0%
¿Le parece que los time – lapse o la historia de una ciudad a través de fotografías y videos es una actividad que estimula los sentidos?	235	61,8%	132	34,7%	12	2,4%	4	1%	0	0,0%
¿Le parece que las actividades olfativas y ambientación sonora puedan estimular los sentidos?	247	65%	122	32,1%	12	2,4%	1	0,3%	1	0,3%
¿Le parece que las pantallas táctiles interactivas en museos sirvan para estimular los sentidos?	177	46,6%	160	42,1%	34	8,2%	9	2,4%	3	0,8%
¿Le parece que un recorrido en silencioso experiencial del claustro religioso sirva para estimular los sentidos?	156	41%	158	41,6%	63	15,5%	1	0,3%	6	1,6%
¿Le parece que la presentación de música en vivo sirve como actividad para estimular los sentidos?	248	65,3%	116	30,5%	18	3,9%	0	0,0%	1	0,3%
¿Le parece que la catación de café local y vino artesanal sirve como actividad para estimular los sentidos?	256	67,4%	113	29,7%	12	2,4%	1	0,3%	1	0,3%
¿Le parece que los recorridos con los ojos vendados a través de sitios culturales sirven como actividad para estimular los sentidos?	123	32,4%	171	45%	73	18,4%	8	2,1%	8	2,1%
¿Estaría dispuesto a que se le venden los ojos con el fin de obtener una mayor experiencia sensorial?	131	34,5%	154	40,5%	82	20,8%	5	1,3%	11	2,9%
¿Considera que las actividades antes nombradas deban formar parte de la nueva ruta?	220	57,9%	136	35,8%	27	6,3%	0	0,0%	0	0,0%
¿Considera que estas actividades se pueden realizar en los atractivos culturales de la Ciudad de Loja?	232	61%	136	35,8%	14	2,9%	1	0,3%	0	0,0%

DS: Definitivamente Si PS: Posiblemente Si I: Indeciso PN: Posiblemente No DN: Definitivamente No

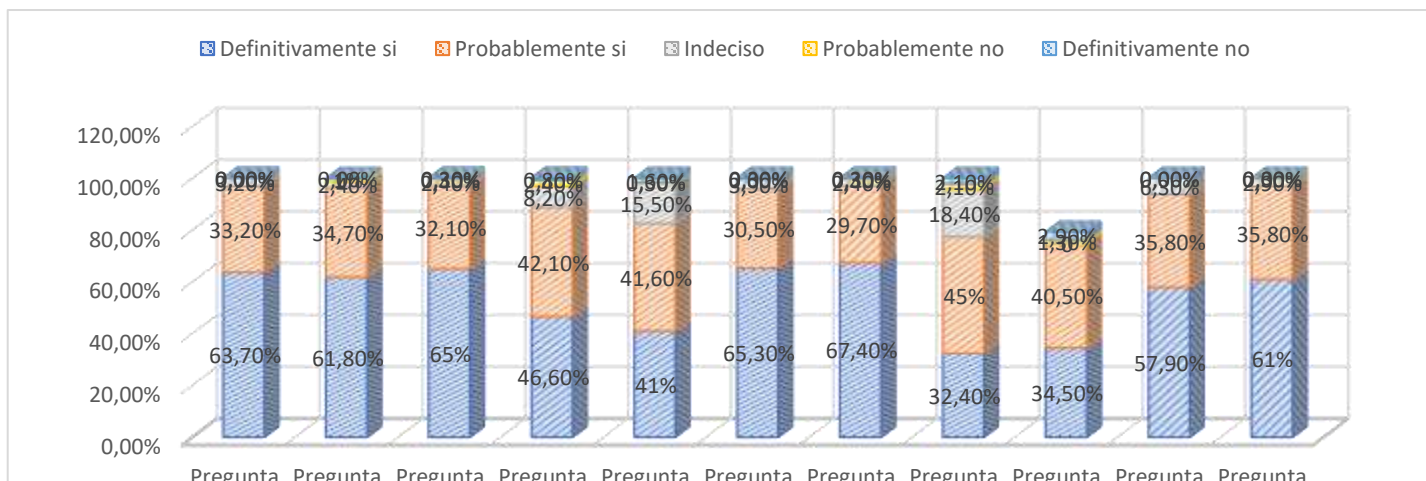


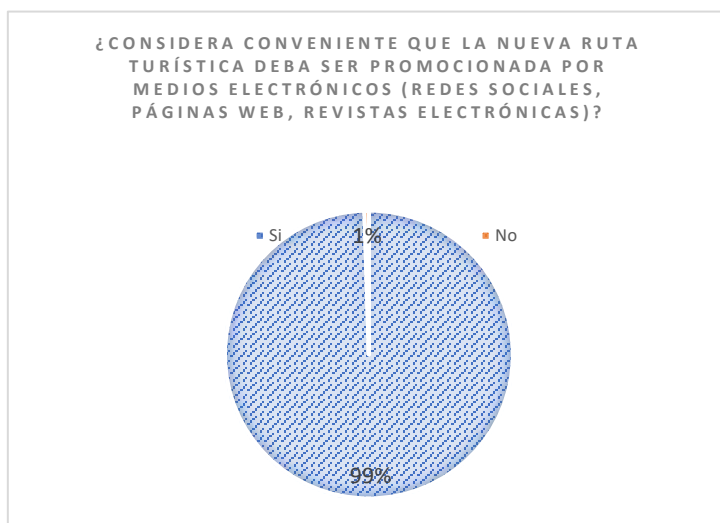
Figura 55. Aceptación Actividades turísticas sensoriales

Interpretación:

Existe un 70 % de aceptación de las actividades propuestas para la elaboración de la ruta turística sensorial, los resultados específicos muestran: en primer lugar que el 63,7% de los encuestados contestaron que “definitivamente si” estarían dispuestos a participar de actividades que estimulen sus sentidos; al 61,8% de los encuestados contestó que “definitivamente si” les parece que los Time – Lapse o la historia de una ciudad a través de fotografías y videos es una actividad que estimula los sentidos; el 65% de los encuestados respondieron que “definitivamente si” las actividades olfativas y ambientación sonora pueden estimular los sentidos; a lo que corresponde si les parece que las pantallas táctiles interactivas en museos sirvan para estimular los sentidos el 46,6% respondió que “definitivamente si” y el 42,1% respondió que “probablemente si”; con porcentajes cercanos de igual forma tenemos los correspondientes a si les parece que un recorrido en silencioso experiencial del claustro religioso sirva para estimular los sentidos, por tanto el 41,6% respondió que “probablemente si” y el 41% “definitivamente sí”, en lo que respecta a la presentación de música en vivo sirve como actividad para estimular los sentidos el 65,3% respondió que “definitivamente si” lo es; el 45% de los encuestados piensa que “probablemente si” los recorridos con los ojos vendados a través de sitios culturales sirven como actividad para estimular los sentidos, seguidos por el 32,4% que respondió “definitivamente sí”, sin embargo, un porcentaje del 18,4% se mostró neutro a este tipo de actividad; en relación a la pregunta anterior y el sí estarían dispuestos a que se les venden los ojos con el fin de obtener una mayor experiencia

sensorial el 40,5% de encuestados respondió que “probablemente sí”, el 34,5% “definitivamente sí” y el 20,8% se mostró “indeciso o neutro”. Con respecto al si el encuestado considera que las actividades antes nombradas deban formar parte de la nueva ruta el 57,9% respondió que “definitivamente sí”, seguido por un 35,8% que contestó que “probablemente sí”; y por último al preguntar si considera que estas actividades se pueden realizar en los atractivos culturales de la Ciudad de Loja el 61% respondió que “definitivamente sí” se pueden realizar, mientras que el 35,8% expresa que “probablemente sí”.

10. ¿Considera conveniente que la nueva ruta turística deba ser promocionada por medios electrónicos (redes sociales, páginas web, revistas electrónicas)?

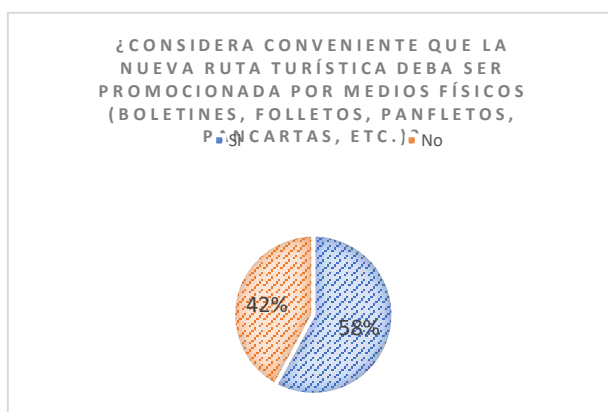


Interpretación:

De los 383 encuestados, el 99,5% de encuestados considera conveniente que la nueva ruta turística deba ser promocionada por medios electrónicos (redes sociales, páginas web, revistas electrónicas), mientras que un

Figura 56. Medios Electrónicos promoción.

bajo porcentaje del 0,5% considera que no lo es.



11. ¿Considera conveniente que la nueva ruta turística deba ser promocionada por medios físicos (boletines, folletos, panfletos, pancartas, etc.)?

Interpretación:

De los 383 encuestados, el 57,9% considera conveniente que la nueva ruta turística deba ser promocionada por medios físicos (boletines, folletos, panfletos, pancartas, etc.); mientras que el 42,1% de encuestados considera que no lo es.

12. ¿Considera conveniente que la nueva ruta turística deba ser promocionada como parte de la organización del FIAVL?



Figura 58. Ruta como parte del FIAVL

Interpretación:

De los 383 encuestados, el 90,8% considera que es conveniente que la nueva ruta turística deba ser promocionada como parte de la organización del FIAVL, mientras que por el contrario el 9,2% considera que no lo es.

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una ruta de este tipo en una modalidad de full day o día completo?

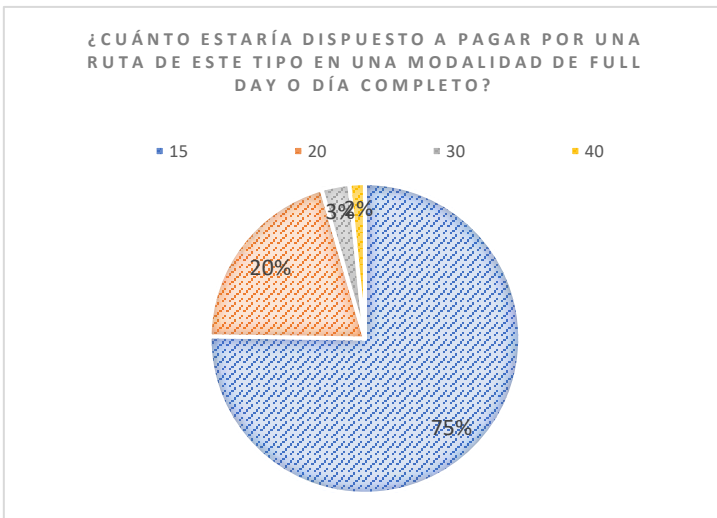


Figura 59. Costo Ruta

Interpretación:

Por último, al preguntar a los encuestados cuánto estarían dispuestos a pagar por una ruta de este tipo en una modalidad de full day o día completo, el 75,3% respondió que un valor de 15\$, el 20,3% un valor de 20\$, el 2,9% un valor de 30\$ y finalmente el 1,6% un valor de 40\$.

Aspectos Positivos – Aspectos Negativos

La aplicación de la Encuesta dejó como resultado algunos aspectos positivos y negativos, es así como podemos resaltar como aspectos positivos los altos porcentajes mayores al 70% en lo que determina la aceptación tanto de la creación de una ruta turística sensorial en la Ciudad de Loja, como en la aceptación de las actividades turísticas sensoriales que serán ofertadas como parte de la ruta. También conocer aspectos importantes de la demanda de la ruta, como el con quien visitan o asisten al festival, su opinión positiva sobre el festival, el precio que les gustaría pagar por una ruta de este tipo.

Los aspectos negativos que resaltan de los resultados de la encuesta son la posición neutral de los encuestados que está cerca del 50% con respecto al estar satisfechos con respecto a la realización de las antiguas ediciones del FIAVL. Además, porcentajes similares con respecto al conocer lo que es una ruta turística sensorial, lo que podría indicar la falta de innovación en cuanto a rutas turísticas en nuestra ciudad. Adicional a esto y para finalizar con estos aspectos, la preferencia de los medios electrónicos por sobre los medios físicos en correspondencia con la promoción del festival.

6.3. Diseño de la Ruta turística sensorial de arte y cultura de la Ciudad de Loja.

6.3.1. Fase 1: Ubicación y Delimitación del Territorio

Para la elaboración de la “Ruta Turística Sensorial de Arte y Cultura” se eligieron un total de 5 atractivos turísticos culturales, los cuales están ubicados dentro del casco histórico central de la Ciudad de Loja, lugar en donde se desarrolla el FIAVL. Es por ello que se procedió a delimitar y ubicar la ruta a partir de un plano del centro histórico de la Ciudad de Loja.

Plano Centro Histórico de Loja

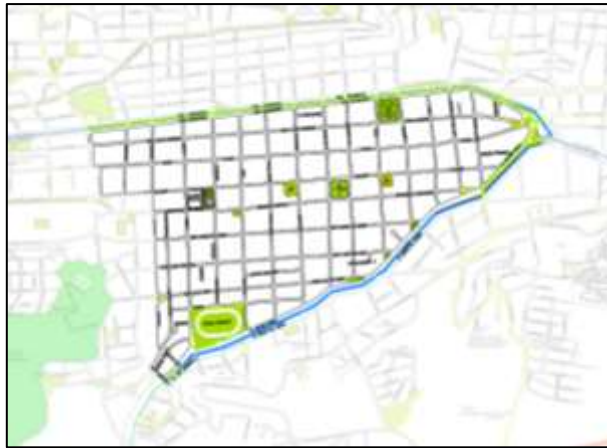


Figura 60. Plano Casco Céntrico de la Ciudad de Loja

Fuente: (Municipio de Loja, 2010)

Tomando en cuenta los atractivos seleccionados y el orden de la ruta, se estableció que el punto A o inicio sea: La Puerta de la Ciudad y el punto B o final sea: El Museo de la Música “Salvador Zaragocín Tapia”. Además, se consideraron imágenes de los atractivos a visitar en la ruta, adicional a esto se utilizaron iconos que indican la relación de las actividades turísticas sensoriales y sus respectivos sentidos. De esta forma se obtuvo como resultado la siguiente ruta (**Anexo 14**):



Figura 61. Mapa "Ruta sensorial: Siente Loja"

6.3.2. Fase 2: Clasificación y selección de los atractivos de la ruta.

Para la selección de los atractivos turísticos que estarán dentro de la Ruta turística sensorial de Arte y Cultura se utilizó un proceso explicado en los resultados del “objetivo 1” del presente trabajo. Mediante la evaluación de criterios como: disponibilidad, accesibilidad, seguridad, relación sensorial y percepción sensorial; se obtuvo la siguiente lista de atractivos y los sentidos con los que se relacionan las actividades turísticas a realizar.

Tabla 53. Clasificación y selección de la: "Ruta sensorial: Siente Loja"

ID	Atractivo Turístico	Actividades Turísticas	Sentidos
1	Puerta de la ciudad	Time – Lapse y recopilación fotográfica	- Vista - Oído
2	Casa patrimonial: Museo de la cultura Lojana	Actividades Montessori Ambientación sonora Pantallas táctiles interactivas	- Oído - Tacto - Olfato - Vista
3	Museo de Arte Religioso Madres Concepcionistas de Loja	Viaje experiencial realidad del claustro Actividades con los ojos vendados	- Vista - Oído - Tacto
4	Teatro Universitario Bolívar	Turismo con los ojos vendados	- Oído - Tacto
5	Museo de la Música: Salvador Zaragocí Tapia	Música en Vivo Catación de café local y vino artesanal	- Oído - Olfato - Gusto

6.3.3. Fase 3: Público Objetivo

En base a la encuesta aplicada se puede determinar que el perfil del turista o de la demanda de la ruta a implementar es por un porcentaje mayor del género femenino, de una edad que oscila entre los 23 – 27 años, que proceden en su mayoría de la provincia de Loja, y personas que ya han participado del festival, o les gustaría volver a visitarlo y que visitan en su mayoría atractivos culturales. Estos resultados se asemejan a los que se obtuvo en UTPL (2019), donde se explica que el público objetivo; o asistentes según el informe del FIAVL 2019, la mayoría son de origen nacional. Según este informe, 9 de cada 10 turistas son ecuatorianos y 1 es extranjero.

Esta ruta está enfocada en satisfacer al turista cultural, puesto que muestra la historia y cultura; y además permite generar un conocimiento sobre el patrimonio cultural de la Ciudad de Loja a través de los sentidos.

6.3.4. Fase 4: Identificar los potenciales actores o promotores

Los segmentos sociales que puede ser convocados para la gestión de esta ruta, son:

- **Municipio de la Ciudad de Loja:** Puesto que es uno de los organizadores más importantes del FIAVL. Además de la autoridad que representa sobre algunos de los atractivos figurados dentro de la ruta.
- **Ministerio de Turismo:** Para la correcta gestión de la actividad turística dentro de esta ruta como parte del FIAVL.
- **Gobernación de Loja:** Uno de los órganos responsables de la estabilidad del festival dentro de nuestra ciudad.
- **Ministerio de Inclusión económica y social:** Debido a que es el órgano encargado de gestionar los planes para la correcta integración de los grupos de atención prioritaria o la población vulnerable en planes para el desarrollo económico y social.
- **Universidad Nacional de Loja:** La UNL puede aportar a este proyecto con la acción conjunta de quienes participan en la ruta y la carrera de Turismo, estudiantes que se encuentran formando para ser futuros profesionales en la materia serán de gran ayuda para el desarrollo y ejecución de la ruta.
- **CONADIS:** Garantiza las políticas públicas y asegura la vigencia de derechos humanos para las personas con discapacidades y sus familias, lo que resulta en una ruta que tenga una repercusión positiva en este segmento de la ciudadanía.

Estas son algunas de las entidades aliadas al FIAVL, por tanto, su posible participación en la gestión de la ruta sería muy importantes y útiles, además de estratégicas para que la ruta pueda integrarse de forma correcta dentro de la realización del festival.

Así también, en la página web del FIAVL, se evidencian que existen varias empresas tanto de carácter privado como público como los son: la asociación hoteles de Loja, el Ministerio de relaciones exteriores, Comunidad andina, Unión Europea en Ecuador, Banco de Loja, UTPL, entre otros; con estos, se podría trabajar en forma conjunta. Las agencias de viaje y empresas de turismo también tendrán un papel importante dentro de la ejecución de la ruta, su distribución y comercialización.

6.3.5. Fase 5: Determinación, selección de los servicios y actividades a incluir en la ruta turística

Las actividades turísticas sensoriales definidas para la realización de esta ruta, fueron determinadas a partir del “objetivo 2” de la presente investigación. Es así como son las siguientes:

A parte de los servicios que constan en la ruta existen según el catastro turístico, servicios que pueden ser utilizados de manera complementaria y brindar a turista un ambiente adecuado y completo dentro de una ruta turística, estos son: alimentación, transporte y al tratarse de un city tour o full day: la guianza.

Tabla 54. Servicios complementarios

Servicios	Unidades
Alimentos y bebidas	383
Transporte turístico	8
Operación e intermediación	41

Fuente: Catastro Turístico de Loja (2019)

6.3.6. Fase 6: Determinación de costos y gastos de operación

Para la elaboración del presupuesto de la ruta turística sensorial, se considerará un total máximo de turistas de 10 personas por grupo.

Tabla 55. Presupuesto Ruta

Determinación De Costos Y Gastos De Operación				
Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Catación De Café Y Vino	Persona	10	2,00	20,00
Material Impreso	Persona	10	0,50	5,00
Recorrido Con Ojos Vendados	Persona	10	2,00	20,00
Entrada A Museo De Madres Conceptas	Persona	10	1,00	10,00
Subtotal 1				55,00
Gastos Generales				
Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Guianza Personal Administrativo	Ruta	1	60,00	60,00
Seguros	Ruta	1	20,00	20,00
Subtotal 2				80,00
Subtotal 1 + Subtotal 2				135,00
Imprevistos 15%				20,50
Utilidad 30%				40,50
Total				196,00

6.3.7. Fase 7: Determinación de precios y beneficios netos de operación

- ✓ Cálculo de tarifa por persona

El costo total de la ruta para un número de 10 personas por grupo es de 196,00 dólares, por lo tanto, el precio que cada persona tiene que cancelar para adquirir el servicio de la ruta sensorial será de 20,00 dólares.

6.3.8. Fase 8: Diseño de la marca de la ruta y medios de difusión

✓ **Nombre:**

Ruta Sensorial: Siente Loja.

✓ **Logotipo**



Figura 62. Logotipo

✓ **Slogan:**

Descubre Loja, a través de la magia de los sentidos.

✓ **Medios de Difusión:**

- **Promoción**

La encuesta aplicada a la demanda, sirvió de ayuda para determinar las estrategias de promoción de la ruta turística, los cuales resultaron con un total mayor al 90% de respuestas por los medios electrónicos y con respecto a los medios físicos solo un total del 57,9% de las respuestas; por tanto, estos serán:

Tabla 56. Estrategias de promoción

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	
-	Redes Sociales (Instagram – Facebook – YouTube – WhatsApp)
-	Revistas Electrónicas
-	Folletería
-	Aplicación Móvil
-	Página Web

- **Distribución**

Tabla 57. Distribución de la Ruta

Venta Directa	- Sistemas de Reserva (Pagina Web)
----------------------	------------------------------------

Distribuidores	<ul style="list-style-type: none"> - Agencias de Viaje Minoristas - Agencias de Viaje Mayoristas - Operadoras de Turismo
-----------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

- **Presupuesto promoción**

Tabla 58. Presupuesto promoción

Concepto	Frecuencia	Costo aproximado USD anual
Página Web	6 meses	50*6 = 300
Redes sociales	6 meses	50*6 = 300
Folletería	Temporada alta	100
Aplicación móvil	6 meses	50
Revista Electrónica	6 meses	50
Total		800 USD

7. Discusión

La realización del presente trabajo de investigación deja en evidencia el hecho que se expresa en el trabajo de Van Hoven (2011); el cual recalca que las experiencias turísticas han sido dominadas por lo visual; dejando de lado las actividades turísticas que estimulen el resto de sentidos; al realizar el levantamiento de atractivos turísticos culturales de la Ciudad de Loja puedo estar de acuerdo con lo dicho por el autor antes mencionado en base al estudio realizado, ya que he podido evidenciar el hecho de que las actividades turísticas más populares en los atractivos levantados son la fotografía y la auto-guianza; poniendo de lado y limitando el desarrollo de estos atractivos y el sentimiento o experiencia que deje estos lugares en el turista.

Adicional a esto, tal y como lo expresa Arredondo, Hernández:, & Mendoza (2013); el proponer y elaborar propuestas basadas en el patrimonio cultural de un territorio permite la valoración del mismo, así como en adición a lo que explica Landeta, Vázquez, & Ullauri (2018) que al relacionarlo con actividades turísticas sensoriales permite que el turista se involucre de mayor forma con el destino, generando una experiencia única e inolvidable. El presente trabajo y la encuesta que se aplicó a quienes visitan el FIAVL presenta la conformidad y apoyo de los mismos al realizar rutas turísticas basadas en los atractivos turísticos culturales de la ciudad, así como la importancia de crear nuevas rutas turísticas para el festival, con resultados que superan el 80% de aceptación. Puedo opinar, por lo tanto, lo importante que resultan los atractivos culturales y las actividades innovadoras para el desarrollo de un destino turístico.

Además, el presentar esta ruta como parte del FIAVL y en relación a lo que se concluye en el trabajo de Landeta, Vázquez, & Ullauri (2018), se daría la oportunidad de que el destino Loja con el FIAVL se presente como uno de los pioneros en ofrecer actividades y servicios sensoriales a los turistas ofreciendo estas nuevas tendencias, innovadoras y competitivas.

En lo que corresponde con la creación y diseño de la “ruta sensorial: siente Loja”, se puede recalcar lo que se menciona en Arredondo, Hernández:, & Mendoza (2013) en referencia de los organismos, gobiernos y sociedad con la que se vincula la ruta, y la importancia de los estos actores para la armonía, y el correcto desarrollo de la ruta, volviéndola más interesante y competitiva. Por ello, para esta ruta se consideran las instituciones aliadas al FIAVL, tanto de carácter público y privado, las cuales proveerán

de facilidades únicas y necesarias para el desarrollo de la ruta. Además, los mismos autores del trabajo “*Propuesta para el diseño de rutas turísticas culturales: El caso del sur del estado de Jalisco, México*”; establecen y se refieren al uso de las nuevas tecnologías de la información como formas adecuadas para la comercialización de las rutas turísticas culturales, lo que permite la expansión de estas en toda clase de mercados. Factor que se consideró en el presente trabajo de investigación ya que según muestran los altos porcentajes que superan el 90% los medios electrónicos son los más pertinentes según la opinión de la demanda para promocionar la ruta sensorial: siente Loja; porcentajes que superan a los medios físicos de promoción como: pancartas, folletos, panfletos, entre otros.

Los trabajos previos tomados como referencia y base para la realización del presente trabajo de investigación tuvieron resultados semejantes, reflejando así la necesidad del turista por actividades turísticas y nuevas experiencias a la hora de viajar, desde actividades agroturísticas en conjunto con la sociedad, hasta actividades en bosques tropicales, que vinculen los sentidos, produciendo nuevos sentimientos en el turista, además, de la preservación de la cultura y tradiciones del destino.

8. Conclusiones

1. La Ciudad de Loja cuenta con diversos atractivos turísticos culturales, de los cuales, 5 de estos resultaron apropiados para el desarrollo de la ruta y cumplieron con criterios de accesibilidad, disponibilidad, seguridad, relación y percepción sensorial. Los atractivos seleccionados fueron: La Puerta de la Ciudad; el Museo de la Cultura Lojana; el Museo de Arte Religioso Madres Concepcionistas de Loja, el Teatro Bolívar y el Museo de la música “Salvador Zaragocín Tapia”.
2. La aplicación del Focus Group y la visita In-situ a los atractivos antes mencionados permitió relacionar los sentidos a los atractivos seleccionados; es así, como mediante la revisión bibliográfica se definió las siguientes actividades turísticas sensoriales: Time – Lapse y recopilación fotográfica, actividades olfativas Montessori, ambientación sonora, pantallas táctiles interactivas, viaje experiencial, realidad del claustro, música en vivo, catación de café local y vino artesanal, turismo con los ojos vendados.
3. La encuesta que se aplicó permitió definir que más del 70% de las respuestas de los encuestados son de carácter positivo con respecto a la aceptación de la ruta turística sensorial y a las actividades turísticas sensoriales ofertadas en la misma.
4. Considerando las actividades turísticas sensoriales a realizar como parte de la ruta y su respectivo presupuesto; se puede definir que el costo de la ruta para un total de 10 personas por grupo será de \$20 por persona; monto que cumple con los gastos generados por la ruta y a la vez deja un margen de utilidad.
5. El nombre asignado a esta es “Ruta Sensorial: Siente Loja” y sus estrategias de promoción están definidas en base a la encuesta antes aplicada, que indica que el 99,5% de los encuestados considera los medios electrónicos como la mejor estrategia de promoción; mientras que el 57,9% de encuestados opinan que los medios físicos son la mejor opción.

9. Recomendaciones

1. Se recomienda a las entidades gestoras de los atractivos turísticos culturales de la Ciudad de Loja, una mejora en la gestión turística de los mismos, debido a que no presentan condiciones como su disponibilidad, accesibilidad, o seguridad que los limita y excluye como parte de la oferta turística de la Ciudad de Loja.
2. En base a la realización de estas mejoras, se recomienda a la entidad o persona que aplique este trabajo una reestructuración de la ruta sensorial: siente Loja; la cual podría llegar a expandirse a más atractivos turísticos culturales de la Ciudad de Loja; así como, a actividades y patrimonio intangible de nuestra ciudad.
3. Se recomienda al Municipio de la Ciudad de Loja la implementación de herramientas y mejoras técnicas en los atractivos turísticos culturales seleccionados, para permitir el óptimo desarrollo de las actividades turísticas sensoriales establecidas en la presenta ruta.
4. Al Ministerio de Turismo, se recomienda la investigación y habilitación de más atractivos turísticos culturales o actividades turísticas sensoriales permitirá la aceptación de la ruta por parte de distintos segmentos de los visitantes o turistas del FIAVL.
5. A los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja realizar otra investigación complementaria al presente trabajo, en la que se considere un presupuesto total dividido por actividades y estrategias para la implementación de la ruta sensorial: siente Loja; como parte de la oferta del FIAVL.
6. Dado el alcance de la investigación, se recomienda a los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja realizar un estudio más a profundidad sobre el material de promoción y comercialización de la ruta sensorial.

10. Bibliografía

- Álvarez, B. (2018). *“Propuesta de Plan de Marketing Turístico de a Ruta de los Museos de la Ciudad de Loja”*. Loja: Universidad Nacional de Loja.
- Arias, V. E. (2018). *Proyecto de Ley de Institucionalización del Festival Internacional de Artes Vivas de Loja*. Quito: Educación, Cultura y Ciencia y Tecnología.
- Arredondo, P. N., Hernández, C., & Mendoza, T. D. (2013). Propuesta para el diseño de rutas turísticas culturales “El caso del sur del estado de Jalisco, México”. *Turismo y Sociedad*, 324 - 344.
- Arredondo, P., Hernández, C., & Mendoza, T. (Abril de 2013). Propuesta para el diseño de rutas turísticas culturales “El caso del sur del estado de Jalisco, México”. *Turismo & Sociedad*, 6(2), 324 - 344.
- Benitez, G. (16 de Septiembre de 2021). *Academia Edu*. Obtenido de Diseño de Rutas Turísticas:
https://www.academia.edu/32072888/Dise%C3%B1o_de_Rutas_tur%C3%ADsticas
- Betancourt, J. V. (2017). *DISEÑO DE UN MANUAL DE GUIANZA TURÍSTICA INTERACTIVA PARA EL “MUSEO DE LAS HERMANAS CONCEPCIONISTAS DEL CANTÓN LOJA”*. Loja: UIDE.
- Brochado, A., Stoleriu, O., & Lupu, C. (09 de Agosto de 2019). Wine tourism: a multisensory experience. *Current Issues in Tourism*, 597 - 615. doi: <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1649373> Published online: 09 Aug 2019. Submit your article to this journal View Crossmark data
- Calderón, D. M., Arcila, M. L., & López, J. A. (2018). Las Rutas e Itinerarios Turístico-Culturales en los Portales Oficiales de Turismo de las Comunidades Autónomas Españolas. *Revista de Estudios Andaluces (REA)*, 123 - 145. doi:<http://dx.doi.org/10.12795/rea.2018.i35.05>
- Caravaca, E. (20 de Septiembre de 2021). *Andalucía Lab*. Obtenido de Los sentidos en la experiencia turística: <https://www.andalucialab.org/blog/los-sentidos-en-la-experiencia-turistica/>
- Cuenca, R. (2012). *“IDENTIFICACIÓN Y PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO INTANGIBLE DEL SANTUARIO EUCARÍSTICO SAN SEBASTIÁN DE LA CIUDAD DE LOJA”*. Loja: Universidad Nacional de Loja.
- Elizalde, R. (2012). *“ESTUDIO PARA EL DISEÑO DE LA GUÍA TURÍSTICA DEL PATRIMONIO EDIFICADO Y LOS CONTENEDORES DE BIENES MUEBLES DEL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE LOJA”*. Loja: UNL.
- Fernández, C. L. (2014). *La música y la interculturalidad como medio de estimulación de los sentidos*. Jaén: UNIVERSIDAD DE JAÉN.
- Figini, A. (06 de 10 de 2021). *Easyviaggio.com*. Obtenido de El Museo del Silencio: una experiencia en las fronteras del sentimiento:

<https://www.easyviajar.com/noticia/el-museo-del-silencio-una-experiencia-en-las-fronteras-del-sentimiento-93527>

Gobierno de Loja. (27 de Enero de 2022). *Loja.gob.ec*. Obtenido de MUSEO PUERTA DE LA CIUDAD: <https://www.loja.gob.ec/contenido/museo-puerta-de-la-ciudad>

González, M. (2000). *TALLER DE TÉCNICAS DE CONDUCCIÓN PARA GUÍAS DE TURISTAS*. Ciudad de México: ESITUR.

Hidalgo, A. (2013). “*DIAGNÓSTICO SITUACIONAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA URBANA SAN SEBASTIÁN COMO PARTE DE LA RUTA TURÍSTICA “ÉXODO DE YANGANA” DEL CANTÓN LOJA DELA PROVINCIA DE LOJA.*”. Loja: Universidad Nacional de Loja.

INPC. (29 de Enero de 2022). *Sistema de Información del Patrimonio Cultural Ecuatoriano (SIPCE)*. Obtenido de ACADEMIA DE ARTE SANTA CECILIA: <http://sipce.patrimoniocultural.gob.ec:8080/IBPWeb/paginas/busquedaBienes/resultadoArbolNavegacion.jsf>

Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (23 de Septiembre de 2021). *Instituto Nacional de Patrimonio Cultural*. Obtenido de Sistema de Información del Patrimonio Cultural Ecuatoriano (SIPCE): <http://sipce.patrimoniocultural.gob.ec:8080/IBPWeb/paginas/busquedaBienes/busquedaPrincipal.jsf>

JPEREIRA.NET. (09 de Febrero de 2022). *Musealización*. Obtenido de Diseño de herramientas interactivas y participativas: <http://servicios.jpereira.net/museos.php>

Juárez, L. O., & Cebrián, R. G. (2016). *Estructura del Mercado Turístico*. Madrid: Paraninfo, SA.

La Hora. (16 de Noviembre de 2019). *La hora* . Obtenido de El Museo de la Cultura Lojana se reconceptualiza: <https://lahora.com.ec/noticia/1102286546/el-museo-de-la-cultura-lojana-se-reconceptualiza>

Landeta, N., Vázquez, B., & Ullauri, N. (2018). Turismo sensorial y agroturismo: Un acercamiento al mundo rural y sus saberes ancestrales. *Revista Investigaciones Sociales*, 46 - 58.

LifeinLoja. (25 de Enero de 2022). *Issuu*. Obtenido de Museo de la Cultura Lojana 7: https://issuu.com/lifeinlojaecuador/docs/tour_autoguiado_en_loja_versi_n_espa_ol/s/10247362

Loaiza, P. E. (2018). *PROPUESTA DE UNA RUTA DE CICLO TURISMO EN LA LAGUNA DE COLTA PROVINCIA DE CHIMBORAZO PARA INCREMENTAR EL FLUJO DE VISITANTES*. Ambato: UNIVERSIDAD REGIONAL AUTÓNOMA DE LOS ANDES “UNIANDES”.

Loyola, M. J. (2016). *DISEÑO DE UNA MARCA CULTURAL PARA EL MUSEO DE ARTE RELIGIOSO DEL MONASTERIO DE LAS HERMANAS*

CONCEPCIONISTAS DE LOJA COMO UNA HERRAMIENTA DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN TURÍSTICA. Loja: UIDE.

- Mateos, M. R. (2016). *RUTAS TURÍSTICO-CULTURALES RESPONSABLES Y DESARROLLO LOCAL: LA EXPERIENCIA PILOTO DE LA "RUTA DE LA CÓRDOBA DE LAS AMÉRICAS" (ESPAÑA)*. España: Diputación de Huelva .
- Ministerio Coordinador de Patrimonio. (2012). *Introducción al Patrimonio Cultural*. Quito: Ministerio Coordinador de Patrimonio.
- Ministerio de Turismo. (2018). *Manual de Atractivos Turísticos*. Quito - Ecuador: MINTUR.
- MINTUR. (2017). *Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador 2017*. Quito: MINTUR.
- MINTUR. (2018). *Perfiles de Turismo Internacional 2017*. Quito: Ministerio de Turismo.
- MINTUR. (2019). *Informe de Tendencias globales en Consumo, Tecnología y Turismo 2019*. Quito - Ecuador: Ministerio de Turismo.
- MINTUR. (2019). *Rendición de cuentas 2018*. Ecuador: Ministerio de Turismo.
- MINTUR. (14 de 01 de 2020). *Turismo.Gob.Ec*. Obtenido de Se presentaron los resultados del 4to. Festival de Artes Vivas de Loja 2019: <https://www.turismo.gob.ec/se-presentaron-los-resultados-del-4to-festival-de-artes-vivas-de-loja-2019/>
- MINTUR. (23 de Septiembre de 2021). *Servicios turismo* . Obtenido de Inventario de atractivos turísticos: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/30-servicios-mintur>
- Morillo, K. (2014). *Creación de un plan de manejo turístico para los Museos caso "Museo de la Cultura Loja"*. Cuenca: Universidad del Azuay.
- Municipio de Loja. (Septiembre de 2010). *Ordenanzas*. Obtenido de ORDENANZA QUE REGULA EL USO DE SUELO: <https://www.loja.gob.ec/documentos/ordenanza-que-regula-el-uso-de-suelo>
- Municipio de Loja. (2019). *Dossier Festival OFF*. Loja: Municipio de Loja.
- Municipio de Loja. (21 de Septiembre de 2021). *Festivaloff.loja.gob.ec*. Obtenido de FIAVL OFF: <http://festivaloff.loja.gob.ec/content/fiavloff>
- Neill, D., & Cortez, L. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Machala: Ediciones UTMACH.
- OK.Diario. (16 de 06 de 2020). *OK.Diario*. Obtenido de Juegos y actividades Montessori para estimular el sentido del olfato en los niños: <https://okdiario.com/bebes/juegos-actividades-montessori-estimular-sentido-del-olfato-ninos-5754505#:~:text=En%20la%20educaci%C3%B3n%20Montessori%2C%20hacer,pueden%20colocar%20esencias%20naturales%20dentro>).

- Pardo, V., & Pacají, G. (2021). Aproximación a la experiencia archivística de documentos musicales en los repositorios de la ciudad de Loja (Ecuador). *Revista de investigación y pedagogía de arte, facultad de artes, Universidad de Cuenca*, 1 - 15.
- Pérez, P. S. (2021). ¿Qué es y cómo se utiliza la evaluación sensorial? *Inter disciplina*, 47 - 68.
- Ramos, G., Timotea, I., Cevallos, G., & Carolina, E. (2020). Ruta de turismo religioso, cultural y gastronómico en el cantón Loja. *Journal of business and entrepreneurial*, 4(1). Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=573661266008>
- Reséndiz, F. (12 de Junio de 2012). *Arquine*. Obtenido de La ciudad en time-lapse: <https://www.arquine.com/la-ciudad-en-time-lapse/>
- Rivera, M. (1 de Junio de 2015). Turismo experiencial y gestión estratégica de recursos patrimoniales: un estudio exploratorio de percepción de productos turísticos en las Sierras Subbéticas cordobesas (Andalucía). *Scripta Nova*, XIX(511).
- Salazar, Y. (2010). LA PUERTA DE ENTRADA A LA CIUDAD DE LOJA: UN MONUMENTO AL HISPANISMO. *Revista Resistencia No. 02*, 55 - 57.
- Sancho, A. (2019). *Introducción al Turismo*. Argentina: UTNTYH.
- Sandoval, L. (2017). PATRIMONIO CULTURAL Y TURISMO EN EL ECUADOR. *Tsafiqui - Revista Científica en Ciencias Sociales*, 1 - 24.
- Sanmartin, S. (2008). *Bernardo Valdivieso*. Loja: Scribd.
- Simón, F. J. (2008). Ambientación musical: Controlando la experiencia museística. *Siranda. Revista de Estudios Culturales, Teoría de los Medios e Innovación*, 26 - 43.
- Solis, J. (2015). “CATEGORIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y SU INCIDENCIA EN EL POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA SALASACA, DEL CANTÓN PELILEO, PROVINCIA TUNGURAHUA”. Ambato: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO.
- Sotomayor, M. I. (22 de Octubre de 2012). La experiencia de los sentidos. *Revista Cultura*, 151 - 178. Obtenido de https://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_26_1_la-experiencia-turistica-de-los-sentidos.pdf
- Tene, E. (2019). *El impacto del Festival Internacional de Artes Vivas de Loja (FIAVL) en los jóvenes*. Loja: Universidad Nacional de Loja.
- Torrico, D. D., Han, Y., Sharma, C., Fuentes, S., Viejo, C. G., & Dunshea, F. R. (2020). Effects of Context and Virtual Reality Environments on the Wine Tasting Experience, Acceptability, and Emotional Responses of Consumers. *Foods*, 191.
- Treek Soft; Arival . (2021). *Informe Tendencias de Turismo 2020/2021*. Treck Soft.

- UNESCO, S. (25 de 08 de 2021). *UNESCO.org*. Obtenido de Patrimonio Cultural: <https://es.unesco.org/fieldoffice/santiago/cultura/patrimonio>
- UTPL. (2019). *Boletín Artes Vivas 2019*. Loja: UTPL.
- UTPL. (2019). *Resultados e Indicadores 4to Festival Internacional de Artes Vivas*. Loja: UTPL.
- UTPL. (13 de Febrero de 2020). *Noticias UTPL*. Obtenido de Loja cuenta con su primer museo inclusivo para personas con discapacidad: <https://noticias.utpl.edu.ec/loja-cuenta-con-su-primer-museo-inclusivo-para-personas-con-discapacidad>
- Van Hoven, B. (2011). Multi-sensory tourism in the Great Bear Rainforest. *Journal of the Association of Icelandic Geographers*, 25, 31 - 49.
- Villadiego, G. B. (2013). *Diseño de Rutas Turísticas*. SENA.
- Yohana Diaz. (21 de Noviembre de 2017). *Gobierno de Loja*. Obtenido de UN PASAJE HISTÓRICO POR LA CALLE LOURDES: <https://www.loja.gob.ec/noticia/2017-11/un-pasaje-historico-por-la-calle-lourdes>

11. Anexos

Anexo 1. Oficio Decreto Director de Tesis



Carrera de Administración Turística
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y
ADMINISTRATIVA

Presentada el día de hoy, 25 de noviembre de 2021, a las 10h40. Lo certifica, la Secretaria Abogada de la Facultad Jurídica Social y Administrativa de la UNL.

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

Loja, 25 de noviembre de 2021, a las 10h45. Atendiendo la petición que antecede, de conformidad a lo establecido en el Art. 228 Dirección del trabajo de Integración curricular o de Titulación, del Reglamento de Régimen Académico de la UN vigente; una vez emitido el informe favorable de estructura, coherencia y pertinencia del proyecto, se designa a la **Ing. Gladys Alexandra Suárez Jaramillo, Mg. Sc.**, Docente de la Carrera de Administración Turística de la Facultad Jurídica Social y Administrativa, como **DIRECTOR/A del Trabajo de Integración Curricular o Titulación**, titulado: **"PROPUESTA DE UNA RUTA TURÍSTICA SENSORIAL DE ARTE Y CULTURA PARA EL FESTIVAL DE ARTES VIVAS DE LA CIUDAD DE LOJA"**, de autoría del Sr/Srta. **GRACE MELINA ORTEGA BARBA**. Se le recuerda que conforme lo establecido en el Art. 228 antes mencionado. Usted en su calidad de director del trabajo de Integración curricular o de Titulación "será responsable de asesorar y monitorear con pertinencia y rigurosidad científico-técnica la ejecución del proyecto y de revisar oportunamente los informes de avance, los cuales serán devueltos al aspirante con las observaciones, sugerencias y recomendaciones necesarias para asegurar la calidad de la investigación. Cuando sea necesario, visitará y monitoreará el escenario donde se desarrolle el trabajo de Integración curricular o de Titulación". **NOTIFÍQUESE para que surta efecto legal.**

UNL
Escuela de Turismo
Ing. Augusto Neira Hinojosa, Mg. Sc.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE TURISMO

Loja, 25 de noviembre de 2021, a las 10h50. Notifiqué con el decreto que antecede a la **Ing. Gladys Alexandra Suárez Jaramillo, Mg. Sc.**, para constancia suscriben:

Ing. Gladys Alexandra Suárez Jaramillo, Mg. Sc.
ASESOR/A DEL PROYECTO

Dra. Ena Regina Faldéz Soría, Mg. Sc.
SECRETARIA ABOGADA

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

Anexo 2. Ficha Levantamiento de Atractivos Turísticos Culturales

Nombre del Atractivo Turístico					Ficha N°	
Tipo de Bien		Datos de Localización y Administración				
Bien Tangible	Bien Intangible	Provincia / Cantón / Parroquia		Teléfono:		
		Propietario / Responsable		Dirección:		
Categoría		Tipo	Subtipo			
Características del Atractivo						
Régimen de Propiedad	Público		Privado		Señalización	Señalética en el atractivo
Estado de Integridad	Bueno	Regular	Malo			Señalética turística
Coordenadas GPD	Latitud	Longitud		Conservación del Entorno	Conservado	
					Alterado	
					En proceso de deterioro	
					Deteriorado	
DESCRIPCIÓN			FOTOGRAFÍAS			
<p>Inmaterial o Intangible:</p> <p>Denominación / Grupo social / Subambito y detalles de subambito / Descripción de la manifestación / Fecha o periodo / Grado de importancia / Historia</p> <p>Bien Mueble:</p> <p>Tipo de Material/ Autor / Año / Lugar inmueble / Estado de conservación grietas, quemaduras, rasgaduras, etc / características físicas / Intervenciones</p> <p>Bien Inmueble:</p> <p>Época de construcción / Estado de conservación / Acciones recomendadas / Vulnerabilidad / Descripción</p>			<p>UBICACIÓN GEOGRAFICA: GOOGLE MAPS</p>			

del Inmueble / Estilos de fachada /Tipología y uso / Intervenciones /		
Aspecto turístico		
Actividades turísticas que se practican / Promoción y Comercialización / Registro de visitantes y afluencia – estacionalidad / Políticas o regulaciones /		
Observaciones		
DATOS DE LEVANTAMIENTO Y VALIDACIÓN		
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:
Nombre y Apellido:		Nombre y Apellido:
Institución:		Institución:
Cargo:		Cargo:
Correo Electrónico:		Correo Electrónico:
Teléfono:		Teléfono:
Firma:		Firma:
Fecha:		Fecha:

Anexo 3. Criterios Disponibilidad y Accesibilidad

Agentes	Criterios de Valoración	Puntuación
Tipo de Propiedad	Pública	2 pt
	Privada	1 pt
Estado de Conservación	Solido	2 pt
	Deteriorado	1 pt
	Ruinoso	0,5 pt
Horario	Todos los Días	2 pt
	Lunes a viernes	1 pt
	Fines de Semana u Ocasional	0,5 pt
Acceso	Libre	2 pt
	Limitado	1 pt
	Restringido (eliminación)	0
Distancia o Localización	En el casco céntrico de la Ciudad de Loja	2 pt
	Cerca del casco céntrico de la Ciudad de Loja	1 pt
	Lejos del casco céntrico de la Ciudad de Loja	0 pt
Puntuación Máxima		10 pt

Anexo 4. Ficha Disponibilidad y Accesibilidad

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Anexo 7. Criterios de Ponderación – Relación Sensorial

Agentes	Criterios de Valoración	Puntuación
Vista	Aplica	1 pt
	Potencial a aplicar	0,5 pt
	No aplica	0 pt
Oído	Aplica	1 pt
	Potencial a aplicar	0,5 pt
	No Aplica	0 pt
Olfato	Aplica	1 pt
	Potencial a aplicar	0,5 pt
	No Aplica	0 pt
Gusto	Aplica	1 pt
	Potencial a aplicar	0,5 pt
	No Aplica	0 pt
Tacto	Aplica	1 pt
	Potencial a aplicar	0,5 pt
	No Aplica	0 pt
Puntuación máxima		5 pt

Anexo 8. Criterios de Ponderación – Percepción Sensorial

Agentes	Criterios de Valoración	Puntuación
Vista	Agradable	1 pt
	Potencial a aplicar	0.5 pt
	Desagradable	0 pt
Gusto	Agradable	1 pt
	Potencial a aplicar	0,5 pt
	Desagradable	0 pt
Olfato	Agradable	1 pt
	Potencial a aplicar	0,5 pt
	Desagradable	0 pt
Oído	Agradable	1 pt
	Potencial a aplicar	0,5 pt
	Desagradable	0 pt
Tacto	Agradable	1 pt
	Potencial a aplicar	0,5 pt
	Desagradable	0 pt
Puntuación máxima		5 pt

Anexo 9. Matriz “Relación Sensorial”

Observación Directa:					
A (Aplica)					
PA (Potenciable a Aplicar)					
N (No aplica)					
Vista	Gusto	Olfato	Oído	Tacto	

Nombre del Atractivo	A	P	N	A	P	N	A	P	N	A	P	N	A	P	N	Puntuación
	A	PA	N	A	PA	N	A	PA	N	A	PA	N	A	PA	N	

Anexo 10. Matriz "Percepción Sensorial"

Nombre del entrevistador:																
Nombre del entrevistado:											Perfil:					
A (Agradable)																
PA (Potenciable a Aplicar)																
D (Desagradable)																
Nombre del Atractivo	Vista			Gusto			Olfato			Oído			Tacto			Puntuación
	A	PA	D	A	PA	D	A	PA	D	A	PA	D	A	PA	D	

Anexo 11. Puntuación máxima atractivos turísticos culturales

Nombre del atractivo:	
CRITERIOS	PUNTUACIÓN
Disponibilidad y Accesibilidad	10 PT
Seguridad	5 PT
Relación Sensorial (Observación Directa)	5 PT
Percepción Sensorial (Focus Group)	25 PT
PUNTUACIÓN MAXIMA	45 PT

Anexo 12. Matriz "Actividades Turísticas Sensoriales"

Atractivo cultural	Actividades turísticas sensoriales	Descripción

Anexo 13. Encuesta

Modelo de Encuesta

Encuesta: “Propuesta de una Ruta Turística Sensorial de Arte y Cultura para el Festival de Artes Vivas de la Ciudad de Loja”

Introducción:

Reciba un cordial saludo de mi parte, mi nombre es Grace Ortega, y soy estudiante de la carrera de Turismo de la Universidad Nacional de Loja. La presente encuesta tiene como objetivo recopilar información que servirá para la realización de la Propuesta de una Ruta Turística Sensorial de Arte y Cultura para el Festival de Artes Vivas de la Ciudad de Loja. Se mantendrá la confidencialidad y los resultados obtenidos serán para fines académicos.

Por favor: Ingrese su correo electrónico

.....

Seleccione su género:

- () Femenino
- () Masculino
- () Otro

Edad:

- () 18 – 22
- () 23 – 27
- () 28 – 32
- () 33 o más

Procedencia (Provincia – Ciudad)

.....

Preguntas Específicas: Aceptación de la Ruta

¿Le parece importante la creación de una nueva ruta turística para el FIAVL?

	Definitivamente si
	Probablemente si
	Indeciso
	Probablemente no
	Definitivamente no

¿Le gustaría que esta nueva ruta turística sea del tipo sensorial y se base en los atractivos culturales de la Ciudad de Loja?

<input type="checkbox"/>	Definitivamente si
<input type="checkbox"/>	Probablemente si
<input type="checkbox"/>	Indeciso
<input type="checkbox"/>	Probablemente no
<input type="checkbox"/>	Definitivamente no

Preguntas Específicas: Aceptación de Actividades turísticas Sensoriales

¿Le parece que los time – lapse o la historia de una ciudad a través de fotografías y videos es una actividad que estimula los sentidos?

<input type="checkbox"/>	Definitivamente si
<input type="checkbox"/>	Probablemente si
<input type="checkbox"/>	Indeciso
<input type="checkbox"/>	Probablemente no
<input type="checkbox"/>	Definitivamente no

¿Le parece que las actividades olfativas y ambientación sonora puedan estimular los sentidos?

<input type="checkbox"/>	Definitivamente si
<input type="checkbox"/>	Probablemente si
<input type="checkbox"/>	Indeciso
<input type="checkbox"/>	Probablemente no
<input type="checkbox"/>	Definitivamente no

¿Le parece que las pantallas táctiles interactivas en museos sirvan para estimular los sentidos?

<input type="checkbox"/>	Definitivamente si
<input type="checkbox"/>	Probablemente si
<input type="checkbox"/>	Indeciso
<input type="checkbox"/>	Probablemente no
<input type="checkbox"/>	Definitivamente no

¿Le parece que un recorrido en silencioso experiencial del claustro religioso sirva para estimular los sentidos?

<input type="checkbox"/>	Definitivamente si
<input type="checkbox"/>	Probablemente si
<input type="checkbox"/>	Indeciso
<input type="checkbox"/>	Probablemente no
<input type="checkbox"/>	Definitivamente no

¿Le parece que la presentación de música en vivo sirve como actividad para estimular los sentidos?

<input type="checkbox"/>	Definitivamente si
<input type="checkbox"/>	Probablemente si
<input type="checkbox"/>	Indeciso
<input type="checkbox"/>	Probablemente no
<input type="checkbox"/>	Definitivamente no

¿Le parece que la catación de café local y vino artesanal sirve como actividad para estimular los sentidos?

<input type="checkbox"/>	Definitivamente si
<input type="checkbox"/>	Probablemente si
<input type="checkbox"/>	Indeciso
<input type="checkbox"/>	Probablemente no
<input type="checkbox"/>	Definitivamente no

¿Le parece que los recorridos con los ojos vendados a través de sitios culturales sirven como actividad para estimular los sentidos?

<input type="checkbox"/>	Definitivamente si
<input type="checkbox"/>	Probablemente si
<input type="checkbox"/>	Indeciso
<input type="checkbox"/>	Probablemente no
<input type="checkbox"/>	Definitivamente no

Preguntas Específicas: Promoción

¿Considera conveniente que la nueva ruta turística deba ser promocionada por medios electrónicos (redes sociales, paginas web, revistas electrónicas)?

<input type="checkbox"/>	Definitivamente si
<input type="checkbox"/>	Probablemente si
<input type="checkbox"/>	Indeciso
<input type="checkbox"/>	Probablemente no
<input type="checkbox"/>	Definitivamente no

¿Considera conveniente que la nueva ruta turística deba ser promocionada por medios físicos (boletines, folletos, panfletos, pancartas, etc.)?

<input type="checkbox"/>	Definitivamente si
<input type="checkbox"/>	Probablemente si
<input type="checkbox"/>	Indeciso
<input type="checkbox"/>	Probablemente no
<input type="checkbox"/>	Definitivamente no

¿Considera conveniente que la nueva ruta turística deba ser promocionada como parte de la organización del FIAVL?

	Definitivamente si
	Probabilmente si
	Indeciso
	Probabilmente no
	Definitivamente no

Anexo 14. Mapa "Ruta Sensorial: Siente Loja"



Anexos del Trabajo de Investigación “Propuesta de una Ruta Turística Sensorial de Arte y Cultura para el Festival de Artes Vivas de la Ciudad de Loja”



Foto. 1. Recopilación fotográfica atractivos turísticos culturales

Fuente: Grace Melina Ortega Barba



Foto. 2. Focus Group Casona Universitaria

Fuente: Grace Melina Ortega Barba



Foto. 3. Focus Group Museo de la Cultura Lojana

Fuente: Grace Melina Ortega Barba



Foto. 4. Indicaciones miembro del Focus Group

Fuente: Grace Melina Ortega Barba



Foto. 5. Focus Group Museo de la cultura Lojana

Fuente: Grace Melina Ortega Barba



Foto. 6. Indicaciones Generales Focus Group – Plaza de Santo Domingo

Fuente: Grace Melina Ortega Barba



Foto. 7. Relleno de matrices aplicación Adobe Fill and Sign

Fuente: Grace Melina Ortega Barba



Foto.8. Indicaciones Focus Group – Museo de la Música

Fuente: Grace Melina Ortega Barba

CERTIFICADO

Yo **Grace Melina Ortega Barba**, con cédula de identidad **1150778585**, con el “**First Certificate in English Council of Europe Level B2**” otorgado por Cambridge Assessment English; por medio del presente tengo el bien de **CERTIFICAR**: Que he revisado la traducción del trabajo de titulación denominado: **PROPUESTA DE UNA RUTA TURISTICA SENSORIAL DE ARTE Y CULTURA PARA EL FESTIVAL DE ARTES VIVAS DE LOJA**, cuya autoría es de mi persona, la estudiante **Grace Melina Ortega Barba**, con cedula de **1150778585**, aspirante al título de licenciada de turismo, por lo que a mi mejor saber y entender es correcto.

ATENTAMENTE

Grace Melina Ortega Barba

CI: 1150778585