



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

TÍTULO

**“PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING
TURÍSTICO PARA LA RUTA NARANJA DE LA CIUDAD
DE LOJA, CANTON LOJA, PROVINCIA DE LOJA”**

TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DE
GRADO DE INGENIERO EN
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA.

AUTOR:

Marco Gonzalo Garzón Montesinos

DIRECTOR:

Ing. Rubén Darío Román A. Mgs. Sc.

Loja – Ecuador

2016

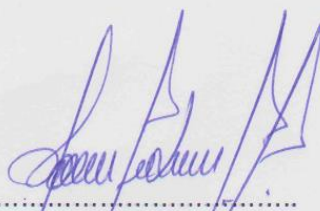
CERTIFICACION

ING. RUBEN DARIO ROMAN AGUIRRE MGS. SC. DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACION TURISTICA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, DEL AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA Y DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Que la tesis titulada “**PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING TURISTICO PARA LA RUTA NARANJA DE LA CIUDAD DE LOJA, CANTON LOJA, PROVINCIA DE LOJA**” de autoría del señor estudiante de la Carrera de Ingeniería en Administración Turística, Marco Gonzalo Garzón Montesinos ha sido dirigida, revisada y aprobada en su integridad por lo que autorizo su presentación y publicación.

Loja, Febrero del 2016.




.....
Ing. Rubén Darío Román Aguirre Mgs. Sc.
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA:

Yo Marco Gonzalo Garzón Montesinos declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresarme a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio institucional Biblioteca Virtual.

Autor: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Firma: 

Cedula: 0706459534

Fecha: Loja, Febrero del 2016


CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACION ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo Marco Gonzalo Garzón Montesinos declaro ser el autor de la tesis titulada **“Propuesta de un Plan de Marketing Turístico para la Ruta Naranja de la Ciudad de Loja, Cantón Loja, Provincia de Loja”** como requisito para optar al grado de Ingeniero en Administración Turística, 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 de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, 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 de la Tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 3 días del mes de febrero del dos mil dieciséis.

Firma.....

Autor: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Cedula: 0706459534

Dirección: 10 de agosto y Ramón Pinto.

Correo electrónico: markonzalo@hotmail.com

Teléfono: 2132989 **Celular:** 0999573929

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Ing. Rubén Darío Román Aguirre Mgs. Sc.

Tribunal de Grado:

Presidente del Tribunal: Ing. María Cristina. Moreira. Mgs. Sc.

Miembro del Tribunal: Ing. Melva Jaramillo Hidalgo. Mgs. Sc.

Miembro del Tribunal: Ing. Yuri Fernández Álvarez. Mgs. Sc.

Miembro del Tribunal: Ing. Yuri Fernández Álvarez. Mgs. Sc.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación con infinito amor a mis amados abuelos Marco y Carmen, que con su continuo trabajo, amor y sacrificio me dieron su incondicional apoyo para terminar mi carrera universitaria; de igual manera a mi padre Jorge y a su esposa Janeth por el constante apoyo brindado durante toda mi etapa universitaria; a mis tíos Estuardo, Dilcia, Alicia y Janeth por su aliento; a mis hermanos Juan, Gabriel, Alexander, Sebastián y Karen; a mis mejores amigos “Los mochileros” y en especial a mi hermano Guillermo por su apoyo y perseverancia; que son en conjunto la razón de mi vida y la fuerza para seguir adelante en mi superación personal y profesional, ya que sin ellos y su apoyo no habría vislumbrado el final de mi meta universitaria.

¡Gracias infinitas!

Marco Garzón Montesinos

AGRADECIMIENTO

Deseo manifestar mi más franco y abierto agradecimiento a todos quienes de verdad hicieron posible la culminación del presente trabajo de investigación.

A la Universidad Nacional de Loja, al Área Jurídica Social y Administrativa, a través de la Carrera de Administración Turística, donde obtuvimos los conocimientos técnicos y humanos que han aportado a nuestra formación profesional.

Mi agradecimiento total al Ingeniero Rubén Darío Román Aguirre, quien, con su apoyo en todo instante, con sugerencias y predisposición durante el desarrollo de la investigación ayudo de forma veraz y oportuna a la culminación de este trabajo.

Así mismo un especial agradecimiento a la Unidad de Turismo del Ilustre Municipio de Loja, a la Unidad del ITUR, a sus líderes y trabajadores que colaboraron facilitándome la información necesaria y de una manera desinteresada para lograr que este trabajo de investigación sea una realidad.

EL AUTOR

1. TITULO:

“PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING TURISTICO PARA LA RUTA NARANJA DE LA CIUDAD DE LOJA, CANTON LOJA, PROVINCIA DE LOJA”

2. RESUMEN

Al sur del Ecuador, en la región interandina, se encuentra ubicado el cantón Loja, de la provincia del mismo nombre, uno de los dieciséis cantones de esta provincia. El cantón de Loja es conocido por ser cuna de grandes personalidades, escritores, pintores, poetas y músicos, además de poseer atractivos turísticos de relevancia tanto cultural e históricos, es por esta razón que es conocida a nivel nacional como “Loja, capital cultural del Ecuador”, sin embargo, pese a la importancia que representa aún no ha sido explotado completamente tanto turística como culturalmente a nivel local como nacional.

El problema se centra en la cantidad de atractivos turísticos culturales que posee Loja y con ello la falta de promoción y difusión turística oportuna, esto se atribuye a la falta de apoyo de los actores relacionados al sector turístico y la despreocupación en parte de las autoridades pasadas y de turno, que no han sabido aprovechar los recursos potencialmente turísticos con los que cuenta el cantón y ciudad de Loja, especialmente con la Ruta Naranja, que basa su potencial en los atractivos culturales e históricos que la conforman y que permanece en total abandono desde hace ya varios años y debido a estas claras razones, se vio la necesidad de plantear la “Propuesta de un Plan de Marketing Turístico para la Ruta Naranja de la ciudad de Loja, Cantón Loja, Provincia de Loja”

La finalidad de este trabajo de investigación es promocionar y difundir los atractivos de la Ruta Naranja, del cual se derivan los objetivos específicos tales como realizar un diagnóstico de la situación actual del objeto en estudio, proponer un plan de marketing turístico para la Ruta Naranja y finalmente la socialización de dicha propuesta a los actores turísticos y autoridades pertinentes para su implementación; para su ejecución se utilizó los métodos que ayudaran a optimizar la realización del trabajo de investigación como son: deductivo, inductivo, descriptivo y técnicas como la observación directa, encuesta, entrevista y recolección de información que contribuyeron al cumplimiento de los objetivos mencionados.

Para el cumplimiento del primer objetivo que es la realización del diagnóstico de situación actual de la Ruta Naranja se realizó un análisis del entorno que va del macro al micro, donde prevalecen el factor externo y el factor interno. En el factor externo se analizó los factores demográficos, económicos, socioculturales, políticos y tecnológicos del cantón de Loja; en el factor interno se realizó una entrevista a la Ing. Paola Ruiz, Jefa de la Unidad de Turismo y al Ing. Rocky Armijos, Jefe del ITUR, del Ilustre Municipio de Loja que brindaron la información precisa y necesario sobre la Ruta y la actualidad turística del cantón y ciudad de Loja, luego se recolectó la información ideal para la elaboración de las fichas de inventario, resumen y jerarquización de cada atractivo turístico que conforma la ruta turística, para finalmente tener una idea más clara y firme

sobre la situación actual de la Ruta Naranja, siendo la parte más fundamental y crucial fue la elaboración de la Matriz FODA, en donde se analizó las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del entorno así poder avanzar al siguiente objetivo.

Para el cumplimiento del segundo objetivo que es la elaboración de una propuesta del Plan de Marketing Turístico plantea los cuatro objetivos, que busca incrementar los turistas mediante un plan de publicidad que incluye página web y redes sociales (Facebook y Twitter) que son plataformas virtuales de alcance mundial. Además de un plan de capacitación e información turística para los policías municipales que son parte de la seguridad ciudadana, misma que cuenta con el apoyo del Ministerio de Turismo y la Unidad de Turismo del Municipio de Loja, de igual manera se plantea un plan de capacitación para promover guías turísticos locales, así mismo con el apoyo del Ministerio de Turismo y la Unidad de Turismo del Municipio de Loja, y finalmente la elaboración de una guía turística de la Ruta Naranja.

Finalmente cumpliendo con el tercer objetivo, se socializó la propuesta de un Plan de Marketing Turístico a las autoridades turísticas pertinentes, como la Unidad de Turismo, Ministerio de Turismo de Loja, Captur, además de actores relacionados al sector turístico y público en general en uno de los salones del Municipio de Loja culminando con éxito dicha presentación y dando excelentes resultados.

Los resultados principales a los que se ha llegado en este trabajo de investigación son los siguientes: Se muestra que la afluencia de visitantes es favorable, además de que el cantón y ciudad de Loja cuentan con una gran variedad de atractivos turísticos aparte de la Ruta Naranja que son de gran interés y relevancia, demostrando que las oportunidades de crecer turísticamente mediante la implementación de nuevas rutas turísticas tiene un potencial muy importante, además de contribuir a la fomentación y creación fuentes de trabajo para los profesionales y actores que forman parte del sector turístico, con el fin de proporcionar un servicio de calidad a los turistas que visiten Loja.

ABSTRACT

South of Ecuador, in the inter-Andean region, is located the canton Loja of the province of the same name, one of sixteen districts of the province. The canton of Loja is known for being the birthplace of great personalities, writers, painters, poets and musicians, besides having interest relevant both cultural and historical, is why it is known nationally as "Loja, cultural capital of the Ecuador ", however despite the importance it represents has not yet been fully exploited both tourist and culturally locally and nationally.

The problem centers on the many cultural attractions that has Loja and thus the lack of promotion and tourist timely dissemination, this is attributed to the lack of support of the stakeholders related to tourism and indifference on the part of the previous authorities and shifts, which have not taken advantage of the potential tourism resources are there in the canton and city of Loja, especially with the Orange Route, which bases its potential in cultural and historical attractions that form and remaining completely abandoned since several years ago and because of these obvious reasons, it was the need to raise the "Proposal of a Tourism Marketing Plan for Orange Road city of Loja, Loja Canton, Province of Loja"

The purpose of this research is to promote and disseminate the attractions of the Orange Route, which specific objectives such as making a diagnosis of the current situation of the object is derived study, propose a tourism marketing plan for the Orange Route and finally the socialization of the proposal to tourism stakeholders and relevant authorities for implementation; deductive, inductive and descriptive techniques such as direct observation, surveys, interviews and data collection contributing to fulfillment of the above objectives: to execute methods to help optimize the performance of the research work are used as they are.

To fulfill the first objective is the realization of diagnosis of current situation of the Orange Route analysis environment ranging from macro to micro, wherein the external factor and internal factor was held prevail. In the external factor demographic, economic, socio-cultural, political and technological factors canton of Loja was analyzed; in an interview the internal factor was held to Eng. Paola Ruiz, Head of the Tourism Unit and Eng. Rocky Armijos, Head of ITUR, the Illustrious Municipality of Loja who provided accurate and necessary information about the route and present tourist canton and city of Loja, then ideal for the preparation of the chemical inventory, summary and ranking of each attraction that makes the tourist route, to finally have a clear and firm grasp on the current state of information was collected Orange Route, the most fundamental and crucial part was the development of SWOT matrix, where the strengths, weaknesses, opportunities and threats in the environment was analyzed so we can advance to the next objective.

To fulfill the second objective is the development of a proposal by the Tourism Marketing Plan presents the four objectives, which seeks to increase the tourists by an advertising plan that includes website and social networks (Facebook and Twitter) that are virtual platforms global. In addition to a training plan and tourist information to local police that are part of public safety, it counts with the support of Ministry of Tourism and the Tourism Unit of the Municipality of Loja, just as a training plan is proposed to promote local tour guides, also with the support of the Ministry of Tourism and the Tourism Unit of the Municipality of Loja, and finally the development of a tourist guide of the Orange Route.

Finally fulfilling the third goal, the proposal of a Tourism Marketing Plan to the relevant tourism authorities, as the Tourism Unit, Ministry of Tourism Loja, and Captur is socialize and players related to the tourism sector and the general public one the halls of the Municipality of Loja successfully completing the presentation and showing excellent results.

The main results that have been reached in this research are: It is shown that the influx of visitors is favorable, in addition to the canton and city of Loja have a variety of tourist attractions apart from the Orange Route which they are of great interest and importance, demonstrating that opportunities for tourism growth by implementing new tourist routes has a very important potential, and contribute to furthering and creating jobs for the professionals and actors who are part of the tourism sector in order to provide quality service to tourists visiting Loja.

3. INTRODUCCION

Actualmente el sector turístico es una de las actividades más importantes a nivel nacional en términos económicos, sociales y culturales, siendo un factor de cambio de gran trascendencia, especialmente en los países en vías de desarrollo que cuentan con un potencial muy grande, siempre y cuando se le dé la debida importancia veraz al cuidado del medio ambiente y sus diferentes ecosistemas ya que son parte primordial dentro del desarrollo del turismo sostenible, siendo considerado el Ecuador uno de los países más mega diversos del mundo, muy a pesar de su reducido territorio; siendo además un importante centro de investigación natural, sumado al deleite que produce solo el observar y contemplar las bondades que ofrece, es una de las razones principales por las cuales hacen que Ecuador se convierta en un destino de calidad para los turistas que desean ver historia, cultural y naturaleza en un solo lugar.

En el Ecuador el turismo es insigne y su importancia prevalece en las atribuciones que aporta a la economía nacional. El turismo como actividad económica es un rubro cada vez más imponente a tal punto de ser el tercer producto o actividad que genera más ingresos económicos en el país luego del petróleo y el banano.

Para ser más específicos, la provincia de Loja posee una gran variedad de atractivos turísticos tanto naturales como culturales a lo largo de sus dieciséis cantones que lo conforman, sin embargo son muy pocos los que contribuye de manera directa al desarrollo turístico de la provincia.

El cantón Loja, capital de la provincia, es sinónimo de cultura, arte y tradición debido a su historia pasada y los atractivos turísticos que la rodean, sin embargo, debido a la falta de una promoción turística veraz y de estrategias de marketing adecuadas para captar la atención de los turistas a visitarla.

La ciudad de Loja es conocida a nivel nacional como “Loja, la Capital Cultural del Ecuador” debido a su arte, historia y cultura, que la podemos sentir principalmente en su Centro Histórico, acompañado por sus parques, monumentos, plazas, calles e iglesias, es por eso que es considerada como uno de los principales destinos turísticos de los ecuatorianos, para ello cuenta con una infraestructura hotelera que toda ciudad importante necesita.

Precisamente la ciudad de Loja cuenta con un gran potencial turístico debido a su historia, un tema apasionante, ya que de esta pequeña ciudad han salido afamados escritores como Ángel Felicísimo Rojas, pintores como Eduardo Mingan y músicos como Salvador Bustamante Cheli, además ser sitio de nacimiento de personajes ilustres como el ex presidente de la República Isidro Ayora Cueva, de la primera mujer en hacer frente al machismo a mitad del siglo XX, la Dra. Matilde Hidalgo de Procel y del fundador de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, el Dr. Benjamín Carrión, demostrando que la cultura e historia es pieza fundamental dentro del turismo local, de esta forma este sector debe constituirse como un punto dentro de la actividad turística.

Teniendo en cuenta todos los atractivos culturales, históricos y naturales que posee el cantón y ciudad de Loja, es fácil deducir que se puede crear, mejorar e implementar rutas turísticas que simplifiquen y muestren al visitante de mejor forma los atractivos de Loja.

Precisamente la Ruta Naranja de la ciudad de Loja se inauguró en septiembre del 2006, con colaboración directa de los estudiantes de la carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja y el Municipio de Loja, puesto en práctica por el Departamento de Turismo de dicha institución pública. Aquella ruta recorre los atractivos culturales de gran importancia, puesto que inicia desde la Puerta de entrada a la ciudad, pasando por el parque Bolívar, la plaza de San Francisco, la plaza de la Catedral, plaza de Santo Domingo, plaza de San Sebastián y terminando su recorrido en la tradicional y colonial calle Lourdes.

Este hito cultural supuso que Loja fuera en ese entonces la única ciudad del país en contar con una ruta turística señalizada para que el visitante o turista pueda guiarse por su cuenta por los lugares más representativos del centro histórico de la urbe.

La ruta que se encontraba actualmente abandonada, donde interfirieron diferentes aspectos como, el desconocimiento de la comunidad de la existencia de la Ruta Naranja, el limitado conocimiento de los atractivos culturales vigentes en la ciudad, la nula difusión y el no ser tomado en cuenta por las autoridades pertinentes para su respectiva reactivación, mantenimiento y promoción, no logro su pleno desarrollo, factores que hacen posible la elaboración de una “Propuesta de un Plan de Marketing Turístico para la Ruta Naranja de la Ciudad de Loja, Cantón Loja, Provincia de Loja” que fue objeto de estudio en el presente trabajo de investigación, con lo que se pretende crear un aporte al desarrollo turístico del cantón y ciudad de Loja.

Para el desarrollo de este trabajo de investigación no hubo limitaciones para su ejecución, ya que si se encontró la información necesaria, de igual forma se realizó las encuestas a la población del cantón y ciudad de Loja sin inconvenientes, y las entrevistas correspondientes a las autoridades turísticas locales para de esta forma poder tener ideas e información para elaborar una propuesta de Marketing turístico donde se realizaron varias propuestas publicitarias como una página web, capacitaciones turísticas y de información para guías y policías municipales, así como una guía turística completa acerca de la Ruta Naranja con los recursos económicos calculados para su ejecución, para finalmente socializarlos en el Salón del Alcalde a los actores turísticos, tanto municipales como gubernamentales, profesionales en turismo, hoteleros y público en general, para exponerles la existencia de la Ruta Naranja, cuya propuesta tiene una vigencia de un año, tiempo suficiente para que se pueda cumplir las metas y objetivos planteados en la propuesta del plan de marketing turístico de la Ruta Naranja de la ciudad de Loja, Cantón Loja, Provincia de Loja.

La investigación está estructurada de la siguiente forma: La portada, el resumen que hace referencia a todo el trabajo de investigación; la introducción que indica en forma general el turismo en el Ecuador, los atractivos turísticos de la Ruta Naranja, la estructura y los principales resultados de la investigación; la revisión de literatura que indica la parte teórica de los conceptos utilizados; los materiales y métodos utilizados en todo el proceso; los resultados, en donde muestra el desarrollo de la propuesta de un plan de marketing turístico para la Ruta Naranja de la ciudad de Loja, cantón Loja; la discusión que es un análisis de los resultados obtenidos; las principales conclusiones a las que se ha llegado y las recomendaciones en mejora de la Ruta; la bibliografía utilizada en todo el trabajo de investigación y los anexos.

4. REVISION DE LITERATURA

4.1. Marco Conceptual

4.1.1. Turismo

El conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de lugar de residencia, siempre que dichos desplazamientos y estancias no estén motivadas por una actividad lucrativa. (ESCOBAR, 2011). El turismo se constituye en uno de los desplazadores de masas más significativos del mundo, además de que es uno de los mayores generadores económicos para los países receptores, en general aportando al crecimiento económico anual a nivel mundial, creando negocios, destinos, plazas de trabajo y nuevas actividades de entrenamientos, conocimientos y tecnología, apoyando al desarrollo de la cultura y la identidad.

4.1.2. Atractivo turístico

Son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. Esta misma metodología clasifica los atractivos turísticos por categoría, (sitios naturales y manifestaciones culturales) y varios tipos y subtipos (PLANDETUR 2020, 2010). Este tipo de recursos turísticos son idóneos para su explotación turística, por supuesto contando con lo necesario para el disfrute y comodidad del turista.

4.1.3. Destino Turístico

Es el país, región o ciudad hacia el que se dirigen los visitantes, teniéndolo como su principal objetivo, además como la concentración de instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas. (Sancho, 2011).

4.1.4. Oferta turística

Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo. (Sancho, 2011)

4.1.5. Demanda turística

El número total de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y de residencia habitual. (Sancho, 2011)

4.1.6. Ruta turística

La ruta turística es una propuesta estandarizada de lugares, actividades a realizar en una zona bajo régimen, tiempos y duración de visitas flexibles. Son una modalidad de los productos turísticos que basado en un itinerario previo facilita la orientación del pasajero en el destino.(UNIVERSIDAD AUSTRAL DE CHILE. Escuela Administración Empresas de Turismo, 2012). Las rutas turísticas no son más que una tour con principio y final, siempre siendo el centro de estos, sitios o atractivos turísticos de relevancia de la ciudad o país, en la que se mezcla tanto cultura, naturaleza e historia, es una forma rápida de conocer lo más relevante de una población.

4.1.7. Marketing

Marketing es un concepto que parece ya definitivamente asociado al idioma empresarial comercial y cotidiano, aunque no siempre tiene el mismo significado o alcance para todos, es un conjunto de técnicas que están orientadas a anticipar, identificar y satisfacer las necesidades del consumidor, facilitan el logro de los objetivos empresariales de forma rentable.

En el mercado existen dos partes: la oferta que concibe, produce y vende productos o servicios y la demanda que compra y consume esos productos o servicios, la función del marketing es poner en contacto estas dos partes

y debe facilitar el intercambio entre ellos de forma satisfactoria y rentable para ambos. (MACHIN, 2009). El marketing viene a constituir en una de las formas más utilizadas a la hora de realizar un negocio o lanzar un producto, debido a su amplia gama de opciones para llegar al cliente y satisfacer sus deseos.

4.1.8. Marketing Turístico

El marketing turístico es la parte del marketing encargada de guiar la comercialización de los productos o servicios de las empresas y organizaciones que integran el sector turístico. Para ello deberá estudiar al consumidor turístico sus necesidades y deseos. Además, deberá conocer las características de los mercados y los entornos que rodean a las empresas, organizaciones del sector turístico, las estrategias, y acciones de marketing a aplicar para el aprovechamiento, diseño, creación, distribución y comunicación de productos y servicios turísticos, de manera que satisfagan al turista mejor que sus competidores y así conseguir los objetivos de rentabilidad. (LOPEZ LOPEZ, 2012). Este marketing permite conocer el mercado y entenderlo para llegar al objetivo de formar una oferta atractiva para el turista, agregándole variedad, competitividad, para conseguir clientes que estén dispuestos a consumir el producto o servicio.

4.1.9. Marketing Mix

El marketing mix constituye un instrumento de la acción de marketing que permite medir y controlar la eficacia de sus componentes como para identificar el mejor empleo o mezcla de sus componentes, y toda ejecución sea realmente eficaz y eficiente basándose en una planificación con anterioridad (SORIANO SORIANO, 2011). Es decir la finalidad del marketing mix es desarrollar una estrategia específica que permita integrar plaza, precio, distribución y promoción de la mejor forma para poseer un producto o servicio en el mercado con éxito.

4.1.9.1. Producto

En lo que respecta al producto las acciones prácticas a realizar pueden agruparse en cinco áreas:

LANZAMIENTO de productos o líneas de productos completamente nuevos para la empresa.

ADICIONES a las líneas de productos existentes, nuevas fórmulas o versiones, tamaños, variantes en los servicios, etc.

REPOSICIONAMIENTO de los productos existentes mediante acciones que impliquen la incorporación de modificaciones al producto en sí.

MEJORAS Y MODIFICACIONES de los productos existentes que no impliquen un cambio en la percepción básica que tienen los consumidores de los mismos; es decir que no se produzca el reposicionamiento del producto: adición de nuevos ingredientes, variación en los servicios.

REDUCCIÓN DE COSTES, mediante acciones debidamente planificadas que coloquen al producto en posición de competir mejor en el mercado.

4.1.9.2. Plaza

En base al libro Marketing mix, concepto, estrategia y aplicaciones menciona que la plaza o también denominada distribución Es la estructura interna y externa que permite establecer el vínculo físico entre la empresa y sus mercados para permitir la compra de sus productos o servicios. (SORIANO SORIANO, 2011). Según análisis, este punto desea poseer de forma más directa y eficaz el producto o servicio al alcance de los consumidores potenciales con el fin de que puedan adquirirlos para su uso.

4.1.9.3. Precio

Monto de dinero que están dispuestos a pagar los consumidores o usuarios para lograr el uso, posesión o consumo de un producto o servicio

específico. Tiene como objetivo asegurar un nivel de precio para el producto o servicio establecidos con anterioridad. (SORIANO SORIANO, 2011) El precio juega un papel muy importante en la comercialización y promoción de un producto y servicio, ya que, dependiendo de este, su demanda será más grande, por ende, garantizando el éxito del mismo.

4.1.9.4. Promoción

Son las actividades que realiza la empresa mediante la emisión de mensajeros que tienen como objetivos dar a conocer sus productos, servicios, y ventajas competitivas con el fin de provocar la compra de los consumidores.

Dentro de este elemento se plantean dos objetivos:

INFORMAR: distribuir información, dar a conocer la existencia del producto, ganar exposición de marca, eliminar barreras de comunicación entre la empresa y sus consumidores creando imagen de marca.

CREAR INDUCCION DE COMPRA: comunicar las potencialidades de los productos y servicios para satisfacer determinados deseos y necesidades.(SORIANO SORIANO, 2011)

4.1.10. Plan de Marketing

4.1.10.1. Definición Plan de Marketing

El plan de marketing es una planificación estratégica siendo parte esencial y básica en el proceso global de gestión empresarial, también es fundamental, el diseño, articulación ejecución, y control de las acciones concretas y específicas, que en coherencia con las estrategias adoptadas, permitirán alcanzar los objetivos generales. El plan pone en movimiento todas y cada una de las formulaciones más o menos abstractas y generales establecidas en el proceso de planificación estratégica en una forma combinada, sistemática y ordenada.(GARCIA OJEDA, 2012)

4.1.10.2. Finalidad Plan de Marketing

Descripción del entorno de la empresa: Permite identificar el mercado, sus competidores, código vigente, condiciones económicas, situación tecnológica, demanda prevista, así como los recursos disponibles.

Control de la Gestión: Pronostica la posible planificación, cambios y los desvíos necesarios para superarlos, permitiendo encontrar nuevas vías que lleven a los objetivos deseados. Asiente así, ver con claridad la diferencia entre lo planificado y lo que realmente está sucediendo.

Alcance de los objetivos: La programación del proyecto es sumamente importante y, por ello, todos los implicados han de comprender cuáles son sus responsabilidades y como encajan sus actividades en la estrategia.

Captación de recursos: De hecho, es para lo que se usa el Plan de Marketing en la mayoría de las ocasiones.

Optimizar el empleo de recursos limitados: Las investigaciones efectuadas para realizar el Plan de Marketing y el análisis de las alternativas estratégicas estimulan a reflexionar sobre las circunstancias que influyen en el proceso a desarrollar.

Organización y temporalidad: En cualquier proyecto es fundamental el factor tiempo, casi siempre existe una fecha de terminación que debe ser respetada. Es, por ello, importante programar las actividades de manera que puedan aprovecharse todas las circunstancias previsibles para llevar a cabo el plan dentro de los plazos fijados.

Analizar los problemas y las oportunidades futuras: El análisis detallado de lo que se quiere hacer mostrará problemas en los que no se había pensado al principio. Esto permite buscar soluciones previas a la aparición de los problemas. Asimismo, permite descubrir oportunidades favorables que se hayan escapado en un análisis previo. (DIAZ DE VEGA, 2014)

4.1.10.3. Elementos Plan de Marketing

Análisis: en base a todo y todos, es decir, iniciando en la Investigación y terminando en él, se realiza una escrupulosa estudio de aquellos elementos que perturban a la estrategia de las empresas. Desde aquellos elementos externos como el ambiente de los mercados hasta los elementos internos como el escenario de la empresa. Se colocan en valor los resultados para poder conseguir una herramienta a la hora de tomar decisiones.

Planteamiento de Objetivos: Los objetivos en un plan de marketing, son la base que argumentan las estrategias, y merece la pena definirlos de manera detallada y muy razonada. Los objetivos deben ser específicos porque basados en ellos estarán las estrategias y planes a llevar a cabo.

Segmentación: Se debe tener muy claro quién o quiénes son los actuales o potenciales clientes/usuarios/buyers/ objetivos de cada empresa. En la medida en que seamos capaces de segmentar, dividir y delimitar con la mayor precisión a quien nos dirigimos, la efectividad en las acciones planteadas será mucho mayor.

Adaptación y flexibilidad: De todas las operaciones a realizar en aquellos objetivos que se han segmentado antes. Hoy en día se puede acceder a todo ya sea en el mundo físico o en el virtual, y es fundamental para conseguir el éxito, que las acciones que se lleven a cabo estén personificadas en la mayor medida posible, porque eso acercará a los objetivos planteados y permitirá establecer medidas correctoras en un breve espacio de tiempo si es necesario. Por supuesto esto proporcionará otro de los factores más importantes, que es diferenciación sobre la competencia.

Planificación: Es la que permite llevar a cabo la correcta ejecución de las campañas y acciones en cada una de ellas teniendo tiempo y margen de reacción en caso de que sea necesario.(DIAZ DE VEGA, 2014)

Para las autoras Carmen Ojeda y Patricia Mármol en su libro Marketing Turístico citan como elementos del plan de marketing los siguientes:

Los objetivos comerciales: Se definen después de realizar los estudios e investigaciones pertinentes (análisis de la situación interno y externo)

Las políticas comerciales: Deben estar en consonancia con la política general de la empresa, que según los objetivos previamente fijados definen la actividad y ejecución empresarial.

Las acciones a ejecutar por la empresa: Estarán programadas según el tiempo establecido para el plan el marketing y evaluadas desde el punto de vista financiero.

Los mecanismos de control: Se deben establecer según las decisiones comerciales aprobadas y las posibles desviaciones de los objetivos (OJEDA GARCIA & MARMOL SINCLAIR , 2012)

4.1.11. Análisis y diagnóstico turístico

El diagnóstico, de manera general se entiende como la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y demanda turísticas en el destino.

Desde este punto de vista, se ha identificado que el diagnóstico sirve para tres propósitos muy concretos:

1. Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones.
2. Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos actualizados.
3. Establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística. (RICAURTE QUIJANO, 2009)

4.1.12. Análisis FODA

“F.O.D.A es sistematizar la información ambiental y organizacional mediante el empleo de un análisis de la situación, este proceso consiste en encontrar una concordancia estrategias entre las oportunidades externas y las fortalezas internas que a la vez trabaja al con las amenazas externas y debilidades internas para la toma de decisiones estratégicas de un producto o servicio.”(WHEELEN & HUNGER J, 2009). Es una herramienta que permite obtener un diagnóstico preciso que asienta en función de tomar decisiones y acciones en base a las políticas y objetivos

Sus variables, fortalezas como debilidades son internas por lo que se actúa directamente sobre ellas. Por otro lado las oportunidades y las amenazas son externas, siendo difíciles cambiarlas.

1. Fortalezas Se convierten en las capacidades especiales que posee la empresa, por las que cuenta con una posición predilecta ante la competencia. Habilidades que se poseen, y recursos que se controlables.

2. Oportunidades Resultan ser los factores positivos, favorables, aprovechables, que se deben descubrir en el entorno en el cual se desenvuelve la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

3. Debilidades Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente.

4. Amenazas Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización. (GLAOVSKY,H, 2009)

4.1.13. Matriz MEFE

“La matriz de evaluación de los factores externos (MEFE) permite a los estrategias resumir y evaluar información económica, social, cultural,

demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva. “ (CONTRERAS, 2009) Este análisis de evaluación de factor externo permitirá a los estrategas resumir y evaluar toda la información externa, como son las variables ambientales decisivas, predicciones ambientales determinantes y la matriz de perfil competitivo.

4.1.14. Matriz MEFI

“Este instrumento permite formular estrategias, resúmenes y evaluación de las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de un proyecto y además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas. “(CONTRERAS, 2009)

4.2. Marco referencial

4.2.1. Cantón Loja

4.2.1.1. Antecedentes

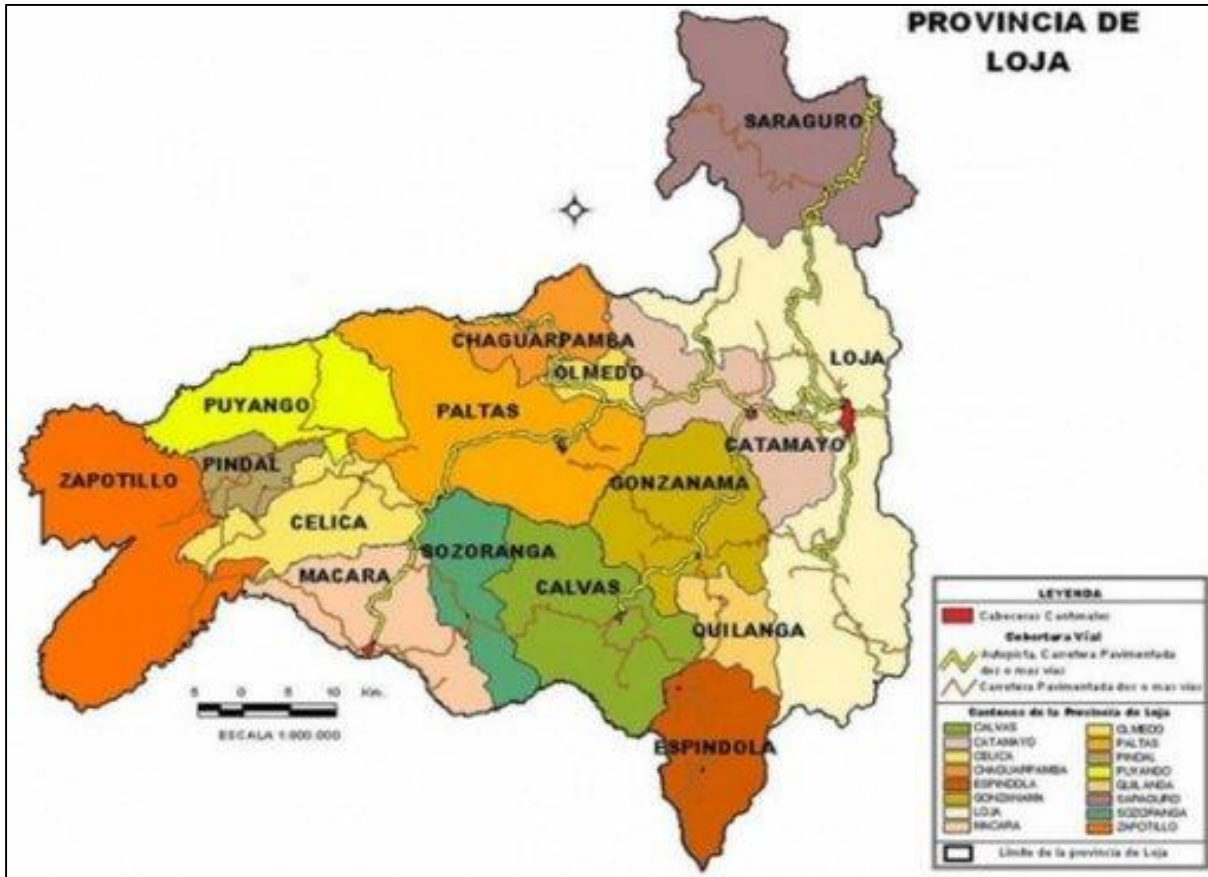
Según el Dr. Marco Plasencia en su estudio sobre la Cultura Lojana cita “La sociedad y la cultura de Loja, cantón y provincia provienen de cuatro vertientes: la más antigua corresponde a la de los primeros habitantes del territorio provincial, según investigaciones son aquellos quienes los primeros cronistas españoles llamaron paltas; la segunda vertiente es la de procedencia incásica, presente en el territorio provincial desde la séptima a octava década del siglo XV, la tercera la de procedencia europea estimada en 1548, y la cuarta la de procedencia africana que advino simultáneamente con la ibérico –europea.” (GAD, 2012)

4.2.1.2. Ubicación Geográfica

El cantón de Loja se encuentra ubicada al norte con la provincia de Zamora Chinchipe y los cantones Saraguro (provincia de Loja) y Portovelo (provincia de El Oro); al este y sur con la provincia de Zamora Chinchipe, y al oeste con los cantones lojanos Espínola, Quilanga, Gonzanamá y

Catamayo. 03° 39' 55" y 04° 30' 38" de latitud Sur (9501249 N – 9594638 N); y, 79° 05' 58" y 79° 05' 58" de longitud Oeste (661421 E -711075 E).

FIGURA N°1: Mapa Politico de la Provincia de Loja.
Ubicación geografica del canton Loja.

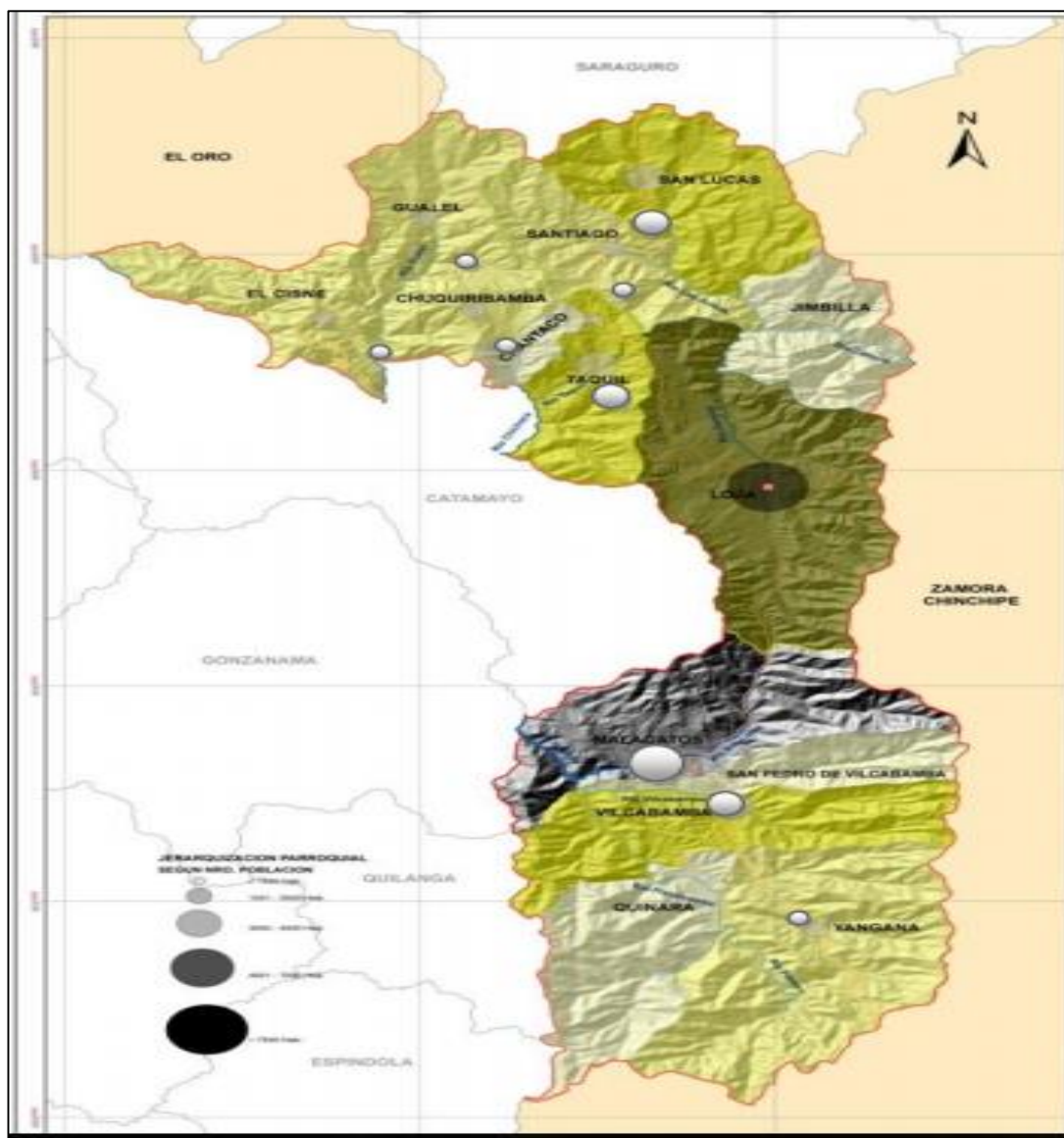


Fuente: Ordenamiento territorial del Ecuador
 Elaboración: Ordenamiento territorial del Ecuador

4.2.1.3. División política

El cantón Loja está dividido en zonas administrativas como forma de organizar administrar la población y los recursos, con el cual define sus límites administrativos, Loja se encuentra conformada por trece parroquias rurales y tres parroquias urbanas.

FIGURA N°2: Mapa Politico del Cantón Loja



Fuente: SENPLADES 2010

Elaboración: Equipo técnico del PDOT-Cantón Loja.

4.2.2. Ciudad de Loja

4.2.2.1. Reseña histórica

La ciudad de Loja fue fundada inicialmente en el valle de Catamayo, un área que ahora ocupa el aeropuerto La Toma. Debido a la alta incidencia de malaria y a un devastador terremoto, la ciudad debió ser trasladada de este valle hasta su enclave actual. Fue reconstruida entre las majestuosas

y verdes montañas de la Sierra sur varios años después de su destrucción por lo que su fecha oficial de fundación es el 8 de diciembre de 1548. Su fundador fue el capitán español Alonso de Mercadillo. Con casi 500 años, Loja es una de las ciudades más antiguas del Ecuador. Su edad se evidencia en su arquitectura colonial, sus calles estrechas, y sus casas de siglos anteriores.

Fundación: 08 de Diciembre de 1548 por el capitán Alonso de Mercadillo.

Independencia: 18 de Noviembre de 1820 en la Plaza de San Sebastián.

4.2.2.2. Ubicación geográfica y Límites

La ciudad de Loja limita: al Norte con el cantón Saraguro, al Sur y al Este con la Provincia de Zamora Chinchipe, y al Oeste con parte de la Provincia de El Oro y los cantones de Catamayo, Gonzanamá, Quilanga.

4.2.2.3. Extensión

Es el mayor de los 16 cantones de la provincia de Loja, seguido de Zapotillo, Paltas y Saraguro, cubre una extensión de 1883 km², equivalente al 17 % del territorio provincial (11.027 km²).

4.2.2.4. Atractivos turísticos culturales.

Museos

- Museo del Banco Central
- Museo de las Madres Conceptas
- Museo de Arqueología y Lojanidad de la UTPL
- Museo de la Música del Centro Cultural Pío Jaramillo Alvarado
- Museo de Matilde Hidalgo de Procel

Monumentos más destacados de la ciudad

- Monumento a Segundo Cueva Celi

- Monumento a Emiliano Ortega Espinosa
- Monumento a Cristóbal Ojeda Dávila
- Monumento a Manuel de Jesús Lozano
- Monumento Marco Antonio Ochoa
- Monumento a Salvador Bustamante Celi
- Monumento a Pío Jaramillo Alvarado
- Monumento a Benjamín Carrión
- Monumento a Manuel Carrión Pinzano
- Monumento a Simón Bolívar
- Monumento a Alonso de Mercadillo
- Monumento a Bernardo Valdivieso
- Monumento a Isidro Ayora

Parques

- Parque Recreacional Jipiro
- Parque Recreacional Orillas del Zamora
- Parque Lineal la Tebaida
- Parque Pucará
- Parque Daniel Álvarez Burneo
- Parque Nacional Podocarpus
- Parque de Zamora Huaico
- Jardín Botánico Reinaldo Espinosa

Acontecimientos programados en la Ciudad de Loja

- Feria de Integración fronteriza Ecuatoriana-Peruana
- Romería de la virgen de El Cisne
- Jueves cultural

4.2.2.5. Planta turística del cantón Loja

Loja cuenta con una planta turística de calidad y adecuada para el turista es decir hoteles de renombre y categoría desde 1 a 4 estrellas, restaurantes, bares, esparcimiento, centros de salud, seguridad, transporte terrestre y aeropuerto.

En el cantón Loja, la planta turística según el catastro se cuenta con 85 establecimientos de alojamientos decir 5,817 plazas, 1 terminal terrestre provincial e interprovincial, 1 aeropuerto, 180 establecimientos de alimentos y bebidas con 6,975 plazas y 54 establecimientos de esparcimiento con 10,190 plazas; tal información demuestra que la planta turística es bastante amplia, contando con un mayor número de establecimientos en alimentos y bebidas.

5. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1. Materiales

Los materiales que se utilizaron en la presente investigación, fueron los siguientes:

- Hojas de papel
- Esferográfico
- Borrador
- Carpetas
- Calculadora
- Computador
- Cámara de fotos

5.2. Métodos

Para la realización del presente proyecto se necesitó de algunos métodos que ayudaron al desarrollo del mismo para ello se utilizaron los siguientes métodos.

◆ **Método Analítico - Sintético:** Se lo utilizo para realizar el análisis entre forma teórica y práctica del proyecto y luego para crear una síntesis de las conclusiones y recomendaciones al realizar el informe final de la propuesta de un plan de marketing para la Ruta Naranja de la Ciudad de Loja.

◆ **Método Histórico:** Se lo aplicó para la recolección de información y antecedentes históricos de la Ruta Naranja y sus atractivos más importantes, como referencia para desarrollar el plan de marketing turístico.

◆ **Método Inductivo:** Se lo aplico para realizar el estudio de mercado que permitió elaborar el plan de marketing turístico que está dirigido al desarrollo de la Ruta Naranja de la ciudad de Loja.

- ◆ **El método deductivo:** se usó para recoger los datos generales y llegar a conclusiones de carácter particular, para esto se necesitó recopilar toda la información sobre Ruta Naranja de la ciudad de Loja y establecer los más sobresalientes de sus atractivos turísticos que lo conforman.

5.3. Técnicas

- ◆ **Entrevista:** Se le realizó a la jefa de la Unidad de Turismo del Municipio de Loja, la Ing. Paola Ruiz Ochoa y al jefe del ITUR el Ing. Rocky Armijos, los mismos que nos brindaron información necesaria para la elaboración de la propuesta de un plan de marketing turístico, mediante las entrevistas se analizó la situación actual de la Ruta Naranja de la ciudad de Loja.

- ◆ **Observación Directa:** Con esta técnica se logró observar directamente el objeto u área de estudio, como captar los datos históricos, culturales, turísticos y fotografías de la Ruta Naranja de la ciudad de Loja que será el centro de atención en el plan de marketing turístico.

- ◆ **Encuesta:** Es un método de recolección cuyo instrumento se utilizó para recopilar información por medio de preguntas cerradas, cuyas se obtuvieron por forma escrita con el propósito de resolver el problema de investigación, para determinar y cuantificar las variables relacionadas con el trabajo de investigación, las mismas que fueron realizadas a 399 personas.

- ◆ **Población:** Esta técnica fue necesaria para obtener el número exacto en encuestas que fueron aplicadas a los pobladores de la ciudad de Loja.

Para la aplicación de la muestra se tomó en cuenta la siguiente fórmula que permite medir universos finitos:

- **Muestra**

Para determinar el número de encuestas a aplicar se trabajó con la cifra de la Población Económicamente Activa (PEA) del cantón Loja, este dato fue obtenido del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), y por medio de la fórmula que a continuación de describe se pudo establecer el número de personas, así se tiene:

- Fórmula a aplicar (menos de 100,000 habitantes) para calcular la muestra:

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra

z= nivel de confianza (1.96) 2

p= probabilidad a favor (0.50)

q= probabilidad en contra (0.50)

e= margen de error de estimación (0.005) 2 = 0.0025

N= universo proyectado

Entonces:

- PEA Cantón Loja = 93955 habitantes (según proyección al 2015 de la PEA 2010, cifra de 91978 habitantes, IP del 0.42).

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{1.962 * 93955 * 0.5 * 0.5}{0.0025 * (93955 - 1) + 0.0025 + 1.962 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3.8416 * 93955 * 0.25}{0.0025 * 93954 + 3.8416 * 0.25}$$

$$n = \frac{90234.38}{234.885 + 0.9604}$$

$$n = \frac{90234.38}{235.8454}$$

$$n = 384$$

Una vez despejada la fórmula, se determinó que el número de encuestas a aplicar fueron trescientas ochenta y tres (384) dirigidas a la Población Económicamente Activa del cantón Loja, provincia de Loja.

5.4. Metodología para el desarrollo de los objetivos

Para cumplir con el primer objetivo específico; Realizar un Diagnóstico de la situación actual de la “Ruta Naranja de la ciudad de Loja”, se aplicaron entrevistas a los responsables del turismo del Cantón de Loja y encuestas a la población las mismas que para conseguir el número exacto de encuestas se tomaron del registro de INEN realizado en el 2010 y proyectado hasta el año 2015 que permitieron tomar la muestra y referencias sobre el desconocimiento que existe del Ruta Naranja, además utilizando la técnica de observación directa, y recolección de información obtenida de diversas fuentes, como también los métodos analítico - sintético, e histórico y lógico, y finalmente se realizó la matriz F.O.D.A. y de

Estrategias que permitió obtener de una forma específica las necesidades del tema en estudio.

Para el cumplimiento del segundo objetivo: Propuesta de un plan de marketing turístico para la Ruta Naranja de la ciudad de Loja, cantón Loja, provincia de Loja, se utilizó el método científico el método inductivo-deductivo, que permitieron realizar la propuesta buscando una solución a los problemas de promoción y marketing que se enfrenta la Ruta Naranja de la ciudad de Loja, para lograr darle el realce y el sitio que merece entre los atractivos turísticos del cantón Loja.

Para cumplir el tercer objetivo: Socializar la propuesta del plan de marketing turístico para la Ruta Naranja de la ciudad de Loja, cantón Loja, provincia de Loja, se lo presento a las autoridades turísticas, actores turísticos y público en general mediante la exposición de diapositivas con el propósito de dar a conocer el plan de publicidad para la Ruta Naranja.

6. RESULTADOS

6.1. Objetivo 1: Diagnóstico de la situación actual de la Ruta

Naranja de la Ciudad de Loja, Cantón Loja, Provincia de Loja.

6.1.1. Análisis externo

a) Factor Demográfico:

El factor demográfico se centra en los factores sociales de la población. La demografía es el análisis de la población por rangos, etnias, actividades socioeconómicas, estado civil y posición familiar; los cambios de la población, alumbramientos, uniones matrimoniales y defunciones; esperanza de vida, estadísticas migratorias, delincuencia y educación.

En el factor demográfico a continuación se proyectara la población desde el año 2010 al año 2015 del Ecuador, conjuntamente con el cantón y ciudad de Loja, que es el sitio donde se desarrolla el presente trabajo investigativo.

Esta proyección nos ayudara a ver de forma más precisamente el mercado al que vamos a presentar la propuesta para así llegar de una forma más veraz y oportuna.

Población del Ecuador: Según Censo de Población y Vivienda que se realizó en el año 2010, la población alcanzó los 14.483.499 habitantes. La tasa de crecimiento demográfica anual en el Ecuador es de 1.95% de acuerdo al INEC.

CUADRO N°1: Población de Ecuador: Proyección año 2010-2015

AÑO	POBLACION	MUJERES	HOMBRES
2010	15.012.228	7.568.353	7.443.875
2011	15.266.431	7.698.755	7.567.676
2012	15.520.973	7.829.061	7.691.912
2013	15.774.749	7.958.814	7.815.935
2014	16.027.466	8.087.914	7.939.552
2015	16.278.844	8.216.234	8.062.610

Fuente: INEC. Censo 2010

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Según datos del INEC el Ecuador en el año 2010 tiene una población de 14, 483.499, con una tasa de crecimiento de 1,95%, las mujeres ocupan el (50.44%) los hombres ocupan el (46.56%). (INEC, INEC, 2010)

La edad media que tiene el Ecuador es de 28,4 años. La población se identifica como:

- Mestizo 71,9%
- Montubio 7,4%
- Afro ecuatoriano 7,2%
- Indígena 7,0%
- Blanco 6,1%

CUADRO N°2: Población del Cantón Loja. Proyección año 2010-2015

CANTON	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Loja	222.830	227.913	233.039	238.171	243.321	248.473

Fuente: INEC. Censo 2010

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

La población del cantón Loja según la proyección para el año 2015 es de 248.473 habitantes, teniendo un incremento poblacional con relación al año 2010 que fue de 222.830 hab.

Sus habitantes en su gran mayoría son mestizos, montubios, blancos, entre otros. Se dedican a la ganadería, en menos escala la agricultura, además de trabajar en empleos gubernamentales siendo trabajadores calificados.(INEC, INEC, 2010)

- **Población Económicamente Activa (PEA) del cantón Loja.**

Según el Censo de Población y Vivienda del año 2010, la Población Económicamente Activa (PEA) del cantón Loja es de 91.978 personas, representando el 43 por ciento del total de la población. Si comparamos con el año 2001, se puede establecer que la PEA se ha incrementado en un 49 por ciento, no así, la población total que ha crecido en un 22.7 por ciento.

En el año 1990 la PEA del sector primario representaba el 25.3% de la población total, para el año 2001 se reduce al 19.8% y en el año 2010 representó el 12.6%; en veinte años la PEA dedicada principalmente a agricultura y ganadería ha disminuido casi a la mitad, es decir que existe un abandono de esta actividad, debido a la migración campo-ciudad, motivada por la ausencia de políticas de fomento de este sector. De continuar esta tendencia, en 20 años más, la población dedicada a la agricultura y ganadería será mínima, representada quizá por población envejecida, ya que la población joven continúa en la búsqueda de mejores condiciones de vida en áreas urbanas.

De acuerdo al Censo Económico realizado por el INEC en el año 2010, en el cantón Loja existen 11.694 establecimientos, distribuidos en los diferentes sectores de la economía. Las principales actividades económicas en orden de importancia son: 1) el comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas con el 53,4 por ciento, y dentro de este sector, según el mismo Censo, el 97 por

ciento corresponde al comercio al por menor, y tan sólo el 3 por ciento corresponde al comercio al por mayor; 2) industrias manufactureras con el 9.3% y 3) actividades de alojamiento y de servicios de comidas con el 9.3% por ciento. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Loja, 2011, pág. 343)

b) Factor Económico:

Dentro del factor económico se verificara las variaciones que se ha tenido en los últimos tres años, es decir 2013, 2014 y 2015 con respecto al PIB (Producto interno bruto), la tasa de inflación anual y el crecimiento económico en el Ecuador.

CUADRO N° 3: PIB (Producto interno bruto)/Años

2013	2014	2015 (Ene-Mar)
4,6%	3,8%	4,1%

Fuente: Banco Mundial 2015
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Tras recuperarse de los efectos de la crisis global, la economía ecuatoriana ha alcanzado un fuerte crecimiento en los últimos años. En 2013 y 2014 el crecimiento del PIB alcanzó tasas de crecimiento del 4,6% y el 3,8%, respectivamente, aunque desacelerándose progresivamente. (Mundial, 2015) A partir del primer trimestre del año 2015 que comprende los meses de enero, febrero y marzo el PIB se ubica en el 4,1% dando a entender que existen posibilidades de que se mantenga o aumente al finalizar el año.

CUADRO N° 4: Tasa de inflación/Años

2013	2014	2015 (Ene-Mar)
2,70%	3,67%	3,76

Fuente: Banco Mundial 2015
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

La tasa anual de inflación de Ecuador fue de 2,70% en el 2013, frente al 3,67% en el 2014. La división de Alimentos y Bebidas no alcohólicas es la que más contribuyó en la variación mensual del IPC con el 27,74% del total, seguida de Recreación y Cultura con el 19,27%.

Para el primer trimestre del 2015, la tasa de inflación de Ecuador se aceleró a 3,76. En general las divisiones de alimentos y bebidas no alcohólicas y la de restaurantes y hoteles fueron las que más contribuyeron a la variación de los precios en los meses de enero, febrero y marzo. (Cifras, 2015)

CUADRO N° 5: Crecimiento económico/Años

2013	2014	2015 (Ene-Mar)
4,9%	4,0%	3,5%

Fuente: Banco Mundial 2015

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Ecuador en términos de crecimiento económicos, ha vivido una serie de cambios. Durante el año 2013, el país obtuvo un crecimiento del 4,9% uno de los más altos de la región, seguido de un 4,0% un bajo crecimiento comparado al año anterior debido a varios factores como retrasos en financiamiento externo y que se espera un aumento en la importación de derivados del petróleo. En el primer trimestre del 2015, es decir los meses de enero, febrero y marzo el país registra un crecimiento del 3,5% el más bajo en cinco años, por una caída en las inversiones y el bajo desempeño de las principales economías regionales.

c) Factor Político:

El factor político garantiza la aplicación de leyes y normas que rigen un estado o lugar, en las cuales nos vemos obligados a cumplir en busca de un beneficio en sociedad.

El Ministerio de Turismo del Ecuador ha diseñado el documento **PLANDETUR 2020** (Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador hasta el 2020), el busca potenciar en los próximos trece años un desarrollo sostenible integral con visión sectorial para el entorno del turismo sostenible en el Ecuador, además busca potenciar un desarrollo entre el humano en armonía con la naturaleza y con una base institucional sólida. (Paguay, 2012)

Dentro de los objetivos del PLANDETUR 2020, el que se relaciona directamente con el trabajo investigativo en desarrollo es **“Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales.”** (Ministerio de Turismo, 2010), ya que mi tesis titulada “Propuesta de un Marketing Turístico para la Ruta Naranja de la ciudad de Loja, cantón de Loja, provincia de Loja”, se enfoca en aprovechar los atractivos culturales que la componen, y a la vez implementando tecnologías como aplicaciones móviles, el mejoramiento de la infraestructura y condiciones de los atractivos a lo largo de la ruta, dándole a los turistas un atractivo turístico de calidad conjuntamente con servicios, generando de esta manera una oferta turística competitiva a nivel local, regional y nacional.

d) Factor Socio cultural:

Se utiliza el término sociocultural para hacer referencia a cualquier proceso o fenómeno relacionado con los aspectos sociales y culturales de una comunidad o sociedad. De tal modo, un elemento sociocultural tendrá que ver exclusivamente con las realizaciones humanas que puedan servir tanto para organizar y darle significado a la vida comunitaria.

e) Factor Social:

Entre los mayores problemas que enfrenta el cantón Loja, se encuentran la falta de abastecimiento de agua potable, la generación de desechos sólidos se incrementa todos los días, el sistema vehicular saturado, la infraestructura sanitaria ha cumplido su vida útil y no está completa; además, los gobiernos locales cuentan con escasos recursos para invertir en obras de gran envergadura, para enfrentar estos problemas

Otro de los problemas sociales, es la desigualdad y pobreza que tiene el cantón de Loja, siendo muy notoria entre la zona urbana y la rural, de las 214.855 personas habitantes en el cantón Loja, 36.485 (17.3%) son pobres por Necesidades Básicas Insatisfechas –NBI- Extremo. 55.650 (26.3%) son pobres por NBI no extremo y 119.238 (56.4%) no son pobres.; a esto hay que agregarle los problemas viviendas que sufren cientos de familias; el alcoholismo y la deserción escolar; y por supuesto la migración interna y externa Otro de los problemas sociales, es la desigualdad y pobreza que tiene el cantón de Loja, siendo muy notoria entre la zona urbana y la rural, de las 214.855 personas habitantes en el cantón Loja, 36.485 (17.3%) son pobres por Necesidades Básicas Insatisfechas –NBI- Extremo. 55.650 (26.3%) son pobres por NBI no extremo y 119.238 (56.4%) no son pobres.; a esto hay que agregarle los problemas viviendas que sufren cientos de familias; el alcoholismo y la deserción escolar; y por supuesto la migración interna y externa, siendo la principal causa de la emigración la necesidad de conseguir un trabajo.

En esta perspectiva, los principales destinos fueron las provincias de Pichincha, Sucumbíos, El Oro, Zamora Chinchipe y Guayas, además de la capital provincial. De acuerdo con la información de la Policía de Migración en Loja, se puede establecer que el año 2003 es en el que se alcanzó el mayor número de lojanos/as que salieron de la provincia de Loja (17.854), año a partir del cual, empezó a disminuir el número de emigrantes, 15.799 en el 2004 y 14.875 en el 2005; situación que pudo obedecer al incremento

de los controles para salir del país e ingresar a Europa o Estados Unidos.(UNL, 2013)

f) Factor cultural:

El cantón de Loja es conocido por sus variedades de atractivos turísticos culturales y naturales, sean iglesias, calles, parques, casas, museos, parroquias y bosques.

A continuación diez atractivos turísticos del cantón Loja.

CUADRO N°6: FICHA DE RESUMEN DEL PARQUE JIPIRO

Nombre del Atractivo: Parque Recreacional Jipiro		Jerarquía: I
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Realizaciones artísticas contemporáneas	Subtipo: Monumento Arquitectónico
Provincia: Loja	Catón: Loja	Localidad: Av. Salvador Bustamante C.
 <p style="margin-top: 5px;">Figura N°: 3 Fuente: Observación Directa Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos</p>		<p>Ubicación: Se ubica en la Av. Salvador Bustamante Celi, norte de la ciudad de Loja.</p>
<p>Características: La Unidad Parque Recreacional Jipiro (que en el idioma palta significa, lugar de descanso), constituye una de las principales atracciones de Loja. Es conocido también como el parque de la Universalidad Cultural. Este parque sobresale por tener una gran variedad de réplicas de construcciones famosas y esculturas de las diferentes culturas del mundo como el Baño de la Ñusta (Inca), Choza Shuar, Los Feriantes, Los Saraguros, Mezquita Árabe, Pirámide Maya, Puente Colonial, Puerta del Sol, Templo indomalayo, Torre Eiffel.</p> <p>En aproximadamente 10 hectáreas, ofrece un acogedor parque náutico con laguna, cisnes, patos, escenario para eventos, botes, bares, restaurantes, canchas y espacios para camping.</p> <p>Entre los atractivos que podemos mencionar dentro del parque Jipiro son: Réplica de la Catedral de San Basilio, Pagoda China (Muelle Bar), Réplica de la Catedral de San Basilio, Réplica de la Catedral de San Basilio, Mezquita Árabe, Puente de Estilo Indo ibérico e Iberoamericano, Chozones de Estilo Bantú o Africano, Castillo Euro latino, Pirámide Maya, Puerta del Sol, Baño de la Ñusta Torre Eiffel, Venus de Jipiro.</p>		
<p>Recomendaciones: Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, ropa cómoda y abrigada, bloqueador solar y zapatos cómodos.</p>		
<p>Actividades turísticas: Se puede realizar actividades como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • Exposiciones y eventos artísticos. 		

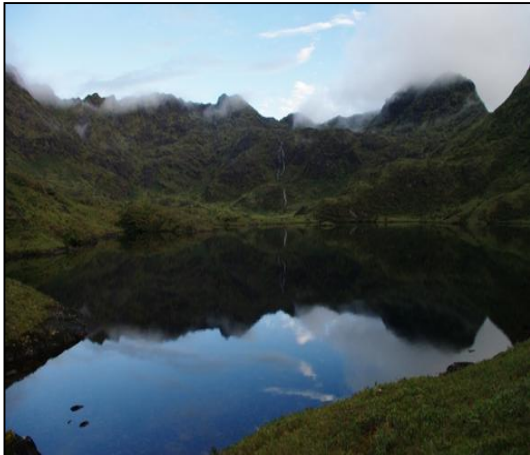
Fuente: Área de Regeneración Urbana del Municipio de Loja.
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

CUADRO N°7: FICHA DE RESUMEN DEL JARDIN BOTANICO R.E.

Nombre del Atractivo: Jardín Botánico Reinaldo Espinosa		Jerarquía: I
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Realizaciones técnicas y científicas	Subtipo: Centro científico y técnico
Provincia: Loja	Catón: Loja	Localidad: Universidad Nacional de Loja
		<p>Ubicación: Se ubica en la Ciudadela Universitaria "Guillermo Falconí Espinosa" de la Universidad Nacional de Loja.</p>
<p>Figura N°: 4 Fuente: Observación Directa Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos</p>		
<p>Características: El Jardín Botánico, fundado en 1949 por el ilustre Botánico Reinaldo Espinosa, cuenta con un área aproximada de 7 ha; Localizado a 5km. De la ciudad de Loja en la vía a Vilcabamba; a 214 m.s.n.m., con una precipitación anual de 900 mm y temperatura media de 15,3 °c. es el más antiguo del Ecuador y el único ubicado en el nudo de convergencia de las corrientes bioclimáticas cálidas húmedas de la Amazonia y cálidas secas de la vertiente del Pacífico, situación que da origen a una diversidad florística única de la hoya y provincia de Loja.</p> <p>Existe una sección muy importante de árboles nativos típicos de la provincia de Loja: Arupo, Guato, Faique, Canelón, Nogal, Arrayán, Cedro, Arabisco y Romerillo. Posee una variedad de plantas andinas que vienen desde el Incario como: oca, melloco, quinua, jícamas, ataco, zanahoria blanca, babaco, camote, uvillas, tomate de árbol y papa.</p> <p>En los espacios verdes del Jardín se puede observar una mezcla de especies de aves propias de valles interandinos, junto con las aves de bosques montanos y varias endémicas del bosque seco.</p>		
<p>Recomendaciones: Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, ropa cómoda y abrigada, bloqueador solar y zapatos cómodos.</p>		
<p>Actividades turísticas: Se puede realizar actividades como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • Eventos culturales y naturales 		

Fuente: Área de Regeneración Urbana del Municipio de Loja.
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

CUADRO N° 8: FICHA DE RESUMEN DE LAS LAGUNAS DEL COMPADRE

Nombre del Atractivo: Lagunas del Compadre		Jerarquía: I
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Ambiente Lacustres	Subtipo: Laguna
Provincia: Loja	Catón: Loja	Localidad: Parque Nacional Podocarpus
		Ubicación: Se ubica en el Parque Nacional Podocarpus, del cantón Loja.
Figura N°: 5 Fuente: Observación Directa Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos		
Características: <p>En el Parque Nacional Podocarpus se puede encontrar las famosas Lagunas del Compadre de increíble valor escénico que es el resultado de antiguos glaciares que han dejado su huella en el terreno.</p> <p>Este sistema lacustre "Lagunas del Compadre" está conformado por 136 lagunas, con superficies mayor de los dos mil metros cuadrados, aquí nacen los ríos de la provincia de Zamora Chinchipe: San Francisco, Sabanilla, Bombuscaro, Jamboé, Shaimi, Nangaritza, San Luís, Numbala; en la provincia de Loja: Campana, Capamaco, Solamaco, Masanamaca, Palmira poseen una extraordinaria belleza escénica.</p> <p>El sector presenta características de zonas alto andinas, entre ellas musgo, líquenes, helechos, orquídeas, arbustos achaparrados, entre otras plantas, que forman una capa semejante a una esponja donde se retiene el agua y viven patos, gaviotas, colibríes, la danta y el oso de anteojos.</p> <p>El agua de las lagunas y ríos, por la conservación de su entorno, es cristalina y posibilita un hábitat para la trucha (<i>Saimo truta</i>), introducida por PREDESUR, antes del establecimiento del Parque</p>		
Recomendaciones: Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, ropa cómoda y abrigada, bloqueador solar y zapatos cómodos.		
Actividades turísticas: Se puede realizar actividades como: <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • Caminata. Guianza • Guianza 		

Fuente: Área de Regeneración Urbana del Municipio de Loja.

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

CUADRO N° 9: FICHA DE RESUMEN DEL MUSEO DE LA LOJANIDAD

Nombre del Atractivo: Museo de la Arqueología y Lojanidad		Jerarquía: I
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Históricas	Subtipo: Museo
Provincia: Loja	Catón: Loja	Localidad: Universidad Técnica Particular de Loja
		Ubicación: Se ubica en los interiores de la Universidad Técnica Particular de Loja
<p>Figura N°: 6 Fuente: Observación Directa Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos</p>		
<p>Características: Inaugurado en 2004, el Museo de Arqueología de unas 1.600 casas de los artefactos, muchos de los cuales son del periodo precolombino. Hay tres pisos del museo, organizado por la edad de los artefactos.</p> <p>En la planta primera Paleolítico y Neolítico artefactos y restos de la Cultura Valdivia. La segunda planta contiene artefactos de la Tolita, Jamás Coaque, Bahía, y de las culturas Guajala. Los artículos del tercer piso exhibe desde el Carchi, Imbabura, Panzaleo, Puruhúa, Casholoma, Tacalshapa, Manteña, Tardía, Milagro, Quevedo, Huancavilca, e Inca.</p> <p>No solo se basa en la concepción básica de la museografía, enfocada para dar un contexto cultural e histórico de las piezas en exhibición; más allá de todo esto, trata de brindar un panorama referencial de las personas que crearon esos objetos, de sus comunidades, de su vida, del tiempo, de sus tradiciones, para que el público observador y visitante, de alguna manera, se comprometa con la relación histórica de los objetos producidos.</p>		
<p>Recomendaciones: Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, ropa cómoda y abrigada, bloqueador solar y zapatos cómodos.</p>		
<p>Actividades turísticas: Se puede realizar actividades como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • Exposiciones históricas. 		

Fuente: Área de Regeneración Urbana del Municipio de Loja.
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesino

CUADRO N° 10: FICHA DE RESUMEN DEL MUSEO DE LA MUSICA

Nombre del Atractivo: Museo de la Música Pío Jaramillo Alvarado		Jerarquía: I
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Históricas	Subtipo: Museo
Provincia: Loja	Catón: Loja	Localidad: Centro Histórico de Loja
		<p>Ubicación: Se ubica en la calle Bernardo Valdivieso, en el Centro Histórico</p>
<p>Figura N°: 7 Fuente: Observación Directa Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos</p>		
<p>Características: En sus salas se guarda la historia misma de nuestra ciudad, conocida desde siempre como la “cuna del arte, las letras y la música”. La vida de nuestros más insignes músicos y cantautores, se cuenta a través de sus obras, instrumentos y pertenencias, para enseñar a las presentes y futuras generaciones a amar sus raíces y perennizar un arte tanpreciado y antaño cultivado en Loja como es el de la música.</p> <p>No es posible hablar el museo de música, sin conocer a la Corporación Cultural Pío Jaramillo Alvarado, organismo conformado por varias instituciones lojanas, vinculada con el quehacer cultural de Loja como son: Universidad Nacional de Loja, Colegio Bernardo Valdivieso, Casa de La Cultura Núcleo de Loja, Orquesta Sinfónica de Loja, Conservatorio de Música Salvador Bastamente Celi y las fundaciones “Edgar Palacios” y “Naturaleza y Cultura”, que desde el año 2000 trabajan mancomunadamente, con la finalidad de concretar varios objetivos que permitan fortalecer y difundir todas las manifestaciones artístico culturales de nuestros artistas.</p>		
<p>Recomendaciones: Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, ropa cómoda y abrigada, bloqueador solar y zapatos cómodos.</p>		
<p>Actividades turísticas: Se puede realizar actividades como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • Exposiciones artísticas y culturales 		


Fuente: Área de Regeneración Urbana del Municipio de Loja.
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

CUADRO N° 11: FICHA DE RESUMEN DEL MUSEO MADRES CONCEPTAS

Nombre del Atractivo: Museo de las Madres Conceptas		Jerarquía: I
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Históricas	Subtipo: Museo
Provincia: Loja	Catón: Loja	Localidad: Centro Histórico de Loja
		<p>Ubicación: Se ubica en el caso céntrico de la ciudad de Loja, en las calles 10 de Agosto entre Bernardo Valdivieso y Olmedo.</p>
<p>Figura N°: 8 Fuente: Observación Directa Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos</p>		
<p>Características: Loja, guarda en el Museo de las Madres Conceptas una riqueza colonial, cultural y religiosa. Cientos de visitantes se quedan gratificados al conocer el espacio. Esta se encuentra en un convento del siglo 17, que pertenecen a la época colonial. El museo conserva sus imágenes, utensilios domésticos, y los instrumentos utilizados por las monjas de auto-flagelación. También alberga una colección de obras de arte religioso colonial.</p> <p>Recorrer el Monasterio es reencontrarse con el pasado. Un salto a la historia para recordar y revivir. Fue fundado en 1597, Don Juan de Anderete solicitó la construcción de esta edificación. Es el segundo Monasterio que se creó en la Real Audiencia de Quito.</p> <p>El museo, tiene una historia que va más allá de los 500 años, otro de los elementos fundamentales en el Monasterio es la presencia de las Hermanas Conceptas, una población de monjas que dedican su vida al convento y claustro de idéntica manera como la vivieron hace unos 700 años atrás por sus antecesoras. Hasta los rituales de sepultura, cuando muere alguna de las madres concepciones, son de estricta intimidad.</p>		
<p>Recomendaciones: Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, ropa cómoda y abrigada, bloqueador solar y zapatos cómodos.</p>		
<p>Actividades turísticas: Se puede realizar actividades como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • Guianza 		

Fuente: Área de Regeneración Urbana del Municipio de Loja.
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos


CUADRO N° 12: FICHA DE RESUMEN IGLESIA S.J. DEL VALLE

Nombre del Atractivo: Iglesia San Juan del Valle		Jerarquía: I
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Históricas	Subtipo: Arquitectura religiosa
Provincia: Loja	Catón: Loja	Localidad: Parroquia El Valle
		<p>Ubicación: Se ubica en la parroquia el Valle, a 10 minutos del centro de la ciudad de Loja.</p>
<p>Figura N°: 9 Fuente: Observación Directa Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos</p>		
<p>Características: Su iglesia y un museo de piezas religiosas reciben a los turistas y a quienes habitan en la zona quienes a diario observar la belleza de sus casas que aún conservan una uniformidad arquitectónica. Las viviendas fueron construidas con adobe, bahareque y teja.</p> <p>En la ciudad existen también otros lugares que aún conservan esta particularidad como la Iglesia de San Sebastián, la calle Lourdes, entre otros, que guardan historias y leyendas.</p> <p>La Iglesia del Valle, fue construida en más de tres ocasiones bajo la ayuda de devotos y sacerdotes quienes a través de varias actividades recolectaron los recursos económicos necesarios para realizar esta obra.</p> <p>En el interior de esta iglesia se hallan cuadros de precios invaluables como el "Cuadro de las Almas", una estatua de Alonso de Mercadillo, hecha en 1765 y en la parte que da a la calle está el monumento del maestro Salvador Bustamante Celi.</p> <p>El templo de la parroquia San Juan de Dios de El Valle, es una de las reliquias de la arquitectura lojana. No hay datos precisos de su fundación, pero es una de las primeras iglesias del cantón.</p>		
<p>Recomendaciones: Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, ropa cómoda y abrigada, bloqueador solar y zapatos cómodos.</p>		
<p>Actividades turísticas: Se puede realizar actividades como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • Guianza 		

Fuente: Área de Regeneración Urbana del Municipio de Loja.

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

CUADRO N° 13: FICHA DE RESUMEN PARQUE LA BANDA

Nombre del Atractivo: Parque La Banda		Jerarquía: I
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Realizaciones artísticas contemporáneas	Subtipo: Parque Recreacional
Provincia: Loja	Catón: Loja	Localidad: Parque Orillas del Zamora
 <p style="margin-top: 5px;">Figura N°: 10 Fuente: Observación Directa Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos</p>		<p>Ubicación: Se ubica al norte de la Ciudad, junto al Parque recreacional Jipiro.</p>
<p>Características:</p> <p>Fue creado en el año 2004 por el I. Municipio de Loja, en donde se vio la necesidad de que existiera un lugar de esparcimiento y aprendizaje para niños, adolescentes y adultos.</p> <p>Ubicado a continuación del Parque Recreacional Jipiro, en la margen oriental y occidental del río Zamora, puede ser recorrido a pie, en bicicleta o caballo a través de sus senderos a pie, en bicicleta o caballo.</p> <p>En esta gran área verde se encuentra el Autódromo Municipal, además del Vivero con su planta de lombricultura, el Orquideario Municipal y el Zoológico que alberga animales como la jirafa llamada Chelito, osos, monos, variedad de aves, entre otros animales.</p>		
<p>Recomendaciones: Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, ropa cómoda y abrigada, bloqueador solar y zapatos cómodos.</p>		
<p>Actividades turísticas:</p> <p>Se puede realizar actividades como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • Guianza 		

Fuente: Área de Regeneración Urbana del Municipio de Loja.
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

CUADRO N° 14: FICHA DE RESUMEN PARQUE PUCARA

Nombre del Atractivo: Parque Pucara		Jerarquía: I
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Realizaciones artísticas contemporáneas	Subtipo: Parque Recreacional
Provincia: Loja	Catón: Loja	Localidad: Pucara
		<p>Ubicación: Se ubica en la parte alta de la ciudad de Loja, en el sector Pucara.</p>
<p>Figura N°: 11 Fuente: Observación Directa Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos</p>		
<p>Características:</p> <p>El Parque Pucará Podocarpus, cuenta con juegos infantiles y miradores.</p> <p>Está ubicado en lo que fue la antigua Planta de tratamiento de agua potable; éste lugar ofrece una vista impresionante de la urbe, también cuenta con un restaurante típico donde se puede disfrutar de la más variada gastronomía lojana.</p> <p>Próximamente en él funcionará un teleférico con el nombre Pucará-Podocarpus.</p>		
<p>Recomendaciones: Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, ropa cómoda y abrigada, bloqueador solar y zapatos cómodos.</p>		
<p>Actividades turísticas:</p> <p>Se puede realizar actividades como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • Espacios artísticos 		

Fuente: Área de Regeneración Urbana del Municipio de Loja.
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

CUADRO N° 15: FICHA DE RESUMEN DEL PARQUE LINEAL LA TEBAIDA

Nombre del Atractivo: Parque Lineal La Tebaida		Jerarquía: I
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Realizaciones artísticas contemporáneas	Subtipo: Parque recreacional
Provincia: Loja	Catón: Loja	Localidad: 18 de Noviembre y Pio Jaramillo
 <p style="margin-top: 10px;">Figura N°: 12 Fuente: Observación Directa Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos</p>		<p>Ubicación: Se ubica en la 18 de Noviembre y Pio Jaramillo</p>
<p>Características: Con una extensión de 6.4 hectáreas, brindando recreación a los turistas nacionales y extranjeros. Aquí se puede realizar varias actividades como caminatas por los senderos, paseos en botes a pedal, camping y ciclismo en contacto con la variedad de aves del lugar y las cascadas ornamentales.</p> <p>El Parque Lineal La Tebaida cuenta con una gran variedad de escenarios naturales, en donde se puede observar especies de árboles y arbustos nativos, además forma parte del proyecto de regulación hidráulica del río Malacatos.</p> <p>En el parque se puede encontrar un Muelle Bar con características propias de la cultura Shuar, aquí se puede saborear deliciosos platos típicos lojanos y comida rápida.</p> <p>El Parque Lineal La Tebaida es un lugar propicio para la recreación, el deporte, el disfrute en sano esparcimiento, la recreación pasiva, el interactuar institucional. Por ello, se vislumbra como el sitio ideal de los lojanos para disfrutar del tiempo libre.</p>		
<p>Recomendaciones: Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, ropa cómoda y abrigada, bloqueador solar y zapatos cómodos.</p>		
<p>Actividades turísticas: Se puede realizar actividades como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • Eventos artísticos, culturales y deportivos. 		

Fuente: Área de Regeneración Urbana del Municipio de Loja.
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

g) Factor tecnológico:

En el Ecuador, facilitar el acceso a las nuevas tecnologías y dotar de conectividad es una prioridad para los países en desarrollo ya que recientes estudios señalan que esto mejora el entorno socioeconómico y las posibilidades de desarrollo.

Actualmente el Ecuador ocupa el puesto 108 en el ranking países con tecnología, y según los datos del INEC el 85,1% de los hogares en el país tenía televisión y el 80,1% acceso a la telefonía móvil; además, 3 de cada 10 ecuatorianos ha ingresado a Internet desde el hogar o centros de accesos público.

Mientras que en la provincia de Loja, el campo de la tecnología crece progresivamente ya que existe una demanda excesiva especialmente en el campo de la telefonía fija y celular, el internet y la televisión satelital.

En lo conveniente a la telefonía para este 2013 se distribuirá 6500 líneas telefónicas entre los 16 cantones de la provincia, es por ello que el CNT ya cuenta con oficinas de atención al cliente en los cantones de Calvas, Macará, Zapotillo y Saraguro, esta medida con el fin de brindar la ayuda necesaria a los usuarios y atender cualquier tipo de reclamo.

Según los datos del INEC, en el Censo y Población 2010 se pudo evidenciar que en la provincia de Loja el 75% de la población hace uso del celular, la computadora es utilizada por el 26,4%, la televisión por cable es un servicio utilizado por el 18,6% y finalmente el servicio de internet es utilizado por el 9,6% de los habitantes de la provincia.(INEC, FASCÍCULO PROVINCIAL LOJA, 2010)

6.1.1.1. TABULACION: ANALISIS E INTERPRETACION

Luego de tabular, a continuación se analizara e interpretara las 399 encuestas que se realizó a la población de Loja.

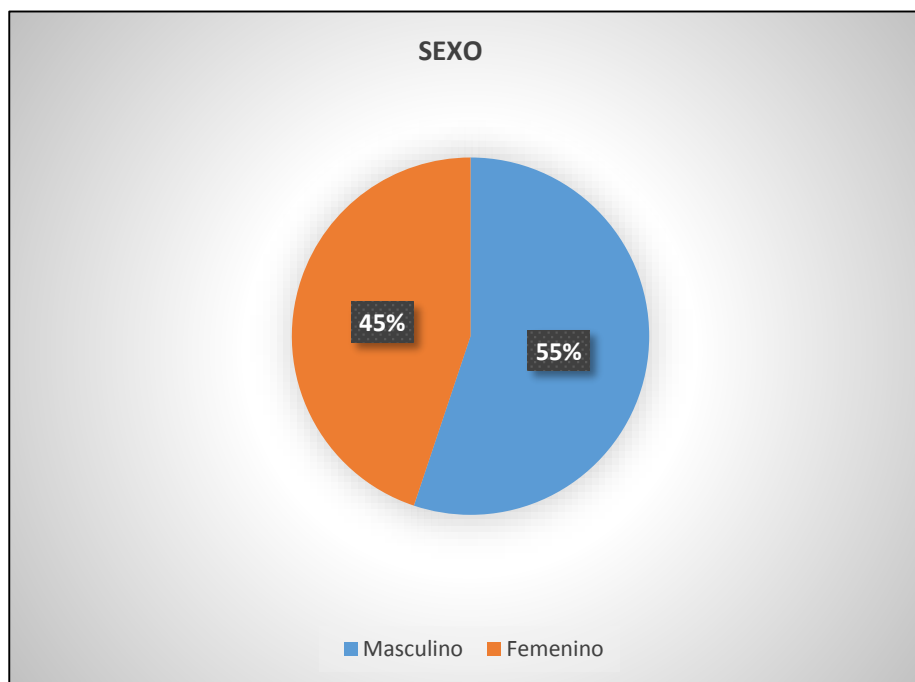
CUADRO N° 16: Sexo

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Masculino	212	55%
Femenino	172	45%
TOTAL:	384	100%

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Marco Garzón Montesinos

GRAFICO N° 1



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Marco Garzón Montesinos

Análisis e interpretación:

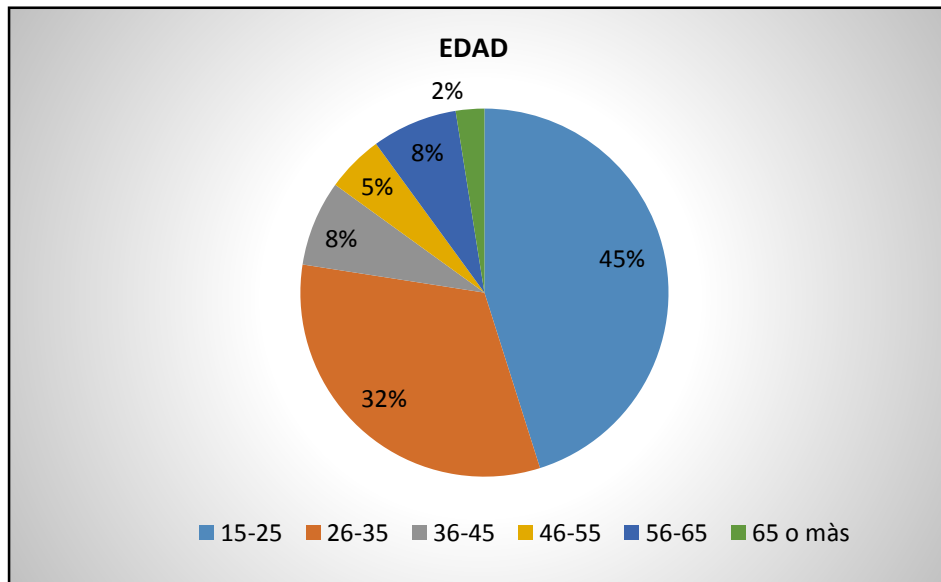
Del 100% de encuestadas aplicadas a las población de Loja, el 55% que corresponde a 220 personas encuestadas son del género masculino y el 45% correspondiente a 179 personas son del género femenino, teniendo un total de 399 encuestados.

CUADRO N° 17: Edad

VARIABLE	FRECUENCIA	%
15-25	174	45%
26-35	125	32%
36-45	29	8%
46-55	19	5%
56-65	29	8%
65 o más	9	3%
TOTAL:	384	100%

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Marco Garzón Montesinos

GRAFICO N°2



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Marco Garzón Montesinos

Análisis e interpretación:

Del 100% de personas encuestadas, el 45% que corresponde a 180 personas su edad varía entre los 15 a 25 años, mientras que el 32% es decir 129 personas su edad varía entre los 26 a 35 años, seguido por un empate en 8% que corresponde a 30 personas encuestas la edad varía entre los 36 a 45 años y 56 a 65 años respectivamente, mientras que el 5% que equivale a 20 personas su edad varía entre los 46 a 55 años, dejando al 3% que corresponde a 10 personas su edad varía entre los 65 años o más.

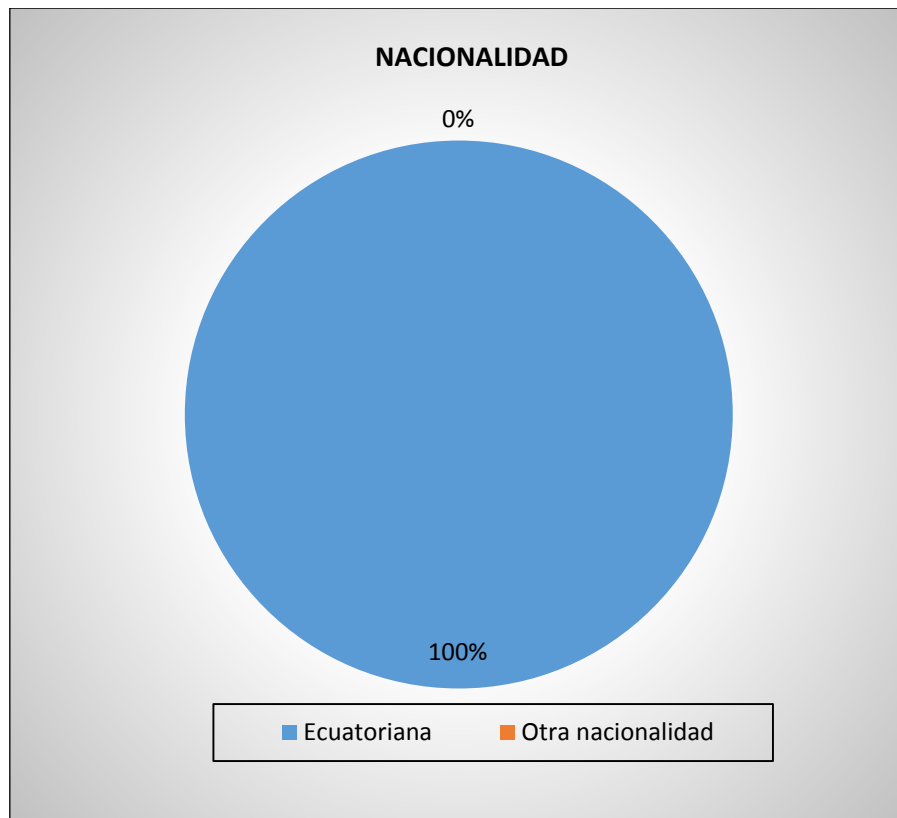
CUADRO N° 18: Nacionalidad

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Ecuatoriana	384	100%
Otra nacionalidad	0	0%
TOTAL:	384	100%

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Marco Garzón Montesinos

GRAFICO N°3



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Marco Garzón Montesinos

Análisis e interpretación:

De las 399 de personas encuestadas, es decir el 100% son de nacionalidad ecuatoriana.

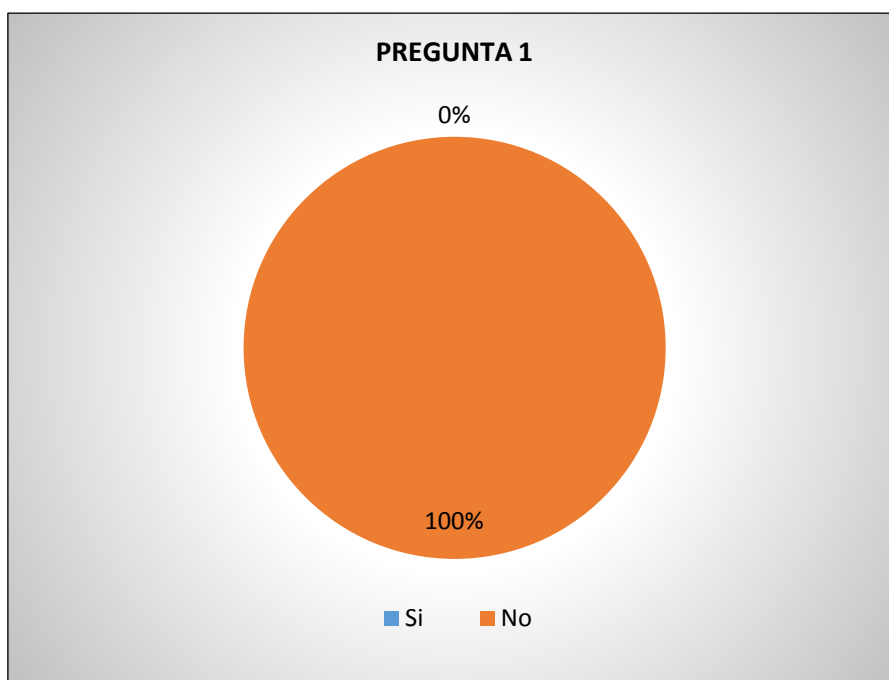
1. ¿Conoce Ud. la ruta turística denominada “Ruta Naranja “de la ciudad de Loja?

CUADRO N° 19

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Si	0	0%
No	384	100%
TOTAL:	384	100%

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Marco Garzón Montesinos

GRAFICO N°4



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Marco Garzón Montesinos

Análisis e interpretación:

Del 100% personas encuestadas que corresponde a 399 personas respondieron que no reconoce y ni han escuchado de la Ruta Naranja de la ciudad de Loja.

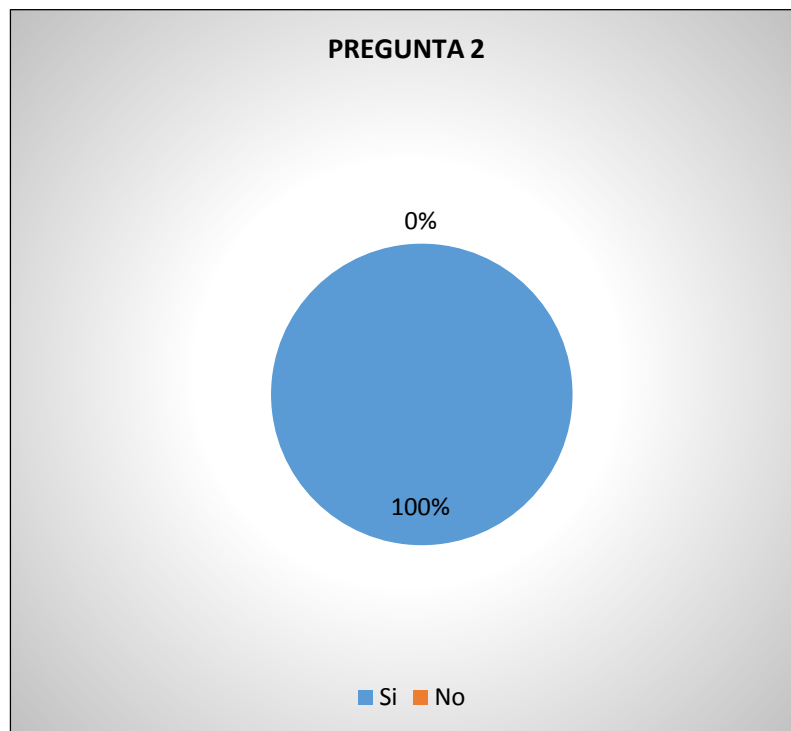
2. ¿Le gustaría conocer la ruta turística denominada “Ruta Naranja” de la ciudad de Loja?

CUADRO N° 20

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Si	384	100%
No	0	0%
TOTAL:	384	100%

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Marco Garzón Montesinos

GRAFICO N° 5



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Marco Garzón Montesinos

Análisis e interpretación:

De las 399 personas encuestadas, el 100% de su totalidad, respondieron que les gustaría conocer la Ruta Naranja de la ciudad de Loja.

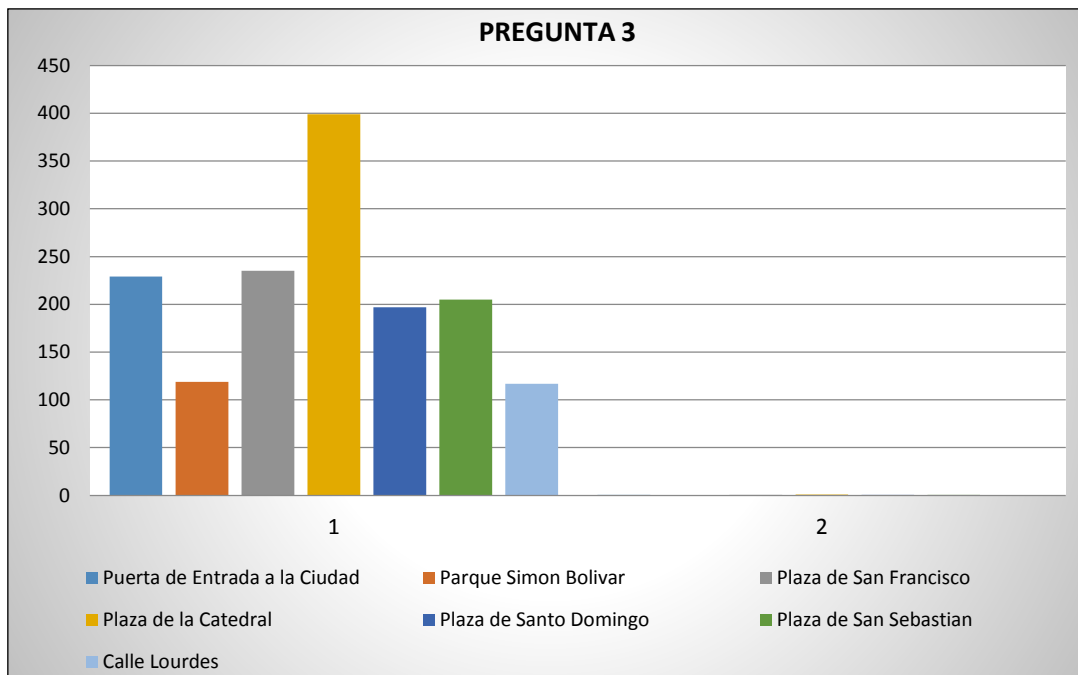
3. ¿De los siguientes atractivos culturales que componen la “Ruta Naranja” cuáles conoce?

CUADRO N° 21

VARIABLE	TOTAL (399)	%
Puerta de Entrada a la Ciudad	229	57%
Parque Simón Bolívar	119	30%
Plaza de San Francisco	235	59%
Plaza de la Catedral	384	100%
Plaza de Santo Domingo	197	49%
Plaza de San Sebastián	205	51%
Calle Lourdes	117	29%

Fuente: Trabajo de Campo
 Elaboración: Marco Garzón Montesinos

GRAFICO N°6



Fuente: Trabajo de Campo
 Elaboración: Marco Garzón Montesinos

Análisis e interpretación:

Del 100% de personas encuestadas por cada atractivo turístico que componen la Ruta Naranja de la ciudad de Loja, el 100% que corresponden a 399 personas respondieron que la plaza de la Catedral es el atractivo cultural que más conocen, seguido por el 59% que corresponden a 235 personas por la plaza de San Francisco, mientras que el 57% que corresponden a 229 personas respondieron que la Puerta de entrada a la ciudad, seguido por el 51% que corresponde a 205 personas señalaron que la plaza de San Sebastián es el cuarto atractivo que más conocen, mientras que el 49% que corresponde a 197 personas contestaron que es la plaza de Santo Domingo es el quinto más conocido, dejando en sexto lugar con el 30% que corresponde a 199 personas señalaron al parque Simón Bolívar, y finalmente en el último lugar con el 29% que corresponde a 129 personas respondieron que la calle Lourdes es el atractivo que menos conocen de la Ruta Naranja de la ciudad de Loja.

4. ¿Con que frecuencia visita los atractivos culturales de la “Ruta Naranja”?

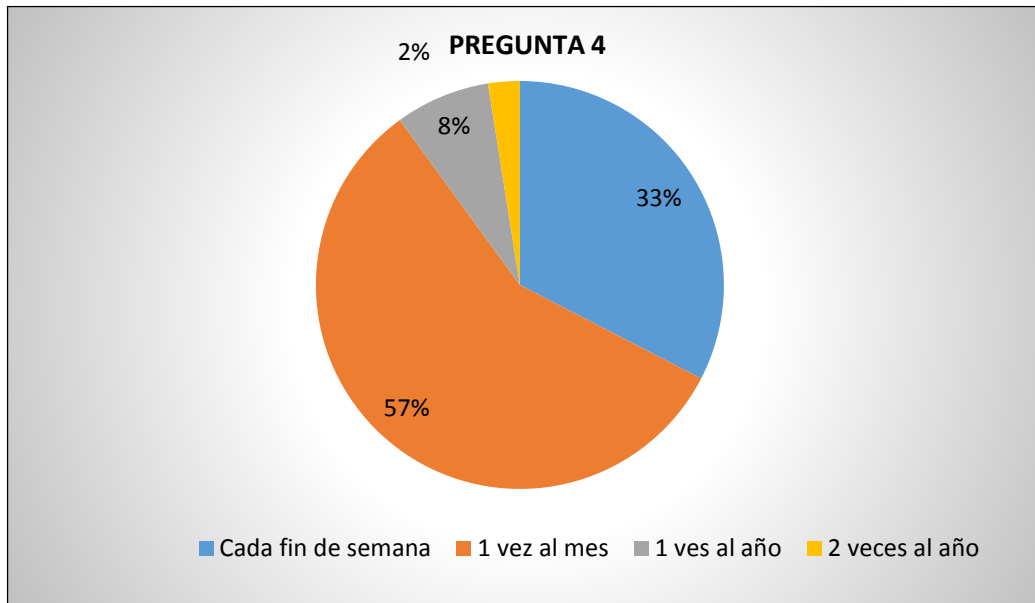
CUADRO N° 22

VARIABLE	FRECUENCIA	%
1 vez a la semana	124	33%
1 vez al mes	224	57%
1 vez al año	28	8%
2 veces al año	8	3%
TOTAL:	384	100%

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Marco Garzón Montesinos

GRAFICO N° 7



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Marco Garzón Montesinos

Análisis e interpretación:

Del 100% de personas encuestadas, el 57% que corresponde a 229 personas respondieron que visitan los atractivos de la Ruta Naranja una vez al mes, seguido por el 33% que corresponde al 130 personas lo hacen una vez a la semana, mientras que el 8% que corresponde a 30 personas lo hacen una vez al año, finalmente el 3% es decir 10 personas visitan los atractivos de la ruta dos veces al año.

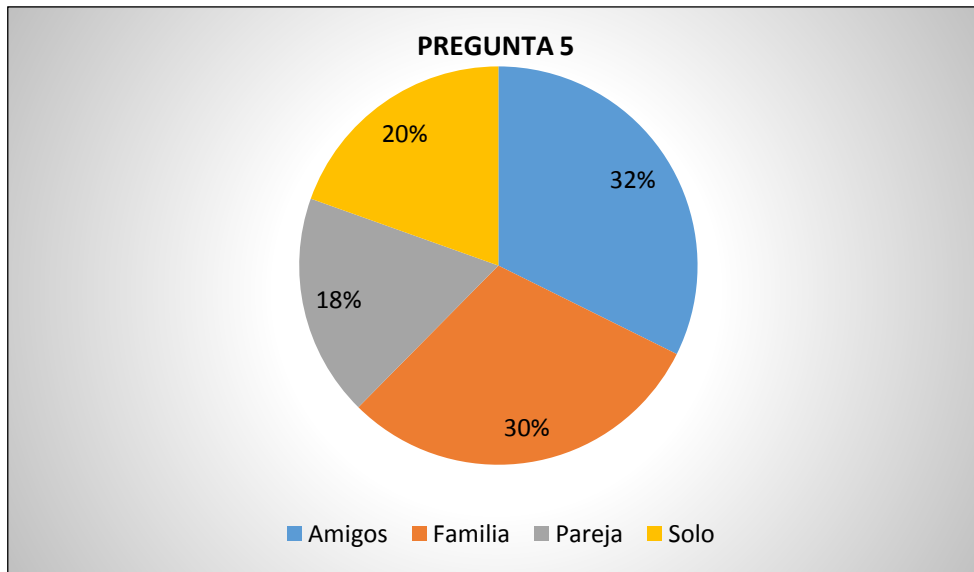
5. ¿Con quién visitaría los atractivos culturales de la “Ruta Naranja”?

CUADRO N° 23

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Amigos	123	32%
Familia	115	30%
Pareja	70	18%
Solo	76	20%
TOTAL:	384	100%

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Marco Garzón Montesinos

GRAFICO N° 8



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Marco Garzón Montesinos

Análisis e interpretación:

Del 100% de personas encuestadas, el 32% es decir 129 personas respondieron que cuando visiten los atractivos culturales de la Ruta Naranja lo harán en compañía de sus amigos, mientras que el 30% que corresponde a 120 personas lo harán en compañía de su familia, seguido por el 20% que corresponde a 78 personas lo haría de forma individual, dejando finalmente al 18% que corresponde a 72 personas lo harían con su pareja al momento de recorrer la Ruta Naranja.

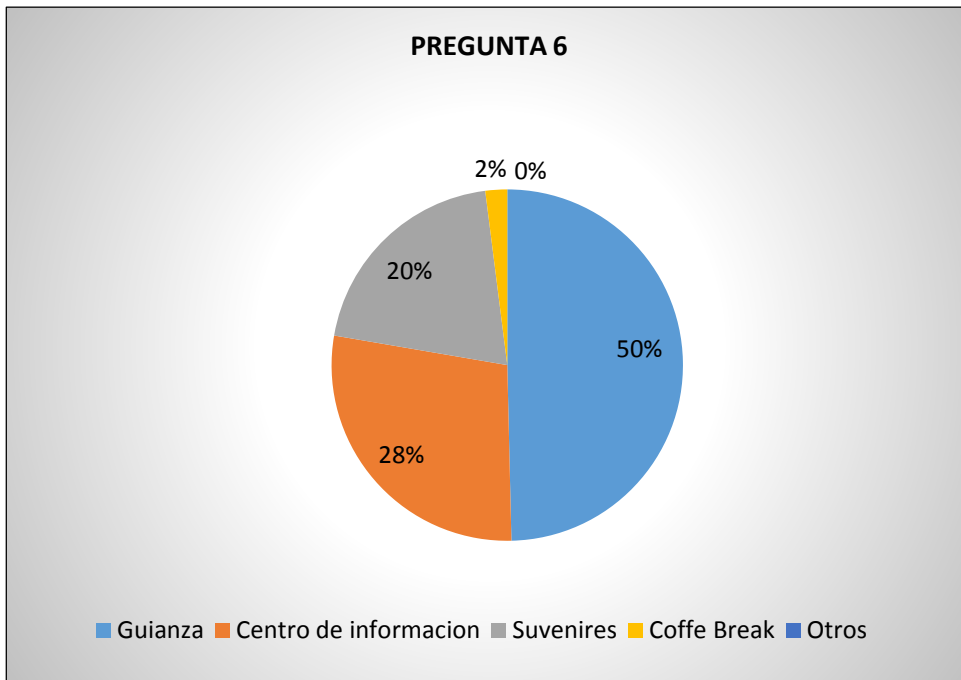
6. ¿Qué servicios turísticos le gustaría que existan dentro de la “Ruta Naranja”?

CUADRO N° 24

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Guianza	192	50%
Centro de información	107	28%
Suvenires	79	20%
Coffe Break	6	2%
Otros	0	0%
TOTAL:	384	100%

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Marco Garzón Montesinos

GRAFICO N° 9



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Marco Garzón Montesinos

Análisis e interpretación:

Del 100% de personas encuestadas, el 50% es decir 198 personas respondieron que guianza es su preferido dentro de los servicios turísticos que le gustaría recibir en la Ruta Naranja, mientras que el 28% que corresponde a 112 personas señalaron la opción de centros de información, seguido por el 20% es decir 81 personas se inclinaron por la opción de suvenires, dejando al 2% que corresponde a 8 personas que eligieron como opción el Coffe break entre sus servicios turísticos preferidos.

7. ¿De qué forma le gustaría recorrer la “Ruta Naranja”?

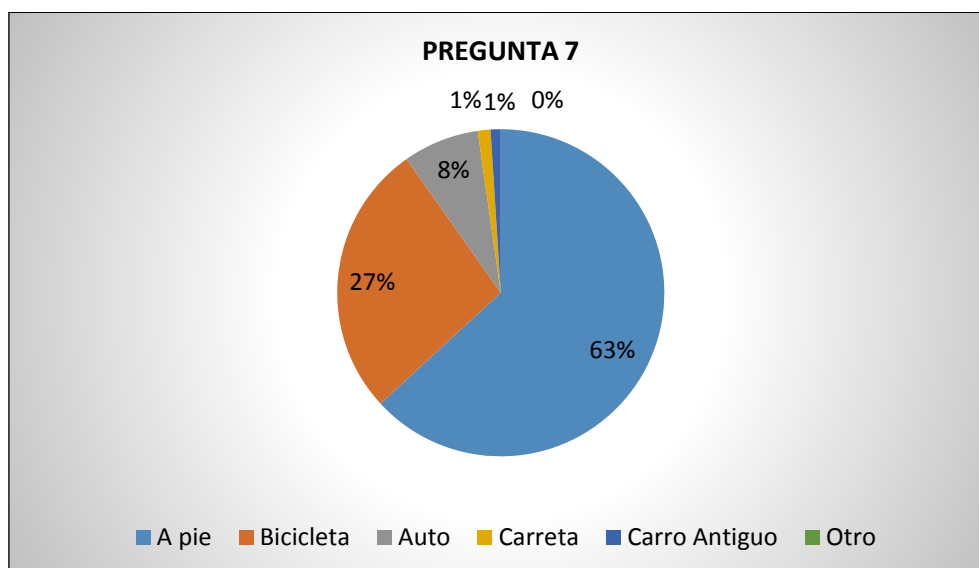
CUADRO N° 25

VARIABLE	FRECUENCIA	%
A pie	246	63%
Bicicleta	103	27%
Auto	28	8%
Carreta	4	1%
Carro Antiguo	3	1%
Otro	0	0%
TOTAL:	384	100%

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Marco Garzón Montesinos

GRAFICO N° 10



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Marco Garzón Montesinos

Análisis e interpretación:

Del 100% de personas encuestadas, el 63% que corresponde a 252 personas respondieron que la opción a pie es la preferida para recorrer la Ruta Naranja, seguido por el 27% es decir 108 personas se inclinaron por la bicicleta, mientras que el 8% que equivale a 30 contestaron que en auto, dejando al 1% que corresponde a 5 personas eligieron carreta y finalmente el 1% es decir 4 personas respondieron carro antiguo entre el medio preferido para recorrer la ruta.

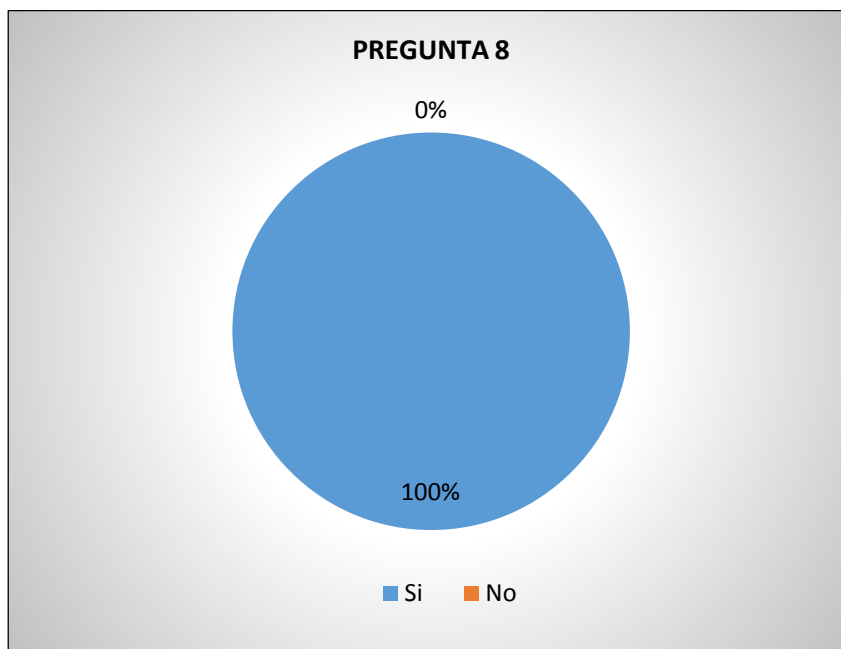
8. ¿Le gustaría que la “Ruta Naranja” forme parte de un paquete turístico para promocionarla a nivel regional y nacional?

CUADRO N° 26

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Si	384	100%
No	0	0%
TOTAL:	384	100%

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Marco Garzón Montesinos

GRAFICO N° 11



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Marco Garzón Montesinos

Análisis e interpretación:

Del 100% personas encuestadas, es decir 399 personas en su totalidad respondieron que si les gustaría que la Ruta Naranja forme parte de un paquete turístico para promocionarla a nivel regional y nacional.

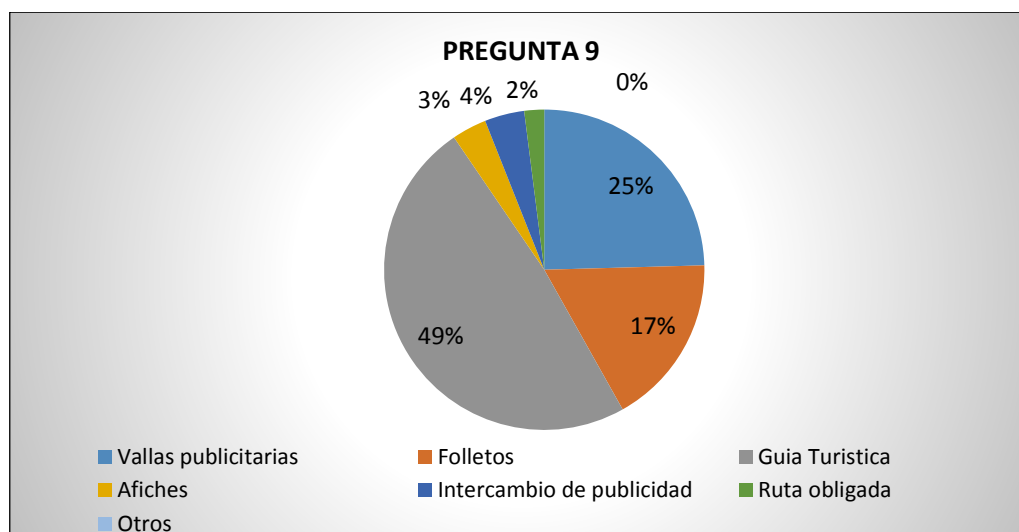
9. ¿De qué forma usted preferiría que se dé a conocer la “Ruta Naranja”?

CUADRO N° 27

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Vallas publicitarias	94	25%
Folletos	66	17%
Guía Turística	188	49%
Afiches	13	4%
Intercambio de publicidad	15	4%
Ruta obligada	7	2%
Otros	0	0%
TOTAL:	384	100%

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Marco Garzón Montesinos

GRAFICO N° 12



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Marco Garzón Montesinos

Análisis e interpretación:

Del 100% de personas encuestadas, el 49% es decir 194 personas respondieron que la opción guía turística es la preferida al momento de dar a conocer la Ruta Naranja, mientras que el 25% es decir 98 personas seleccionaron vallas publicitarias como la mejor forma, seguido por el 17% que corresponde a 69 personas se inclinaron por folletos, mientras 4% es decir 16 personas eligieron el intercambio de publicidad, así mismo el 4%

es decir 14 personas respondieron por medio de afiches y finalmente el 2% que equivale a 8 personas eligieron por medio de ruta obligada la mejor forma de dar a conocer la ruta.

10. ¿Por qué medios le gustaría que se promocióne la “Ruta Naranja”?

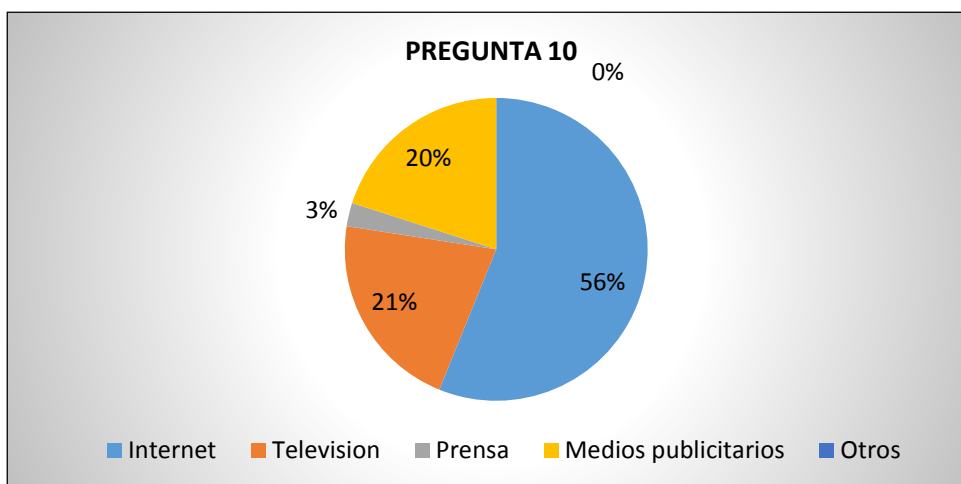
CUADRO Nº 28

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Internet	218	56%
Televisión	80	21%
Prensa	8	3%
Medios publicitarios	78	20%
Otros	0	0%
TOTAL:	384	100%

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Marco Garzón Montesinos

GRAFICO Nº 13



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Marco Garzón Montesinos

Análisis e interpretación:

Del 100% de personas encuestadas, el 56% que equivale a 224 personas respondieron que internet es el mejor medio al momento de promocionar la Ruta Naranja, mientras que el 21% es decir 85 personas se inclinaron por televisión, seguido por el 20% que corresponde a 80 personas eligieron por medios publicitarios, dejando finalmente al 3% que corresponde a 10 personas por medio de la prensa.

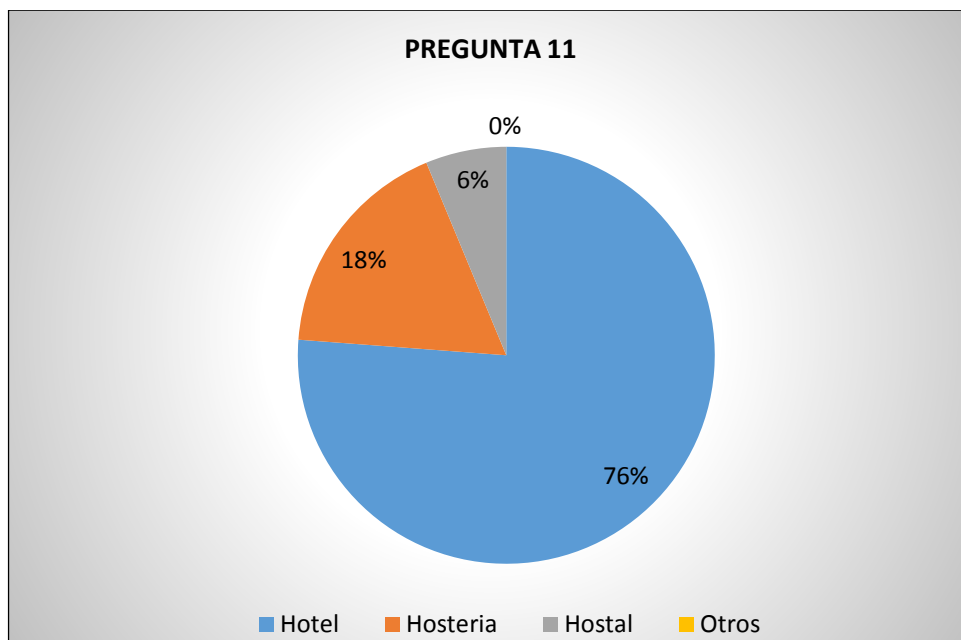
11. De los siguientes tipos de hospedaje ¿Cuáles sugiere para la comodidad del turista durante su estancia en la Ciudad de Loja?

CUADRO N° 29

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Hotel	298	76%
Hostería	65	18%
Hostal	21	6%
Otros	0	0%
TOTAL:	384	100%

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Marco Garzón Montesinos

GRAFICO N° 14



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Marco Garzón Montesinos

Análisis e interpretación:

Del 100% de personas encuestadas, el 76% es decir 304 personas respondieron que hotel es la mejor opción en hospedaje, mientras que el 18% que corresponde a 70 personas se inclinaron por hostería, seguido finalmente del 6% que equivale a 25 personas eligieron al hostal como la mejor forma de hospedaje para el turista que visite la Ruta Naranja.

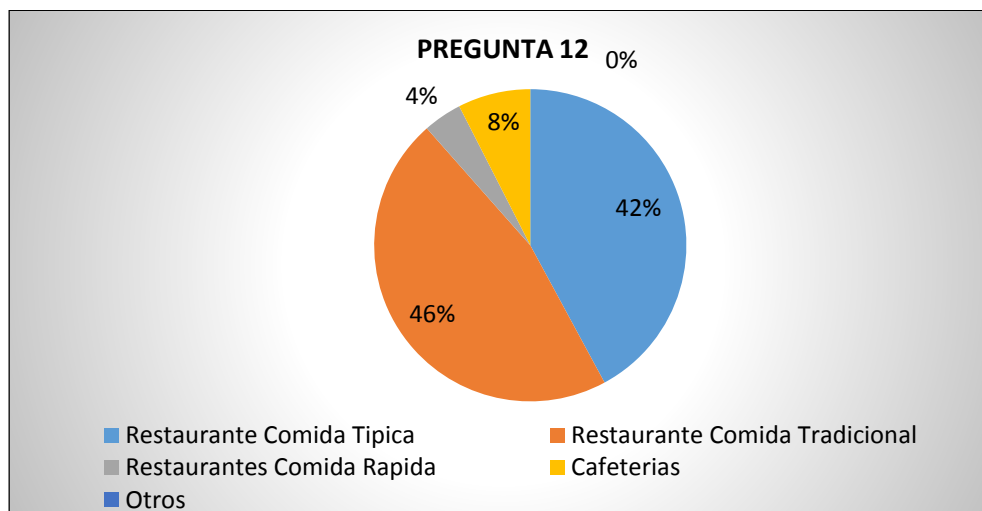
12. De los siguientes tipos de alimentos y bebidas ¿Cuáles recomienda visitar al turista durante su estancia en la ciudad de Loja?

CUADRO Nº 30

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Restaurante Comida Típica	163	42%
Restaurante Comida Tradicional	179	46%
Restaurantes Comida Rápida	14	4%
Cafeterías	28	8%
Otros	0	0%
TOTAL:	384	100%

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Marco Garzón Montesinos

GRAFICO Nº 15



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Marco Garzón Montesinos

Análisis e interpretación:

Del 100% de personas encuestadas el 46% es decir 185 personas respondieron restaurante de comida tradicional como la mejor opción para el turista en cuanto a alimentos y bebidas se refiere, mientras que el 42% que equivale a 168 personas se inclinaron por restaurante de comida típica, seguido por el 8% es decir 30 personas respondieron cafeterías, y finalmente el 4% que corresponde a 16 personas eligieron restaurante de comida rápida como la mejor opción para el turista durante su estancia en la ciudad de Loja.

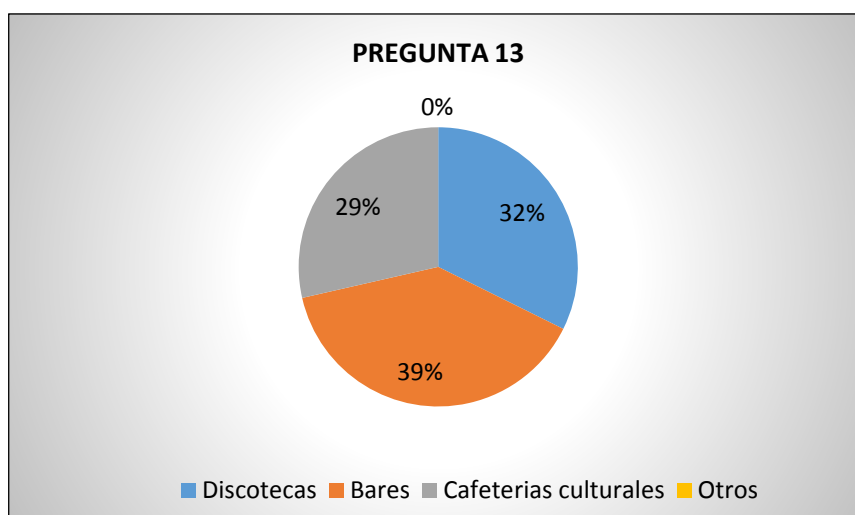
13. De los siguientes centros de entretenimiento ¿Cuáles sugiere visitar?

CUADRO N° 31

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Discotecas	124	32%
Bares	150	39%
Cafeterías culturales	110	29%
Otros	0	0%
TOTAL:	384	100%

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Marco Garzón Montesinos

GRAFICO N° 16



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Marco Garzón Montesinos

Análisis e interpretación:

Del 100% de personas encuestadas, el 39% es decir 156 personas eligieron bares como la mejor opción de entretenimiento, mientras que el 32% que corresponde a 129 personas se inclinaron por discotecas, y finalmente el 29% que equivale a 114 personas optaron por cafeterías culturales como forma de entretenimiento para el turista durante su estancia en la ciudad de Loja.

6.1.2. Diagnóstico de Análisis interno

- **Entrevista:**

Después de haber culminado con las entrevistas tanto a la Jefa de la Unidad de Turismo del Municipio de Loja, la Ing. Paola Ruiz Ochoa y al Jefe del ITUR, Ing. Rocky Armijos se puede deducir lo siguiente:

- El cantón y la ciudad de Loja viven actualmente un despunte turístico, esto se ve reflejado en los turistas que llegan al lugar cada año, además contando con una infraestructura hotelera de calidad.
- Se dejó en evidencia la falta de personal profesional en el ámbito turístico para formar parte del desarrollo del turismo en Loja, pero aun así, se promueven emprendimientos turísticos como las ferias culturales, artísticas, gastronómicas, artesanales que sin dudas ayudan al desarrollo turístico del cantón y ciudad.
- La falta de un plan de marketing turístico que contribuya a la promoción de los atractivos turísticos de la ciudad de Loja a nivel local, regional y nacional.
- Aún hay mucho por hacer en el ámbito turístico, siendo una de sus debilidades más grandes es la falta de identidad de la sociedad lojana hacia sus atractivos turísticos.
- La falta de capacitación a los actores turísticos del lugar, a guías turísticos y a la seguridad ciudadana para que también sean partícipes del turismo en la ciudad, brindando un servicio de calidad a los turistas o visitantes.
- Ambos entrevistados coinciden en que la Ruta Naranja es sin dudas una de las rutas turísticas más importante de Loja, sino las más significativa, dado que esta ruta recorre los lugares culturales e históricos más relevantes de la ciudad y que su difusión y promoción

a través de un plan de publicidad será de gran ayuda para contribuir al desarrollo turístico y de esta forma atraer turistas que deseen conocer el cantón y la ciudad de Loja.

- **Diagnostico situacional**

- **Reseña histórica de la Ruta Naranja de la ciudad de Loja**

La ciudad de Loja cuenta con una ruta histórica y cultural desde el año 2006, la cual recorre atractivos turísticos del centro histórico que se los puede conocer en tan solo una hora de recorrido.

El proyecto fue iniciativa de los estudiantes de la carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja (UNL) y puesto en práctica por el Departamento de Turismo del Municipio de Loja.

La Ruta Histórica y Cultural se inicia en la Puerta de Entrada a la Ciudad, pasando por el parque Simón Bolívar, continúa hasta la plaza de San Francisco, recorre la plaza de la Catedral, la plaza de Santo Domingo, plaza de San Sebastián y concluye en la calle colonial Lourdes, dando por terminando el recorrido por los lugares más atractivos del centro histórico de la urbe.

- **Planta Turística**

El cantón y ciudad de Loja cuenta con una de las plantas e infraestructura hoteleras de mayor y mejor calidad del Ecuador, luego de Quito, Guayaquil y Cuenca.

CUADRO N° 32: ALOJAMIENTO

ALOJAMIENTO	
Hoteles	12
Hotel Residencia	7
Hostal Residencia	19
Pensión	9
Apartamento	1
Parador	1
Hostales	15
Hostería	9
Refugio	1
Cabañas	2
Motel	9
TOTAL ALOJAMIENTO	85

Fuente: Catastro provincial de Loja, 2013

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

CUADRO N° 33: SPARCIMIENTO

ESPARCIMIENTO	
Discotecas	15
Sala de Recepciones y Banquetes	6
Casinos	1
Bares	41
Instalaciones Deportivas (Coliseos- Estadio)	4
Instalaciones Deportivas (Piscinas públicas)	3
TOTAL ESPARCIMIENTO	70

Fuente: Catastro provincial de Loja, 2013

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

CUADRO N° 34: ALIMENTOS Y BEBIDAS

A&B	
Restaurantes	128
Fuentes de Soda	32
Cafetería	25
TOTAL A&B	185

Fuente: Catastro provincial de Loja, 2013

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

CUADRO N° 35: OTROS SERVICIOS


OTROS SERVICIOS	
Operadora de Turismo	10
Agencias de Viaje	23
Información al Turista	6
Entidades Financieras (sector público)	6
Entidades Financieras (sector Privado) Bancos y Cooperativas de ahorro y crédito	20
Caja de ahorro y crédito	1
TOTAL OTROS SERVICIOS	56

Fuente: Catastro provincial de Loja, 2013

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

- **Fichas de atractivos turísticos de la Ruta Naranja de la Ciudad de Loja:**

Cuadro N° 36: Monumento Puerta de Entrada de la Ciudad

Nombre del Atractivo: Monumento Puerta de Entrada de la Ciudad		Jerarquía: I
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Realizaciones artísticas contemporáneas	Subtipo: Monumento Arquitectónico
Provincia: Loja	Catón: Loja	Localidad: El Sagrario
		Ubicación: Se ubica en la Parroquia El Sagrario en la Av. Gran Colombia.
Figura N°:13 Fuente: Observación Directa Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos		
Características: <p>La puerta de entrada de la ciudad es un monumento arquitectónico que se basa en una réplica del escudo enviado por el Rey Felipe II de España en 1571 a Loja, por ser considerada como la puerta de ingreso a la Amazonía y sobre todo para la conquista de "El Dorado". Este monumento fue construido en 1998.</p> <p>En su parte superior se encuentra un mirador desde donde se divisa toda la ciudad. En su interior se encuentran, el museo, las salas de exposiciones itinerantes de la puerta de la ciudad se han utilizado para la exhibición de importantes obras plásticas: pintura, escultura, fotografía, etc. Cada mes se presentan ante el público muestras artísticas pintados por artistas de diferentes lugares del país, además de un salón de artesanías.</p> <p>También en la Puerta de la Ciudad, se puede pasar un agradable momento en su cafetería y disfrutar de la hermosa vista de la ciudad desde sus torres.</p>		
Recomendaciones: Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, ropa cómoda y abrigada, bloqueador solar y zapatos cómodos.		
Actividades turísticas: Se puede realizar actividades como: <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • Museo, galería • Exposiciones artísticas. 		

Fuente: Área de Regeneración Urbana del Municipio de Loja.

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos


**Cuadro N° 37: Ficha de Jerarquización Monumento Puerta de
Entrada de la Ciudad**

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	2
	d) Estado de conservación (y/o organización)	2
		<hr/> 15
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	2
		<hr/> 9
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
		<hr/> 1
	TOTAL	25

Fuente: Área de Regeneración Urbana del Municipio de Loja.

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Cuadro N° 38: Parque Simón Bolívar

Nombre del Atractivo: Parque Simón Bolívar		Jerarquía: I
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Realizaciones artísticas contemporáneas	Subtipo: Parque
Provincia: Loja	Catón: Loja	Localidad: El Sagrario
 <p style="margin-top: 10px;">Figura N°:14 Fuente: Observación Directa Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos</p>		<p>Ubicación: Se ubica en el centro de la ciudad, en las calles Cristóbal Colon y 18 de noviembre.</p>
<p>Características: El Parque Simón Bolívar fue levantado en homenaje al Tratado Binacional de Paz de Itamaratí del 22 de Octubre de 1998. Plaza de planta rectangular conformada por una sola crujía; se desarrolla a partir de un monumento central de base redonda en el cual se abren diferentes directrices.</p> <p>Plaza con características de influencia de jardín francés, los arbustos se encuentran protegidos por estacas de madera color blanco, las jardineras interiores que delimitan los espacios tienen borde de piedra y en su interior árboles, arbustos y jardineras, en el centro de la plaza se encuentra un monumento dedicado a Simón Bolívar que se levanta sobre un elemento trapezoidal de mármol y en la parte trasera del monumento se elevan seis columnas de orden corintio con base moldurada, fuste estriado con ornamento a media altura de hojas, y capitel corintio con un remate jónico, la acera que bordea la plaza es de concreto rojo y amarillo y en el interior del parque las cominerías son de adoquín de piedra andesita</p>		
<p>Recomendaciones: Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, ropa cómoda y abrigada, bloqueador solar y zapatos cómodos.</p>		
<p>Actividades turísticas: Se puede realizar actividades como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía 		

Fuente: Área de Regeneración Urbana del Municipio de Loja.
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Cuadro N° 39: Ficha de Jerarquización Parque Simón Bolívar

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	e) Valor intrínseco	5
	f) Valor extrínseco	5
	g) Entorno	2
	h) Estado de conservación (y/o organización)	2
		<hr/> 14
APOYO	d) Acceso	4
	e) Servicios	3
	f) Asociación con otros atractivos	2
		<hr/> 9
SIGNIFICADO	e) Local	1
	f) Provincial	0
	g) Nacional	0
	h) Internacional	0
		<hr/> 1
	TOTAL	25

Fuente: Área de Regeneración Urbana del Municipio de Loja.

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Cuadro N° 40: Plaza de San Francisco

Nombre del Atractivo: Plaza de San Francisco		Jerarquía: I
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Historica	Subtipo: Arquitectura civil y religiosa
Provincia: Loja	Catón: Loja	Localidad: El Sagrario
 <p>Figura N°:15 Fuente: Observación Directa Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos</p>		<p>Ubicación: Se ubica en el casco urbano del centro de la ciudad de Loja, en las calles Cristóbal Colon y Simón Bolívar.</p>
<p>Características: Es una pequeña plaza rodeada por la Iglesia y Convento de los Franciscanos. En su centro se encuentra el Monumento al Capitán Alonso de Mercadillo, fundador de la ciudad de Loja, y hacia el vértice sur-oriental de la plaza, se encuentra la Casa de la Cultura.</p> <p>La estructura de la primera Iglesia de San Francisco fue construida en 1564. El corregidor Pedro Javier Valdivieso la reconstruyo después del terremoto de 1749. El edificio era y es de adobe como los demás. El convento de San Francisco de la ciudad de Loja, por tratarse de una comunidad de misioneros constituyó un punto estratégico para la evangelización tanto en la jurisdicción territorial de los Paltas y sus diversos pueblos, como de las etnias de la Amazonía adscrita a las gobernaciones de Yaguarzongo y Mainas.</p> <p>Luego de la fundación de nuestra ciudad, una parte de la comunidad de hermanos Franciscanos se radican en esta con fines de servicio a la comunidad y crean el templo de estilo renacentista y neo-griego en honor a su patrono, la misma que luego del terremoto de 1851, se reconstruye y mantiene hasta la actualidad conjuntamente con el monasterio de los hermanos Franciscanos.</p>		
<p>Recomendaciones: Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, ropa cómoda y abrigada, bloqueador solar y zapatos cómodos.</p>		
<p>Actividades turísticas: Se puede realizar actividades como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • Observación de piezas religiosas en el interior de la iglesia 		

Fuente: Área de Regeneración Urbana del Municipio de Loja.
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Cuadro N° 41: Ficha de Jerarquización Plaza de San Francisco

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	i) Valor intrínseco	5
	j) Valor extrínseco	5
	k) Entorno	2
	l) Estado de conservación (y/o organización)	2
		<hr/> 14
APOYO	g) Acceso	4
	h) Servicios	3
	i) Asociación con otros atractivos	2
		<hr/> 9
SIGNIFICADO	i) Local	1
	j) Provincial	0
	k) Nacional	0
	l) Internacional	0
		<hr/> 1
	TOTAL	25

Fuente: Área de Regeneración Urbana del Municipio de Loja.

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Cuadro N° 42: Plaza de la Catedral

Nombre del Atractivo: Plaza de la Catedral		Jerarquía: I
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Historica	Subtipo: Arquitectura civil y religiosa
Provincia: Loja	Catón: Loja	Localidad: El Sagrario
 <p style="margin-top: 10px;">Figura N°:16 Fuente: Observación Directa Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos</p>		<p>Ubicación: Se ubica en pleno centro urbano de la ciudad de Loja, en las calles 10 de agosto y Bernardo Valdivieso.</p>
<p>Características: Es el parque central de la ciudad, localizado en las calles 10 de Agosto entre Bernardo Valdivieso y Bolívar, alrededor se ubican las principales instituciones públicas como el edificio del Palacio del Consejo Provincial, la Casa Episcopal, el Palacio Municipal, la Gobernación, el Museo del Banco Central del Ecuador. Aquí se encuentra uno de los primeros monumentos que se colocó en la ciudad, en honor al benefactor de la educación lojana, el filántropo Don Bernardo Valdivieso, el monumento fue colocado en este sitio en el año de 1909.</p> <p>Conjuntamente con el parque se encuentra la iglesia, construida en el año de 1890, con un estilo ecléctico y elementos historicistas neoclásicos, el tumbado adornado con artesanado en metal. Uno de los elementos más sobresalientes de esta Iglesia, es un órgano alemán traído el mismo año de construcción. Siendo esta la Iglesia Matriz, se recibe cada 20 de agosto a la imagen de la Virgen del Cisne, que es traída en romería desde la basílica del cisne ubicada en la parroquia del mismo nombre a 70 Km, de la ciudad de Loja, imagen que llega a Loja para presidir las fiestas religiosas y comerciales de septiembre hectáreas, el 1 de Noviembre, día en el cual es retornada a su lugar de veneración permanente.</p>		
<p>Recomendaciones: Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, ropa cómoda y abrigada, bloqueador solar y zapatos cómodos.</p>		
<p>Actividades turísticas: Se puede realizar actividades como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • Observación de piezas religiosas en el interior de la iglesia • Turismo Religioso: Recibimiento cada agosto a la Virgen del Cisne. 		

Fuente: Área de Regeneración Urbana del Municipio de Loja.
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos


Cuadro N° 43: Ficha de Jerarquización Plaza de la Catedral

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	m) Valor intrínseco	5
	n) Valor extrínseco	5
	o) Entorno	2
	p) Estado de conservación (y/o organización)	2
		14
APOYO	j) Acceso	4
	k) Servicios	3
	l) Asociación con otros atractivos	2
		9
SIGNIFICADO	m) Local	1
	n) Provincial	0
	o) Nacional	0
	p) Internacional	0
		1
	TOTAL	25

Fuente: Área de Regeneración Urbana del Municipio de Loja.

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Cuadro N° 44: Plaza de Santo Domingo

Nombre del Atractivo: Plaza de Santo Domingo		Jerarquía: I
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Historica	Subtipo: Arquitectura civil y religiosa
Provincia: Loja	Catón: Loja	Localidad: El Sagrario
 <p>Figura N°:17 Fuente: Observación Directa Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos</p>		<p>Ubicación: Se ubica en el casco urbano de la ciudad de Loja, en las calles Simón Bolívar y Vicente Rocafuerte.</p>
<p>Características: La plaza de Santo Domingo encontramos una plazoleta y el monumento a Manuel Carrión Pinzano, que en su gobierno se crea la Corte Superior de Justicia y se establece la feria provincial en la ciudad de Loja.</p> <p>Este ilustre Lojano fue el autor del movimiento Federalista Lojano en el año 1.853. Junto a la plaza tenemos la iglesia de Santo Domingo Construida en el año de 1557 y terminada en 1.600, de estilo ecléctico con historicismo románico, remates góticos en sus torres. En ella encontramos la escultura de la Virgen del Rosario de estilo barroco, que fue traída desde Sevilla en el año de 1550 y cerca de 50 esculturas de autoría desconocida, entre ellas la imagen del Cristo crucificado que se presume perteneció a Caspicara. La pintura y decorado de la iglesia fueron realizados en el año 1928 por Fray Enrique Mideros, este fraile pinto también las iglesias de Ibarra, Latacunga y Baños.</p> <p>Esta decoración se compone de 18 cuadros grandes, 36 medallones, 16 cuadros de los misterios del rosario. En los subterráneos, están sepultados los restos de quien fuera uno de los fundadores de Loja: Juan de Salinas Loyola.</p> <p>La parte más llamativa de este parque son las torres que conforman la iglesia, las cuales se han convertido en símbolos escénicos del paisaje lojano.</p>		
<p>Recomendaciones: Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, ropa cómoda y abrigada, bloqueador solar y zapatos cómodos.</p>		
<p>Actividades turísticas: Se puede realizar actividades como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • Observación de piezas religiosas en el interior de la iglesia • Ferias artesanales 		

Fuente: Área de Regeneración Urbana del Municipio de Loja.
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Cuadro N° 45: Ficha de Jerarquización Plaza de Santo Domingo

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	q) Valor intrínseco	5
	r) Valor extrínseco	5
	s) Entorno	2
	t) Estado de conservación (y/o organización)	2
		<hr/> 14
APOYO	m) Acceso	4
	n) Servicios	3
	o) Asociación con otros atractivos	2
		<hr/> 9
SIGNIFICADO	q) Local	1
	r) Provincial	0
	s) Nacional	0
	t) Internacional	0
		<hr/> 1
	TOTAL	25

Fuente: Área de Regeneración Urbana del Municipio de Loja.

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Cuadro N° 46: Plaza de San Sebastián

Nombre del Atractivo: Plaza de San Sebastián		Jerarquía: I
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Historica	Subtipo: Arquitectura civil y religiosa
Provincia: Loja	Catón: Loja	Localidad: San Sebastián
 <p style="margin-top: 5px;">Figura N°:18 Fuente: Observación Directa Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos</p>		<p>Ubicación: Se ubica en el casco urbano de la ciudad de Loja, en las calles Simón Bolívar y Bernardo Valdivieso.</p>
<p>Características: La parroquia eclesiástica San Sebastián, fue creada en el año de 1650; pero tuvieron que transcurrir algunos años para que en el lugar se inicie la construcción de la iglesia; es así que en el año de 1900 comienza la edificación del templo en honor a la Virgen Santísima Inmaculada de Lourdes, y remodelado en el año 1979, la iglesia está conformada por tres naves, un retablo en cada una de ellas. De la nave izquierda nace una pequeña capilla para la veneración del Divino Niño. Son dignos de destacar la imagen de San Sebastián tallada en madera esmaltada y el retablo mayor que contiene elementos de tipo gótico, pináculos y sus arcos en crucería. Ubicada al sur de la ciudad, en las calles Bolívar y Mercadillo, aquí se reunió el 18 de Noviembre de 1820 el pueblo de Loja para proclamar la Independencia de la corona española. Rodean a la plaza, construcciones de estilo antiguo, con amplios portales, balcones de madera tallada y aleros.</p> <p>En el centro del parque se levanta una torre de 32 metros de altura en cuya cumbre se encuentra un reloj de cuatro esferas. Existe una glorieta en la que se realizan actos culturales y políticos.</p>		
<p>Recomendaciones: Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, ropa cómoda y abrigada, bloqueador solar y zapatos cómodos.</p>		
<p>Actividades turísticas: Se puede realizar actividades como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • Actos culturales • Ferias artesanales • Observación de piezas religiosas en el interior de la iglesia. 		

Fuente: Área de Regeneración Urbana del Municipio de Loja.

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos


Cuadro N° 47: Ficha de Jerarquización Plaza de San Sebastián

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	u) Valor intrínseco	5
	v) Valor extrínseco	5
	w) Entorno	2
	x) Estado de conservación (y/o organización)	2
		<hr/> 14
APOYO	p) Acceso	4
	q) Servicios	3
	r) Asociación con otros atractivos	2
		<hr/> 9
SIGNIFICADO	u) Local	1
	v) Provincial	0
	w) Nacional	0
	x) Internacional	0
		<hr/> 1
	TOTAL	25

Fuente: Área de Regeneración Urbana del Municipio de Loja.

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Cuadro N° 48: Calle Lourdes

Nombre del Atractivo: Calle Lourdes		Jerarquía: I
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Historica	Subtipo: Arquitectura civil
Provincia: Loja	Catón: Loja	Localidad: San Sebastián
 <p style="margin-top: 10px;">Figura N°:19 Fuente: Observación Directa Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos</p>		<p>Ubicación: Se ubica en el casco urbano del centro de Loja, en la Parroquia San Sebastián a pocos metros de la Plaza del mismo nombre, en las calles Lourdes y Simón Bolívar.</p>
<p>Características: Cerca de la Plaza de San Sebastián encontramos la calle Lourdes, formada por una cuadra de viviendas, todas de arquitectura colonial de uno y dos pisos, sus paredes con baldosas decorativas, balcones y ventanas de madera, la calzada de tipo rústico con adoquines y piedra y colores fuertes decoran el paisaje. Es una de las calles más vistosas de la ciudad y el paso obligado de las personas que visitan Loja, sobre todo durante la noche, ya que sus faroles iluminan las casas coloniales que dan cabida a cafés, bares y tiendas de artesanías. Caminar por esta pequeña y angosta calle permite al visitante transportarse al pasado. Este lugar ha sido el escenario de algunas filmaciones y sesiones fotográficas. El acceso a este lugar es solo para carros pequeños, la finalidad es resguardar y preservar este patrimonio para los lojanos y se ha implementado la iniciativa en este lugar, la que se basa en cerrar la vía y realizar exposiciones fotográficas, con la finalidad que los lojanos y turistas puedan conocer las bondades que ofrece la provincia de Loja y la calidad de artistas con los que cuenta la ciudad; afirman que con esto le dan el realce e importancia que debe tener la calle Lourdes.</p>		
<p>Recomendaciones: Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, ropa cómoda y abrigada, bloqueador solar y zapatos cómodos.</p>		
<p>Actividades turísticas: Se puede realizar actividades como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • Compras artesanales • Exposiciones y muestras pictóricas. 		

Fuente: Área de Regeneración Urbana del Municipio de Loja.

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Cuadro N° 49: Ficha de Jerarquización Calle Lourdes

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	y) Valor intrínseco	5
	z) Valor extrínseco	5
	aa)Entorno	2
	bb)Estado de conservación (y/o organización)	2
		<hr/> 14
APOYO	s) Acceso	4
	t) Servicios	3
	u) Asociación con otros atractivos	2
		<hr/> 9
SIGNIFICADO	y) Local	1
	z) Provincial	0
	aa)Nacional	0
	bb)Internacional	0
		<hr/> 1
	TOTAL	25

Fuente: Área de Regeneración Urbana del Municipio de Loja.

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

6.1.3. Análisis MEFI

Una vez elaborada la Matriz FODA, que enlista cuales son los factores internos y externos que influyen en el desempeño de una organización, el siguiente paso es evaluar primeramente la situación interna de la compañía, esto mediante la Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI)

El procedimiento para la elaboración de una MEFI se constituye por cinco etapas, y la diferencia se tomará solamente para realizar la evaluación de las fortalezas y debilidades de la organización y los valores de las calificaciones son distintos:

La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales.

1. Asignar un peso entre 0.0 (no importante) hasta 1.0 (muy importante), el peso otorgado a cada factor, expresa la importancia relativa del mismo, y el total de todos los pesos en su conjunto debe tener la suma de 1.0.
2. Asignar una calificación entre 1 y 4, en orden de importancia, donde el 1 es irrelevante y el 4 se evalúa como muy importante dentro de la calificación.
3. Efectuar la multiplicación del peso de cada factor para su calificación correspondiente, para determinar una calificación ponderada de cada factor, ya sea fortaleza o debilidad.
4. Sumar las calificaciones ponderadas de cada factor para determinar el total ponderado de la organización en su conjunto y determinar su valor.

CUADRO Nº 50: Matriz de Factores Internos

FACTORES INTERNOS	Ponderación	Calificación	Resultados
FORTALEZAS			
Se encuentra ubicado en el centro urbano de la ciudad.	0,116	4	0,47
Variedad de atractivos turísticos culturales	0,116	4	0,47
Variedad de eventos culturales y religiosos en los atractivos culturales	0,116	3	0,35
Facilidad de acceso a los atractivos	0,116	3	0,35
Importante valor patrimonial	0,116	4	0,47
Se encuentran generalmente en buen estado para ser visitados	0,116	3	0,35
DEBILIDADES			
Falta de actualización de la ruta actual.	0,05	1	0,05
Inexistencia de un plan de marketing turístico para la promoción de la Ruta Naranja	0,05	1	0,05
Ausencia de guías turísticos locales para la Ruta Naranja	0,05	1	0,05
Falta de difusión de los atractivos culturales y la ruta naranja a través de una guía.	0,05	1	0,05
Ausencia de programas de capacitación turística a los establecimientos turísticos.	0,05	2	0,10
Falta de interés por parte de la administración pasada	0,05	2	0,10
TOTAL:	1,00		2,85

Fuente: Observación Directa

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Conclusión: Una vez analizada y evaluada la matriz de factores internos se obtuvo como resultado 2,85 que significa que las debilidades son mayores a las fortalezas, sin embargo, se debe proponer estrategias que permitan aprovechar y reforzar las fortalezas de mejor forma y estrategias para evitar las debilidades.

6.1.4. Análisis MEFE

La siguiente matriz es de evaluación de los factores externos observando algunos cambios con respecto a las anteriores, ya que establece un análisis cuantitativo simple de los factores externos, es decir, de las oportunidades y las amenazas mediante el siguiente procedimiento:

1. Hacer una lista de las oportunidades y amenazas externas con que cuenta la empresa.
2. Asignar un peso relativo en un rango de cero (irrelevante) a 1.0 (muy importante), el peso manifiesta la importancia considerada relativa que tiene cada factor, soslayando que las oportunidades deben tener más peso que las amenazas, siendo necesario establecer que la suma de todas las oportunidades y las amenazas deben sumar 1.0.
3. Ponderar con una calificación de 1 a 4 para cada uno de los factores considerados determinantes para el éxito, con el propósito de evaluar si las estrategias actuales de la empresa son realmente eficaces, el 4 es una respuesta considerada superior, 3 es una respuesta superior a la media, 2 una respuesta de término medio y 1 una respuesta mala.
4. Multiplicar el peso de cada factor por su calificación para obtener una calificación ponderada.

Sumar las calificaciones ponderadas de cada una de las variables para determinar el total del ponderado de la organización en cuestión y de estar determinar el valor de las oportunidades y el valor de las amenazas con un puntaje máximo un punto, mientras que en resultado neutral es de 2,50 puntos.

CUADRO N° 51: Matriz de Factores Externos

FACTORES EXTERNOS	Ponderación	Calificación	Resultados
OPORTUNIDADES			
Crecimiento turístico	0,10	4	0,40
Ubicación estratégica de la ciudad de Loja	0,10	4	0,40
Planta turística de primer orden	0,10	4	0,40
Emprendimientos de nuevos proyectos turísticos	0,10	3	0,30
Reconocimiento a nivel nacional de la ciudad de Loja como ciudad cultural	0,10	3	0,30
Celebración de fiestas religiosas y culturales durante el año	0,10	4	0,40
AMENAZAS			
Vías de acceso limitadas en invierno	0,06	2	0,13
Abastecimiento de agua potable	0,06	2	0,13
Excesivo caos vehicular en horas pico	0,06	1	0,07
Problema social como la delincuencia	0,06	1	0,07
Regulación laboral entre los vendedores informales provocando desorden	0,06	1	0,07
Inestabilidad climática	0,06	2	0,13
TOTAL:	1,00		2,80

Fuente: Observación Directa

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Conclusión: Una vez analizada y evaluada la matriz de factores externos se obtuvo como resultado 2,8 que significa que las oportunidades son mayores a las amenazas, sin embargo, se debe proponer estrategias que permitan aprovechar las oportunidades de mejor forma y estrategias para evitar las amenazas y de esta manera mejorar la calidad de vida y servicio de lo que rodea al atractivo turístico con el fin de brindar un seguridad y bienestar.

6.1.5. Matriz de estrategias FODA MAFE

Una vez efectuada la Matriz FODA con su listado de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas correspondientes, la siguiente etapa es realizar una matriz que se deriva de la anterior, la denominada primeramente como MAFE (Amenazas, Oportunidades, Debilidades y Fortalezas), desarrollando cuatro tipos de estrategias, de acuerdo con lo propuesto por David (1997):

- 1) Estrategias FO: Aplican a las fuerzas internas de la empresa para aprovechar la ventaja de las oportunidades externas.
- 2) Estrategias DO: Pretenden superar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas.
- 3) Estrategias FA: Aprovechan las fuerzas de la empresa para evitar o disminuir las repercusiones de las amenazas externas.
- 4) Estrategia DA: Son tácticas defensivas que pretenden disminuir las debilidades internas y evitar las amenazas del entorno

Sin embargo, se considera que el nombre de esta matriz con el acrónimo MAFE asignado por David no es adecuado, ya que realmente no está explicando lo verdaderamente importante de esta matriz, que consiste en formular estrategias.

6.1.6. Matriz de Análisis F.O.D.A.

Al laborar diagnóstico en los entornos laborales es una condición para actuar profesionalmente en la formulación e implantación de estrategias y su seguimiento para resultados de evaluación y control.

La matriz FODA como instrumento viable para realizar análisis organizacional, en relación con los factores que determinan el éxito en el cumplimiento de metas, es una alternativa que motivó a efectuar el análisis para su difusión y divulgación.

Es importante destacar que dicha alternativa fue aplicada en un estudio de evaluación de la información generada en una institución de seguridad social perteneciente al gobierno federal de México. Los resultados contribuyeron en forma significativa para la toma de decisiones en la selección de medios electrónicos e impresos; así como, en los contenidos de información y en la necesidad de profesionalizar a los servidores públicos responsables de la función de comunicación social, para garantizar el impacto institucional esperado.(SERRA, 2011)

La matriz de análisis FODA es una metodología de estudio en la que se estudiara a la “Ruta Naranja de la ciudad de Loja”; esta matriz nos permite analizar los factores internos (Debilidades y Fortalezas) y sus factores externos (Amenazas y Oportunidades).

CUADRO N° 52: Matriz de Análisis F.O.D.A

Factores Externos	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Crecimiento turístico. (Entrevista: P. #2) 2. Ubicación estratégica de la ciudad de Loja. (Entrevista: P. #4) 3. Planta turística de primer orden. (Entrevista: P. #5) 4. Emprendimientos de nuevos proyectos turísticos. (Entrevista: P. #9) 5. Reconocimiento a nivel nacional de la ciudad de Loja como ciudad cultural. (Entrevista: P. #14) 6. Celebración de fiestas religiosas y culturales durante el año. (Entrevista: P. #10) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vías de acceso limitadas en invierno. (Entrevista: P. #4) 2. Desabastecimiento de agua potable por sectores.(Entrevista: P. #2) 3. Excesivo caos vehicular en horas pico. (Entrevista: P. #4) 4. Problema social como la delincuencia. (Entrevista: P. #2) 5. Regulación laboral entre los vendedores informales provocando desorden. (Entrevista: P. #4) 6. Inestabilidad climática.(Entrevista: P. #4)
Factores Internos	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Se encuentra ubicado en el centro urbano de la ciudad.(Entrevista: P. #3) 2. Variedad de atractivos turísticos culturales. (Entrevista: P. #2) 3. Variedad de eventos culturales y religiosos en los atractivos culturales. (Entrevista: P. #10) 4. Facilidad de acceso a los atractivos. (Entrevista: P. #11) 5. Importante valor patrimonial. (Entrevista: P. #10) 6. Se encuentran conservados para ser visitados. (Entrevista: P. #11) 	<ol style="list-style-type: none"> 7. Falta de actualización de la ruta actual del atractivo.(Entrevista: P. #12) 8. Inexistencia de un plan de marketing turístico para la promoción de la Ruta Naranja. (Entrevista: P. #12) 9. Ausencia de guías turísticos locales para la Ruta Naranja. (Entrevista: P. #6) 10. Falta de difusión de los atractivos culturales de la ruta naranja a través de una guía.(Entrevista: P. #2) 11. Ausencia de un itinerario para recorrer y visitar la Ruta Naranja.(Entrevista: P. #13) 12. Falta de interés por parte de la administración pasada.(Entrevista: P. #12)

Fuente: Observación Directa

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

6.2. Objetivo 2: Desarrollo de la Propuesta de un Plan de Marketing Turístico para la Ruta Naranja de la Ciudad de Loja, Cantón Loja, Provincia de Loja

Inmediatamente después de haber determinado la matriz de estrategias F.O.D.A, se continuara con desarrollo del segundo objetivo, para el cual se realizara un plan de marketing turístico para la Ruta Naranja de la ciudad de Loja, la misma que ha sido considerada para un año de duración, que tendrá como propósito la difusión de sus atractivos turísticos históricos y culturales, mediante el cumplimiento de los objetivos estratégicos.

La propuesta estará acorde a los principios de sostenibilidad ambientales, buenas prácticas y calidad institucional y turística.

- **Misión:**

Promover el desarrollo y promoción de la actividad turística del cantón Loja, como un destino turístico de calidad a nivel nacional e internacional, ofreciendo a los turistas disfrutar de la historia, cultura y naturaleza en su máxima expresión.

- **Visión:**

Ser reconocida como una institución modelo a nivel nacional en el manejo de un turismo responsable, sostenible, demostrando que el turismo es una pieza clave del desarrollo económico de Loja, desarrollándolo como un destino turístico de calidad, promoviendo la conservación de los recursos históricos, culturales y naturales a través de los años.

- **Valores institucionales:**
 - **El Respeto:** Se lo difundirá mediante el aprecio por el valor de alguien o de algo, e incluye el respeto por uno mismo, respeto por los derechos, la dignidad de todas las personas y el respeto por el medio ambiente.
 - **La Honestidad:** Es una faceta del carácter moral y se refiere a los atributos positivos y virtuosos tales como la integridad, veracidad y sinceridad, con la que se realizó el trabajo.
 - **Equidad:** La reafirmación de valores como la justicia, el amor a la patria, el respeto a la diversidad étnica y cultural, el ejercicio de la democracia y la tolerancia dentro de la institución.
 - **Servicio:** Actitud positiva hacia el trabajo, a fin de satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes internos y externos de la institución.
 - **Transparencia:** Se manifiesta con un trabajo imparcial, desvinculado de intereses particulares, reflejados en la idoneidad y efectividad de sus acciones y resultados, en el marco de principios éticos y morales de la convivencia institucional y social para trabajar en armonía.
 - **Trabajo en equipo:** Coordinación del talento humano en la consecución de metas y objetivos de la Entidad reuniendo las cualidades únicas de cada persona.

- **Marca Turística**

FIGURA N° 20: Logo de la Ruta Naranja



Fuente: Diseño gráfico "Draco"
Elaboración: Diseño gráfico "Draco"

La marca turística es sobria y distintiva, con grandes expectativas de aceptación en el mercado turístico por la forma como se la diseñó, predominando el color negro y naranja, dándole un estilo minimalista.

El Castillo: Representa los atractivos históricos y culturales de la ruta.

Color negro: El color negro siempre ha sido sinónimo de misterio y elegancia, en este caso dicho color representa la historia que esconde cada atractivo turístico cultural.

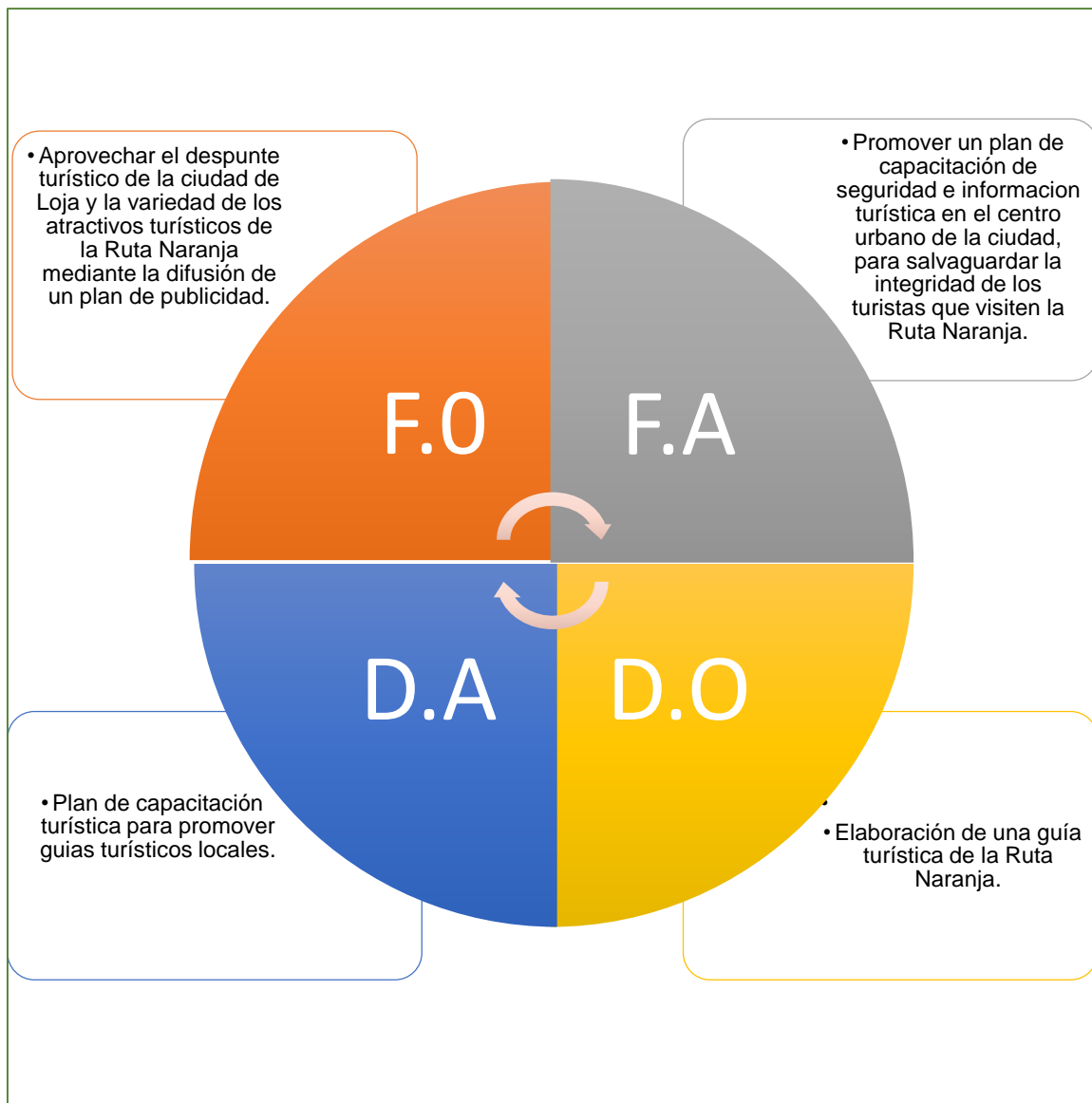
Color naranja: Se lo utiliza por cumplir la función como su nombre lo dice Ruta Naranja, que es el color identificativo de esta ruta turística.

Ruta Naranja -Histórica Cultural-: Es el nombre o marca de la ruta, representa la histórica y cultura de los atractivos turísticos que forman parte de la urbe lojana.

- **Propuesta de objetivos estratégicos:**

En la matriz estratégica de F.O.D.A se dieron como resultado cuatro estrategias a llevar a cabo para elaborar la propuesta que será de gran aporte para el desarrollo turístico en la ciudad de Loja, y que son las siguientes:

GRÁFICO Nº 17: Propuesta de objetivos estratégicos



Fuente: Matriz de estrategias FODA.

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

6.2.1. Objetivo Estratégico N.1

Aprovechar el despunte turístico de la ciudad de Loja y la variedad de los atractivos turísticos de la Ruta Naranja mediante la difusión de un plan de publicidad.

6.2.2.1. Meta:

Con el propósito de contribuir al desarrollo turístico del cantón y ciudad de Loja, se pretende motivar el incremento de turistas mediante la difusión de un plan de publicidad para la Ruta Naranja que contiene página web y redes sociales.

6.2.2.2. Estrategia:

- ◆ Diseñar herramientas de comunicación que permitan fomentar la imagen del cantón y ciudad de Loja que tiene ante los diferentes mercados objetivos.
- ◆ Creatividad en la publicidad de la página web y redes sociales, capaces de que puedan ser recordadas con facilidad.
- ◆ Aprovechamiento de acontecimientos y eventos llamativos, que permitan estimular a los turistas a visitar la Ruta Naranja de la ciudad de Loja.

6.2.2.3. Políticas:

- ◆ La Ruta Naranja de Loja desarrollara su campaña publicitaria a lo largo del año dado que el medio donde se lo publicita es de medio virtual y de alcance nacional.
- ◆ La información que se presente deberá ser clara, concisa y fácil de entender, además se deberá presentar información actualizada de los atractivos turísticos que componen la Ruta Naranja.

- ◆ Realizar promociones fuertes y veraces de acuerdo a las temporadas más llamativas del año.

6.2.2.4. Tácticas:

- ◆ Facilitar a los turistas la dirección de la página web de la Ruta Naranja para que se informen de los atractivos turísticos que pueden encontrar dentro del mismo.
- ◆ Elaboración de redes sociales (Facebook y Twitter), para la difusión de la Ruta Naranja y sus atractivos turísticos.

6.2.2.5. Responsable:

- ◆ El Departamento de Turismo e ITUR del Ilustre Municipio de Loja.

6.2.2.6. Tiempo:

- ◆ Dada la necesidad e importancia que amerita la realización de publicidad para la Ruta Naranja de la ciudad de Loja, su planificación es para un año de duración, con la posibilidad el Departamento de Turismo e ITUR podrán decidir en qué momento se efectuara su ampliación de tiempo, frecuencia e impacto.
- ◆ La página web oficial de la Ruta Naranja estará en línea durante un año, con la posibilidad de ampliar su tiempo en la red con la actualización de la ruta turística.
- ◆ La publicidad de la Ruta Naranja a través de las redes sociales más conocidas (Facebook y Twitter) es para un año de duración con la posibilidad de ampliación de su tiempo en internet.

6.2.2.7. Recursos Humanos:

- ◆ Miembros del Departamento de Turismo e ITUR del Ilustre Municipio de Loja.

6.2.2.8. Recursos Materiales:

- ◆ Equipo de computación.
- ◆ Cámara Fotográfica
- ◆ Fichas de información turística

6.2.2.9. Recursos Económicos

- Costo de Diseño de la Pagina web y redes sociales= **1000,00**

6.2.2.10. Resultados esperados:

- ◆ Motivar al público a visitar la Ruta Naranja de la ciudad de Loja y contribuir al despunte del turismo cultural.
- ◆ Difundir los diferentes atractivos culturales e históricos de la Ruta Naranja como las plazas, iglesias, parques, monumentos y calles.
- ◆ Mejorar la imagen del centro histórico y de la ciudad de Loja, y ser más conocido dentro de la oferta turística.

6.2.2.11. Indicadores:

Los indicadores del primer objetivo nos ayudara a definir de forma más precisa los estándares con que evaluar el progreso del objetivo, teniendo como finalidad su cumplimiento. Tenemos los siguientes indicadores: Creación de una página web de la Ruta Naranja, siendo el indicador el total de visitas recibidas que obtendrá dicha página; a continuación esto conlleva a un incremento en visitas, a la vez que aumenta el costo de las redes sociales. Finalmente esto dejara un número de clientes fijos, lo cual provoca la expansión de la difusión publicitaria.

Total de página web
Visitas recibidas

Incremento en visitas
Costo de redes sociales

Número de clientes
Expansión de difusión publicitaria

6.2.2.12. Presupuesto:

CUADRO Nº 54: Presupuesto de Publicidad para la Ruta Naranja de la Ciudad de Loja

CANTIDADES	DETALLE	PRECIO UNITARIO(USD)	TOTAL
1	Página Web	500,00	550.00
1	Página de Facebook	250.00	250.00
1	Página de Twitter	250.00	250.00
TOTAL			1000.00

Fuente: Empresa de Diseño Gráfico "Draco"
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Página Web.

- **Empresa de diseño gráfico Draco:** Un empresa de diseño gráfico que se encarga de la elaboración de páginas web y publicidad gráfica en general en la ciudad de Loja.

Redes sociales.

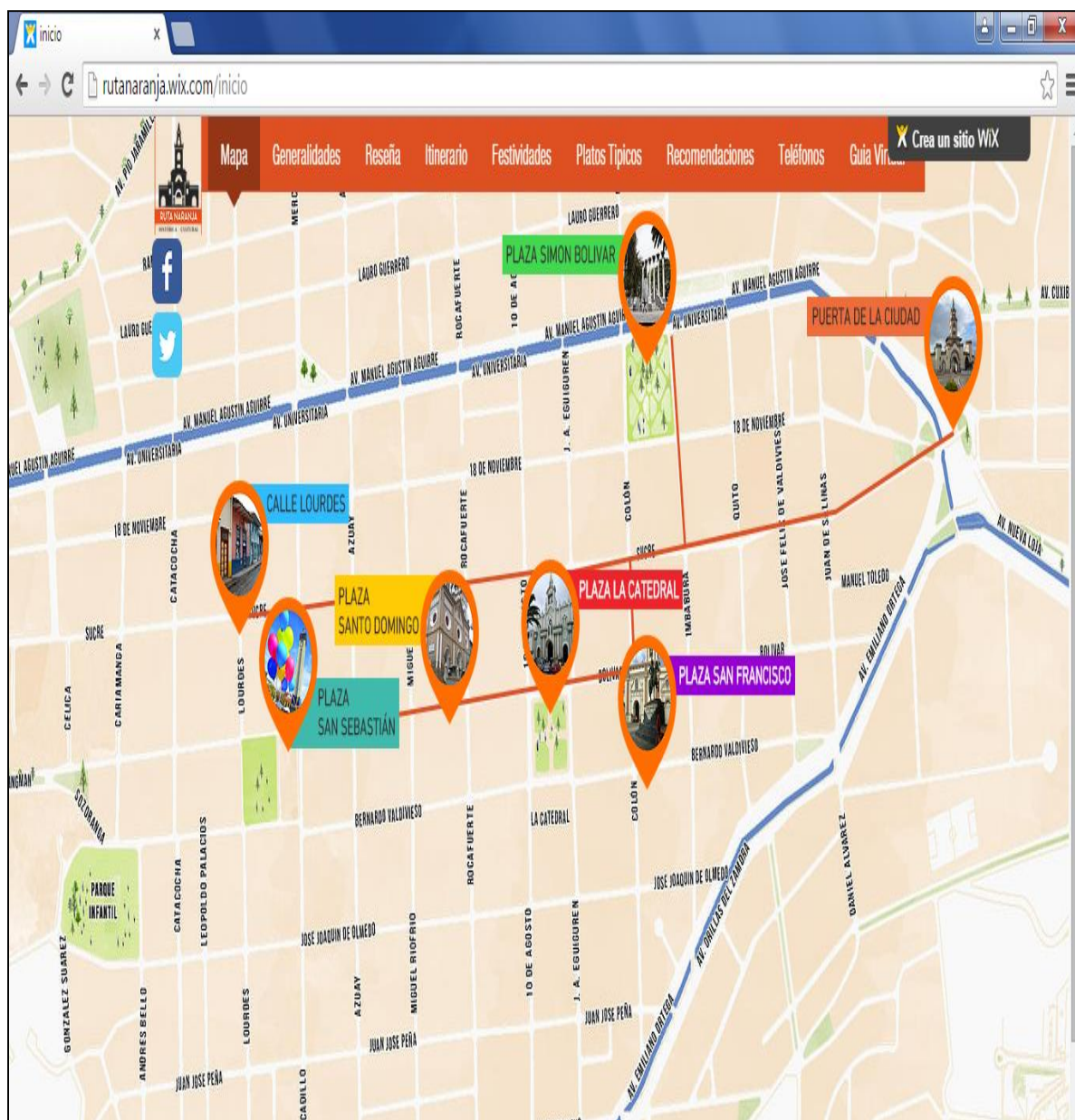
- **Facebook:** La red social más popular del mundo, su cobertura es prácticamente de alcance mundial dando por hecho su presencia en toda la provincia de Loja y a nivel nacional.

- **Twitter:** Es de las redes sociales más usadas del mundo, permitiendo alcanzar una cobertura a nivel provincial, regional, nacional e internacional, es una herramienta muy usada en el mundo de los negocios.

Los medios de comunicación expuestos anteriormente se justifican ya que poseen una cobertura a nivel internacional y tienen un gran número de usuarios en la provincia de Loja y del país.

La página web tiene un costo de 400 dólares y la puesta en línea de 100 dólares resultando un total de 500 dólares. En cuanto a las redes sociales Facebook y Twitter, su costo es de 250.00 dólares, mediante su red pagada capaz de generar más impacto y posicionamiento.

FIGURA: N° 21: Página web de la Ruta Naranja



Fuente: Observación directa

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURANº 22: Página de Facebook de la Ruta Naranja



Fuente: Observación directa
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA Nº 23: Página de Twitter de la Ruta Naranja



Fuente: Observación directa
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Objetivo estratégico N.1: Aprovechar el despunte turístico de la ciudad de Loja y la variedad de los atractivos turísticos de la Ruta Naranja mediante la difusión de un plan de publicidad.

Cuadro N. 55: Objetivo estratégico N. 1

OBJETIVO ESTRATÉGICO Nº 1				
Aprovechar el despunte turístico de la ciudad de Loja y la variedad de los atractivos turísticos de la Ruta Naranja mediante la difusión de un plan de publicidad.				
META	ESTRATEGIAS	POLITICAS	TÁCTICAS	RESP.
<p>* Con el propósito de contribuir al desarrollo turístico del cantón y ciudad de Loja, se pretende motivar el incremento de turistas mediante la difusión de un plan de publicidad que contiene página web y redes sociales.</p>	<p>* Diseñar herramientas de comunicación que permitan fomentar la imagen de la ciudad de Loja que tiene ante los diferentes mercados objetivos. *Creatividad en la publicidad, capaz que pueda ser recordada con facilidad. *Aprovechamiento de acontecimientos y eventos llamativos, que permitan estimular a los turistas a visitar la Ruta Naranja de la ciudad de Loja</p>	<p>*La Ruta Naranja de Loja desarrollara su campaña publicitaria cada trimestre o cuando las condiciones del mercado así lo determine. *La información que se presente deberá ser clara, concisa y fácil de entender, además se deberá presentar información actualizada de los atractivos turísticos que componen la Ruta Naranja. *Realizar promociones de acuerdo a las temporadas más llamativas del año.</p>	<p>*Facilitar a los turistas la dirección de la página web de la Ruta Naranja para que se informen de los atractivos turísticos que pueden encontrar dentro del mismo. *Elaboración de redes sociales (Facebook y Twitter), para la difusión de la Ruta Naranja y sus atractivos turísticos.</p>	<p>*Miembros del Departamento de Turismo e ITUR del Ilustre Municipio de Loja.</p>
TIEMPO		RECURSOS	RESULTADOS	INDICADORES
<p>*Dada la necesidad e importancia que amerita la realización de publicidad para la Ruta Naranja de la ciudad de Loja, su planificación es para un año de duración, con la posibilidad el Departamento de Turismo e ITUR podrán decidir en qué momento se efectuara su ampliación de tiempo, frecuencia e impacto. *La página web oficial de la Ruta Naranja estará en línea durante un año, con la posibilidad de ampliar su tiempo en la red con la actualización de la ruta turística. * La publicidad de la Ruta Naranja a través de las redes sociales más conocidas (Facebook y Twitter) es para un año de duración con la posibilidad de ampliación de su tiempo en internet.</p>		<p>*Recursos Humanos: Miembros del Departamento de Turismo e ITUR del Ilustre Municipio de Loja. *Recursos Materiales: Equipo de computación, Cámara Fotográfica. Fichas de información turística *Recursos Económicos Costo de Publicidad (Pagina web y redes sociales)= 480,00</p>	<p>*Motivar al público a visitar la Ruta Naranja de la ciudad de Loja y contribuir al despunte del turismo cultural. *Difundir los diferentes atractivos culturales e históricos de la Ruta Naranja como las plazas, iglesias, parques, monumentos y calles. *Mejorar la imagen del centro histórico y de la ciudad de Loja, y ser más conocido dentro de la oferta turística.</p>	<p>Total de página web Visitas recibidas Incremento en visitas— Costo de redes sociales Número de clientes Expansión de difusión p.</p>

Fuente: Marco Gonzalo Garzón Montesinos
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

6.2.2. Objetivo Estratégico N° 2

Plan de capacitación de seguridad e información turística, para salvaguardar la integridad de los turistas que visiten la Ruta Naranja.

6.2.2.1. Meta:

Capacitar a la policía municipal en temas turísticos para contribuir al cumplimiento de un turismo seguro, mediante un plan de capacitación de informadores turísticos para que contribuyan el desarrollo turístico del cantón y ciudad de Loja.

6.2.2.2. Estrategia:

- ◆ El Departamento de Turismo desarrollara la capacitación turística para la policía municipal en colaboración con el Ministerio de turismo.
- ◆ Realizar conferencias en temáticas de guianza, trato al visitante, valores, buenas costumbres, para ofrecer atención y seguridad al turista.
- ◆ Desarrollo de conferencias dirigida a los miembros de la policía municipal sobre la importancia de la seguridad y el turismo para la ciudad y cantón de Loja.

6.2.2.3. Políticas

- ◆ La capacitación se llevará a cabo los días jueves durante un año
- ◆ La capacitación será para los miembros de la policía municipal
- ◆ La capacitación será gratuita.

6.2.2.4. Táctica

- ◆ La capacitación se desarrollará en el Centro cultural Alfredo Mora Reyes.
- ◆ La capacitación se contara con 50 miembros de la policía municipal.
- ◆ Seleccionar el personal más idóneo brindar las capacitaciones.

6.2.2.5. Responsable

- ◆ Departamento de Turismo del Ilustre Municipio de Loja
- ◆ Ministerio de turismo.

6.2.2.6. Tiempo

- ◆ Para poder obtener el certificado en seguridad e información turística se debe cumplir con 420 horas de capacitación las cuales estarán impartidas en 12 meses recibiendo 10 horas de clase todos los jueves.
- ◆ El ministerio de turismo ofrece a capacitarlos para el 2014 otorgando presupuesto para el desarrollo de la misma.

6.2.2.7. Recursos

Recursos Humanos

- ◆ Personal del Ministerio de turismo
- ◆ Personal del departamento de turismo del Municipio de Loja.
- ◆ Profesionales en el área de seguridad

Recursos Materiales

- ◆ Equipo de computación.
- ◆ Infocus
- ◆ Espacio físico para llevar a cabo la capacitación turística
- ◆ Equipo de audio.
- ◆ Materiales de oficina (papel, esferos, carpetas).
- ◆ Muebles de oficina (sillas).

Recursos económicos:

Todos los gastos los asumirá el Ministerio de Turismo y el Min-Tur de Loja.

6.2.2.8. Resultados esperado

- ◆ Lograr que el personal obtengan mayores conocimientos acerca de guianza, técnicas, buen servicio y seguridad con el objetivo de motivarlos a ser partícipes del turismo en la ciudad de Loja.
- ◆ Modificar, mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes para la seguridad y control de turistas de manera correcta.
- ◆ Que obtengan por parte del Departamento de Turismo los participantes su certificación en seguridad e información turística.

6.2.2.9. Indicadores

Los indicadores del segundo objetivo nos ayudara a definir de forma más precisa los estándares con que evaluar el progreso del objetivo, teniendo como finalidad su cumplimiento. Tenemos los siguientes indicadores: Se realizaran cursos lo que va a la par con el número de cursos programados; luego verificar las horas de capacitación impartidas con el cumplimiento de las horas de capacitación programada; para finalmente la aprobación y

certificación del curso, de acuerdo al número de personas aprobadas del curso.

- ◆ Cursos Realizados
Cursos Programados

- ◆ Horas de Capacitación Impartidas
Horas de Capacitación Programadas.

- ◆ Aprobación y certificación del curso
Personas aprobadas del curso

6.2.2.10. Presupuesto:

Costo de la Capacitación será gratuito

7.6.10.1 Presentación del programa de seguridad e información turística del Nacional del Ministerio de Turismo

Misión:

Generar cursos de capacitación turística accesibles a todos los involucrados en el sistema turístico del Ecuador dentro de los 10 componentes que conforman el PNCT, con la finalidad de mejorar los conocimientos técnicos, habilidades y actitudes de los ciudadanos que brindan sus servicios dentro de la cadena de valor del turismo; potencializando las aptitudes de las personas vinculadas a la actividad turística a nivel nacional, impulsando la calidad y competitividad en la prestación de los servicios turísticos en el Ecuador.

Visión:

Posicionar al PNCT como un programa estratégico de capacitación turística reconocido a nivel nacional, que facilite las herramientas didácticas para mejorar las capacidades del talento humano que está involucrado en el

sistema turístico ecuatoriano, generando beneficios en su formación, capacitación y actualización para ser más competitivos y eficientes en el servicio turístico.

Objetivo general del programa nacional de capacitación turística:

- Implementar cursos de capacitación turística a nivel nacional dirigidos a los actores involucrados en el sistema turístico con la finalidad de mejorar las habilidades, actitudes y conocimientos técnicos del talento humano en la ejecución de actividades, tareas y funciones en el desempeño laboral y profesional.

Objetivos específicos:

- Identificar las necesidades de capacitación turística de acuerdo a los requerimientos de la población beneficiaria a nivel nacional.
- Definir estrategias de intervención territorial asertiva para enfocar los planes de capacitación turística y sus diferentes cursos de forma integral, competitiva y de calidad.
- Ejecutar los cursos de capacitación turística en el marco de los 10 componentes del PNCT y en concordancia a las necesidades del talento humano identificadas a nivel nacional.
- Determinar un sistema de monitoreo, seguimiento y evaluación de los resultados obtenidos a través de la aplicación de criterios, indicadores y estándares.

Mediante estas capacitaciones que brinda el Ministerio de Turismo a través del PNCT logrará la comunidad de Santiago formarse como técnicos en guías nativos obteniendo las licencias para laborar en el campo turístico.

Se lograra con esto generar fuentes de trabajo además que les permitirá el desarrollo turístico de la parroquia. Para obtener este título hay que

cumplir con las temáticas que estima el PNCT mediante el curso de guías nativos los mismos que son los que encontramos a continuación:

Información de la Capacitación

- **Tema de la capacitación:** Capacitación para Guías turísticos
- **Duración:** Un año (420 Horas)
- **Inicio:** 07 de Enero del 2016
- **Finalización:** 01 de Diciembre del 2016

PROGRAMA NACIONAL DE CAPACITACION TURISTICA

“Curso de seguridad e información turística”



Programa Nacional de Capacitación Turística CONTENIDOS TEMATICOS

Presentación:

La guianza turística constituye uno de los pilares fundamentales para informar, asesorar y conducir a los visitantes y turistas que tienen como principal motivo recorrer las comunidades y localidades en zonas rurales que poseen un alto potencial turístico, tanto en recursos naturales como culturales puestos en valor, que se conviertan en atractivos turísticos que destacan la importancia del Ecuador en el territorio nacional y en el mundo

Por este motivo, constituyendo una necesidad imperante, poseer guías nativos formados técnicamente capacitados en las diferentes asignaturas básicas, turísticas y de especialización para lo cual es menester establecer un pensum académico base que pueda ser estandarizado a nivel nacional, considerando que las asignaturas de especialización podrían variar de acuerdo a la zona, en función de las características geográfica, socio-culturales y ambientales

Por tanto a continuación se describe el programa de capacitación para los cursos de guías Nativos, herramienta técnica que permitirá elevar el nivel de conocimientos habilidades, destrezas de los potenciales guías que tienen la motivación de ser embajadores locales para ofrecer una información apropiada que permite satisfacer las necesidades que tienen los visitantes al momento de recorrer un destino turístico, en una zona rural

De esta forma los guías nativos fortalecerán su nivel de desempeño y mejoraran los estándares de calidad previstos en la operación turística en zonas rurales, garantizando una óptima prestación del servicio y potenciando los atractivos del territorio

Marco legal.-

1) Ley de turismo N. 97RO/Sup 733 de 27 de Diciembre del 2002

Capítulo 1- Generalidades (Art. 4 inciso e)

Art.4 – La política estatal con relación al sector de turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística.

2) Reglamento General de Actividades Turísticas (Decreto ejecutivo N.3400.RO/726 de 17 de diciembre del 2002.

Capítulo IV.- De los guías profesionales de turismo (del art. 118 al 127)

Descripción técnica.-

Objetivo:

- Formar guías nativos en el Ecuador a través de un proceso de capacitación estandarizado a nivel nacional que permita mejorar el nivel de desempeño gracias al aprendizajes de nuevos conocimientos, habilidades y destrezas que faciliten una oferta de calidad de información dirigida a los visitantes y turistas nacionales y extranjeros

Duración:-

La duración de cursos de guías se ha establecido de la siguiente manera:

Asignaturas básicas:	168 horas
Asignaturas Técnicas Turísticas:	156 horas
Asignaturas Especializadas:	96 horas
Total:	420 horas

- **Lugar para la ejecución.-**

Se desarrollara en la ciudad para lo cual se requiere la coordinación con el jefe de la Unidad de turismo del Municipio de Loja que serán los encargados

de facilitar el espacio físico que contenga ciertas características adecuadas para ejecución del curso.

- **Número de participantes.-**

Es un número mínimo de 15 participantes y máximo de 25 participantes para lo cual se realiza un proceso minucioso, en base a una evaluación teórica-práctica que los funcionarios del área de capacitación del Ministerio de Turismo realizarán a los participantes.

- **Organización y ejecución.-**

Estará a cargo del Ministerio de Turismo a través de la dirección de regulación y control o las direcciones regionales del MINTUR en coordinación con el presidente de la comunidad solicitante del curso de guías nativos especialmente en lo que respecta a fechas horarios, selección de participantes, visita a la localidad entre otros.

- **Logística y contrapartes.-**

El ministerio de turismo se encargará de contratar los facilitadores para todos los cursos previstos dentro del curso formación de guías nativos y de facilitar materiales didácticos. Por otra parte la comunidad coordinará los locales, la convocatoria de los participantes.

- **Costo del curso.-**

El curso para guías nativos no tiene ningún costo.

2) Metodología del proceso de selección para Guías Turístico de la ciudad y cantón de Loja.

El proceso de selección buscará encontrar en los participantes, actitudes y habilidades básicas para que la capacitación obtenga los resultados esperados.

Procurando además seleccionar jóvenes que estén motivados, para que generen valiosas aportaciones durante el proceso de capacitación. Para este fin el proceso de selección contempla los siguientes pasos:

- **Convocatoria pública**

Para procurar una mayor participación e integración comunitaria se realizará una convocatoria pública, a nivel de toda la parroquia, los afiches, se colocarán en lugares estratégicos como: iglesias, junta parroquial, y escuela.

La convocatoria mencionará los requisitos básicos para participar del proceso de selección, se solicitará hoja de vida y se mostrará los plazos para la entrega de sus documentos. Se aclarará que esta convocatoria es para ingresar al proceso de selección.

- **Revisión de hojas de vida**

Los requisitos básicos a ser tomados en la hoja de vida serán los siguientes:

- Datos personales completos
- Mayor de 18 años
- Nivel básico completo o título de bachiller
- Nacido en el cantón Loja o por lo menos a ver vivido ahí 5 años
- Experiencia relacionada con turismo o medio ambiente (capacitaciones, experiencia laboral o apoyo en proyectos).

Estos requisitos serán evaluados con una ficha de evaluación para currículo en donde se calificarán el nivel educativo y la experiencia relacionada con turismo o medio ambiente sobre diez puntos, cada uno respetivamente. La evaluación en total de éste paso, será sobre 20 puntos, quienes obtengan el 20% del puntaje (4/20) serán convocados para la entrevista.

La recepción de las hojas de vida, será en el ITUR del Municipio de Loja, en donde una persona se encargará de verificar los requisitos básicos solicitados, confirmar los números de contacto de los participantes e informar sobre la publicación de las listas de los seleccionados.

- **Entrevista con los seleccionados**

La entrevista tendrá la finalidad de encontrar en los prospectos las actitudes, la motivación y el compromiso requeridos para la capacitación.

Para la entrevista se hará uso de una ficha de evaluación para entrevista, en la que se evaluarán actitudes como puntualidad, respeto, amabilidad, practicidad, control, etc. Dentro de la ficha también se evaluarán el grado de interés con el tema turístico, el nivel de compromiso con el desarrollo de la comuna y las motivaciones personales del participante.

- **Invitación y difusión de los seleccionados**

Los seleccionados del proceso aparecerán en listados ubicados en los lugares públicos en donde se colocaron los afiches de la convocatoria. Se les convocará para una reunión en donde se les entregará información sobre la duración y los horarios de las capacitaciones, y también se les solicitará la confirmación de su participación.

- **Resultados esperados en el proceso de selección.**

Formar un grupo de máximo de 25 personas de 18 a 37 años de edad, que sean de la ciudad de Loja, y que cumplan con los más altos puntajes durante las etapas del proceso de selección.

3) Perfil del participante:

Documentación solicitada por Ministerio de turismo

- 1) presentar certificado de ser residente permanente de la localidad por lo menos 5 años.

- 2) Copia de la cedula de identidad de mayor de edad.
- 3) Copia de papeleta de votación
- 4) Copia certificado de tipo de sangre
- 5) Currículo vitae
- 6) Presentar solicitud de realización por primera vez de curso de formación de guías nativos.

Requisitos profesionales sugeridos:

- Conocimientos de la zona, especialmente de los recursos naturales y culturales que posee demostrando capacidad para ubicación de los sitios atractivos en la localidad.
- Habilidades para manejo de grupo, liderazgo y responsabilidad
- Destrezas para comunicación oral y corporal (facilidad de expresión)

Competencias a adquirir.- El guía nativo para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en lo siguiente:

Conocimiento:

- Ley de turismo, reglamento general de actividades turísticas
Reglamento a ley de turismo y demás marco legal turístico
- Vocabulario Técnico de Guianza, Turismo Y Hostelería
- Aspectos naturales y culturales de la localidad
- Técnicas turísticas para conducción de grupos, integración, estrategias para solucionar conflictos.
- Reglas de protocolo, etiqueta y hospitalidad
- Procedimiento de primeros auxilios básicos y supervivencia

- Rutas turísticas locales
- Manejo de GPS(sistema de posicionamiento global)
- Interpretación de mapas, guías turísticas, tiempos e itinerarios
- Técnicas de interpretación ambiental y cultural
- Ingles básico

Habilidades:

- Facilidad de comunicarse y/o interrelacionarse con personas de diferentes culturas
- Planificación del tiempo de visitación, guianza por alrededores
- Preparación física para caminatas largas y capacidad para transportar peso
- Expresividad en la comunicación
- Argumentación lógica clara y articulada
- Capacidad de liderazgo para el manejo del grupo

Actitudes:

- Supervisor
- Equilibrio emocional
- Confiable para entablar relaciones interpersonales
- Puntualidad

4) Metodología de aplicación de aprendizaje.

Las principales directrices metodológicas para los cursos de capacitación turística, de manera general son:

- Métodos Teóricos como el Deductivo – Inductivo y Analítico - Sintético (en las investigaciones realizadas por el estudiante y las discusiones con el facilitador sobre las dudas o interrogantes).

El tipo de técnicas de aprendizaje y estudio a aplicarse son:

- Mandalas / Mentefactos
- Cuadros sinópticos / Mapas conceptuales
- Síntesis de lecturas
- Talleres grupales
- Tareas individuales

En la metodología se dará prioridad a la actividad del participante. Todo aprendizaje deberá ser construido en torno a actividades, desafíos y/o problemas que el facilitador proponga al grupo.

La acción pedagógica debe ser enriquecida por:

- La aplicación de un diseño flexible, según las necesidades de los participantes y el tipo de audiencia
- La experiencia como fuente de aprendizaje.
- La aplicación inmediata del aprendizaje fundamentado en las necesidades.
- La participación conjunta y la búsqueda de soluciones creativas.
- El énfasis en la auto-experiencia recreada.

- La auto-evaluación.
- El desarrollo autónomo del aprendizaje, de la capacidad de aprender solo, preparándose para una educación continua.

- **Criterios para aplicación de evaluación a los participantes:**

La evaluación de este curso será continua, es decir que se deben proponer actividades en cada sesión por el facilitador. Los criterios son:

- Tareas Individuales: 20%
- Talleres Grupales: 20%
- Participación: 20%
- Actitud Y Comportamiento: 20%
- Evaluación Final: 20%
- TOTAL: 100%

La valoración cuantitativa se la puede realizar sobre 10 puntos. Se tomará una evaluación final al término del cronograma de actividades de la capacitación la misma que puede basarse en actividades alternativas como:

- Cuestionarios de autoevaluación
- Talleres grupales
- Ejercicios individuales en el salón de clase / Ejercicios grupales (dinámicas)
- Tareas individuales
- Ensayos reflexivos

5) Pensum académico para formación de guías nativos: El pensum académico previsto se lo ha establecido en función de 3 ejes:

- 1) Asignaturas básicas
- 2) Asignaturas técnicas turísticas
- 3) Asignaturas profesionales de especialización

En función del cumplimiento de las siguientes competencias que permiten formar un guía nativo de manera integral.

**CUADRO N° 56: Ejes de asignaturas para Capacitación de
informadores turísticos**

Ejes	Competencias a desarrollar	Asignaturas/ Módulos
Eje Asignaturas Básicas	Ley de turismo, reglamento General y marco legal turístico y ambiental	Legislación Turística y Ambiental
	Protocolo, etiqueta, hospitalidad	Etiqueta y protocolo
	Procedimiento de primeros auxilios básicos y supervivencia	Lenguaje y comunicación
	Argumentación lógica, clara y articulada	Hospitalidad, lenguaje y comunicación
	Liderazgo manejo de grupo	Liderazgo
	Desarrollo de relaciones interpersonales	Relaciones Humanas
	Negociación, mediación y equilibrio emocional	Negociación de y manejo de conflictos
	Puntualidad Responsable	Ética profesional
	Preparación física para caminatas largas y capacidad para transportar peso	Rescate y supervivencia
	Idioma ingles(Básico)	Ingles básico
Eje de asignaturas técnico turísticas	Interpretación de mapas, guías turísticas, tiempos e itinerarios Rutas turísticas locales	Diseño de rutas turísticas
	Vocabulario técnico de guianza, turismo y hotelería	Introducción al turismo sostenible
	Aspectos naturales y culturales de la localidad	Técnicas de guianza I y II
	Técnicas turísticas para conducción de grupos, integración	Animación de grupos
	Estrategias para solucionar los conflictos	Negociación de y manejo de conflictos
	Planificación del tiempo de visitación, guianza por alrededores	Taller práctico de guianza
	Supervisor	Animación de grupos
Eje de Asignaturas profesionales de especialización	Técnicas de interpretación ambiental y cultural	Interpretación ambiental
	Manejo de GPS(Sistema de posicionamiento global)	Orientación Y georreferenciación

Fuente: Ministerio de turismo (Mintur-Loja)

Elaboración: Ministerio de Turismo del Ecuador

En función principal que debe de cumplir un guía de cumplir un guía de turismo, se deben incorporar otras asignaturas en los ejes establecidos.

CUADRO N° 57: Eje de asignaturas y horas

Ejes	Asignatura	horas		Horas
Eje de asignaturas básicas	Primeros Auxilios	20	C A R A C T E R O B L I G A T O R I O	324
	Rescate y supervivencia	16		
	Lenguaje y Comunicación	16		
	Hospitalidad	20		
	Etiqueta y protocolo	8		
	Ingles básico	8		
	Liderazgo	16		
	Negociación y manejo de conflictos	16		
	Ética profesional	16		
	Legislación turística	16		
	Realidad nacional	16		
SUBTOTAL:	10 ASIGNATURAS	168		
Eje asignaturas técnicas turísticas	Técnicas de guiar 1	16	C A R A C T E R E L E C T I V O	96
	Técnicas de guiar 2	16		
	Animación de grupos	20		
	Taller práctico de guianza 1	24		
	Introducción al turismo sostenible y hotel	16		
	Técnicas de inventario y evaluación de A.T	16		
	Rutas turísticas	16		
	Operación y programación turística	16		
	Diseño y comercialización de productos turísticos	16		
SUBTOTAL:	9 ASIGNATURAS	156		
	Geografía turística del Ecuador	12	C A R A C T E R E L E C T I V O	96
	Geografía turística local	12		
	Valoración del patrimonio natural	12		
	Cartografía	12		
	Orientación y georreferenciación	12		
	Ecología	12		
	Flora local y etnobotánica	12		
	Panel	12		
	Educación e interpretación ambiental	12		
	Turismo sostenible en áreas protegidas	12		
	Fauna Local	12		
	Geomorfología	12		
	Climatología	12		
	Historia Universal	12		
	Historia del Ecuador	12		
	Historia local	12		
	Arqueología del Ecuador	12		
	Etnografía cosmovisión y folklore	12		
	Arte universal	12		
	Arte Ecuatoriano	12		
	Iconografía	12		
	Valoración del patrimonio cultural	12		
	14 asignaturas patrimonio natural	158		
14 asignaturas patrimonio cultural	108			

Fuente: Ministerio de turismo (Mintur-Loja)

Elaboración: Ministerio de turismo del Ecuador.

Cabe aclarar que las asignaturas previstas en los ejes; básicos y técnico turístico constituyen de carácter obligatorio, por lo que son imprescindible

su aprendizaje para la formación de guía nativo. Por otra parte, las asignaturas previstas en el eje profesional de especialización de carácter electivo para formar guía nativo a través de cursos de actualización cada dos años, o de acuerdo a necesidad del territorio adecuadamente justificada bajo informe técnico.

6) Metodología a aplicar para aprobación del curso de guías nativos

La metodología dará prioridad a los estudios de caso, basados en la experiencia como fuente de aprendizaje en vista que el grupo meta está constituido por personas adultas que cuentan con conocimientos y habilidades previstas en el campo de igual manera se basara en una aplicación inmediata de aprendizaje es decir “aprender haciendo” motivando para el efecto una amplia participación conjunta de las personas en todo el proceso de enseñanza –aprendizaje. En el proceso de aprendizaje se utilizara el método, acción-reflexión-acción, partiendo de la experiencia del participante, como un proceso en espiral para lograr el desarrollo de las siguientes competencias:

- a) Comunicación Efectiva
- b) Capacitación para organizar su trabajo y su tiempo
- c) Orientación a los visitantes/turistas
- d) Dominar los itinerarios de recorrido (rutas, ubicación de atractivos turísticos etc.)
- e) Asegurar el bienestar del turista
- f) Coordinación y control en el grupo
- g) Asegurar la calidad de los servicios
- h) Actuar en emergencia
- i) Cuidar de la apariencia personal y posturas profesionales

j) Promover el turismo y la identidad nacional

- **Evaluación a aplicar para la aprobación del curso de guías nativos**

Durante los módulos programados se realizarán varios ejercicios en cada uno de ellos dependiendo de la planificación realizada por el facilitador en cada sesión de aprendizaje la misma que será aplicada de acuerdo a las formas de evaluación que proponga el facilitador.

Entre ellas se puede enumerar las siguientes alternativas: Diálogos participativos, exposiciones, ejercicios individuales, talleres grupales, cuestionarios escritos entre otros.

Para efecto de evaluación del curso y específicamente cada módulo, se definen los siguientes parámetros a aplicar:

- Los participantes deben realizar los ejercicios y tareas propuestas por el facilitador los mismos que serán calificados.
- Para la aprobación del curso se exige una asistencia del 80% como mínimo una nota mínima de 7 sobre 10 puntos por cada módulo.
- Los estudiantes serán evaluados al finalizar cada módulo para lo cual se plantea como condición que la aprobación de cada módulo permita al participante tomar el siguiente.
- Si el participante no aprueba con el puntaje exigido el módulo determinado no podrá continuar con el aprendizaje de los módulos siguientes.
- El facilitador presentará el registro de asistencias y notas

Esta forma de aprendizaje permitirá exigir a los participantes mayor dedicación en el proceso de aprendizajes, con la finalidad de que se

verifique un proceso pedagógico apropiado para la formación de guías nativos.

- **Horarios de cada una de las signaturas.**

Los cursos se los realizara todos los sábados durante un año, las materias dependiendo de su número de horas se realizaran al cabo de un sábado otras ase llevaran a cabo en dos sábados y otras hasta tres sábados, mientras que otras materias se las realizara vía virtual o por tareas o investigaciones etc., que se realizaran se enviaran a los correos de los formadores para acreditar como horas y calificar los contenidos, esto con el fin de cumplir con las 420 horas que se estipula para esta capacitación.

CUADRO N° 58: Horarios y fechas del pensum académico

Asignatura	Horas	Fecha	Horas Presencia I	Horas Virtual	Total
Primeros Auxilios	20	Jueves 07/01/2016	10	-----	10
_____	_____	Jueves 14/01/2016	10	----	10
Rescate y supervivencia	16	Jueves 21/01/2016	10	6	16
Lenguaje y Comunicación	16	Jueves 28/01/2016	10	6	16
Hospitalidad	20	Sábado 04/02/2016	10	_____	10
-----	-----	Jueves 11/02/2016	10	_____	10
Etiqueta y protocolo	8	Jueves 18/02/2016	8	_____	8
Ingles básico	8	Jueves 25/02/2016	8	_____	8
Liderazgo	16	Jueves 03/03/2016	10	6	16
Negociación y manejo de conflictos	16	Jueves 10/03/2016	10	6	16
Ética profesional	16	Jueves 17/03/2016	10	6	16
Legislación turística	16	Jueves 24/03/2016	10	6	16
Realidad nacional	16	Jueves 31/04/2016	10	6	16

10 ASIGNATURAS	168				
Técnicas de guiar 1	16	Jueves 07/04/2016	10	6	16
Técnicas de guiar 2	16	Jueves14/04 /2016	10	6	16
Animación de grupos	20	Jueves 21/04/2016	10	—	10
-----	-----	Jueves28/05 /2016	10	—	10
Taller práctico de guianza 1	24	Jueves 05/05/2016	8	-----	8
-----	-----	Jueves 12/05/2016	8	—	8
---	-----	Jueves 19/05/2016	8	—	8
-----	-----	Jueves 26/05/2016	10	6	16
Introducción al turismo sostenible y hotel	16	Jueves 26/05/2016	10	6	16
Técnicas de inventario y evaluación de A.T	16	Jueves 02/06/2016	10	6	16
Rutas turísticas	16	Jueves 09/06/2016	10	6	16
Operación y programación turística	16	Jueves 16/06/2016	10	6	16
Diseño y comercialización de productos turísticos	16	Jueves 23/06/2016	10	6	16
9 ASIGNATURAS	156				
Geografía turística del ecuador	12	Jueves 30/07/2016	10	2	12
Geografía turística local	12	Jueves 07/07/2016	10	2	12
Valoración del patrimonio natural	12	Jueves 14/07/2016	10	2	12
Cartografía	12	Jueves 21/07/2016	10	2	12
Orientación y georreferenciación	12	Jueves 28/08/2016	10	2	12
Ecología	12	Jueves 04/08/2016	10	2	12
Flora local y etnobotánica	12	Jueves 11/08/2016	10	2	12
Panel	12	Jueves 18/08/2016	10	2	12
Educación e interpretación ambiental	12	Jueves 25/09/2016	10	2	12
Turismo sostenible en áreas protegidas	12	Jueves 01/09/2016	10	2	12
Fauna Local	12	Jueves 08/09/2016	10	2	12

Geomorfología	12	Sábado 15/09/2016	10	2	12
Vulcanología	12	Jueves 22/10/2016	10	2	12
Climatología	12	Jueves 29/10/2016	10	2	12
Historia Universal	12	Jueves 06/10/2016	10	2	12
Historia del Ecuador	12	Jueves 13/10/2016	10	2	12
Historia local	12	Jueves 20/10/2016	10	2	12
Arqueología del Ecuador	12	Jueves 27/11/2016	10	2	12
Etnografía cosmovisión y folklore	12	Jueves 03/11/2016	10	2	12
Arte universal	12	Jueves 10/11/2016	10	2	12
Arte Ecuatoriano	12	Jueves 17/11/2016	10	2	12
Iconografía	12	Jueves 24/11/2016	10	2	12
Valoración del patrimonio cultural	12	Jueves 01/12/2016	10	2	12
PRESENTACION DE NOTAS		Sábado 13/12/2016	Nota: Verificar información y corrección de las mismas		
INCORPORACION		Sábado 20/12/2016			

Fuente: Min-tur Loja

Elaboración: Ministerio de turismo del Ecuador.

Como está previsto en los horarios se terminara en un año para la finalización se hará la incorporación en la misma se entregara a cada uno de los participantes que aprobaron su certificado de haber aprobado el curso de capacitación.

- Certificado de haber aprobado la capacitación:

FIGURA N° 24: Certificado de haber aprobado la capacitación seguridad e información turística:



Fuente: Ministerio de Turismo
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Objetivo estratégico N°2: Plan de Plan de capacitación de seguridad e información turística, para salvaguardar la integridad de los turistas que visiten la Ruta Naranja.

CUADRO N. 59: Objetivo estratégico N. 2

OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 2				
Plan de capacitación de seguridad e información turística, para salvaguardar la integridad de los turistas que visiten la Ruta Naranja.				
META	ESTRATEGIAS	POLITICAS	TACTICAS	RESP.
*Capacitar a la policía municipal en temas turísticos para contribuir al cumplimiento de un turismo seguro, mediante un plan de capacitación de informadores turísticos para que contribuyan el desarrollo turístico del cantón y ciudad de Loja.	* El Departamento de Turismo desarrollara la capacitación turística para la policía municipal en colaboración con el Ministerio de turismo. *Realizar conferencias en temáticas de guianza, trato al visitante, valores, buenas costumbres, para ofrecer atención y seguridad al turista. *Desarrollo de conferencias dirigida a los miembros de la policía municipal sobre la importancia de la seguridad y el turismo para la ciudad y cantón de Loja.	* capacitación se llevará a cabo los días jueves durante un año *La capacitación será para los miembros de la policía municipal *La capacitación será gratuita.	* La capacitación se desarrollará en el Centro cultural Alfredo Mora Reyes. *La capacitación se contara con 50 miembros de la policía municipal. *Seleccionar el personal más idóneo brindar las capacitaciones.	* Departamento de Turismo del Ilustre Municipio de Loja. *Ministerio de Turismo
TIEMPO	RECURSOS	RESULTADOS	INDICADORES	
* Para poder obtener el certificado en seguridad e información turística se debe cumplir con 420 horas de capacitación las cuales estarán impartidas en 12 meses recibiendo 10 horas de clase todos los jueves. *El ministerio de turismo ofrece a capacitarlos para el 2014 otorgando presupuesto para el desarrollo de la misma.	Recursos Humanos: *Personal del Ministerios de turismo +Personal del departamento de turismo del Municipio de Loja. *Profesionales en el área de seguridad Recursos Materiales: *Equipo de computación. *Infocus *Espacio físico para llevar a cabo la capacitación turística *Equipos de audio. *Materiales de oficina (papel, esferos, *carpetas). *Muebles de oficina (sillas). Recursos económicos: Todos los gastos los asumirá el Ministerio de Turismo y el Min-Tur de Loja.	*Lograr que el personal obtengan mayores conocimientos acerca de guianza, técnicas, buen servicio y seguridad con el objetivo de motivarlos a ser partícipes del turismo en la ciudad de Loja. *Modificar, mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes para la seguridad y control de turistas de manera correcta. *Que obtengan por parte del Departamento de Turismo los participantes su certificación en seguridad e información turística.	Cursos Realizados Cursos Programados Horas de Capacitación Impartidas Horas de Capacitación Programadas. Aprobación y certificación del curso Personas aprobadas del curso.	

Fuente: Departamento de turismo del Municipio de Loja

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

6.2.3. Objetivo Estratégico N° 3

Plan de capacitación turística para promover guías turísticos locales.

6.2.3.1. Meta:

Capacitar de forma colectiva guías turísticos para contribuir al cumplimiento del objetivo estratégico, mediante un plan de capacitación para que permitan el desarrollo turístico del cantón y ciudad de Loja.

6.2.3.2. Estrategia:

- ◆ Solicitar e inscribirse al Plan Nacional de Capacitación Turística que brinda cursos gratuitos para guías nativos.
- ◆ Realizar una conferencia en temáticas de guías y excelencia en el servicio.
- ◆ Desarrollo de conferencias dirigida a los participantes sobre la importancia del turismo, de la cultura e historia y la combinación de estos tres elementos, además sobre técnicas de guianza y buenas prácticas turísticas para la ciudad y cantón de Loja.

6.2.3.3. Políticas

- ◆ La capacitación se llevará a cabo los días sábados durante un año
- ◆ La capacitación será para graduados y profesionales en turismo.
- ◆ La capacitación será para voluntarios antes inscritos
- ◆ Las conferencias serán gratuitas.

6.2.3.4. Táctica

- ◆ La capacitación se desarrollará en el auditorio del museo del Banco Central.
- ◆ La capacitación se inscribirá a 25 personas.
- ◆ Seleccionar el personal más idóneo brindar las capacitaciones.
- ◆ Cumplir con la malla curricular establecida del Ministerio de Turismo

6.2.3.5. Responsable

- ◆ Departamento de Turismo del Ilustre Municipio de Loja.
- ◆ Ministerio de Turismo

6.2.3.6. Tiempo

- ◆ Para poder obtener las licencias de turismo en guías nativos se debe cumplir con 420 horas de capacitación las cuales estarán impartidas en 12 meses recibiendo 10 horas de clase todos los sábados
- ◆ El ministerio de turismo ofrece a capacitarlos para el 2014 otorgando presupuesto para el desarrollo de la misma.

6.2.3.7. Recursos

Recursos Humanos

7. Profesionales en el área turística
8. Personal del Ministerio de turismo
9. Personal del departamento de turismo del Municipio de Loja.

Recursos Materiales

- ◆ Equipo de computación.
- ◆ Infocus
- ◆ Espacio físico para llevar a cabo la capacitación turística
- ◆ Equipo de audio.
- ◆ Materiales de oficina (papel, esferos, carpetas).
- ◆ Muebles de oficina (sillas).

Recursos económicos:

Todos los gastos los asumirá el Ministerio de Turismo y el Min-Tur de Loja.

6.2.3.8. Resultados esperados

- ◆ Lograr que los participantes obtengan mayores conocimientos acerca de guianza, técnicas, historia y cultura, con el fin de motivarlos a ser partícipes del turismo en la ciudad de Loja.
- ◆ Modificar, mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes de un guía turístico para el manejo de y control de turistas de manera correcta.
- ◆ Que obtengan por parte del Departamento de Turismo los participantes su certificación como guías turísticos y de tal manera contribuyan con el desarrollo turístico del lugar.

6.2.3.9. Indicadores

Los indicadores del tercer objetivo nos ayudara a definir de forma más precisa los estándares con que evaluar el progreso del objetivo, teniendo como finalidad su cumplimiento. Tenemos los siguientes indicadores: Al igual que el tercer objetivo donde no varían sus indicadores ya que cumplen

el mismo objetivo que es la capacitación de personal turístico. Se realizaran cursos lo que va a la par con el número de cursos programados; luego verificar las horas de capacitación impartidas con el cumplimiento de las horas de capacitación programada; para finalmente la aprobación y certificación del curso, de acuerdo al número de personas aprobadas del curso.

- ◆ Cursos Realizados
Cursos Programados

- ◆ Horas de Capacitación Impartidas
Horas de Capacitación Programadas.

- ◆ Aprobación y certificación del curso
Personas aprobadas del curso.

6.2.3.10. Presupuesto:

Costo de la Capacitación será gratuito

6.2.3.11. Presentación del programa de capacitación turística Nacional del Ministerio de Turismo

Misión:

Generar cursos de capacitación turística accesibles a todos los involucrados en el sistema turístico del Ecuador dentro de los 10 componentes que conforman el PNCT, con la finalidad de mejorar los conocimientos técnicos, habilidades y actitudes de los ciudadanos que brindan sus servicios dentro de la cadena de valor del turismo; potencializando las aptitudes de las personas vinculadas a la actividad turística a nivel nacional, impulsando la calidad y competitividad en la prestación de los servicios turísticos en el Ecuador.

Visión:

Posicionar al PNCT como un programa estratégico de capacitación turística reconocido a nivel nacional, que facilite las herramientas didácticas para mejorar las capacidades del talento humano que está involucrado en el sistema turístico ecuatoriano, generando beneficios en su formación, capacitación y actualización para ser más competitivos y eficientes en el servicio turístico.

Objetivo general del programa nacional de capacitación turística:

- Implementar cursos de capacitación turística a nivel nacional dirigidos a los actores involucrados en el sistema turístico con la finalidad de mejorar las habilidades, actitudes y conocimientos técnicos del talento humano en la ejecución de actividades, tareas y funciones en el desempeño laboral y profesional.

Objetivos específicos:

- Identificar las necesidades de capacitación turística de acuerdo a los requerimientos de la población beneficiaria a nivel nacional.
- Definir estrategias de intervención territorial asertiva para enfocar los planes de capacitación turística y sus diferentes cursos de forma integral, competitiva y de calidad.
- Ejecutar los cursos de capacitación turística en el marco de los 10 componentes del PNCT y en concordancia a las necesidades del talento humano identificadas a nivel nacional.
- Determinar un sistema de monitoreo, seguimiento y evaluación de los resultados obtenidos a través de la aplicación de criterios, indicadores y estándares.

Mediante estas capacitaciones que brinda el Ministerio de Turismo a través del PNCT logrará la comunidad de Santiago formarse como técnicos en guías nativos obteniendo las licencias para laborar en el campo turístico.

Se lograra con esto generar fuentes de trabajo además que les permitirá el desarrollo turístico de la parroquia. Para obtener este título hay que cumplir con las temáticas que estima el PNCT mediante el curso de guías nativos los mismos que son los que encontramos a continuación:

Información de la Capacitación

- **Tema de la capacitación:**

Capacitación para Guías turísticos

- **Duración:**

Un año (420 Horas)

- **Inicio:**

10 de Enero del 2016

- **Finalización:**

20 de Diciembre del 2016

PROGRAMA NACIONAL DE CAPACITACION TURISTICA

**“Curso para Guías Turísticos para la ciudad de
Loja”**



**Programa Nacional
de Capacitación
T u r í s t i c a**

CONTENIDOS TEMATICOS

Presentación:

La guianza turística constituye uno de los pilares fundamentales para informar, asesorar y conducir a los visitantes y turistas que tienen como principal motivo recorrer las comunidades y localidades en zonas rurales que poseen un alto potencial turístico, tanto en recursos naturales como culturales puestos en valor, que se conviertan en atractivos turísticos que destacan la importancia del Ecuador en el territorio nacional y en el mundo.

Por este motivo, constituyendo una necesidad imperante, poseer guías nativos formados técnicamente capacitados en las diferentes asignaturas básicas, turísticas y de especialización para lo cual es menester establecer

un pensum académico base que pueda ser estandarizado a nivel nacional, considerando que las asignaturas de especialización podrían variar de acuerdo a la zona, en función de las características geográfica, socio-culturales y ambientales.

Por tanto a continuación se describe el programa de capacitación para los cursos de guías Nativos, herramienta técnica que permitirá elevar el nivel de conocimientos habilidades, destrezas de los potenciales guías que tienen la motivación de ser embajadores locales para ofrecer una información apropiada que permite satisfacer las necesidades que tienen los visitantes al momento de recorrer un destino turístico, en una zona rural.

De esta forma los guías nativos fortalecerán su nivel de desempeño y mejoraran los estándares de calidad previstos en la operación turística en zonas rurales, garantizando una óptima prestación del servicio y potenciando los atractivos del territorio.

Marco legal.-

1) Ley de turismo N. 97RO/Sup 733 de 27 de Diciembre del 2002

Capítulo 1- Generalidades (Art. 4 inciso e)

Art.4 – La política estatal con relación al sector de turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística.

2) Reglamento General de Actividades Turísticas (Decreto ejecutivo N.3400.RO/726 de 17 de diciembre del 2002.

Capítulo IV.- De los guías profesionales de turismo (del art. 118 al 127)

Descripción técnica.-

Objetivo:

- Formar guías nativos en el Ecuador a través de un proceso de capacitación estandarizado a nivel nacional que permita mejorar el nivel de desempeño gracias al aprendizaje de nuevos conocimientos, habilidades y destrezas que faciliten una oferta de calidad de información dirigida a los visitantes y turistas nacionales y extranjeros

Duración:-

La duración de cursos de guías nativos se ha establecido de la siguiente manera:

Asignaturas básicas:	168 horas
Asignaturas Técnicas Turísticas:	156 horas
Asignaturas Especializadas:	96 horas
Total:	420 horas

- **Lugar para la ejecución.-**

Se desarrollara en la ciudad para lo cual se requiere la coordinación con el jefe de la Unidad de turismo del Municipio de Loja que serán los encargados de facilitar el espacio físico que contenga ciertas características adecuadas para ejecución del curso.

- **Número de participantes.-**

Es un número mínimo de 15 participantes y máximo de 25 participantes para lo cual se realiza un proceso minucioso, en base a una evaluación teórica-practica que los funcionarios del área de capacitación del Ministerio de Turismo realizaran a los participantes.

- **Organización y ejecución.-**

Estará a cargo del Ministerio de Turismo a través de la dirección de regulación y control o las direcciones regionales del MINTUR en coordinación con el presidente de la comunidad solicitante del curso de guías nativos especialmente en lo que respecta a fechas horarios, selección de participantes, visita a la localidad entre otros.

- **Logística y contrapartes.-**

El ministerio de turismo se encargara de contratar los facilitadores para todos los cursos previstos dentro del curso formación de guías nativos y de facilitar materiales didácticos. Por otra parte la comunidad coordinara los locales, la convocatoria de los participantes.

- **Costo del curso.-**

El curso para guías nativos no tiene ningún costo.

2) Metodología del proceso de selección para Guías Turístico de la ciudad y cantón de Loja.

El proceso de selección buscará encontrar en los participantes, actitudes y habilidades básicas para que la capacitación obtenga los resultados esperados.

Procurando además seleccionar jóvenes que estén motivados, para que generen valiosas aportaciones durante el proceso de capacitación. Para este fin el proceso de selección contempla los siguientes pasos:

- **Convocatoria pública**

Para procurar una mayor participación e integración comunitaria se realizará una convocatoria pública, a nivel de toda la parroquia, los afiches, se colocarán en lugares estratégicos como: iglesias, junta parroquial, y escuela.

La convocatoria mencionará los requisitos básicos para participar del proceso de selección, se solicitará hoja de vida y se mostrará los plazos para la entrega de sus documentos. Se aclarará que esta convocatoria es para ingresar al proceso de selección.

- **Revisión de hojas de vida**

Los requisitos básicos a ser tomados en la hoja de vida serán los siguientes:

- Datos personales completos
- Mayor de 18 años
- Nivel básico completo o título de bachiller
- Nacido en el cantón Loja o por lo menos a ver vivido ahí 5 años
- Experiencia relacionada con turismo o medio ambiente (capacitaciones, experiencia laboral o apoyo en proyectos).

Estos requisitos serán evaluados con una ficha de evaluación para currículo en donde se calificarán el nivel educativo y la experiencia relacionada con turismo o medio ambiente sobre diez puntos, cada uno respetivamente. La evaluación en total de éste paso, será sobre 20 puntos, quienes obtengan el 20% del puntaje (4/20) serán convocados para la entrevista.

La recepción de las hojas de vida, será en el ITUR del Municipio de Loja, en donde una persona se encargará de verificar los requisitos básicos solicitados, confirmar los números de contacto de los participantes e informar sobre la publicación de las listas de los seleccionados.

- **Entrevista con los seleccionados**

La entrevista tendrá la finalidad de encontrar en los prospectos las actitudes, la motivación y el compromiso requeridos para la capacitación.

Para la entrevista se hará uso de una ficha de evaluación para entrevista, en la que se evaluarán actitudes como puntualidad, respeto, amabilidad, practicidad, control, etc. Dentro de la ficha también se evaluarán el grado de interés con el tema turístico, el nivel de compromiso con el desarrollo de la comuna y las motivaciones personales del participante.

- **Invitación y difusión de los seleccionados**

Los seleccionados del proceso aparecerán en listados ubicados en los lugares públicos en donde se colocaron los afiches de la convocatoria. Se les convocará para una reunión en donde se les entregará información sobre la duración y los horarios de las capacitaciones, y también se les solicitará la confirmación de su participación.

- **Resultados esperados en el proceso de selección.**

Formar un grupo de máximo de 25 personas de 18 a 37 años de edad, que sean de la ciudad de Loja, y que cumplan con los más altos puntajes durante las etapas del proceso de selección.

3) Perfil del participante:

Documentación solicitada por Ministerio de turismo

- 7) Presentar certificado de ser residente permanente de la localidad por lo menos 5 años.
- 8) Copia de la cedula de identidad de mayor de edad.
- 9) Copia de papeleta de votación
- 10) Copia certificado de tipo de sangre
- 11) Currículo vitae
- 12) Presentar solicitud de realización por primera vez de curso de formación de guías nativos.

Requisitos profesionales sugeridos:

- Conocimientos de la zona, especialmente de los recursos naturales y culturales que posee demostrando capacidad para ubicación de los sitios atractivos en la localidad.
- Habilidades para manejo de grupo, liderazgo y responsabilidad
- Destrezas para comunicación oral y corporal (facilidad de expresión)

Competencias a adquirir.- El guía nativo para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en lo siguiente:

Conocimiento:

- Ley de turismo, reglamento general de actividades turísticas
Reglamento a ley de turismo y demás marco legal turístico
- Vocabulario Técnico de Guianza, Turismo Y Hostelería
- Aspectos naturales y culturales de la localidad
- Técnicas turísticas para conducción de grupos, integración, estrategias para solucionar conflictos.
- Reglas de protocolo, etiqueta y hospitalidad
- Procedimiento de primeros auxilios básicos y supervivencia
- Rutas turísticas locales
- Manejo de GPS(sistema de posicionamiento global)
- Interpretación de mapas, guías turísticas, tiempos e itinerarios
- Técnicas de interpretación ambiental y cultural e inglés básico

Habilidades:

- Facilidad de comunicarse y/o interrelacionarse con personas de diferentes culturas
- Planificación del tiempo de visitación, guianza por alrededores
- Preparación física para caminatas largas y capacidad para transportar peso
- Expresividad en la comunicación
- Argumentación lógica clara y articulada
- Capacidad de liderazgo para el manejo del grupo

Actitudes:

- Supervisor
- Equilibrio emocional
- Confiable para entablar relaciones interpersonales
- Puntualidad
- Responsable

4) Metodología de aplicación de aprendizaje.

Las principales directrices metodológicas para los cursos de capacitación turística, de manera general son:

- Métodos Teóricos como el Deductivo – Inductivo y Analítico - Sintético (en las investigaciones realizadas por el estudiante y las discusiones con el facilitador sobre las dudas o interrogantes).

El tipo de técnicas de aprendizaje y estudio a aplicarse son:

- Mandalas / Mentefactos
- Cuadros sinópticos / Mapas conceptuales
- Síntesis de lecturas
- Talleres grupales
- Tareas individuales

En la metodología se dará prioridad a la actividad del participante. Todo aprendizaje deberá ser construido en torno a actividades, desafíos y/o problemas que el facilitador proponga al grupo, exigiendo el ejercicio de las competencias que serán desarrolladas.

La acción pedagógica debe ser enriquecida por:

- La aplicación de un diseño flexible, según las necesidades de los participantes y el tipo de audiencia
- La experiencia como fuente de aprendizaje.
- La aplicación inmediata del aprendizaje fundamentado en las necesidades.
- La participación conjunta y la búsqueda de soluciones creativas.
- El énfasis en la auto-experiencia recreada.
- La auto-evaluación.
- El desarrollo autónomo del aprendizaje, de la capacidad de aprender solo, preparándose para una educación continua.

- **Criterios para aplicación de evaluación a los participantes:**

La evaluación de este curso será continua, es decir que se deben proponer actividades en cada sesión que serán evaluadas por el facilitador. Los criterios de valoración son:

- Tareas Individuales: 20%
- Talleres Grupales: 20%
- Participación: 20%
- Actitud Y Comportamiento: 20%
- Evaluación Final: 20%
- TOTAL: 100%

La valoración cuantitativa se la puede realizar sobre 10 puntos. Se tomará una evaluación final al término del cronograma de actividades de la capacitación la misma que puede basarse en actividades alternativas como:

- Cuestionarios de autoevaluación
- Talleres grupales
- Ejercicios individuales en el salón de clase / Ejercicios grupales (dinámicas)
- Tareas individuales
- Ensayos reflexivos

5) Pensum académico para formación de guías nativos: El pensum académico previsto se lo ha establecido en función de 3 ejes:

- 4) Asignaturas básicas
- 5) Asignaturas técnicas turísticas
- 6) Asignaturas profesionales de especialización

CUADRO N° 60.

Ejes de asignaturas para Capacitación de Guías Nativos

Ejes	Competencias a desarrollar	Asignaturas/ Módulos
Eje Asignaturas Básicas	Ley de turismo, reglamento General y marco legal turístico y ambiental	Legislación Turística y Ambiental
	Protocolo, etiqueta, hospitalidad	Etiqueta y protocolo
	Procedimiento de primeros auxilios básicos y supervivencia	Lenguaje y comunicación
	Argumentación lógica, clara y articulada	Hospitalidad, lenguaje y comunicación
	Liderazgo manejo de grupo	Liderazgo
	Desarrollo de relaciones interpersonales	Relaciones Humanas
	Negociación, mediación y equilibrio emocional	Negociación de y manejo de conflictos
	Puntualidad Responsable	Ética profesional
	Preparación física para caminatas largas y capacidad para transportar peso	Rescate y supervivencia
	Idioma ingles(Básico)	Ingles básico
Eje de asignaturas técnico turísticas	Interpretación de mapas, guías turísticos, tiempos e itinerarios Rutas turísticas locales	Diseño de rutas turísticas
	Vocabulario técnico de guianza, turismo y hotelería	Introducción al turismo sostenible
	Aspectos naturales y culturales de la localidad	Técnicas de guianza I y II
	Técnicas turísticas para conducción de grupos, integración	Animación de grupos
	Estrategias para solucionar los conflictos	Negociación de y manejo de conflictos
	Planificación del tiempo de visitación, guianza por alrededores	Taller práctico de guianza
	Supervisor	Animación de grupos
Eje de Asignaturas profesionales de especialización	Técnicas de interpretación ambiental y cultural	Interpretación ambiental
	Manejo de GPS(Sistema de posicionamiento global)	Orientación Y georreferenciación

Fuente: Ministerio de turismo (Mintur-Loja)

Elaboración: Ministerio de Turismo del Ecuador

En función principal que debe de cumplir un guía de turismo, en este caso nativo, se deben incorporar otras asignaturas necesarias

CUADRO N° 61: Eje de asignaturas y horas

Ejes	Asignatura	horas		Horas
Eje de asignaturas básicas	Primeros Auxilios	20	C A R A C T E R O B L I G A T O R I O	324
	Rescate y supervivencia	16		
	Lenguaje y Comunicación	16		
	Hospitalidad	20		
	Etiqueta y protocolo	8		
	Ingles básico	8		
	Liderazgo	16		
	Negociación y manejo de conflictos	16		
	Ética profesional	16		
	Legislación turística	16		
	Realidad nacional	16		
SUBTOTAL:	10 ASIGNATURAS	168		
Eje asignaturas técnicas turísticas	Técnicas de guiar 1	16	C A R A C T E R O B L I G A T O R I O	324
	Técnicas de guiar 2	16		
	Animación de grupos	20		
	Taller práctico de guianza 1	24		
	Introducción al turismo sostenible y hotel	16		
	Técnicas de inventario y evaluación de A.T	16		
	Rutas turísticas	16		
	Operación y programación turística	16		
	Diseño y comercialización de productos turísticos	16		
	SUBTOTAL:	9 ASIGNATURAS		
	Geografía turística del Ecuador	12	C A R A C T E R E L E C T I V O	96
	Geografía turística local	12		
	Valoración del patrimonio natural	12		
	Cartografía	12		
	Orientación y georreferenciación	12		
	Ecología	12		
	Flora local y etnobotánica	12		
	Panel	12		
	Educación e interpretación ambiental	12		
	Turismo sostenible en áreas protegidas	12		
	Fauna Local	12		
	Geomorfología	12		
	Climatología	12		
	Historia Universal	12		
	Historia del Ecuador	12		
	Historia local	12		
	Arqueología del Ecuador	12		
	Etnografía cosmovisión y folklore	12		
	Arte universal	12		
	Arte Ecuatoriano	12		
	Iconografía	12		
Valoración del patrimonio cultural	12			
14 asignaturas patrimonio natural	158			
14 asignaturas patrimonio cultural	108			

Fuente: Ministerio de turismo (Mintur-Loja)

Elaboración: Ministerio de turismo del Ecuador.

Cabe aclarar que las asignaturas previstas en los ejes; básicos y técnico turístico constituyen de carácter obligatorio, por lo que son imprescindible su aprendizaje para la formación de guía nativo. Por otra parte, las

asignaturas previstas en el eje profesional de especialización de carácter electivo para formar guía nativo a través de cursos de actualización cada dos años, o de acuerdo a necesidad del territorio adecuadamente justificada bajo informe técnico.

6) Metodología a aplicar para aprobación del curso de guías nativos

La metodología dará prioridad a los estudios de caso, basados en la experiencia como fuente de aprendizaje en vista que el grupo meta está constituido por personas adultas que cuentan con conocimientos y habilidades previstas en el campo de igual manera se basará en una aplicación inmediata de aprendizaje es decir “aprender haciendo” motivando para el efecto una amplia participación conjunta de las personas en todo el proceso de enseñanza –aprendizaje. En el proceso de aprendizaje se utilizará el método, acción-reflexión-acción, partiendo de la experiencia del participante, como un proceso en espiral para lograr el desarrollo de las siguientes competencias:

- k) Comunicación Efectiva
- l) Capacitación para organizar su trabajo y su tiempo
- m) Orientación a los visitantes/turistas
- n) Dominar los itinerarios de recorrido (rutas, ubicación de atractivos turísticos etc.)
- o) Asegurar el bienestar del turista
- p) Coordinación y control en el grupo
- q) Asegurar la calidad de los servicios
- r) Actuar en emergencia
- s) Cuidar de la apariencia personal y posturas profesionales

t) Promover el turismo y la identidad nacional

- **Evaluación a aplicar para la aprobación del curso de guías nativos**

Durante los módulos programados se realizarán varios ejercicios en cada uno de ellos dependiendo la planificación realizada por el facilitador en cada sesión de aprendizaje la misma que será aplicada de acuerdo a las formas de evaluación que proponga el facilitador.

Entre ellas se puede enumerar las siguientes alternativas: Diálogos participativos, exposiciones, ejercicios individuales, talleres grupales, cuestionarios escritos entre otros.

Para efecto de evaluación del curso y específicamente cada módulo, se definen los siguientes parámetros a aplicar:

- Los participantes deben realizar los ejercicios y tareas propuestas por el facilitador los mismos que serán calificados.
- Para la aprobación del curso se exige una asistencia del 80% como mínimo una nota mínima de 7 sobre 10 puntos por cada módulo.
- Los estudiantes serán evaluados al finalizar cada módulo para lo cual se plantea como condición que la aprobación de cada módulo permita al participante tomar el siguiente.
- Si el participante no aprueba con el puntaje exigido el módulo determinado no podrá continuar con el aprendizaje de los módulos siguientes.
- El facilitador presentará el registro de asistencias y notas

Esta forma de aprendizaje permitirá exigir a los participantes mayor dedicación en el proceso de aprendizajes, con la finalidad de que se

verifique un proceso pedagógico apropiado para la formación de guías nativos.

- **Horarios de cada una de las signaturas.**

Los cursos se los realizara todos los sábados durante un año, las materias dependiendo de su número de horas se realizaran al cabo de un sábado otras ase llevaran a cabo en dos sábados y otras hasta tres sábados, mientras que otras materias se las realizara vía virtual o por tareas o investigaciones etc., que se realizaran se enviaran a los correos de los formadores para acreditar como horas y calificar los contenidos, esto con el fin de cumplir con las 420 horas que se estipula para esta capacitación.

CUADRO N° 62: Horarios y fechas del pensum académico

Asignatura	Horas	Fecha	Horas Presencia I	Horas Virtual	Total
Primeros Auxilios	20	Sábado 10/01/2016	10	-----	10
_____	_____	Sábado 17/01/2016	10	----	10
Rescate y supervivencia	16	Sábado 24/01/2016	10	6	16
Lenguaje y Comunicación	16	Sábado 31/01/2016	10	6	16
Hospitalidad	20	Sábado 07/02/2016	10	_____	10
-----	-----	Sábado 14/02/2016	10	_____	10
Etiqueta y protocolo	8	Sábado 21/02/2016	8	_____	8
Ingles básico	8	Sábado 28/02/2016	8	_____	8
Liderazgo	16	Sábado 07/03/2016	10	6	16
Negociación y manejo de conflictos	16	Sábado 14/03/2016	10	6	16
Ética profesional	16	Sábado 21/03/2016	10	6	16
Legislación turística	16	Sábado 28/03/2016	10	6	16
Realidad nacional	16	Sábado 04/04/2016	10	6	16

10 ASIGNATURAS	168				
Técnicas de guiar 1	16	Sábado 11/04/2016	10	6	16
Técnicas de guiar 2	16	Sábado 18/04/2016	10	6	16
Animación de grupos	20	Sábado 25/04/2016	10	—	10
-----	-----	Sábado 02/05/2016	10	—	10
Taller práctico de guianza 1	24	Sábado 09/05/2016	8	-----	8
----- ---	-----	Sábado 16/05/2016	8	—	8
----- -	-----	Sábado 23/05/2016	8	—	8
Introducción al turismo sostenible y hotel	16	Sábado 30/05/2016	10	6	16
Técnicas de inventario y evaluación de A.T	16	Sábado 06/06/2016	10	6	16
Rutas turísticas	16	Sábado 13/06/2016	10	6	16
Operación y programación turística	16	Sábado 20/06/2016	10	6	16
Diseño y comercialización de productos turísticos	16	Sábado 27/06/2016	10	6	16
9 ASIGNATURAS	156				
Geografía turística del ecuador	12	Sábado 04/07/2016	10	2	12
Geografía turística local	12	Sábado 11/07/2016	10	2	12
Valoración del patrimonio natural	12	Sábado 18/07/2016	10	2	12
Cartografía	12	Sábado 25/07/2016	10	2	12
Orientación y georreferenciación	12	Sábado 01/08/2016	10	2	12
Ecología	12	Sábado 15/08/2016	10	2	12
Flora local y etnobotánica	12	Sábado 22/08/2016	10	2	12
Panel	12	Sábado 29/08/2016	10	2	12
Educación e interpretación ambiental	12	Sábado 05/09/2016	10	2	12
Turismo sostenible en áreas protegidas	12	Sábado 12/09/2016	10	2	12

Fauna Local	12	Sábado 19/09/2016	10	2	12
Geomorfología	12	Sábado 26/09/2016	10	2	12
Vulcanología	12	Sábado 03/10/2016	10	2	12
Climatología	12	Sábado 10/10/2016	10	2	12
Historia Universal	12	Sábado 17/10/2016	10	2	12
Historia del Ecuador	12	Sábado 24/10/2016	10	2	12
Historia local	12	Sábado 31/10/2016	10	2	12
Arqueología del Ecuador	12	Sábado 07/11/2016	10	2	12
Etnografía cosmovisión y folklore	12	Sábado 07/11/2016	10	2	12
Arte universal	12	Sábado 14/11/2016	10	2	12
Arte Ecuatoriano	12	Sábado 21/11/2016	10	2	12
Iconografía	12	Sábado 28/11/2016	10	2	12
Valoración del patrimonio cultural	12	Sábado 05/12/2016	10	2	12
PRESENTACION DE NOTAS		Sábado 13/12/2016	Nota: Verificar información y corrección de las mismas		
INCORPORACION		Sábado 20/12/2016			

Fuente: Min-tur Loja

Elaboración: Ministerio de Turismo del Ecuador

Como está previsto en los horarios se terminara en un año para la finalización se hará la incorporación en la misma se entregara a cada uno de los participantes que aprobaron su certificado de haber aprobado el curso de capacitación.

- **Requisitos para la obtención de la Licencia de Guía de Turismo**

FIGURA N° 25: Licencia de turismo



Fuente: Ministerio de turismo

Elaboración: Ministerio de turismo

Primera emisión:

- ◆ Original y Copia sencilla del título profesional de Guía de Turismo (El título profesional debe estar registrado en el SENESCYT, lo cual permite la verificación de su legalidad)
- ◆ Original y copia sencilla del Certificado de suficiencia en el /los idioma /s extranjero /s otorgado por una institución reconocida por el Ministerio de Educación y/o SENESCYT
- ◆ 1 fotografía tamaño carné a color
- ◆ Original y Copia sencilla del Certificado de tipo de sangre
- ◆ Original y Copia sencilla de la cédula de identidad
- ◆ Original y copia sencilla de la papeleta de votación correspondiente al último período de elecciones o el documento que justifique su abstención o el que acredite haber cumplido la sanción impuesta. De no hacerlo no serán atendidos (**Art. 79 De la Ley Orgánica de Elecciones**).
- ◆ Currículo vitae (Según formato adjunto: Hoja de vida)

- ◆ Oficio de Solicitud de emisión de licencia dirigida al Ministerio de Turismo (Según formato adjunto: Solicitud primera emisión de licencia)

Requisitos para la obtención de la Licencia de Guía de Turismo (Renovación):

- ◆ Oficio de solicitud de renovación de licencia dirigido al Ministerio de Turismo (según formato adjunto: Solicitud renovación de licencia)
- ◆ Original y Copia simple de la licencia caducada por ambas caras.
- ◆ Original y copia simple de la papeleta de votación correspondiente al último período de elecciones o el documento que justifique su abstención o el que acredite haber cumplido la sanción impuesta. De no hacerlo no serán atendidos **(Art. 79 De la Ley Orgánica de Elecciones)**.

Para extranjeros: Además de los requisitos solicitados, presentar copia de título refrendado en el país por una institución educativa reconocida por el Senescyt, copia del pasaporte y autorización laboral emitida por el Ministerio de Relaciones Laborales.

Costos de la licencia: La licencia de ejercicio de la actividad profesional deberá renovarse cada dos años y tiene un costo de:

- ◆ Guías Nacionales: \$30,00 primera emisión / \$15,00 por renovación o canje.
- ◆ Guías nativos: \$4,00 primera emisión / \$2,00 por renovación
- ◆ Guías especializados: \$20,00 primera emisión / \$10,00 por renovación

Nota importante: Además de los requisitos señalados el usuario debe presentar el documento original y copia del comprobante de depósito del valor correspondiente (sea para 1era. emisión ó para renovación) en la Cuenta Corriente No. 0010251768 del Banco Nacional de Fomento.

- **Formato de primera emisión de licencia**

Quito, ____ de _____ del 20__

Sres.

Ministerio de Turismo

Presente.-

De mis consideraciones:

Yo,....., con CI:
..... Solicito a Uds. se dignen autorizar a quien corresponda la emisión por primera vez de mi licencia de Guía Nacional de Turismo. Adjunto toda la documentación requerida para su tramitación.
Agradezco su atención a la presente

Atentamente,

Nombre:

- Certificado de haber aprobado la capacitación:

FIGURA N° 26: Certificado de haber aprobado la capacitación turística:



Fuente: Ministerio de Turismo
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Objetivo estratégico N°3: Plan de capacitación para promover guías turísticos locales.

CUADRO N° 63: Objetivo estratégico N. 3

OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 3				
Plan de capacitación para promover guías turísticos locales.				
META	ESTRATEGIAS	POLITICAS	TÁCTICAS	RESP.
*Capacitar de forma colectiva guías turísticos para contribuir al cumplimiento del objetivo estratégico, mediante un plan de capacitación para que permitan el desarrollo turístico del cantón y ciudad de Loja.	* Solicitar e inscribirse al Plan Nacional de Capacitación Turística que brinda cursos gratuitos para guías nativos. *Realizar una conferencia en temáticas de guías y excelencia en el servicio. *Desarrollo de conferencias dirigida a los participantes sobre la importancia del turismo, de la cultura e historia y la combinación de estos tres elementos, además sobre técnicas de guianza y buenas prácticas turísticas para la ciudad y cantón de Loja.	* La capacitación se llevará a cabo los días sábados durante un año *La capacitación será para graduados y profesionales en turismo. *La capacitación será para voluntarios antes inscritos *Las conferencias serán gratuitas.	* La capacitación se desarrollará en el auditorio del museo del Banco Central. La capacitación se inscribirá a 25 personas. Seleccionar el personal más idóneo brindar las capacitaciones. Cumplir con la malla curricular establecida del Ministerio de Turismo	* Departamento de Turismo del Ilustre Municipio de Loja. *Ministerio de Turismo
TIEMPO	RECURSOS	RESULTADOS	INDICADORES	
* Para poder obtener las licencias de turismo en guías nativos se debe cumplir con 420 horas de capacitación las cuales estarán impartidas en 12 meses recibiendo 10 horas de clase todos los sábados *El ministerio de turismo ofrece a capacitarlos para el 2014 otorgando presupuesto para el desarrollo de la misma.	Recursos Humanos: *Profesionales en el área turística *Personal del Ministerios de turismo +Personal del departamento de turismo del Municipio de Loja. Recursos Materiales: *Equipo de computación. *Infocus *Espacio físico para llevar a cabo la capacitación turística *Equipos de audio. *Materiales de oficina (papel, esferos, carpetas). *Muebles de oficina (sillas). Recursos económicos: Todos los gastos los asumirá el Ministerio de Turismo y el Min-Tur de Loja.	* Lograr que los participantes obtengan mayores conocimientos acerca de guianza, técnicas, historia y cultura, con el fin de motivarlos a ser partícipes del turismo en la ciudad de Loja. *Modificar, mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes de un informador turístico para el manejo de y control de turistas de manera correcta. *Que obtengan por parte del Departamento de Turismo los participantes su certificación como guías turísticos y de tal manera contribuyan con el desarrollo turístico del lugar.	Cursos Realizados Cursos Programados Horas de Capacitación Impartidas Horas de Capacitación Programadas. Aprobación y certificación del curso Personas aprobadas del curso.	

Fuente: Departamento de turismo del Municipio de Loja

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

6.2.4. Objetivo Estratégico N.4

Elaboración de una guía turística de la Ruta Naranja.

6.2.4.1. Meta:

Con el objetivo de promover el turismo en el cantón y ciudad de Loja y con ello la Ruta Naranja, se pretende fomentar la visita de turistas mediante la elaboración de una guía turística de la mencionada Ruta.

6.2.4.2. Estrategia:

- ◆ Diseñar herramientas de comunicación que permitan fomentar la imagen del cantón y ciudad de Loja que tiene ante los diferentes mercados objetivos.
- ◆ Creatividad en la elaboración de la guía turística, capaz de que pueda ser de gran ayuda para el visitante local o nacional.
- ◆ Aprovechamiento de su ubicación estratégica que permitan estimular a los visitantes a recorrerla Ruta Naranja de la ciudad de Loja

6.2.4.3. Políticas:

- ◆ El departamento de turismo conjuntamente con el ITUR desarrollaran la distribución de la guía turística cada trimestre o cuando las condiciones lo ameriten.
- ◆ La información que se presente deberá ser clara y de fácil comprensión para los visitantes.
- ◆ Realizar itinerarios en las épocas más llamativas del año.

6.2.4.4. Tácticas:

- ◆ Entregar las guías turísticas a los visitantes de la Ruta Naranja de la ciudad de Loja.
- ◆ Elaborar de un itinerario general de la Ruta Naranja y fomentarla en escuelas y colegios y se convierta en una ruta obligada para los turistas que visiten Loja en las temporadas de fiestas o acontecimientos culturales.

6.2.4.5. Responsable:

- ◆ El Departamento de Turismo e ITUR del Ilustre Municipio de Loja.

6.2.4.6. Tiempo:

- ◆ Dada la importancia de la Ruta Naranja se amerita la realización de una guía turística, su planificación es para un año con la posibilidad que el Departamento de Turismo e ITUR podrán decidir en qué momento se efectuara su ampliación de tiempo.
- ◆ Aplicando al internet, la guía turística se encontrara de forma virtual durante un año y podrá ser descargada en ese tiempo por el usuario, con la posibilidad de ampliar su tiempo en la red.

6.2.4.7. Recursos Humanos:

- Miembros del Departamento de Turismo e ITUR del Ilustre Municipio de Loja.

6.2.4.8. Recursos Materiales:

- ◆ Equipo de computación.
- ◆ Cámara Fotográfica

6.2.4.9. Recursos Económicos

- Costo del diseño de la Guía Turística = **300,00**
- Impresión de la Guía turística por millares (300 u)= **700,00**

6.2.4.10. Resultados esperados:

- ◆ Incentivar al público local visitar la Ruta Naranja de la ciudad de Loja y contribuir al desarrollo turístico del lugar.
- ◆ Difundir los atractivos culturales e históricos de la Ruta Naranja entre la población local y los visitantes provinciales y nacionales.
- ◆ Posicionar la Ruta Naranja como una visita obligada por toda clase de visitante y como parte de la cultura general de los niños y adolescentes que viven en el cantón y la ciudad de Loja.

6.2.4.11. Indicadores:

Los indicadores del cuarto objetivo nos ayudara a definir de forma más precisa los estándares con que evaluar el progreso del objetivo, teniendo como finalidad su cumplimiento. Tenemos los siguientes indicadores: De acuerdo al total de guías turísticas diseñadas, se entregara; al existir un incremento de visitantes, se elaborara más ejemplares, aumentando el costo del diseño de guías; teniendo como finalidad un número fijo de visitantes, se elaborara y entregara total de ejemplares turísticos.

Total de guías turísticas
Guías turísticas entregadas

Incremento en visitas
Costo de diseño de guías

Número de visitantes
Total de ejemplares turísticos

6.2.4.12. Presupuesto:

CUADRO N° 64: Presupuesto de diseño e implementación de la guía turística de la Ruta Naranja de la ciudad de Loja.

CANTIDADES	DETALLE	PRECIO UNITARIO	VALOR POR 12 MESES	TOTAL
1	Diseño de guía	300,00	500,00	500.00
300	turística	400.00 por	4800,00	4800.00
	Impresión de guías turísticas	mes.		
TOTAL				5300.00

Fuente: Empresa de Diseño Gráfico "Draco"

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Diseño de la guía turística:

- **Empresa de diseño gráfico Draco:** Una empresa de diseño gráfico que se encarga de la elaboración de guías, páginas web y publicidad gráfica en general en la ciudad de Loja.

Impresión de la Guía turística:

- **Imprenta de gráficos Santiago:** Un empresa de imprenta que se encarga de la impresión de guías y diseños gráficos de todo tipo para su publicidad y distribución en la ciudad de Loja.

Las empresas mencionadas se justifican ya que poseen una presentación seria y conocida a nivel local y lo confirman su aceptación en el mercado e innumerables clientes en toda la provincia de Loja.

El diseño de la guía turística tiene un costo de 300,00 dólares y la impresión en millar (300 unidades) de dicha guía tiene un costo de 400,00, que serán impresas cada mes durante un año, dando un valor de 4800,00 sumado al

costo del diseño de la guía turística nos da un valor total de 5300.00 dólares.

- **Itinerario:** Recorrido de la Ruta Naranja.

09:00 am: Monumento Puerta de la Ciudad

09:20 am: Parque Simón Bolívar

09:30 am: Plaza de San Francisco

09:45 am: Plaza de la Catedral

10:00 am: Plaza de Santo Domingo

10:15 am: Plaza de San Sebastián

10:30 am: Calle Lourdes

- **Formato de un paquete turístico para la Ruta Naranja de la Ciudad de Loja**

ITINERARIO:

DIA 1:

- **07:30** Recibimiento en el terminal terrestre de la ciudad de Loja
- **08:00** Check-in en el Hotel (San Sebastián, Victoria, Zamorano)
- **08:30** Desayuno en la cafetería del Hotel
- **09:30** Recorrido por Parque la Banda
- **10:30** Visita al Parque Recreacional Jipiro
- **11:30** Visita a la Iglesia del Valle
- **12:30** Almuerzo típico (Restaurante Lolita)

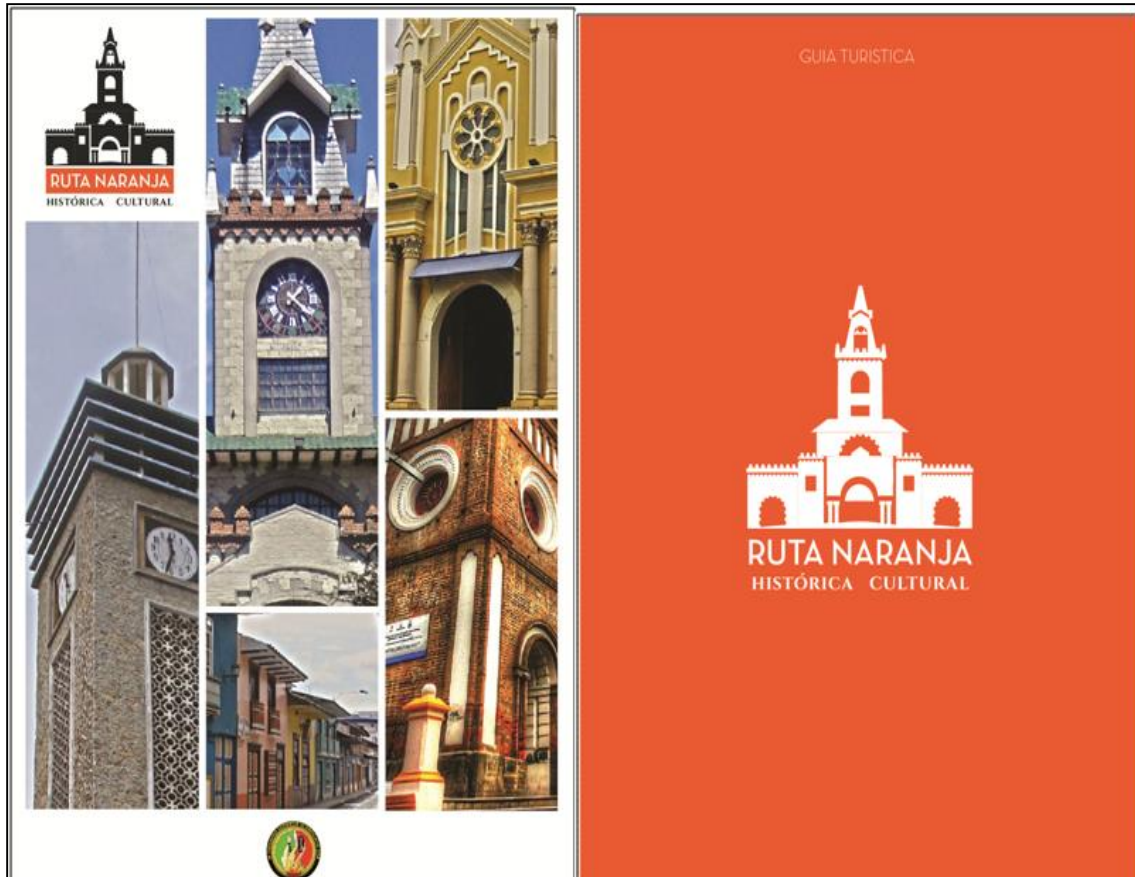
- **13:30** Traslado e inicio del recorrido por la RUTA NARANJA
- **13:40** Monumento Puerta de la Ciudad
- **13:10** Parque Simón Bolívar
- **13:30** Plaza de San Francisco
- **14:00** Plaza de la Catedral
- **14:30** Plaza de Santo Domingo
- **15:00** Plaza de San Sebastián
- **15:30** Calle Lourdes
- **16:00** Coffe Break en cafetería del centro de la ciudad (Mancha del Quijote, Cuna de Artistas)
- **17:00** Regreso al Hotel
- **19:30** Cena tradicional (Balcón de Amelia, El carbonero)
- **21:00** Recreación o salida nocturna (De acuerdo al tipo de grupo puede ser entre una discoteca La Fiesta, un Bar Rosso, o cafeterías artísticas como La Mancha del Quijote o Cuna de Artistas)

DIA 2:

- **08:00** Desayuno en el Hotel
- **08:30** Museo de la Música
- **09: 00** Museo de la Madres Conceptas
- **10:00** Plaza de la cultura – UNL
- **11:00** Regreso al Hotel

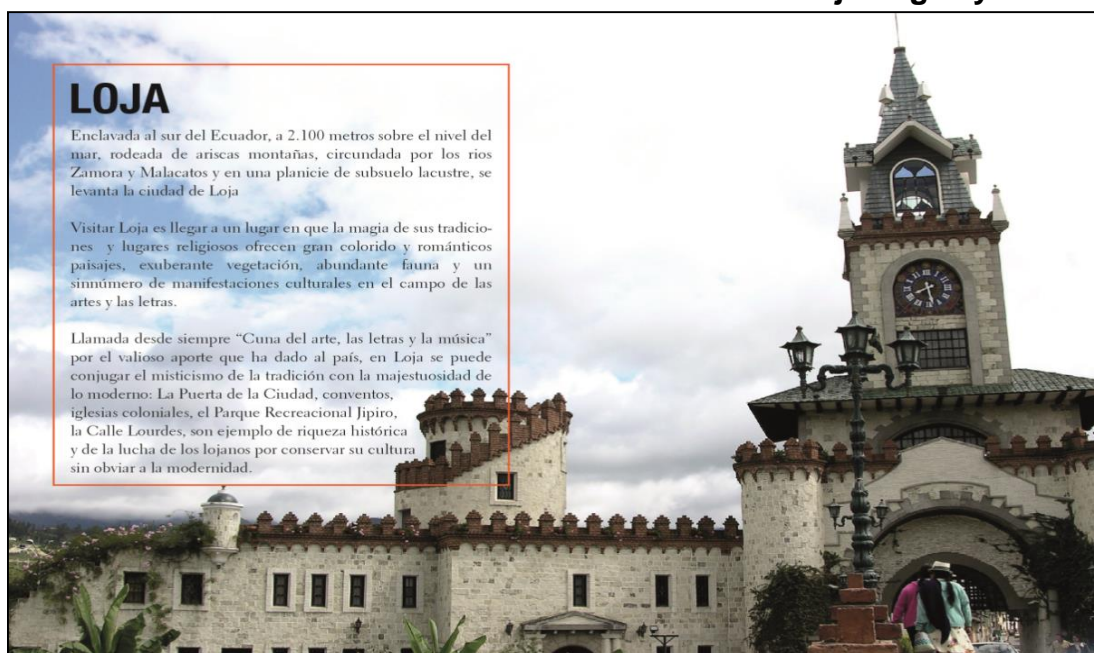
- 11:30 Check-out del Hotel
- 11:40 Traslado al terminal terrestre de la ciudad de Loja

FIGURA Nº 27: Guia Turistica de la Ruta Naranja Pág. 1 y 2



Fuente: Diseño gráfico "Draco"
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

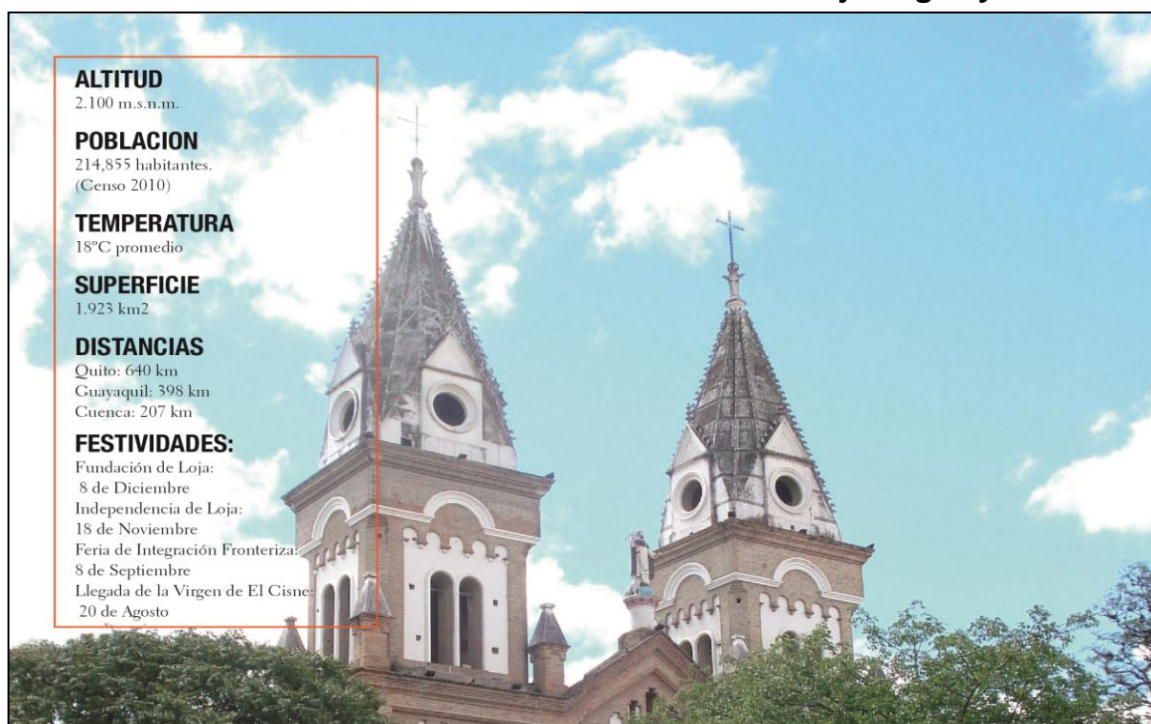
FIGURA Nº 28: Guia Turistica de la Ruta Naranja Pág. 3 y 4



Fuente: Diseño gráfico "Draco"

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA Nº 29: Guia Turistica de la Ruta Naranja Pág. 5 y 6



Fuente: Diseño gráfico "Draco"

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA Nº 30: Guia Turistica de la Ruta Naranja Pág. 7 y 8

RESEÑA

La ciudad de Loja cuenta con una ruta histórica y cultural desde el año 2006, la cual recorre atractivos turísticos del centro histórico que se los puede conocer en tan solo una hora de recorrido.

El proyecto fue iniciativa de los estudiantes de la carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja (UNL) y puesto en práctica por el Departamento de Turismo del Municipio de Loja.

La Ruta Histórica y Cultural se inicia en la Puerta de Entrada a la Ciudad, pasando por el parque Simón Bolívar, continúa hasta la plaza de San Francisco, recorre la plaza de la Catedral, la plaza de Santo Domingo, plaza de San Sebastián y concluye en la calle colonial Lourdes, dando por terminando el recorrido por los lugares más atractivos del centro histórico de la urbe.

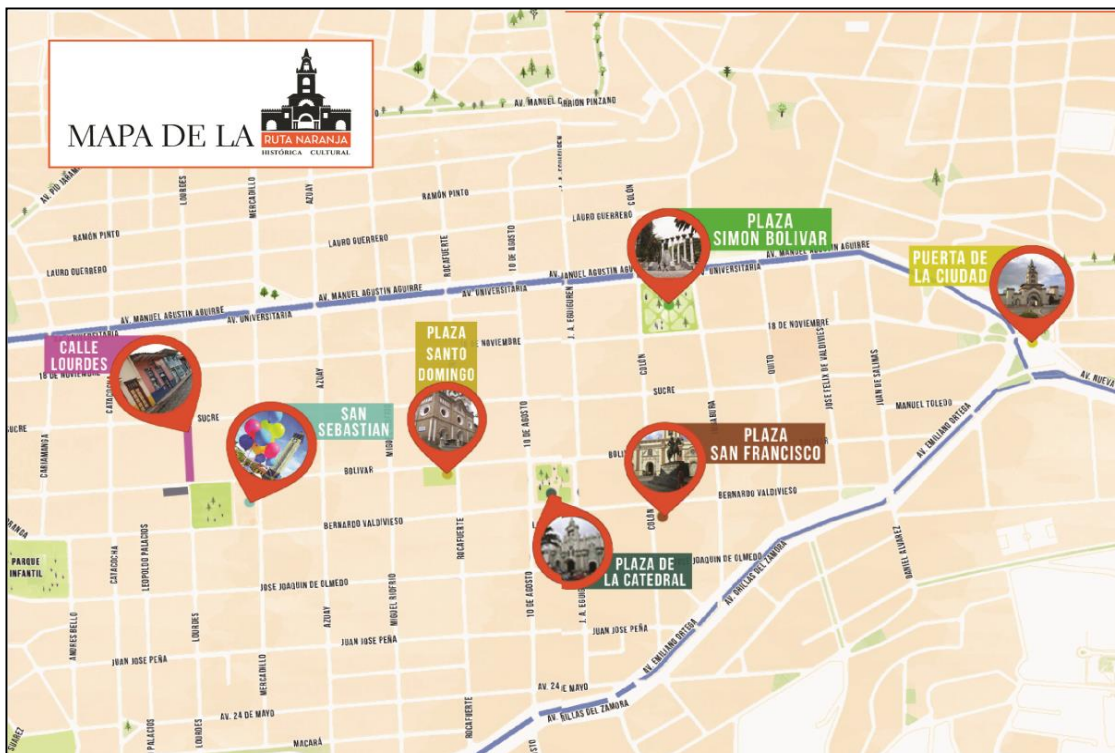
-Un viajero sabio nunca desprecia su propio país.
- Anónimo

¡BIENVENIDOS A LOJA!

Fuente: Diseño gráfico "Draco"

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA Nº 31: Guia Turistica de la Ruta Naranja Pág. 9 y 10



Fuente: Diseño gráfico "Draco"

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA Nº 32: Guía Turística de la Ruta Naranja Pág. 11 y 12

RUTA HISTÓRICA Y CULTURAL

PUERTA DE LA CIUDAD

📍 Parroquia El Sagrario, Av. Gran Colombia.

La puerta de entrada de la ciudad es un monumento arquitectónico que se basa en una réplica del escudo enviado por el Rey Felipe II de España en 1571 a Loja, por ser considerada como la puerta de ingreso a la Amazonía y sobre todo para la conquista de "El Dorado". Este monumento fue construido en 1998.

En su parte superior se encuentra un mirador desde donde se divisa toda la ciudad. En su interior se encuentran, el museo, las salas de exposiciones itinerantes de la puerta de la ciudad se han utilizado para la exhibición de importantes obras plásticas: pintura, escultura, fotografía, etc. Cada mes se presentan ante el público muestras artísticas pintadas por artistas de diferentes lugares del país, además de un salón de artesanías. También en la Puerta de la Ciudad, se puede pasar un agradable momento en su cafetería y disfrutar de la hermosa vista de la ciudad desde sus torres.




RECOMENDACIONES

Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, ropa cómoda y abrigada, bloqueador solar, zapatos cómodos.

ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Se puede realizar actividades como: Fotografía, museo, galería, exposiciones artísticas.

Fuente: Diseño gráfico "Draco"
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA Nº 33: Guía Turística de la Ruta Naranja Pág. 13 y 14


RUTA HISTÓRICA Y CULTURAL

PARQUE SIMÓN BOLIVAR

📍 Cristóbal Colón y 18 de noviembre

El Parque Simón Bolívar fue levantado en homenaje al Tratado Binacional de Paz de Itamarati del 22 de Octubre de 1998. Plaza de planta rectangular conformada por una sola cruzija; se desarrolla a partir de un monumento central de base redonda en el cual se abren diferentes directrices.

Plaza con características de influencia de jardín francés, los arbustos se encuentran protegidos por estacas de madera color blanco, las jardineras interiores que delimitan los espacios tienen borde de piedra y en su interior árboles, arbustos y jardineras, en el centro de la plaza se encuentra un monumento dedicado a Simón Bolívar que se levanta sobre un elemento trapezoidal de mármol y en la parte trasera del monumento se elevan seis columnas de orden corintio con base moldurada, fuste estriado con ornamento a media altura de hojas, y capitel corintio con un remate jónico, la acera que bordea la plaza es de concreto rojo y amarillo y en el interior del parque las coníferas son de adoquín de piedra andesita



RECOMENDACIONES

Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, ropa cómoda y abrigada, bloqueador solar, zapatos cómodos.

ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Se puede realizar actividades como: Fotografía.

Fuente: Diseño gráfico "Draco"
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N° 34: Guia Turistica de la Ruta Naranja Pág. 15 y 16

RUTA HISTÓRICA Y CULTURAL
RUTA NARANJA



PLAZA DE SAN FRANCISCO

📍 Cristóbal Colón y 18 de noviembre

Es una pequeña plaza rodeada por la Iglesia y Convento de los Franciscanos. En su centro se encuentra el Monumento al Capitán Alonso de Mercadillo, fundador de la ciudad de Loja, y hacia el vértice sur-oriental de la plaza, se encuentra la Casa de la Cultura. La estructura de la primera Iglesia de San Francisco fue construida en 1564. El corregidor Pedro Javier Valdivieso la reconstruyó después del terremoto de 1749. El edificio era y es de adobe como los demás. El convento de San Francisco de la ciudad de Loja, por tratarse de una comunidad de misioneros constituyó un punto estratégico para la evangelización tanto en la jurisdicción territorial de los Paltas y sus diversos pueblos, como de las etnias de la Amazonía adscrita a las gobernaciones de Yaguarzongo y Mainas. Luego de la fundación de nuestra ciudad, una parte de la comunidad de hermanos Franciscanos se radican en esta con fines de servicio a la comunidad y crean el templo de estilo renacentista y neo-griego en honor a su patrono, la misma que luego del terremoto de 1851, se reconstruye y mantiene hasta la actualidad conjuntamente con el monasterio de los hermanos Franciscanos.



RECOMENDACIONES
Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, ropa cómoda y abrigada, bloqueador solar, zapatos cómodos.

ACTIVIDADES TURÍSTICAS
Se puede realizar actividades como: Fotografía, Observación de piezas religiosas en el interior de la iglesia

Fuente: Diseño gráfico "Draco"

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N° 35: Guia Turistica de la Ruta Naranja Pág. 17 y 18

RUTA HISTÓRICA Y CULTURAL
RUTA NARANJA



PLAZA DE LA CATEDRAL

📍 Centro de la ciudad, 10 de agosto y Bernardo Valdivieso

Es el parque central de la ciudad, localizado en las calles 10 de Agosto entre Bernardo Valdivieso y Bolívar, alrededor se ubican las principales instituciones públicas como el edificio del Palacio del Consejo Provincial, la Casa Episcopal, el Palacio Municipal, la Gobernación, el Museo del Banco Central del Ecuador. Aquí se encuentra uno de los primeros monumentos que se colocó en la ciudad, en honor al benefactor de la educación lojana, el filántropo Don Bernardo Valdivieso, el monumento fue colocado en este sitio en el año de 1909. Conjuntamente con el parque se encuentra la iglesia, construida en el año de 1890, con un estilo ecléctico y elementos historicistas neoclásicos, el tumbado adornado con artesanado en metal. Uno de los elementos más sobresalientes de esta Iglesia, es un órgano alemán traído el mismo año de construcción. Siendo esta la Iglesia Matriz, se recibe cada 20 de agosto a la imagen de la Virgen del Cisne, que es traída en romería desde la basílica del cisne ubicada en la parroquia del mismo nombre a 70 Km, de la ciudad de Loja, imagen que llega a Loja para presidir las fiestas religiosas y comerciales de septiembre hectáreas, el 1 de Noviembre, día en el cual es retomada a su lugar de veneración permanente.

RECOMENDACIONES
Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, ropa cómoda y abrigada, bloqueador solar, zapatos.

ACTIVIDADES TURÍSTICAS
Se puede realizar actividades como: Fotografía, Observación de piezas religiosas en el interior de la iglesia, Turismo Religioso: Recibimiento cada agosto a la Virgen del Cisne.



Fuente: Diseño gráfico "Draco"

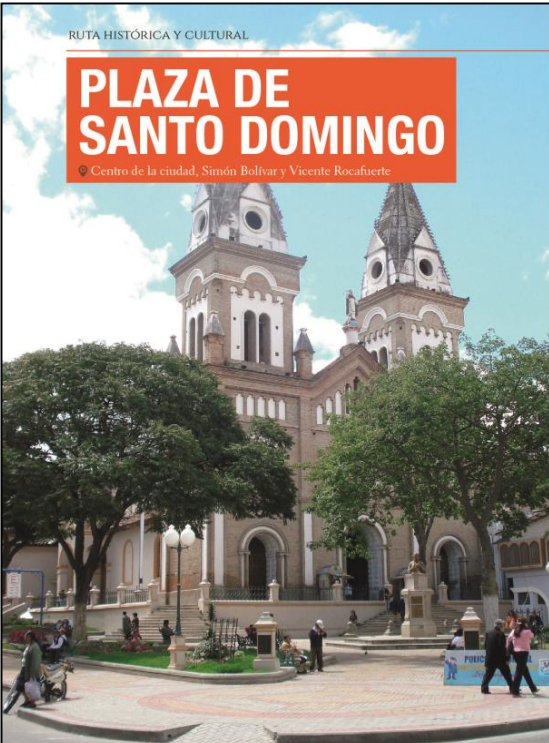
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA Nº 36: Guía Turística de la Ruta Naranja Pág. 19 y 20

RUTA HISTÓRICA Y CULTURAL

PLAZA DE SANTO DOMINGO

Centro de la ciudad, Simón Bolívar y Vicente Rocafuerte



RUTA NARANJA


La plaza de Santo Domingo encontramos una plazoleta y el monumento a Manuel Carrión Pinzano, que en su gobierno se crea la Corte Superior de Justicia y se establece la feria provincial en la ciudad de Loja. Este ilustre Lojano fue el autor del movimiento Federalista Lojano en el año 1.853. Junto a la plaza tenemos la iglesia de Santo Domingo Construida en el año de 1557 y terminada en 1.600, de estilo ecléctico con historicismo románico, remates góticos en sus torres. En ella encontramos la escultura de la Virgen del Rosario de estilo barroco, que fue traída desde Sevilla en el año de 1550 y cerca de 50 esculturas de autoría desconocida, entre ellas la imagen del Cristo crucificado que se presume perteneció a Caspicara. La pintura y decorado de la iglesia fueron realizados en el año 1928 por Fray Enrique Mideros, este fraile pintó también las iglesias de Ibarra, Latacunga y Baños. Esta decoración se compone de 18 cuadros grandes, 36 medallones, 16 cuadros de los misterios del rosario. En los subterráneos, están sepultados los restos de quien fuera uno de los fundadores de Loja: Juan de Salinas Loyola. La parte más llamativa de este parque son las torres que conforman la iglesia, las cuales se han convertido en símbolos escénicos del paisaje lojano

RECOMENDACIONES

Se recomienda llevar:
Cámara fotográfica ropa cómoda y abrigada, bloqueador solar, zapatos.

ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Se puede realizar actividades como:
Fotografía, Observación de piezas religiosas en el interior de la iglesia
Ferias artesanales



Fuente: Diseño gráfico "Draco"
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA Nº 37: Guía Turística de la Ruta Naranja Pág. 21 y 22

RUTA HISTÓRICA Y CULTURAL



PLAZA DE SAN SEBASTIÁN

Simón Bolívar y Bernardo Valdivieso

RUTA NARANJA

La parroquia eclesiástica San Sebastián, fue creada en el año de 1650; pero tuvieron que transcurrir algunos años para que en el lugar se inicie la construcción de la iglesia; es así que en el año de 1900 comienza la edificación del templo en honor a la Virgen Santísima Inmaculada de Lourdes, y remodelado en el año 1979, la iglesia está conformada por tres naves, un retablo en cada una de ellas. De la nave izquierda nace una pequeña capilla para la veneración del Divino Niño. Son dignos de destacar la imagen de San Sebastián tallada en madera esmaltada y el retablo mayor que contiene elementos de tipo gótico, pináculos y sus arcos en cruz. Ubicada al sur de la ciudad, en las calles Bolívar y Mercadillo, aquí se reunió el 18 de Noviembre de 1820 el pueblo de Loja para proclamar la Independencia de la corona española. Rodean a la plaza, construcciones de estilo antiguo, con amplios portales, balcones de madera tallada y aleros.

En el centro del parque se levanta una torre de 32 metros de altura en cuya cumbre se encuentra un reloj de cuatro esferas. Existe una glorieta en la que se realizan actos culturales y políticos.

RECOMENDACIONES

Se recomienda llevar:
Cámara fotográfica ropa cómoda y abrigada, bloqueador solar, zapatos.


ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Se puede realizar actividades como:
Fotografía, Observación de piezas religiosas en el interior de la iglesia
Ferias artesanales, Actos culturales



Fuente: Diseño gráfico "Draco"
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA Nº 38: Guia Turistica de la Ruta Naranja Pág. 23 y 24



RUTA NARANJA




CALLE LOURDES

📍 Parroquia San Sebastián, Lourdes y Simón Bolívar

Cerca de la Plaza de San Sebastián encontramos la calle Lourdes, formada por una cuadra de viviendas, todas de arquitectura colonial de uno y dos pisos, sus paredes con baldosas decorativas, balcones y ventanas de madera, la calzada de tipo rústico con adoquines y piedra y colores fuertes decoran el paisaje. Es una de las calles más vistosas de la ciudad y el paso obligado de las personas que visitan Loja, sobre todo durante la noche, ya que sus faroles iluminan las casas coloniales que dan cabida a cafés, bares y tiendas de artesanías. Caminar por esta pequeña y angosta calle permite al visitante transportarse al pasado. Este lugar ha sido el escenario de algunas filmaciones y sesiones fotográficas. El acceso a este lugar es solo para carros pequeños, la finalidad es resguardar y preservar este patrimonio para los lojanos y se ha implementado la iniciativa en este lugar, la que se basa en cerrar la vía y realizar exposiciones fotográficas, con la finalidad que los lojanos y turistas puedan conocer las bondades que ofrece la provincia de Loja y la calidad de artistas con los que cuenta la ciudad; afirman que con esto le dan el realce e importancia que debe tener la calle Lourdes

RECOMENDACIONES
Se recomienda llevar:
Cámara fotográfica ropa cómoda y abrigada, bloqueador solar, zapatos cómodos.

ACTIVIDADES TURÍSTICAS
Se puede realizar actividades como:
Fotografía, Compras artesanales, Exposiciones y muestras pictóricas.

Fuente: Diseño gráfico "Draco"
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA Nº 39: Guia Turistica de la Ruta Naranja Pág. 25 y 26

COMIDA TÍPICA



CECINA



GALLINA CUYADA



GUY ASADO



SANCOCHO DE CERDO



MIEL CON QUESILLO



ARVEJAS CON GUINEO



REPE



FRITADA

Fuente: Diseño gráfico "Draco"
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N° 40: Guía Turística de la Ruta Naranja Pág. 27 y 28

RECOMENDACIONES PARA UN TURISMO SEGURO

1. Vigile en todo momento sus bolsas, portafolios, carteras y equipajes.
2. Nunca deje a un niño sin supervisión de un adulto.
3. Este atento a lo que ocurre a su alrededor.
4. Cambie dinero únicamente en Casas de Cambio oficiales.
5. Lleve a mano el nombre, dirección y número de teléfono del hotel.
6. Las bolsas y carteras de cintura deben llevarse bien cerradas, sobre el frente del cuerpo.
7. En caso de emergencia, llame por teléfono al 911.
8. Las distancias entre los lugares y sitios turísticos se pueden recorrer a pie por su cercanía. Si desea usar un medio de transporte le sugerimos un servicio de taxi autorizado.
9. Siempre lleve consigo una copia del pasaporte. Deje el original en el taxi.
10. Tome en cuenta los siguiente teléfonos útiles:
 - Terminal Terrestre:** 07 2572198
 - Hospita Isidro Ayora:** 07 2560 159
 - Policía Nacional de Migración:** 07 2573 600
 - Policía Municipal:** 07 2585 606
 - SIMERT:** 07 2570 200
 - Cruz Roja:** 07 2570 200
 - Bomberos:** 07 2585 000
 - TAME:** 07 2585 224



RUTA NARANJA
HISTÓRICA CULTURAL

AUTOR
MARCO GONZALO GARZÓN MONTESINOS

 [rutanaranja_loja](#)
 [@rutanaranja_loja](#)
 [rutanaranja.wix.com/inicio](#)

2015

Fuente: Diseño gráfico "Draco"

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Objetivo estratégico N°4: Elaboración de una guía turística de la Ruta Naranja.

CUADRO N. 65: Objetivo estratégico N. 4

OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 4				
Elaboración de una guía turística de la Ruta Naranja.				
META	ESTRATEGIAS	POLITICAS	TÁCTICAS	RESP.
<p>* Con el objetivo de promover el turismo en el cantón y ciudad de Loja y con ello la Ruta Naranja, se pretende fomentar la visita de turistas mediante la elaboración de una guía turística de la mencionada Ruta.</p>	<p>* Diseñar herramientas de comunicación que permitan fomentar la imagen del cantón y ciudad de Loja que tiene ante los diferentes mercados objetivos.</p> <p>*Creatividad en la elaboración de la guía turística, capaz de que pueda ser de gran ayuda para el visitante local o nacional.</p> <p>*Aprovechamiento de su ubicación estratégica que permitan estimular a los visitantes a recorrer la Ruta Naranja de la ciudad de Loja</p>	<p>* El departamento de turismo conjuntamente con el ITUR desarrollaran la distribución de la guía turística cada trimestre o cuando las condiciones lo ameriten.</p> <p>*La información que se presente deberá ser clara y de fácil comprensión para los visitantes.</p> <p>*Realizar itinerarios en las épocas más llamativas del año.</p>	<p>* Entregar las guías turísticas a los visitantes de la Ruta Naranja de la ciudad de Loja.</p> <p>*Elaborar de un itinerario general de la Ruta Naranja y fomentarla en escuelas y colegios y se convierta en una ruta obligada para los turistas que visiten Loja en las temporadas de fiestas o acontecimientos culturales.</p>	<p>*Miembros del Departamento de Turismo e ITUR del Ilustre Municipio de Loja.</p>
TIEMPO		RECURSOS	RESULTADOS	INDICADORES
<p>* Dada la importancia de la Ruta Naranja se amerita la realización de una guía turística, su planificación es para un año con la posibilidad que el Departamento de Turismo e ITUR podrán decidir en qué momento se efectuara su ampliación de tiempo.</p> <p>*Aplicando al internet, la guía turística se encontrara de forma virtual durante un año y podrá ser descargada en ese tiempo por el usuario, con la posibilidad de ampliar su tiempo en la red.</p>		<p>*Recursos Humanos: Miembros del Departamento de Turismo e ITUR del Ilustre Municipio de Loja.</p> <p>*Recursos Materiales: Equipo de computación., Cámara Fotográfica</p> <p>6.2.4.13. Recursos Económicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costo del diseño de la Guía Turística = 300,00 • Impresión de la Guía turística por millares (300 u)= 700,00 	<p>* Incentivar al público local visitar la Ruta Naranja de la ciudad de Loja y contribuir al desarrollo turístico del lugar.</p> <p>*Difundir los atractivos culturales e históricos de la Ruta Naranja entre la población local y los visitantes provinciales y nacionales.</p> <p>*Posicionar la Ruta Naranja como una visita obligada por toda clase de visitante y como parte de la cultura general de los niños y adolescentes que viven en el cantón y la ciudad de Loja,</p>	<p>Total de guías turísticas entregadas</p> <hr/> <p>Incremento en visitas</p> <hr/> <p>Costo de diseño de guías</p> <hr/> <p>Número de visitantes</p> <hr/> <p>Total de ejemplares turísticos</p>

Fuente: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

6.3. Objetivo 3: Socialización de la Propuesta de un Plan de Marketing Turístico de la Ruta Naranja de la Ciudad de Loja, Cantón Loja, Provincia de Loja.

Para el cumplimiento del 3 objetivo, el cual es “**Socialización de la propuesta de un Marketing Turístico para la Ruta Naranja de la Ciudad de Loja, Cantón Loja, Provincia de Loja**”, para lo cual se realizó una agenda itinerante para el desarrollo exitoso del evento.

La agenda o itinerario de actividades fue elaborada personalmente con los siguientes pasos: Primeramente se procedió a realizar y entregar el oficio respectivo al Área de Inclusión Económica y Social del Municipio de Loja para la aprobación del lugar donde se llevaría a cabo la socialización de la propuesta; como segundo paso se procedió a elaborar y entregar las respectivas invitaciones al evento a los diferentes actores activos dentro del turismo local con su respectiva firma y sello de la entidad para su recibido para que sean partícipes de la socialización de la propuesta.

Una vez autorizado el lugar para el evento, fijada la hora y fecha del mismo, se procedió a preparar todo el material que se usará durante la exposición: diapositivas, página web y guía turística, hoja de asistencia. Dejando todo preparado para llevar a cabo un exitoso desarrollo de la socialización de la propuesta de Marketing Turístico.

- **Itinerario de la Agenda de socialización.**

A continuación, se redactará una agenda en la que constará básicamente la programación o pasos que se realizarán para garantizar una socialización exitosa con tiempos, actividad y responsabilidad.

CUADRO N° 66: AGENDA DEL ACTO DE SOCIALIZACIÓN

HORA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
08:30 am	Registro de asistentes.	Marco Gonzalo Garzón Montesinos
08:40 am	Bienvenida a los asistentes a cargo del Ing. Rocky Armijos.	Encargado del ITUR
08:45 am	Socialización de la propuesta de Tesis.	Marco Gonzalo Garzón Montesinos
09:20 am	Discusión de Resultados expuestos: Conclusiones, sugerencias y Recomendaciones.	Marco Gonzalo Garzón Montesinos
09:30 am	Agradecimiento a las instituciones y personas que prestaron su ayuda.	Marco Gonzalo Garzón Montesinos
09:35 am	Finalización o cierre de la socialización	Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Fuente: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

• Memoria de la Socialización

El aprovechamiento de la socialización fue máximo, ya que de esta forma se permitió llegar a los asistentes de una forma directa y clara, además que permitió la correlación entre asistentes y expositor, ayudando a tener una idea clara de lo que se pretende con la exposición. Los invitados se dieron cita a las 08:30 am como estaba previsto el acto, inmediatamente se inició con el registro de su asistencia, luego a las 08:40 am el Ing. Rocky Armijos les dio la bienvenida a los asistentes agradeciéndoles su presencia y con la respectiva presentación del expositor y tema, a continuación se procedió a exponer la socialización de la propuesta de un Plan de Marketing para la Ruta Naranja de la Ciudad de Loja, finalizando a aproximadamente a las 09:20 am e inmediatamente se pasó a la discusión de lo expuesto mediante el análisis, sugerencia y recomendaciones de parte de los asistentes, para a las 9:30 am dar paso al agradecimiento respectivo al Municipio de Loja,

Unidad de Turismo e ITUR por la ayuda prestada durante el proceso de desarrollo de la investigación , y a las 09:35 am agradecer a los asistentes y dar por finalizado la socialización de la propuesta en el Salón de los Alcaldes.

Como conclusión, la socialización y el tiempo planificado fue cumplido a cabalidad, empezando a la hora fijada, y así mostrando respeto a los asistentes que tuvieron la puntualidad requerida para un evento de esta importancia académica, con una preparación previa tanto mental y de material para su desarrollo exitoso.

El sentir de los asistentes es que la propuesta presentada era una buena oportunidad para relanzar y posicionar a la Ruta Naranja, como un destino obligado por los turistas que visiten Loja y sus alrededores, garantizando su promoción a través de una llamativa página web y una guía turística de calidad, sumado a capacitaciones necesarias para formar personal turístico y de seguridad que complementen al desarrollo del turismo en Loja, con ello que se firmen convenios con la Universidad Nacional de Loja, específicamente con el área de Turismo para la fomentación y puesta en práctica de las propuestas de Tesis para beneficio de la institución y así contribuir al desarrollo turístico de la ciudad y cantón de Loja, para así fomentar la iniciativa de elaborar más rutas turísticas para la ciudad, cantón y provincia de Loja, en el ámbito natural, cultural e histórico.

- **Oficio presentado para la realización de la socialización de la propuesta de un plan de marketing turístico para la Ruta Naranja de la ciudad de Loja.**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JUDIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ASMINISTRACION TURISTICA**

Loja, 14 de Julio del 2015

Ing. Roberto Muñoz

GERENTE DE INCLUSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL DEL GAD MUNICIPAL DE LOJA

Ciudad.-

De mis Consideraciones:

Por medio de la presente reciba un cordial saludo y a la vez los mejores deseos en su función al frente de tan prestigiosa Gerencia del Ilustre Municipio de Loja.

Yo, Marco Gonzalo Garzón Montesinos, con CI # 0706459534, alumno del Decimo Ciclo de Evaluación de Proyectos de Investigación, comunico a su Autoridad, que una vez realizado la investigación y propuesta del **PLAN DE MARKETING TURÍSTICO PARA LA RUTA NARANJA DE LA CIUDAD DE LOJA**, cúmpleme en comunicar y a la vez por su intermedio invitar a la Unidad de Turismo a la socialización de la investigación para así cumplir con los objetivos propuestos de la misma.

Con estos antecedentes me permito en solicitar muy comedidamente se digne y autorice a quien corresponda, se me den las facilidades del caso para hacer uso de la sala de sesiones de la Gerencia de Gestión Económica, el día lunes 20 de julio del presente año a partir de las 08h30 am, de esta manera poder cumplir con la socialización de los resultados obtenidos a la Unidad de Turismo Municipal y así efectivizar los productos de la investigación a favor de la comunidad y sobre todo del cantón.

Por la favorable acogida a la presente, le anticipo mis debidos agradecimientos.

Atentamente,

Sr. Marco Gonzalo Garzón Montesinos

CI # 0706459534

**ESTUDIANTE DE LA UNIVERSIADAD NACIONAL DE LOJA
CARRERA DE ADMISNITRACION TURISTICA**

7. DISCUSIÓN

Ecuador es uno de los países con mayor diversidad en cuanto a manifestaciones culturales y naturales se refiere, siendo muchas de estas únicas, en cada una de sus cuatro regiones. Actualmente se están adoptando políticas que promueven el desarrollo del turismo como una de las fuentes principales de ingresos económicos, contribuyendo positivamente en mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

En la actualidad la necesidad de un plan de Marketing turístico es de gran importancia, ya que el turista no puede consumir lo que no conoce, es por ello, que es necesario dar a conocer los atractivos y servicios turísticos al mayor número de personas que estén en posibilidades de usarlos, utilizando los medios más adecuados para hacer llegar la información en forma eficaz, de tal manera que despierte el interés de los posibles turistas, siendo un Plan de marketing un documento escrito que detalla las acciones necesarias para alcanzar un objetivo específico de mercado, pudiendo ser para un bien, servicio o producto.

El cantón y ciudad de Loja cuenta con un potencial turístico muy importante debido a su pasado, historia, cultura y sus atractivos turísticos naturales, lo que lo hace un destino muy llamativo para el turismo.

Dentro de la ciudad de Loja encontramos la Ruta Naranja que cuenta con una variedad de atractivos turísticos tanto históricos como culturales que son parte esencial de la ciudad, que para la realización de este trabajo de investigación de dicha ruta turística, se realizó un diagnóstico de situación actual para conocer el estado del atractivo, para ello se ejecutó encuestas a la población, entrevistas a los principales actores turísticos del Municipio de Loja, además de fuentes de información para de esta forma verificar la realidad de la ruta y encontrarnos ante un potencial turístico muy importante y proseguir a elaborar la Matriz F.O.D.A para determinar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, para con esta finalidad tener la viabilidad de elaborar la Matriz de Estrategias, ayudando a determinar las

necesidades de la ruta para desarrollar eficazmente la propuesta de un plan de marketing turístico para la Ruta Naranja, como un plan de publicidad que no ha tenido desde su creación, teniendo como resultados la creación de una página web donde se puede encontrar la información completa referente a la ruta, así como los atractivos que la componen, además de información general de la Ciudad de Loja, un itinerario, platos típicos y números en caso de emergencias, además de una guía turística sobre el mismo atractivo con toda la información completa de la ruta y la ciudad, complementando el plan de publicidad con capacitaciones necesarias e indispensables para profesionales en turismo y promover guías turísticos locales y a la policía municipal para su incursión dentro del turismo mediante la instrucción en temas de información turísticos y sociales para que de esta forma el visitante sienta la motivación, confianza y seguridad de visitar la Ruta Naranja, y los demás atractivos turísticos de la ciudad y cantón de Loja, y finalmente proseguir a la socialización de los resultados encontrados al principio de la investigación donde no existía ningún proyecto versus la propuesta elaborada para su difusión y posicionamiento dentro del turismo de Loja, exposición que se llevó acabo en el Salón de los Alcaldes con la presencia de las autoridades principales del turismo, actores turísticos, prestadores de servicio y público en general teniendo como desenlace la propuesta un caluroso recibimiento y emoción por parte de los asistentes esperando poner en realidad lo expuesto en bien del turismo local.

Finalmente obteniendo como propósito final que el plan de Marketing turístico tenga como objetivo principal difundir y promocionar la Ruta Naranja mediante un Plan de Marketing Turístico, el mismo que servirán para contribuir a fomentar al desarrollo y promoción de la actividad turística del cantón y ciudad de Loja, y de esta forma mejorar la economía de la población local.

8. CONCLUSIONES

- ◆ La escasa promoción y difusión de la Ruta Naranja, ha limitado que los atractivos turísticos culturales e históricos que la conforman sean pocos conocidos.
- ◆ No existe información respecto a sus atractivos por lo cual los turistas no pueden orientarse en la Ruta Naranja.
- ◆ La falta de capacitación para promover guías locales, es un problema a nivel local, ya que de esta forma los turistas no tienen una persona capacitada quienes les de información turística.
- ◆ La falta de capacitación en temas turísticos a la policía municipal para que también sean un apoyo para el turista cuando este requiera de asistencia turística y seguridad.
- ◆ Analizar aspectos como el clima, su demografía, servicios básicos, vías de acceso de la ciudad y cantón de Loja, ya que garantiza elementos que influyen de gran manera en la planificación de proyectos turísticos para el sector y Loja en cuanto a infraestructura hotelera es una de las mejores a nivel nacional.
- ◆ El plan de publicidad ayudara que la Ruta Naranja se poseione en el mercado turístico y los involucrados en el mismo mercado la tomen en cuenta, para de esta forma aportar al desarrollo turístico del lugar.
- ◆ El apoyo de las autoridades turísticas es muy importante y han contribuido con proyectos al desarrollo del turismo en Loja, pero no es suficiente para satisfacer las demandas turísticas, sobre todo cuando hay una gran variedad de atractivos turísticos.

- ◆ La Ruta Naranja además de otros atractivos turísticos con los que cuenta el Cantón y ciudad de Loja, debe ser promocionado turísticamente a través de todas las formas conocidas de publicidad y plataformas.
- ◆ El cantón de Loja, gracias a las gestiones de la Jefa de Unidad de Turismo, ha impulsado la creación de ferias artesanales, gastronómicas y artísticas para formar un turismo más equitativo y promoviendo a los impulsores turísticos, sin embargo aún queda mucho por hacer en las diferentes aéreas.
- ◆ La responsabilidad ambiental corre por cuenta de toda la comunidad y actores turísticos, para ello se deberá crear conciencia para promover buenas prácticas ambientales.
- ◆ Sin lugar a dudas, el turismo apoyara a incrementar y fluir la economía del cantón y ciudad de Loja y crear fuentes de trabajo y con ella mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

9. RECOMENDACIONES:

- ◆ Una vez elaborado la propuesta del plan de marketing turístico para la Ruta Naranja y con ello el plan de publicidad, entregar al ITUR de Loja para que puedan llevarlo a la realidad y con ello entregar a los turistas que visitan Loja y promocionarlo a través de las plataformas virtuales.
- ◆ Para mayores resultados se recomienda a la Unidad de Turismo poner en práctica las diferentes propuestas turísticas que tienen los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja a través la carrera de Administración Turística en cuanto a publicidad y promoción para difundir los atractivos turísticos.
- ◆ Se recomienda a la Unidad de Turismo del Municipio de Loja firmar un acuerdo con el Ministerio de Turismo de Loja para la capacitación total y gratuita para promover guías turísticos locales y capacitar a la seguridad municipal en temas turísticos para que sirvan de aporte al desarrollo turístico del lugar.
- ◆ Se recomienda a la Unidad de Turismo del Municipio de Loja, crear logos y eslogan cada año para así renovar e incentivar al turista a visitar la ciudad.
- ◆ La propuesta del plan de marketing ayudara a la difusión y promoción de los atractivos turísticos que conforman la Ruta Naranja, la cual dependerá de la Unidad de Turismo del Municipio de Loja para poner en marcha la propuesta.
- ◆ Se recomienda a los actores involucrados en el sector turístico, mejorar la atención hacia sus clientes y turistas para brindar un servicio de calidad acorde a sus trabajos.

- ◆ Se recomienda seguir impulsando proyectos turísticos para motivar a emprendedores turísticos mediante el seguimiento de ferias artesanales, culturales, eventos artísticos, gastronómicos, congresos.

- ◆ De igual manera se recomienda a los habitantes de la ciudad de Loja contribuir a las actividades turísticas, siendo hospitalarios, amables, haciendo sentir al turista como en casa, para que de esta forma siempre tenga ganas de regresar.

10. BIBLIOGRAFIA

- Cifras, E. e. (Enero de 2015). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/02/Reporte_inflacion_01_2015.pdf
- CONTRERAS, J. (2009). Obtenido de <http://www.joseacontreras.net/direstr/cap57d.htm>
- CONTRERAS, J. (2009). *Mi aula virtual*. Obtenido de <http://www.joseacontreras.net/direstr/cap491d.htm>
- DIAZ DE VEGA, S. (2014). *LOS 5 ELEMENTOS ESENCIALES E IMPRESINDIBLES DE UN PLAN E MARKETING*. Recuperado el 1 de MAYO de 2015, de FINALIDADES DEL PLAN DE MARKETING: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:73vGq01l vTkj:www.puromarketing.com/13/18679/elementos-esenciales-imprescindibles-plan-marketing.html+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec> <http://www.puromarketing.com/13/19060/para-sirve-realmente-plan-marketing>
- ESCOBAR, A. G. (2011). *Escobar, A., & González, Y. (2011). Marketing Turístico. Madrid: Editorial Síntesis, S.A. (1.0 ed.). Madrid, España: Síntesis.*
- GAD, M. D. (2012). *PLAN PARTICIPATIVO DE FORTALECIMIENTO DE LA DEMOCRACIA*. Loja.
- GARCIA OJEDA, C. D. (2012). *García Ojeda, C. D., & Mármol Sinclair, P. (2012). Marketing Turístico. Madrid: Ediciones Paraninfo, SA. (TERCERA ed.). Madrid, ESPAÑA: Paraninfo.*
- GLAOVSKY, H. (2009). Obtenido de <http://dspace.epoch.edu.ec/bitstream/123456789/2259/1/23T0345%20FLORES%20ALICIA.pdf>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Loja. (04 de Mayo de 2011). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Loja*. Obtenido de <https://www.loja.gob.ec/files/pdot/diagnostico.pdf>
- INEC. (2010). *FASCÍCULO PROVINCIAL LOJA*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual-lateral/Resultados-provinciales/loja.pdf>

- INEC. (2010). *INEC*. Obtenido de (INEC instituto nacional de estadísticas y censos, s.f.)
- INEC. (2010). *INEC*. Obtenido de (INEC instituto nacional de estadísticas y censos, s.f.)
- INEC. (2010). *INEC*. Obtenido de (INEC instituto nacional de estadísticas y censos, s.f.)
- LOPEZ LOPEZ, M. (2012). *MARKETING TURISTICO* (PRIMERA ed.). MADRID, ESPAÑA.
- MACHIN, C. A. (2009). *marketing y turismo*. Madrid, España.
- Ministerio de Turismo. (2010). *PLANDETUR 2020*. Obtenido de <https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/plandetur.pdf>
- Mundial, B. (15 de Abril de 2015). *Banco Mundial*. Obtenido de Ecuador: Panorama General: <http://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview#1>
- OJEDA GARCIA, C. D., & MARMOL SINCLAIR, P. (2012). *PLAN DE MARKETING* (PRIMERA ed.). ESPAÑA: PARANINFO S.A. Recuperado el 01 de MAYO de 2015
- Paguay, J. (2012). *Wordpress*. Obtenido de <https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/plandetur.pdf>
- PLANDETUR 2020. (2010). *PLAN DE TOUR 2020*. QUITO: EQUIPO CONSULTOR TOURISM & LEISURE -EUROPRACTIS.
- RICAURTE QUIJANO, C. (2009). *Manual para Diagnóstico Turístico Local*. ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL, GUAYAQUIL. Retrieved 2015 from Manual para Diagnóstico Turístico Local: unrn.edu.ar/.../6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007
- Sancho, A. (2011). *Introducción al turismo*. Valencia: Dialnet.
- Sancho, A. (2011). *Introducción al turismo*. Valencia: Fundación Dialnet.
- Sancho, A. (2011). *Introducción al Turismo*. Valencia: Fundación Dialnet.
- SERRA, A. (2011). *Marketing Turístico*. Madrid: Ediciones Pirámide (Grupo Anaya, S.A.). Madrid.

SORIANO SORIANO, C. L. (2011). *EL MARKETING MIX: CONCEPTO, ESTRATEGIA, Y APLICACIONES*. MADRID, ESPAÑA: EDIGRAFOS, S,A.

UNIVERSIDAD AUSTRAL DE CHILE. Escuela Administración Empresas de Turismo. (2012). *INTRODUCCIÓN. El turismo al igual que otras actividades ...* Recuperado el 30 de ABRIL de 2015, de www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/pregrado/.../AR_cuerpo.pdf

UNL. (2013). *Perfil territorial de Loja*. UNL.

WHEELLEN, T., & HUNGER J, D. (2009). *ADMINISTRACION ESTRATEGICA Y POLITICA DE NEGOCIOS* (DECIMA ed.). (G. R. MIGUEL, Ed., & P. EDUCATION, Trad.) MEXICO: PRENTICE HALL MEXICO.

11. ANEXOS

11.1. Anteproyecto



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
Área Jurídica, Social y Administrativa
INGENIERIA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

Tema:

«PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING TURISTICO PARA LA RUTA NARANJA DE LA CIUDAD DE LOJA, CANTON LOJA, PROVINCIA DE LOJA»

ASPIRANTE:

Marco Gonzalo Garzón Montesinos

LOJA – ECUADOR

2015

1. TEMA:

«PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING TURISTICO PARA LA RUTA NARANJA DE LA CIUDAD DE LOJA, CANTON LOJA, PROVINCIA DE LOJA»

2. PROBLEMÁTICA

Ecuador es un país con una vasta riqueza natural y cultural. La diversidad de sus cuatro regiones ha dado lugar a cientos de miles de atractivos turísticos, naturales, culturales, gastronómicos, además especies de flora y fauna únicas en el mundo.

Según estadísticas, desde el año 2001, el turismo ocupa el cuarto renglón de divisas del Ecuador, con un monto de 430 millones de dólares, luego de las exportaciones de petróleo, remesas de migrantes y banano. Durante el período de 1997 al 2001 se ha producido un incremento del turismo receptor del 3.6 %. La mayor cantidad de turistas proceden de Estados Unidos, Europa, y América Latina.

Actualmente en el Ecuador la actividad turística representa el 4.2 % del PIB, que equivalente a 680 millones de dólares al año, una cantidad muy importante tomando en cuenta que cerca del 80% del presupuesto general del estado se financia con la venta de petróleo y sus derivados.

Ecuador posee veinticuatro provincias, divididas en cuatro regiones: Costa, Sierra, Oriente e Insular; precisamente en la región sierra, al sur del

Ecuador se encuentra la provincia de Loja, que forma parte de la Región 7 comprendida también por las provincias de El Oro y Zamora Chinchipe.

Como principales atractivos turísticos en la provincia de Loja, se resaltan las catedrales que prosperan en la mayoría de cantones, los valles, bosques y los hermosos paisajes que están llenos de encanto.

Como uno de los atractivos turísticos de la provincia, tenemos el Bosque Petrificado de Puyango el cual es compartido conjuntamente con la provincia de El Oro, posee un gran valor científico, y forma parte de unos de los pocos bosques petrificados del mundo, siendo uno de los más grandes.

Otra atracción turística elegida por los turistas y peregrinos es la parroquia de El Cisne que se encuentra a una hora de Catamayo. En ésta parroquia se encuentra el templo religioso de la virgen de El Cisne de estilo gótico y que es uno de los más grandes de la provincia de Loja, siendo hogar de la Virgen del Cisne que cada año congrega a miles de devotos.

En cuanto a valles tenemos a Vilcabamba, situada al sur de la ciudad de Loja, posee un encanto especial, sobretodo porque sus habitantes gozan de un excelente promedio de vida, los turistas se acercan buscando encontrar y tener los beneficios de esta longevidad; de igual forma Malacatos que se encuentra como uno de los valles más hermosos en cuanto al paisaje que resplandece.

Continuando con el recorrido llegamos a la ciudad de Loja que cuenta con una amplia variedad de atractivos turísticos, tanto naturales y culturales, es

la capital del cantón y provincia de Loja, tiene una rica tradición en las artes, y por esta razón es conocida como la capital musical y cultural del Ecuador.

La ciudad de Loja cuenta con grandes atractivos turísticos debido a su arte, historia y cultura, que la podemos sentir principalmente en su Centro Histórico, acompañado por sus parques, monumentos, plazas, calles e iglesias, es por eso que es considerada como uno de los principales destinos turísticos de los ecuatorianos, para ello cuenta con una infraestructura hotelera que toda ciudad importante necesita.

Precisamente la ciudad de Loja cuenta con un gran potencial turístico debido a su historia, un tema apasionante, ya que de esta pequeña ciudad han salido afamados escritores como Ángel Felicísimo Rojas, pintores como Eduardo Kingman y músicos como Salvador Bustamante Celi, además ser sitio de nacimiento de personajes ilustres como el ex presidente de la República Isidro Ayora Cueva, de la primera mujer en hacer frente al machismo a mitad del siglo XX, la Dra. Matilde Hidalgo de Procel y del fundador de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, el Dr. Benjamín Carrión, demostrando que la cultura e historia es pieza fundamental dentro del turismo local, de esta forma este sector debe constituirse como un punto dentro de la actividad turística tratando de generar réditos económicos.

Basándonos en todos los atractivos culturales individuales que posee la ciudad de Loja, es fácil de observar que puede contar con rutas turísticas culturales llenas de arte e historia, como por ejemplo: Ruta de las iglesias, Ruta de los museos, Ruta gastronómica, y la ruta sobre la cual se invertirá todo el potencial académico y creativo, la Ruta Naranja.

Precisamente la Ruta Naranja de la ciudad de Loja se inauguró en Septiembre del 2006, con colaboración directa de los estudiantes de la carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja y el Municipio de Loja, puesto en práctica por el Departamento de Turismo de dicha institución pública. Aquella ruta recorre en tan solo 50 minutos atractivos culturales de gran importancia, puesto que inicia desde la Puerta de entrada a la ciudad, pasando por el parque Bolívar, la plaza de San Francisco, la plaza de la Catedral, plaza de Santo Domingo, plaza de San Sebastián y terminando su recorrido en la tradicional y colonial calle Lourdes. Este hito cultural supuso que Loja fuera en ese entonces la única ciudad del país en contar con una ruta turística señalizada para que el visitante o turista pueda guiarse por su cuenta por los lugares más representativos del centro histórico de la urbe.

El arte, la cultura e historia, es la vida pasada de un pueblo, de una ciudad como Loja, que al recorrer y ver estos atractivos turísticos culturales de forma directa se puede sentir como la historia se congela y somos parte de aquello que en algún punto del tiempo fue el presente de nuestros antepasados.

Lamentablemente dicha ruta está actualmente abandonada, donde interfieren diferentes aspectos como, el desconocimiento de la comunidad de la existencia de la Ruta Naranja, el limitado conocimiento de los atractivos culturales vigentes en la ciudad, la nula difusión y el no ser tomado en cuenta por las autoridades pertinentes para su respectiva reactivación, mantenimiento y promoción, son factores que sumados a la ausencia de un plan de marketing hacen posible la elaboración de una **“Propuesta de un plan de marketing turístico para la Ruta Naranja de la ciudad de Loja, cantón Loja, provincia de Loja”**.

Con estos antecedentes y factores podemos afirmar que existen razones suficientes que justifican la necesidad de un plan de marketing turístico que se enfoque en promover a la Ruta Naranja como un circuito turístico de relevancia, donde se resalte la cultura, historia y arte, dándole una nueva y mejorada imagen a la ciudad hacia los turistas.

3. JUSTIFICACION

3.1. Justificación Académica

Como estudiante durante 5 años de la Carrera de Administración Turística del décimo módulo de la Universidad Nacional de Loja, formando parte de la misión académica que profesa la institución, y siendo requisito fundamental para la obtención del título de Ingeniero en Administración Turística, es por ello que en calidad de estudiante del décimo ciclo de titulación, propongo el siguiente trabajo de investigación académico titulado “PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING TURISTICO PARA LA RUTA NARANJA DE LA CIUDAD DE LOJA, CANTON LOJA, PROVINCIA DE LOJA”.

3.2. Justificación Social

Con la instauración del proyecto de tesis, se favorecerá de forma directa a la reactivación del mismo, tanto a la comunidad local, como en las poblaciones cercanas a la ciudad, con la finalidad de obtener aportes que generen oportunidades de desarrollo social, apoyando a la disminución del desempleo que se sitúa en 3,82 % y fomentar a la creación de plazas de trabajo a los alrededores de la ruta naranja, y aportando a la disminución de la pobreza(58,6 %) en beneficio de la ciudad y por ende cantón de Loja.

3.3. Justificación Economía

Actualmente el turismo representa uno de los rubros más importantes del país como fuente de ingreso económico, al contar con un Plan de Marketing

Turístico para que la Ruta Naranja resurja del abandono en el que se ha encontrado en los últimos años, pudiendo convertirse en una fuente que contribuya de manera directa a fortalecer y aumentar la economía local beneficiando a sitios alojamientos, entretenimiento, artesanías, alimentación que existen a los alrededores y en la misma ciudad, a través de la promoción de los atractivos turísticos culturales que posee que la ruta, de tal forma que aumente la visita y estancia de turistas, aportando a la economía de la ciudad.

3.4. Justificación Cultural

La cultura e historia que encierran a la ciudad de Loja son de gran importancia, un valor turístico invaluable, es por ello que la presente investigación, tiene como finalidad identificar y potenciar los atractivos culturales de la Ruta Naranja, aprovechando su historia para promocionarlos y darles el valor que se merecen, propuesta que se alcanza mediante la aplicación de un Plan de Marketing Turístico, para que se convierta en un punto turístico importante dentro de la ciudad y a nivel nacional.

3.5. Justificación Turística

Afirmando una vez más que el turismo está considerado dentro de unas las principales generadores de desarrollo de un país o ciudad, es debido a ello que la justificación para realizar un proyecto de investigación para la Ruta Naranja, tiene como objeto identificar las oportunidades y virtudes que se pueden alcanzar mediante la propuesta de un Plan de Marketing Turístico, con el cual se espera afianzar a la Ruta Naranja como un destino turístico local y nacional, incentivando al aprovechando sostenible de los recursos culturales e históricos que posee.

3.6. Justificación Ambiental

La justificación ambiental del proyecto de investigación, basado en la propuesta de Marketing Turístico para la Ruta Naranja, donde tomara como

referencia las normativas del ornato municipal y regeneración urbana, donde se aprovechara para promocionar y lanzar turísticamente el producto con variaciones y propuestas ecológicas en los diferentes atractivos turísticos de la Ruta Naranja, fomentando la sostenibilidad de los diferentes sitios culturales que son parte de la historia de la ciudad de Loja.

4. OBJETIVOS

4.1. Objetivo General

Elaborar una propuesta de plan de marketing turístico para ruta naranja de la ciudad de Loja, cantón Loja, provincia de Loja.

4.2. Objetivos específicos

- 4.2.1. Realizar un diagnóstico de la situación actual de la Ruta Naranja de la ciudad de Loja, cantón Loja, provincia de Loja.
- 4.2.2. Proponer un plan de marketing turístico para la Ruta Naranja de la ciudad de Loja, cantón Loja, provincia de Loja.
- 4.2.3. Socializar la propuesta del plan de marketing turístico para la Ruta Naranja de la ciudad de Loja, cantón Loja, provincia de Loja a las autoridades municipales, turísticas y a la comunidad en general.

5. MARCO TEORICO

5.1. Marco Conceptual

- 5.1.1. Turismo
- 5.1.2. Atractivo turístico
- 5.1.3. Sitios culturales
- 5.1.4. Oferta turística
- 5.1.5. Demanda turística
- 5.1.6. Marketing turístico
- 5.1.7. Marketing Mix
 - 5.1.7.1. Producto
 - 5.1.7.2. Plaza
 - 5.1.7.3. Precio
 - 5.1.7.4. Promoción
- 5.1.8. Plan de Marketing
 - 5.1.8.1. Definición Plan de Marketing
 - 5.1.8.2. Importancia Plan de Marketing
 - 5.1.8.3. Proceso de elaboración de Plan de Marketing
- 5.1.9. Análisis FODA

5.2. Marco referencial

- 5.2.1. Cantón Loja
 - 5.2.1.1. Ubicación Geográfica
 - 5.2.1.2. Extensión y límites
 - 5.2.1.3. División Política
 - 5.2.1.4. Actividad Turística
- 5.2.2. Ciudad de Loja
 - 5.2.2.1. Reseña histórica
 - 5.2.2.2. Ubicación geográfica
 - 5.2.2.3. Extensión y Límites
 - 5.2.2.4. Características climáticas
 - 5.2.2.5. División Política
 - 5.2.2.6. Atractivos turísticos culturales.

6. METODOLOGIA

6.1. Métodos

6.1.1. Método deductivo:

Es un método que considera que la conclusión está implícita en las informaciones, siendo verdadera, por los hechos observados tomándose en cuenta la ley general. Utilizaremos este método para recopilar información indispensable que nos permitirá dar a conocer la situación actual de la Ruta Naranja de la ciudad de Loja.

6.1.2. Método inductivo

El método inductivo es un método científico donde se obtiene conclusiones generales a partir de informaciones previas particulares mediante observaciones de los objetos en estado puro. Tras una primera etapa de observación, análisis de los atractivos de la ruta naranja, se podrá establecer conclusiones y recomendaciones.

6.1.3. Método descriptivo

La finalidad de la investigación descriptiva consiste en conocer las situación, infraestructura y elementos predominantes a través de la descripción exacta de los atractivos culturales, por lo tanto, este método de investigación ayuda a la descripción y características de la ruta para su respectivo estudio y análisis de factibilidad de un plan de marketing turístico, el cual se lo ejecutara mediante una propuesta.

6.1.4. Método histórico

Está vinculado al conocimiento de las distintas etapas de los atractivos u objetos en su sucesión cronológica, para conocer la evolución y desarrollo de la ruta naranja de investigación se hace necesario revelar su historia.

6.2. Técnicas

6.2.1. Encuesta

Esta técnica servirá para obtener información a través de encuestas elaborada con preguntas aplicadas a la población y visitantes y así conseguir resultados de carácter cualitativo y cuantitativo para conocer la opinión y valoración del tema de estudio en este caso la ruta naranja.

6.2.2. Entrevista

Es una técnica que permite obtener información a través del dialogo, en un encuentro formal, de una forma clara y precisa acerca de la ruta naranja y sus componentes culturales. La presente entrevista se la aplicara a la Ing. Paola Ruiz Ochoa – Jefa de la Unidad de turismo del GAD municipal, y la información recolectada, permitirá aportar datos e información real para el desarrollo de la presente investigación.

6.2.3. Observación directa.

Es una técnica que consiste en observar y realizar un sondeo rápido del lugar de estudio para obtener información básica de la ruta naranja, para tomar información y registrarla para su posterior análisis, intentando obtener el mayor número de datos, con ello podremos analizar las características

de cada uno de los atractivos culturales que componen la Ruta Naranja de la ciudad de Loja.

- **Técnica de la muestra**

Para cumplir con esta investigación se usara la técnica de la muestra y para ello tomaremos como universo a los habitantes del cantón de Loja, provincia de Loja.

Para desarrollar la proyección del año 2010 al 2015, se tomara la muestra o formula elaborada para más de 100.000 hab.

$$n = \frac{N}{1+e^2 * N}$$

n= tamaño de la muestra

1= constante

e²= margen de error al cuadrado (0.005)² =0.0025

N= Población.

- **Desarrollo de la muestra**

Según el censo del año 2010, el cantón de Loja tiene 214.855 hab.

- **Cuadro de proyección:**

AÑO	POBLACION	IP	POBLACION PROYECTO
2010	214855	1,011%	215160
2011	215160	1,011%	217335
2012	217335	1,011%	219532
2013	219532	1,011%	221752
2014	221752	1,011%	223994
2015	223994	1,011%	226258

Las proyecciones para el año 2015 nos dan como resultado que el cantón de Loja tendrá 226.258 hab., año en que se instaurara la propuesta del plan de marketing turístico para la Ruta Naranja.

- **Formula:**

$$n = \frac{226258}{(1 + 0,0025) * 226258}$$

$$n = \frac{216258}{5657,45}$$

$$n = 399$$

Luego de desarrollar la formula, tenemos como resultado que el número de encuestas que se aplicara será de 399.

6.3. Metodología por objetivos

Para el cumplimiento del primer objetivo **“Realizar un diagnóstico de la situación actual de la Ruta Naranja de la ciudad de Loja, cantón Loja, provincia de Loja.”**, se utilizará el método deductivo que nos ayudara a obtener conclusiones generales para evaluar la viabilidad del plan de marketing turístico. Las técnicas que permitirán el cumplimiento de este objetivo son, la técnica de la encuesta, la cual será aplicada a la comunidad local y poblaciones más cercanas a la ciudad; la técnica de la entrevista será dirigida a la autoridad turística cantón, quien nos brindara información acerca de la actualidad de la ruta y lo que espera de la misma; y la técnica de observación directa que permitirá observar atentamente las deficiencias y virtudes de los atractivos de la ruta y tomar la información necesaria para su posterior análisis, a la vez de consolidarla con la matriz FODA y la matriz de estrategias.

Para el cumplimiento del segundo objetivo **“Proponer un plan de marketing turístico para la Ruta Naranja de la ciudad de Loja, cantón Loja, provincia de Loja”**, se utilizara el método descriptivo para adquirirla información más relevante y fiable, para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento que permitirá desarrollar la propuesta de marketing. En dicha propuesta se pretende hacer conocer los atractivos turísticos culturales que componen la Ruta Naranja de la ciudad de Loja, para darle una nueva imagen y finalmente promocionarla local, provincial y a nivel nacional.

Para el cumplimiento del tercer objetivo **“Socializar la propuesta del plan de marketing turístico para la Ruta Naranja de la ciudad de Loja, cantón Loja, provincia de Loja”** a las autoridades municipales, turísticas y a la comunidad en general. La presentación del plan de marketing turístico, se elaborara y proyectara en diapositivas con el propósito de dar

a conocer y entender la información obtenida, resultados, conclusiones y recomendaciones del presente proyecto de tesis.

7. CRONOGRAMA

CICLO DE TITULACION CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																					
MES	MARZO		ABRIL					MAYO					JUNIO				JULIO				AGOSTO
# DE SEMANAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
ELABORACIÓN DEL ANTE-PROYECTO	■	■																			
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN (TEMA)	■	■																			
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	■	■																			
ELABORACIÓN DEL ANTE-PROYECTO			■																		
MARCO TEÓRICO MARCO CONCEPTUAL MARCO REFERENCIAL			■																		
METODOLOGÍA MÉTODOS TÉCNICAS			■																		
DESARROLLO DE LA TESIS TÍTULO INTRODUCCIÓN				■																	
DESARROLLO DE LA TESIS TÍTULO INTRODUCCIÓN					■																
REVISIÓN DE LA LITERATURA MARCO CONCEPTUAL						■															
MARCO REFERENCIAL							■														
MATERIALES Y MÉTODOS								■													
RESULTADOS PRIMER OBJETIVO									■	■	■	■									
RESULTADOS SEGUNDO OBJETIVO													■	■	■	■					
RESULTADOS TERCER OBJETIVO																	■				
DISCUSIÓN																					
CONCLUSIONES RECOMENDACIONES RESUMEN																			■		
BIBLIOGRAFÍA																				■	■
ANEXOS																					■
LINEAMIENTOS PARA PRESENTACIÓN DEL BORRADOR																					■

8. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizarán los siguientes recursos:

8.1. Recursos Humanos

- La investigación estará a cargo del aspirante Ingeniero en Administración Turística: Sr. Marco Gonzalo Garzón Montesinos.
- Director de Tesis: Ing. Rubén Darío Román A. Mg. Cs.

8.2. Recursos Materiales

- Materiales de escritorio
- Computadora portátil
- Cámara fotográfica
- Impresiones de tesis
- Gastos de empastados de tesis
- Internet
- Infocus
- Lapiceros
- Imprevistos

PRESUPUESTO	
Insumos/Materiales	Valor
Materiales de escritorio	25.00
Cámara fotográfica	150.00
Impresiones	80.00
Empastados	70.00
Internet	40.00
Trasporte	15.00
Alquiler de Infocus	40.00
Imprevistos	50.00
Total	470.00

8.3. Recursos institucionales

- Jefatura de turismo del GAD municipal de Loja.
- Jefa de la Unidad de Turismo del Ilustre Municipio de Loja.
- Área de regeneración urbana del Municipio de Loja
- Ministerio de Turismo - Loja
- Ministerio de patrimonio y cultura - Loja
- Universidad Nacional de Loja

8.4. Financiamiento

El costo total del proyecto de investigación de tesis será asumido en su totalidad con recursos económicos propios del tesista.

9. BIBLIOGRAFIA

- KOTLER, P. Marketing Turístico. Ed. Pearson 5 edición (2011)
- ESCOBAR, A.; GONZALEZ, Y. Marketing turístico. Ed. Síntesis (2011)
- BARRETO, M. Turismo y Cultura *Relaciones, contradicciones y expectativa*. Ed. *Revistas pasos (España 2007)*
- GARRIDO SAMANIEGO, M. J. Marketing del patrimonio Cultural. Ed. Pirámide (2004)
- DIAZ, B. *Diseño de productos turísticos*. Ed. Síntesis (2011)
- MILIO BALANZA, I. Diseño y comercialización de productos turísticos locales y regionales. Ed. Thompson Paraninfo (Madrid 2004). /
- INEC. (2010). *INEC*. Obtenido de (INEC instituto nacional de estadísticas y censos, s.f.)
- LOPEZ LOPEZ, M. (2012). *MARKETING TURISTICO* (PRIMERA ed.). MADRID, ESPAÑA.
- MACHIN, C. A. (2009). *marketing y turismo*. Madrid, España.
- Ministerio de Turismo. (2010). *PLANDETUR 2020*. Obtenido de <https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/plandetur.pdf>
- Mundial, B. (15 de Abril de 2015). *Banco Mundial*. Obtenido de Ecuador: Panorama General: <http://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview#1>
- OJEDA GARCIA, C. D., & MARMOL SINCLAIR , P. (2012). *PLAN DE MARKETING* (PRIMERA ed.). ESPAÑA: PARANINFO S.A. Recuperado el 01 de MAYO de 2015
- Paguay, J. (2012). *Wordpress*. Obtenido de <https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/plandetur.pdf>

11.2. Encuesta



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
— CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

**“PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING TURISTICO PARA LA
RUTA NARANJA DE LA CIUDAD DE LOJA, CANTON LOJA,
PROVINCIA DE LOJA”
ENCUESTA APLICADA A LA POBLACION**

Nombre: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Estimado señor(a)

Con el motivo de realizar una investigación sobre la ruta turística denominada “**Ruta Naranja**” de la ciudad de Loja, solicito a usted de la manera más comedida se digne a responder las siguientes preguntas, ya que su opinión proporcionara información de gran importancia para el desarrollo del presente trabajo investigativo.

Indicaciones:

Lea detenidamente cada una de las siguientes preguntas y marque con una (X) su respuesta.

DATOS GENERALES

Sexo: A. Masculino () B. Femenino ()

Edad: A. 15 – 25 () B. 26 – 35 () C. 36 – 45 ()
D. 46 – 55 () E. 56 – 65 () F. 65 – más ()

Nacionalidad: Ecuatoriano(a) () Otro ()

1. **¿Conoce Ud. la ruta turística denominada “Ruta Naranja “de la ciudad de Loja? Marque con una X su respuesta.**

Si () No ()

2. **¿Le gustaría conocer la ruta turística denominada “Ruta Naranja“ de la ciudad de Loja? Marque con una X su respuesta.**

Si () No ()

3. **¿De los siguientes atractivos culturales que componen la “Ruta Naranja” cuáles conoce? Marque con una X su respuesta (s)**

A. Puerta de entrada a la Ciudad. ()

B. Parque Simón Bolívar ()

C. Plaza de San Francisco ()

D. Plaza de la Catedral ()

E. Plaza de Santo Domingo ()

F. Plaza de San Sebastián ()

G. Calle Lourdes ()

4. **¿Con que frecuencia visita los atractivos culturales de la “Ruta Naranja”? Marque con una X su respuesta.**

A. 1 vez a la semana ()

B. 1 vez al mes ()

C. 1 vez al año ()

D. 2 veces al año ()

5. **¿Con quién visitaría los atractivos culturales de la “Ruta Naranja”?**
Marque con una X su respuesta.

A. Amigos () C. Pareja ()

B. Familia () D. Solo ()

6. **¿Qué servicios turísticos le gustaría que existan dentro de la “Ruta Naranja”?** Marque con una X su respuesta.

A. Guianza () C. Suvenires () E. Otros: _____

B. Centro de información () D. Coffe Break()

7. **¿De qué forma le gustaría recorrer la “Ruta Naranja”?** Marque con una X su respuesta.

A. A pie ()

B. Bicicleta ()

C. Auto ()

D. Carreta ()

E. Carro antiguo ()

F. Otro: _____

8. **¿Le gustaría que la “Ruta Naranja” forme parte de un paquete turístico para promocionarla a nivel regional y nacional?**

Si () No ()

9. ¿De qué forma usted preferiría que se dé a conocer la “Ruta Naranja”? Marque con una X su respuesta.

A. Vallas publicitarias ()

B. Folletos ()

C. Guía turística ()

D. Afiches ()

E. Intercambio de Publicidad ()

F. Ruta Obligada ()

G. Otros: _____

10. ¿Por qué medios le gustaría que se promocióne la “Ruta Naranja”? Marque con una X su respuesta.

A. Internet ()

B. Televisión ()

C. Prensa ()

D. Medios Publicitarios ()

E. Otros: _____

11. De los siguientes tipos de hospedaje ¿Cuáles sugiere para la comodidad del turista durante su estancia en la Ciudad de Loja? Marque con una X su respuesta.

A. Hotel ()

B. Hostería ()

C. Hostal ()

D. Otros: _____

12. De los siguientes tipos de alimentos y bebidas ¿Cuáles recomienda visitar al turista durante su estancia en la ciudad de Loja? Marque con una X su respuesta.

A. Restaurantes de comida típica ()

B. Restaurantes de comida tradicional ()

C. Restaurantes de comida rápida ()

D. Cafeterías ()

E. Otros: _____

13. De los siguientes centros de entretenimiento ¿Cuáles sugiere visitar?

A. Discotecas ()

B. Bares ()

C. Cafeterías culturales ()

D. Otros: _____

11.3. Entrevista



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

ENTREVISTA

**“PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING TURÍSTICO PARA LA
RUTA NARANJA DE LA CIUDAD DE LOJA, CANTON LOJA,
PROVINCIA DE LOJA”**

Entrevistador: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Entrevistado: Ing. Paola Ruiz Ochoa, Jefa de la Unidad de Turismo del GAD municipal de Loja

Con el motivo de realizar una investigación sobre la ruta turística denominada **“Ruta Naranja”** de la ciudad de Loja, solicito a usted de la manera más comedida se digne a responder la siguiente entrevista, ya que su opinión proporcionara información de gran importancia para el desarrollo del presente trabajo investigativo.

ENTREVISTA

1. Marco Garzón: ¿Conoce la Ruta Naranja de la ciudad de Loja y los atractivos que la componen?

Paola Ruiz: ¡Claro! De hecho, desde el año 2006 se conoce lo que es la Ruta Naranja, lo que corresponde desde la puerta de la Ciudad hasta concluir en la calle Lourdes.

2. M.G: Según su opinión, ¿Cuál es actualmente la realidad turística de la ciudad de Loja?

P.R: Bueno, en realidad durante la nueva administración se ha tratado de retomar una planificación organizada y ordenada con el fin de poder garantizar una buena imagen de la ciudad, para de esta forma poder tener un producto estrella y promocionarlo a nivel nacional, siempre a través de los diferentes actividades, eventos que organizamos como municipio y departamento de turismo para poder reafirmar y recuperar la autoestima de los lojanos y lojanas.

3. M.G: Según su criterio. ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades del turismo en Loja?

P.R: Las fortalezas que tenemos en Loja son los diferentes atractivos culturales y naturales que tenemos incluido las festividades que se desarrollan en la ciudad, y parte de las debilidades que tenemos son falta de apropiarse de nuestra identidad Lojana, falta de que podamos sentirnos orgullosos de lo que poseemos y por ende difundirlo y promocionarlo desde cualquier lugar en el que nos encontremos, ya que esa es una gran debilidad.

4. M.G: ¿Cuáles son las oportunidades y amenazas del turismo en Loja?

P.R: Bueno, dentro de las oportunidades principalmente tenemos que se están generando los emprendimientos turísticos, de hecho el municipio genera lo que es la bolsa de emprendimiento por objetivos, de que todas las personas, estudiantes, profesionales, pueden generar trabajos por medio de estos emprendimientos turísticos, y las amenazas que nos encontramos evidente y lamentablemente son una legislación que no se encuentra actualizada en el campo turístico, aun ordenanzas que se están trabajando aún están enfocadas en una realidad diferente, el turismo poco a poco va evolucionando y por esa razón se necesita una legislación que

permita regular y reglamentar diferentes actividades y también que se una facilidad para poder apoyar emprendimientos turísticos.

5. M.G: En cuanto a la infraestructura ¿La ciudad de Loja cuenta con capacidad y facilidades para recibir a los turistas?

P.R: Actualmente tenemos alrededor de 534 plazas o establecimientos turísticos en las cuales están contempladas las agencias de viajes, alojamientos alimentos y bebidas, recreación diversión y esparcimiento y también transporte terrestre. Actualmente podemos decir que contamos con una plaza acorde, pero si nos proyectamos al año 2016 donde se va a desarrollar la Bienal de artes escénicas, realmente es difícil decir que contamos con aquellas plazas, es por eso que el Municipio está realizando diferentes proyectos con el fin de implementar y adecuar nuevos espacios en cuanto a alojamiento se refiere y de esta forma generar un espacio y garantizar alojamiento a la magnitud de personas que se prevé que llegarían para esta fecha.

6. M.G: A nivel general. ¿Cree usted que se cuenta con personal turístico capacitado para recibir a los turistas?

P.R: Realmente tenemos alrededor de 6 personas que estamos en la unidad de turismo, es muy poco, hay que ser muy claros y sinceros que deberíamos tener todos el tema de la especialidad en turismo porque es la única forma de poder visionar y trabajar en el mismo sentido, sin embargo dentro del personal nos encontramos tres personas enfocadas en el ámbito turístico y las demás personas tienen otras especialidades pero también se han puesto parte de la fortaleza para poder generar un buen servicio a los turistas pero sobretodo estar capacitados para brindar información positiva y correcta.

7. M.G: En vista de implementar un plan de marketing turístico para la Ruta Naranja de la Ciudad de Loja, ¿Cuál cree que es su importancia?

P.R: Bueno, yo creo que trabajar en el ámbito del marketing turístico es uno de los aspectos fundamentales saber cómo se vende un producto, saber a qué nicho de mercado tengo que dirigirme, saber que servicios puedo encontrar durante toda esta ruta, y es algo muy importante que se lo puede hacer a través de un marketing turístico.

8. M.G: ¿Cuál es la reseña histórica de la Ruta Naranja de la ciudad de Loja?

P.R: Bueno la Ruta Naranja, la recuerdo desde el año 2007 que ingrese a la Universidad y ser parte de la carrera de turismo, pues es una ruta donde se contempla la parte cultural, histórica de plazas y parques y es por ello mismo que se inicia desde la Puerta de entrada a la ciudad, pasando por la plaza de San Francisco, la Catedral, Santo Domingo, San Sebastián y finalmente concluimos en la calle Lourdes. Cada uno de estos espacios tiene diferentes atractivos donde están rodeadas de cafeterías,, yo creo realmente que esta ruta se ha perdido, pero que importante que a través de un plan de marketing se vuelva a retomar, vender y potenciar como debería de ser.

9. M.G: ¿Se cuenta con presupuesto para emprender proyectos turísticos? y ¿en qué proyectos se está enfocando que tengan relación con la Ruta Naranja?

P.R: Bueno, uno de los emprendimientos dentro de la Ruta Naranja se encuentra el dar una capacitación a los establecimientos turísticos con el fin de que puedan saber que esta ruta pasa por su sitio de trabajo, se inicia con este 1 de junio una capacitación que durara hasta el mes de noviembre con los 534 establecimientos turísticos sin ninguna discriminación de categoría, sino de garantizar una misma calidad académica y certificar con un sello de calidad con la marca de turística de Loja, este sería un aporte

importante porque la ruta naranja constituye la parte histórica de la ciudad de Loja y saber que sitios turísticos están en capacidad de garantizar un buen servicio a los turistas que nos visiten.

10.M.G: ¿Cuál es la importancia de los atractivos culturales que conforman la Ruta Naranja?

P.R: Bueno la importancia de los atractivos culturales que componen la ruta, son necesario e imprescindible que se debe darles el valor importante porque tenemos las plazas en los diferentes puntos del centro de la ciudad, cada plaza tiene un valor importante en el ámbito cultural e histórica y que ese sería el aval, la parte más importante en la Ruta Naranja.

11.M.G: ¿Los atractivos turísticos de la Ruta Naranja prestan las condiciones necesarias para ser visitados?

P.R: En verdad, si los atractivos turísticos los analizamos, dentro de un porcentaje del 1 al 100% estarían en un 40% adecuados en los que son las plazas y parques, pintando y reactivando, y también la ciudadanía cumple un rol importante, al igual que los diferentes establecimientos que se encuentran en estos sectores podemos analizar desde sus veredas, estacionamientos todo son un conjunto y además los atractivos se encuentran en las condiciones de ser visitados porque están dentro del casco céntrico.

12.M.G: ¿Cuáles cree usted que fueron las razones por las cuales la Ruta Naranja no logró mantenerse dentro del circuito turístico de la ciudad de Loja?

P.R: Primeramente el que me importismo del tema turístico que se le dio en la ciudad de Loja, de igual manera la desorganización y la planificación no positiva en lo que respecta a la parte turística como se debe vincular, promocionar y sobre todo hay que ser un equipo entre las parroquias y las ciudades, la ciudad de Loja es uno de los reflejos y principales atractivos a cualquier sector que se quisiera visitar, por ende se necesita que volvamos

a retomar la ruta, siendo la poca importancia su principal razón de su desaparición.

13.M.G: ¿Durante su tiempo en el cargo que desempeña se ha pensado en reactivar la Ruta Naranja por medio de algún paquete turístico o de algún otra forma?

P.R: Bueno nosotros como ustedes pueden conocer todos los fines de semana tenemos lo que son los juegos tradicionales justamente en el casco céntrico, y dentro de la administración actual lo que hemos hecho es fomentar diferentes rutas turísticas, las visitas auto guiadas, para que sean complementarias en un futuro a la Ruta Naranja.

14.M.G: ¿De qué manera cree usted que es la mejor forma de promocionar y difundir la Ruta Naranja a nivel local, regional y nacional?

Primero tenemos que venderla internamente, retomar, hacer una buena campaña, informar lo que se tiene, lo que se encuentra, lo que contiene esta ruta. Una vez que tengamos posesionada dentro de la ciudad de Loja, es la única forma para poder promocionarla a nivel regional y nacional. En cuanto a la mejor forma de difundir la ruta, mediante página en redes sociales, ya que internet es una plataforma mundial y una guía turista de la Ruta Naranja.

15.M.G: ¿Cuál cree usted que sea el aporte o contribución que se espera de la Ruta Naranja al desarrollo turístico de la ciudad de Loja?

P.R: Bueno, obviamente estas rutas y otras rutas que se retoman pues deban tener lo que corresponde a una señalética, además esta ruta va a permitir generar que sea la ciudad de Loja más visitada, sea más promocionada, y por ende se puedan encontrar durante toda esta ruta atractivos turísticos en buen estado, y una buena calidad en atención por parte de los diferentes actores.

16.M.G: Para finalizar ¿Cree usted que con un plan de marketing turístico se podrá fomentar la promoción y difusión se la Ruta Naranja de la ciudad de Loja?

P.R: Considero que si, en realidad haciendo una buena investigación, un buen análisis de lo que corresponde esta ruta, y sobretodo saber manejar como se va a promocionar y difundir un plan de marketing, considero que va a permitirse promocionarse y difundirse la Ruta Naranja.

DATOS PERSONALES DEL ENTREVISTADO:

Nombre: Paola Ruiz Ochoa

Edad: 26 años

Estudios superiores: Universidad Nacional de Loja

Títulos: Ingeniera en Administración Turística y Abogada en Jurisprudencia

Cargo: Jefa de la Unidad de turismo del GAD Municipal de Loja.

Tiempo en el Cargo: 1 año y 15 días.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

ENTREVISTA

**“PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING TURISTICO PARA LA
RUTA NARANJA DE LA CIUDAD DE LOJA, CANTON LOJA,
PROVINCIA DE LOJA”**

Entrevistador: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

Entrevistado: Ing. Rocky Armijos, Jefe del ITUL del municipio de Loja

Con el motivo de realizar una investigación sobre la ruta turística denominada “**Ruta Naranja**” de la ciudad de Loja, solicito a usted de la manera más comedida se digne a responder las siguiente entrevista, ya que su opinión proporcionara información de gran importancia para el desarrollo del presente trabajo investigativo.

ENTREVISTA

1. Marco Garzón: ¿Conoce la Ruta Naranja de la ciudad de Loja y los atractivos que la componen?

Rocky Armijos: ¡Claro, por supuesto! La ruta naranja, es una ruta que hace algunos atrás inclusive tuvimos la oportunidad de recorrerla, en aquel entonces estaba bien delimitada y señalizada, pero si tenemos conocimiento de la existencia de dicha ruta.

2. M.G: Según su opinión, ¿Cuál es actualmente la realidad turística de la ciudad de Loja?

R.A: Actualmente, actualmente la ciudad de Loja ha tenido un despunte bastante interesante, tenemos la afluencia de visitantes de miles de hermanos peruanos, que nos visitan por diferentes motivos en la ciudad, muchas de sus delegaciones que vienen del Perú, despiertan su enteres ver los proyectos que se vienen desarrollando como el teleférico, la planta

de energía eólica, entonces es una forma de hacer turismo y llevar un poco de la iniciativa de aquí hacia sus países de origen, por este motivo se ha dado un despunte interesante. Así mismo por las fiestas religiosas, conocimiento por todos nosotros, la visita de la Virgen del Cisne, también por turismo de salud visitan la parroquia de Turismo. Aquí los componentes turísticos se ven implicados y nos podemos dar cuenta que el turismo en Loja esta nuevamente repuntando.

3. M.G: Según su criterio. ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades del turismo en Loja?

R.A: Bueno, este yo considero que una fortaleza que poco se lo toma en cuenta en la ciudad de Loja, es a la ciudad misma, la amabilidad de su gente, su historia, su calidez, por lo general Loja brinda la seguridad a los turistas, hace que el turista se sienta en casa, además de los atractivos culturales y naturales son fortalezas que despuntan en el turismo. En cuanto a las debilidades como todos sabemos a Loja se la ha considerado como un destino de rebote, donde los turistas la usan para llegar a otras provincias, es una de las debilidades existentes que obviamente podemos transformarla en una fortaleza, que debemos retenerlo al turista ofreciéndole servicios y atractivos turísticos.

4. M.G: ¿Cuáles son las oportunidades y amenazas del turismo en Loja?

R.A: Una buena oportunidad que tiene la ciudad de Loja va encaminada a lo que justamente tú estás haciendo, tenemos una gran oportunidad para que las nuevas generaciones que vienen se involucren como actores del turismo, pues vienen con nuevas propuestas, así tenemos la oportunidad de promocionar el turismo, como tú lo estás haciendo ahora y los demás compañeros que están haciendo diferentes rutas turísticas en la ciudad, es ponernos en manos de las personas que viene atrás con un nuevo enfoque e ideas, y fortalecerlos con los actuales actores del turismo. En cuanto a las amenazas el turismo es una constante competencia entre destino y destino, siempre va a surgir como amenaza la cuestión de que si no

innovamos, si no promocionamos, si no difundimos, vamos a ser un destino que ya fue, olvidado y que los turistas ya no lo quieren visitar, pero como usted mismo dice, los mismos estudiantes involucrados en la actividad turística, se está viendo de qué forma se puede potencializar el turismo.

5. M.G: En cuanto a la infraestructura ¿La ciudad de Loja cuenta con capacidad y facilidades para recibir a los turistas?

R.A: Obviamente, en la ciudad de Loja contamos con todos los elementos para desarrollar un turismo, todo lo que tiene que ver con vialidad, transporte, alojamiento, restauración y todos los servicios básicos que necesita un turista para desarrollar un turismo seguro Loja lo tiene. Tenemos alrededor de una planta turística de 725 establecimientos que brindan servicios de diferentes características y actividades para los turistas, por eso consideramos que si estamos preparados para recibir a los turistas.

6. M.G: A nivel general. ¿Cree usted que se cuenta con personal turístico capacitado para recibir a los turistas?

R.A: Claramente en la ciudad existe gente profesional muy capaz pero que debido a diferentes motivos no se ha podido consolidar un grupo, pero en general la gente esta capacitada para recibir a los turistas, y claramente se puede mejorar porque se cuenta con el personal humano, aun así los turistas se sentirán bien atendidos por el personal que componen los diferentes sitios turísticos, y así tendrán la oportunidad de elegir los sitios que deseen visitar.

7. M.G: En vista de implementar un plan de marketing turístico para la Ruta Naranja de la Ciudad de Loja, ¿Cuál cree que es su importancia?

R.A: Obviamente, todo lo que son aportes para la actividad turista en Loja, nos va a beneficiar a todas las personas que directa e indirectamente estamos aquí. El plan de marketing para la ruta sería de gran beneficio, de gran importancia para el desarrollo del turismo y la seguridad y fluidez de turistas cuando la visiten.

8. M.G: ¿Cuál es la reseña histórica de la Ruta Naranja de la ciudad de Loja?

R.A: De lo que yo tengo conociendo, la ruta Naranja fue una idea que posteriormente se plasmó en realidad por parte de una buena amiga mía, la Licenciada Tania Ochoa que fue quien inicio con esta idea, y que con el pasar del tiempo se la implemento, y se le puso ruta naranja, ya que era la franja naranja que estaba pintada y que cruzada por el centro de la ciudad, pero yo considero que esto va más allá, comprende el conjunto de atractivos que se visitan que involucra la historia, cultura, arte religioso, colonial, yo considero modificarle el nombre ya que la franja naranja ya no existe, ya que para mí puede ser la ruta más visitada con la ayuda del plan de marketing.

9. M.G: ¿Se cuenta con presupuesto para emprender proyectos turísticos? y ¿en qué proyectos se está enfocando que tengan relación con la Ruta Naranja?

R.A: Bueno el presupuesto es algo que naturalmente el turismo demanda una gran suma de dinero, pero esta la autogestión, si todos nos unimos se puede decir que si se cuenta con el presupuesto adecuado para invertir en el turismo. En cuanto a proyectos relacionados a la ruta, la ruta naranja todos los que hacemos turismo sabemos que existe, y uno de los proyectos que está haciendo a nivel local que va a beneficiar no solo a la ruta sino a más atractivos, es como tú debes de saber el turismo es una actividad

global que involucra a todos, y también a las personas con discapacidad, un turismo incluyente y Loja quiere ser pionera en esto, y de esta forma se está haciendo que todas las calles, aceras sean accesibles, para que las personas discapacitadas también tengan la oportunidad de ver, con el apoyo y ejecución del plan de regeneración urbana en la ciudad, obviamente esta será la ruta más bella que tenga la ciudad de Loja.

10.M.G: ¿Cuál es la importancia de los atractivos culturales que conforman la Ruta Naranja?

R.A: La importancia básicamente es completa, se puede decir que todos los elogios se lo llevan los componentes de la ruta, ya que sin ellos no hay habría ruta. Su importancia es de gran relevancia prácticamente son ellos los que hacen que la ruta se pueda desarrollar, lo importante, lo curioso y lo hermosa de esta ruta es su combinación debido a sus características culturales, históricas, religiosas, su arquitectura colonial de las casas del centro histórico. Y así el turista se lleva la impresión de Loja es natural y cultura, esa es la importancia.

11.M.G: ¿Los atractivos turísticos de la Ruta Naranja prestan las condiciones necesarias para ser visitados?

R.A: Obviamente dichos atractivos turísticos, siempre son cuidados, desde la puerta de la ciudad a la calle Lourdes, y cuentan con accesibilidad para llegar a ellos, y mejoraran la regeneración urbana, pero aun así están listos para recibir a sus visitantes.

12.M.G: ¿Cuáles cree usted que fueron las razones por las cuales la Ruta Naranja no logró mantenerse dentro del circuito turístico de la ciudad de Loja?

R.A: Ósea, la ruta esta, lo que se ha perdido es la delimitación, todos los que estamos involucrados en el turismo sabemos de su existencia, pero yo considero que uno de los factores que influyeron en que esta ruta no continúe o no se promoció fue el desinterés de las autoridades que estuvieron de turno en aquel entonces, y ahora se ha dado un gran giro y

se está apuntando a un desarrollo turístico en la ciudad y esperamos obviamente que todos los proyectos que se inicien se le den el mantenimiento y constancia que necesitan, y la ruta se perdió por no darle la promoción, seguimiento y mejoramiento que debía tener.

13.M.G: ¿Durante su tiempo en el cargo que desempeña se ha pensado en reactivar la Ruta Naranja por medio de algún paquete turístico o de alguna otra forma?

R.A: Reactivarla como ruta naranja no, y desde que yo trabajo aquí, es una de las actividades que más me gustan, pues obviamente se la ha vendido como una ruta de monumento, religioso, arte, pero no se la ha tenido contemplado, por eso yo felicito la iniciativa por parte de ti, de traer de vuelta esta ruta tan importante y que cuentas con el apoyo de nosotros como unidad de turismo.

14.M.G: ¿De qué manera cree usted que es la mejor forma de promocionar y difundir la Ruta Naranja a nivel local, regional y nacional?

R.A: Bueno, como debes saber existen varios medios para difundir este tipo de iniciativas, yo creo que debemos hacer una campaña tecnológica, siendo un medio importantísimo, y a futuro por ejemplo hacer una aplicación móvil para los turistas, pero ahora se la puede hacer por medio de redes sociales como Facebook, y así sin costo la gente podrá estar al tanto de la ruta.

15.M.G: ¿Cuál cree usted que sea el aporte o contribución que se espera de la Ruta Naranja al desarrollo turístico de la ciudad de Loja?

R.A: Bueno esperamos que con esta ruta naranja, tengamos una alternativa más para los turistas, entonces con la implementación de la ruta, obviamente vamos a mejorar lo que es la oferta y así vamos a tener un consolidado importante para promocionar la ciudad de Loja, porque a veces tenemos turistas y no hay que venderles o vendemos atractivos de forma

separadas, pero con esta ruta, es importantísimo porque así podemos vender de forma conjunta los atractivos y tener alternabilidad para los turistas.

16.M.G: Para finalizar ¿Cree usted que con un plan de marketing turístico se podrá fomentar la promoción y difusión se la Ruta Naranja de la ciudad de Loja?

R.A: Es claro que con un plan de marketing turístico la ruta naranja podrá llegar directamente a los turistas y así ellos nos puedan visitar, es por eso que el plan de marketing turístico es de vital importancia, ya que involucra a todo tipo de mercados y esto nos dejara como beneficio la promoción idónea de los atractivos y la ruta.

DATOS PERSONALES DEL ENTREVISTADO:

Nombre: Rocky Armijos Vásquez

Edad: 27 años

Estudios superiores: Universidad Nacional de Loja

Títulos: Ingeniero en Administración Turística

Cargo: Jefe del ITUR del Municipio de Loja.

Tiempo en el Cargo: 1 año

11.4. FICHAS DE INVENTARIO DEL MINISTERIO DE TURISMO



 MINISTERIO DE TURISMO Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos		 ecuador ama la vida
1. DATOS GENERALES.		
1.1. ENCUESTADOR: Marco Gonzalo Garzón Montesinos 1.2. FICHA N°: 01 1.3. SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Ruben Darío Roman Aguirre 1.4. FECHA: Junio de 2015 1.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Monumento Puerta de Entrada de la Ciudad 1.6. PROPIETARIO: Municipio de Loja 1.7. CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales 1.8. TIPO: Realizaciones Artísticas Contemporáneas 1.9. SUBTIPO: Monumento Arquitectónico		
2. UBICACIÓN		
2.1. PROVINCIA: Loja 2.2. CANTÓN: Loja 2.3. LOCALIDAD: Parroquia El Sagrario 2.4. CALLE: Av. Gran Colombia 2.5. NÚMERO: s/n 2.6. TRANSVERSAL: s/n 2.7. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD: 03° 39' 55" y 04° 30' 38" LONGITUD: 79° 05' 58" y 79° 05' 58"		
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO		
3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Malacatos DISTANCIA: 35 km 3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Vilcabamba DISTANCIA: 41 km		
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO		
4.1. ALTURA: 2100 msnm 4.2. TEMPERATURA: 16°C promedio 4.3. PRECIPITACIÓN: 668.00 cm3		
VALOR INTRINSECO	La puerta de entrada de la ciudad es un monumento arquitectónico que se basa en una réplica del escudo enviado por el Rey Felipe II de España en 1571 a Loja, por ser considerada como la puerta de ingreso a la Amazonía y sobre todo para la conquista de "El Dorado". Este monumento fue construido en 1998.	
	En su parte superior se encuentra un mirador desde donde se divisa toda la ciudad. En su interior se encuentran, el museo, las salas de exposiciones itinerantes de la puerta de la ciudad se han utilizado para la exhibición de importantes obras plásticas: pintura, escultura, fotografía, etc.	
CALIDAD EXTRINSECO	5. USOS (SIMBOLISMO). Es una réplica del escudo enviado por el Rey Felipe II de España en 1571 a Loja, por ser considerada como la puerta de ingreso a la Amazonía y sobre todo para la conquista de "El Dorado".	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> CAUSAS
	ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (Acontecimientos Programados) Recibimiento y entrega de las llaves de la ciudad a personajes ilustres que visitan la ciudad de Loja	6.1. PATRIMONIO (Atractivos Culturales) NOMBRE: FECHA DE DECLARACIÓN: CATEGORÍA: Patrimonio Cultural Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/>
		7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> CAUSAS:

FIGURA N° 41: Puerta de la Ciudad



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N° 42: Puerta de la Ciudad



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N°43: Puerta de la Ciudad



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N° 44: Puerta de la Ciudad



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N°45: Puerta de la Ciudad



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

20. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	x				Bus	x					Días al año 365 días
	Lastrado					Automóvil	x					
	Empedrado					4 x 4	x					
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: 30 Naturales:
						Bote						
	Fluvial					Canoa						
Aéreo						Otros	x					Horas al día Culturales: Natural
						Avión						
						Avioneta						
						Helicóptero						

Siglas: **BN**: bueno; **RG**: regular; **ML**: malo; **N**: ninguno; **DR**: diaria; **SM**: semanal; **MN**: mensual; **EV**: eventual; **N**: ninguna

RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS
NOMBRE DE LA RUTA: Loja
DESDE: 00h00 **HASTA:** 24h00 **FRECUENCIA:** **DISTANCIA:**
OBSERVACIONES:

21. FACILIDADES TURÍSTICAS

SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS	
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA			
	Nº establ.	Plazas	Nº establ.	Plazas	Nº establ.	Plazas	Nº establ.	Plazas	Nº establ.	Plazas		
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ALIMENTACION	0	0	2	0	52	0	37	0	0	0	0	
ESPARCIEMENT.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

AGENCIAS DE VIAJES: x ALMACENES DE ARTESANÍAS: x
CORREOS: x TELÉFONOS. FAX.: x
Otros:

OBSERVACIONES:

22. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.

10.1. AGUA:
POTABLE: TRATADA: ENTUBADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS:

10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:
SISTEMA INTERCONECTADO: GENERADOR: NO EXISTE: OTROS:

10.3. ALCANTARILLADO:
RED PÚBLICA: POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS:

10.4. PRECIO
SI: NO: ENTRADA LIBRE: OTROS:

OBSERVACIONES:

23. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRE	DISTANCIA
Plaza de San Francisco	05 km
Plaza de la Catedral	06 km

24. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL: PROVINCIAL: NACIONAL: INTERNACIONAL: OTROS:

Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos

.....
Firma: SUPERVISOR EVALUADOR

FIGURA N° 46: Parque Simon Bolivar



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N° 47: Parque Simon Bolivar



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N°48: Parque Simon Bolivar



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N° 49: Parque Simon Bolivar



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N°50: Parque Simon Bolivar



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

25. DATOS GENERALES.

25.1. ENCUESTADOR: Marco Gonzalo Garzón Montesinos
 1.2. FICHA N°: 03
 1.3. SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Ruben Dario Roman Aguirre
 1.4. FECHA: Junio de 2015
 1.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Plaza de San Francisco
 1.6. PROPIETARIO: Municipio de Loja
 1.7. CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales 1.8. TIPO: Historica
 1.9. SUBTIPO: Arquitectura civil y religiosa

26. UBICACIÓN

2.1. PROVINCIA: Loja 2.2. CANTÓN: Loja 2.3. LOCALIDAD: Parroquia El Sagrario
 2.4. CALLE: Cristóbal Colon 2.5. NÚMERO: s/n 2.6. TRANSVERSAL: Simon Bolivar.
 2.7. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD: 03° 39' 55" y 04° 30' 38" LONGITUD: 79° 05' 58" y 79° 05' 58"

27. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Malacatos DISTANCIA: 35 km
 3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Vilcabamba DISTANCIA: 41 km

28. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

4.1. ALTURA: 2100 msnm 4.2. TEMPERATURA: 16°C promedio 4.3. PRECIPITACIÓN: 668.00 cm3

Es una pequeña plaza rodeada por la Iglesia y Convento de los Franciscanos. En su centro se encuentra el Monumento al Capitán Alonso de Mercadillo, fundador de la ciudad de Loja, y hacia el vértice sur-oriental de la plaza, se encuentra la Casa de la Cultura.

La estructura de la primera Iglesia de San Francisco fue construida en 1564. El corregidor Pedro Javier Valdivieso la reconstruyó después del terremoto de 1749. El edificio era y es de adobe como los demás. El convento de San Francisco de la ciudad de Loja, por tratarse de una comunidad de misioneros constituyó un punto estratégico para la evangelización tanto en la jurisdicción territorial de los Paltas y sus diversos pueblos, como de las etnias de la Amazonía adscrita a las gobernaciones de Yaguarzongo y Mainas.

Luego de la fundación de nuestra ciudad, una parte de la comunidad de hermanos Franciscanos se radican en esta con fines de servicio a la comunidad y crean el templo de estilo renacentista y neo-griego en honor a su patrono, la misma que luego del terremoto de 1851, se reconstruye y mantiene hasta la actualidad conjuntamente con el monasterio de los hermanos Franciscanos.

VALOR
INTRINSECO

29. USOS (SIMBOLISMO).

La comunidad de hermanos Franciscanos se radican en esta con fines de servicio a la comunidad y crean el templo de estilo renacentista y neo-griego en honor a su patrono y celebrar misas dominicales y semanales.

ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (Acontecimientos Programados)

Misas religiosas en honor al santo patrono San Francisco de Asís.

CALIDAD

VALOR
EXTRINSECO

30. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

ALTERADO NO ALTERADO
 CONSERVADO DETERIORADO
 EN PROCESO DE DETERIORO:

CAUSAS:

6.1. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)

NOMBRE:

FECHA DE DECLARACIÓN:

CATEGORÍA: Patrimonio Cultural

Patrimonio de la Humanidad:

Patrimonio del Ecuador:

31. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO

ALTERADO NO ALTERADO
 CONSERVADO DETERIORADO
 EN PROCESO DE DETERIORO:

CAUSAS:

FIGURA N° 51: Plaza San Francisco



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N° 52: Plaza San Francisco



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N°53: Plaza San Francisco



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N° 54: Plaza San Francisco



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N°55: Plaza San Francisco



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

37. DATOS GENERALES.

37.1. ENCUESTADOR: Marco Gonzalo Garzón Montesinos 1.2. FICHA N°: 04
 1.3. SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Ruben Dario Roman Aguirre 1.4. FECHA: Junio de 2015
 1.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Plaza de la Catedral 1.6. PROPIETARIO: Municipio de Loja
 1.7. CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales 1.8. TIPO: Historica 1.9. SUBTIPO: Arquitectura civil y religiosa

38. UBICACIÓN

2.1. PROVINCIA: Loja 2.2. CANTÓN: Loja 2.3. LOCALIDAD: Parroquia El Sagrario
 2.4. CALLE: 10 de Agosto 2.5. NÚMERO: s/n 2.6. TRANSVERSAL: Bernardo Valdivieso
 2.7. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD: 03° 39' 55" y 04° 30' 38" LONGITUD: 79° 05' 58" y 79° 05' 58"

39. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Malacatos DISTANCIA: 35 km
 3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Vilcabamba DISTANCIA: 41 km

40. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

4.1. ALTURA: 2100 msnm 4.2. TEMPERATURA: 16°C promedio 4.3. PRECIPITACIÓN: 668.00 cm3

VALOR
INTRÍNSECO

Es el parque central de la ciudad, localizado en las calles 10 de Agosto entre Bernardo Valdivieso y Bolívar, alrededor se ubican las principales instituciones públicas como el edificio del Palacio del Consejo Provincial, la Casa Episcopal, el Palacio Municipal, la Gobernación, el Museo del Banco Central del Ecuador. Aquí se encuentra uno de los primeros monumentos que se colocó en la ciudad, en honor al benefactor de la educación lojana, el filántropo Don Bernardo Valdivieso, el monumento fue colocado en este sitio en el año de 1909.

Conjuntamente con el parque se encuentra la iglesia, construida en el año de 1890, con un estilo ecléctico y elementos historicistas neoclásicos, el tumbado adornado con artesanado en metal. Uno de los elementos más sobresalientes de esta iglesia, es un órgano alemán traído el mismo año de construcción. Siendo esta la Iglesia Matriz, se recibe cada 20 de agosto a la imagen de la Virgen del Cisne, que es traída en romería desde la basílica del cisne ubicada en la parroquia del mismo nombre a 70 Km, de la ciudad de Loja, imagen que llega a Loja para presidir las fiestas religiosas y comerciales de septiembre hectáreas, el 1 de Noviembre, día en el cual es retornada a su lugar de veneración permanente.

41. USOS (SIMBOLISMO).

Parque central de la ciudad, centro de reunión de toda la comunidad lojana para la celebración de las fiestas o eventos municipales.

ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (Acontecimientos Programados)

Cada 20 de agosto se celebra la venida de la imagen de la Virgen del Cisne a la ciudad de Loja desde la parroquia el Cisne.

CALIDAD

VALOR
EXTRÍNSECO

42. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

ALTERADO NO ALTERADO
 CONSERVADO DETERIORADO
 EN PROCESO DE DETERIORO:

CAUSAS:

6.1. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)

NOMBRE:
 FECHA DE DECLARACIÓN:
 CATEGORÍA: Patrimonio Cultural
 Patrimonio de la Humanidad:
 Patrimonio del Ecuador:

43. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO

ALTERADO NO ALTERADO
 CONSERVADO DETERIORADO
 EN PROCESO DE DETERIORO:

CAUSAS:

44. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	x				Bus	x					Días al año 365 días
	Lastrado					Automóvil	x					
	Empedrado					4 x 4	x					
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: 30 Naturales:
						Bote						
	Fluvial					Canoa						
						Otros	x					
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: Natural
						Avioneta						
						Helicóptero						

Siglas: **BN**: bueno; **RG**: regular; **ML**: malo; **N**: ninguno; **DR**: diaria; **SM**: semanal; **MN**: mensual; **EV**: eventual; **N**: ninguna

RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS
NOMBRE DE LA RUTA: Loja
DESDE: 00h00 **HASTA:** 24h00 **FRECUENCIA:** **DISTANCIA:**
OBSERVACIONES:

45. FACILIDADES TURÍSTICAS

SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS	
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA			
	Nº establ.	Plazas	Nº establ.	Plazas	Nº establ.	Plazas	Nº establ.	Plazas	Nº establ.	Plazas		
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ALIMENTACION	0	0	2	0	52	0	37	0	0	0	0	
ESPARCIEMENT.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

AGENCIAS DE VIAJES: x ALMACENES DE ARTESANÍAS: x
CORREOS: x TELÉFONOS. FAX.: x
Otros:

OBSERVACIONES:

46. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.

10.1. AGUA:
POTABLE: TRATADA: ENTUBADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS:

10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:
SISTEMA INTERCONECTADO: GENERADOR: NO EXISTE: OTROS:

10.3. ALCANTARILLADO:
RED PÚBLICA: POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS:

10.4. PRECIO
SI: NO: ENTRADA LIBRE: OTROS:

OBSERVACIONES:

47. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRE	DISTANCIA
Plaza de San Francisco	05 km
Plaza de Santo Domingo	06 km

48. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL: x PROVINCIAL: NACIONAL: INTERNACIONAL: OTROS:

.....
Firma: SUPERVISOR EVALUADOR

Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos

FIGURA N° 56: Plaza de la Catedral



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N° 57: Plaza de la Catedral



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N°58: Plaza de la Catedral



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N° 59: Plaza de la Catedral



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N°60: Plaza de la Catedral



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

49. DATOS GENERALES.

49.1. ENCUESTADOR: Marco Gonzalo Garzón Montesinos
1.2. FICHA N°: 05
1.3. SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Ruben Dario Roman Aguirre
1.4. FECHA: Junio de 2015
1.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Plaza de Santo Domingo
1.6. PROPIETARIO: Municipio de Loja
1.7. CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales 1.8. TIPO: Historica
1.9. SUBTIPO: Arquitectura civil y religiosa

50. UBICACIÓN

2.1. PROVINCIA: Loja 2.2. CANTÓN: Loja 2.3. LOCALIDAD: Parroquia El Sagrario
2.4. CALLE: Simon Bolivar 2.5. NÚMERO: s/n 2.6. TRANSVERSAL: Vicente Rocafuerte
2.7. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD: 03° 39' 55" y 04° 30' 38" LONGITUD: 79° 05' 58" y 79° 05' 58"

51. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Malacatos DISTANCIA: 35 km
3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Vilcabamba DISTANCIA: 41 km

52. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

4.1. ALTURA: 2100 msnm 4.2. TEMPERATURA: 16°C promedio 4.3. PRECIPITACIÓN: 668.00 cm3

VALOR
INTRINSECO

La plaza de Santo Domingo encontramos una plazoleta y el monumento a Manuel Carrión Pinzano, que en su gobierno se crea la Corte Superior de Justicia y se establece la feria provincial en la ciudad de Loja. Este ilustre Lojano fue el autor del movimiento Federalista Lojano en el año 1.853. Junto a la plaza tenemos la iglesia de Santo Domingo Construida en el año de 1557 y terminada en 1.600, de estilo ecléctico con historicismo románico, remates góticos en sus torres.

En ella encontramos la escultura de la Virgen del Rosario de estilo barroco, que fue traída desde Sevilla en el año de 1550 y cerca de 50 esculturas de autoría desconocida, entre ellas la imagen del Cristo crucificado que se presume perteneció a Caspicara. La pintura y decorado de la iglesia fueron realizados en el año 1928 por Fray Enrique Míderos, este fraile pinto también las iglesias de Ibarra, Latacunga y Baños.

Esta decoración se compone de 18 cuadros grandes, 36 medallones, 16 cuadros de los misterios del rosario. En los subterráneos, están sepultados los restos de quien fuera uno de los fundadores de Loja: Juan de Salinas Loyola. La parte más llamativa de este parque son las torres que conforman la iglesia, las cuales se han convertido en símbolos escénicos del paisaje lojano.

CALIDAD

VALOR
EXTRINSECO

53. USOS (SIMBOLISMO).

La plaza es usada frecuentemente para celebrar ferias artesanales y es punto de encuentro para actividades culturales y religiosas.

ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (Acontecimientos Programados)

No consta información.

54. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

ALTERADO NO ALTERADO
CONSERVADO DETERIORADO
EN PROCESO DE DETERIORO:

CAUSAS:

6.1. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)

NOMBRE:
FECHA DE DECLARACIÓN:
CATEGORÍA: Patrimonio Cultural
Patrimonio de la Humanidad:
Patrimonio del Ecuador:

55. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO

ALTERADO NO ALTERADO
CONSERVADO DETERIORADO
EN PROCESO DE DETERIORO:

CAUSAS:

FIGURA N° 61: Plaza de Sto. Domingo



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N° 62: Plaza de Sto. Domingo



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N°63: Plaza de Sto. Domingo



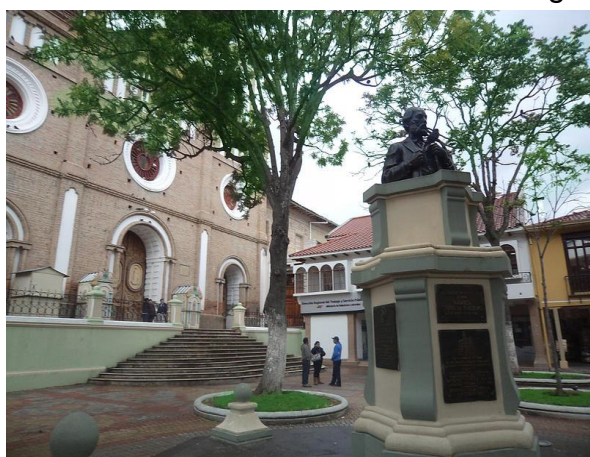
Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N° 64: Plaza de Sto. Domingo



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N°65: Plaza de Sto. Domingo



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

68. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	x				Bus	x					Días al año 365 días
	Lastrado					Automóvil	x					
	Empedrado					4 x 4	x					
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: 30 Naturales:
						Bote						
	Fluvial					Canoa						
Aéreo						Otros	x					Horas al día Culturales: Natural
						Avión						
						Avioneta						
						Helicóptero						

Siglas: **BN**: bueno; **RG**: regular; **ML**: malo; **N**: ninguno; **DR**: diaria; **SM**: semanal; **MN**: mensual; **EV**: eventual; **N**: ninguna

RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS
NOMBRE DE LA RUTA: Loja
DESDE: 00h00 **HASTA:** 24h00 **FRECUENCIA:** **DISTANCIA:**
OBSERVACIONES:

69. FACILIDADES TURÍSTICAS

SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS	
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA			
	Nº establ.	Plazas	Nº establ.	Plazas	Nº establ.	Plazas	Nº establ.	Plazas	Nº establ.	Plazas		
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ALIMENTACION	0	0	2	0	52	0	37	0	0	0	0	
ESPARCIEMENT.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

AGENCIAS DE VIAJES: x ALMACENES DE ARTESANÍAS: x

CORREOS: x TELÉFONOS. FAX.: x

Otros:

OBSERVACIONES:

70. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.

10.1. AGUA:
POTABLE: TRATADA: ENTUBADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS:

10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:
SISTEMA INTERCONECTADO: GENERADOR: NO EXISTE: OTROS:

10.3. ALCANTARILLADO:
RED PÚBLICA: POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS:

10.4. PRECIO
SI: NO: ENTRADA LIBRE: OTROS:

OBSERVACIONES:

71. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRE	DISTANCIA
Plaza de La Catedral	06 km
Plaza de Santo Domingo	05 km

72. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL: x	PROVINCIAL:	NACIONAL:	INTERNACIONAL:	OTROS:

Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos

.....
Firma: SUPERVISOR EVALUADOR

FIGURA N° 66: Plaza San Sebastián



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N° 67: Plaza San Sebastián



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N°68: Plaza San Sebastián



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N° 69: Plaza San Sebastián



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N°70: Plaza San Sebastián



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

73. DATOS GENERALES.

73.1. ENCUESTADOR: Marco Gonzalo Garzón Montesinos
1.2. FICHA N°: 07
1.3. SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Ruben Dario Roman Aguirre
1.4. FECHA: Junio de 2015
1.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Calle Lourdes
1.6. PROPIETARIO: Municipio de Loja
1.7. CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales
1.8. TIPO: Historica
1.9. SUBTIPO: Arquitectura civil

74. UBICACIÓN

2.1. PROVINCIA: Loja
2.2. CANTÓN: Loja
2.3. LOCALIDAD: Parroquia San Sebastián
2.4. CALLE: Lourdes
2.5. NÚMERO: s/n
2.6. TRANSVERSAL: Simon Bolivar (Plaza de San Sebastián)
2.7. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD: 03° 39' 55" y 04° 30' 38" LONGITUD: 79° 05' 58" y 79° 05' 58"

75. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Malacatos DISTANCIA: 35 km
3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Vilcabamba DISTANCIA: 41 km

76. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

4.1. ALTURA: 2100 msnm 4.2. TEMPERATURA: 16°C promedio 4.3. PRECIPITACIÓN: 668.00 cm3

Cerca de la Plaza de San Sebastián encontramos la calle Lourdes, formada por una cuadra de viviendas, todas de arquitectura colonial de uno y dos pisos, sus paredes con baldosas decorativas, balcones y ventanas de madera, la calzada de tipo rústico con adoquines y piedra y colores fuertes decoran el paisaje.

Es una de las calles más vistosas de la ciudad y el paso obligado de las personas que visitan Loja, sobre todo durante la noche, ya que sus faroles iluminan las casas coloniales que dan cabida a cafés, bares y tiendas de artesanías. Caminar por esta pequeña y angosta calle permite al visitante transportarse al pasado. *Este lugar ha sido el escenario de algunas filmaciones y sesiones fotográficas.*

El acceso a este lugar es solo para carros pequeños, la finalidad es resguardar y preservar este patrimonio para los lojanos y se ha implementado la iniciativa en este lugar, la que se basa en cerrar la vía y realizar exposiciones fotográficas, con la finalidad que los lojanos y turistas puedan conocer las bondades que ofrece la provincia de Loja y la calidad de artistas con los que cuenta la ciudad; afirman que con esto le dan el realce e importancia que debe tener la calle Lourdes.

VALOR
INTRÍNSECO

77. USOS (SIMBOLISMO).

Calle histórica y colonial que actualmente es usada como sitio para exposición de pinturas y fotografías, además de ser escenario para filmaciones.

CALIDAD

VALOR
EXTRÍNSECO

ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (Acontecimientos Programados)

No se realiza una actividad anual establecida.

78. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

ALTERADO NO ALTERADO
CONSERVADO DETERIORADO
EN PROCESO DE DETERIORO:

CAUSAS:

6.1. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)

NOMBRE:
FECHA DE DECLARACIÓN:
CATEGORÍA: Patrimonio Cultural
Patrimonio de la Humanidad:
Patrimonio del Ecuador:

79. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO

ALTERADO NO ALTERADO
CONSERVADO DETERIORADO
EN PROCESO DE DETERIORO:

CAUSAS:

FIGURA N° 71: Calle Lourdes



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N° 72: Calle Lourdes



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N°73: Calle Lourdes



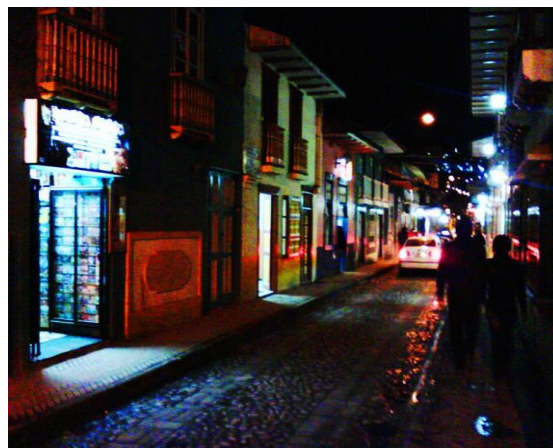
Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N° 74: Calle Lourdes



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N°75: Calle Lourdes



Fuente: Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

11.5. Formato de la invitación a la socialización

FIGURA N° 76: Invitación a la socialización de la propuesta de un plan de marketing turístico para la Ruta Naranja de la Ciudad de Loja.



Fuente: Marco Gonzalo Garzón Montesinos
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

11.6. Hoja de entrega de invitaciones y confirmación de asistencia a la socialización de la Propuesta de un Plan de Marketing Turístico para la Ruta Naranja de la Ciudad de Loja

FIGURA N° 77: Entrega de invitaciones parte 1.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACION TURISTICA






Entrega de invitaciones para la socialización: **Propuesta de un Plan de Marketing Turístico de la Ruta Naranja de la Ciudad de Loja.**

Lugar: Sala de reuniones de la Unidad de Turismo del Municipio de Loja
Fecha: Lunes, 20 de julio del 2015
Hora: 08:30 am

INSTITUCION	FECHA	TELEFONO	FIRMA
Unidad de Turismo del Municipio de Loja	16-07-2015	2570-407 Ext-219	
ITUR	16-Julio-2015	2570-407 ext. 202	
Unidad de Seguridad Ciudadana del Municipio de Loja	16-Julio-2015	2585-606	
Cámara de Turismo de Loja			
Jefa del C.C. Alfredo Mora Reyes	2015.07.16	2570253	

Fuente: Marco Gonzalo Garzón Montesinos
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N° 78: Entrega de invitaciones parte 2.


Ministerio de Turismo de Loja	16-07-2015	2572964 ext. 2760	
Área de Regeneración Urbana del Municipio de Loja	16-07-2015	2570407 ext. 313	
Área del Archivo del Centro Histórico del Municipio de Loja	16-07-15	2570407	
Carrera de Administración Turística	16-07-15	0997659749	
Alcaldía de la Ciudad de Loja – Municipio de Loja	16-07-2015	2570407	

 FIRMA
 Marco Gonzalo Garzón Montesinos
 Carrera de Administración Turística

Fuente: Marco Gonzalo Garzón Montesinos
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

11.7. Hoja de asistencia a la socialización de la Propuesta de un Plan de Marketing Turístico de la Ruta Naranja de la Ciudad de Loja

FIGURA N° 79: Hoja de asistencia parte 1.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACION TURISTICA

Socialización de la Propuesta: **Plan de Marketing Turístico para la Ruta Naranja de la Ciudad de Loja.**









Lugar: Salón de los Alcaldes del Ilustre Municipio de Loja.
Fecha: Lunes, 20 de julio del 2015
Hora: 09:30 am


HOJA DE ASITENCIA

INSTITUCION	NOMBRE	CARGO	FIRMA
Municipio de Loja Ciudad Turismo	Sesma Gómez	Técnica	<i>Sesma Gómez</i>
Municipio de Loja	Ernesto Espinoza	Asst. Tecnológico	<i>Ernesto Espinoza</i>
Municipio de Loja	Victor M. Godalla	Suplente Técnico	<i>Victor M. Godalla</i>
Municipio de Loja	Diana Mejía	Estudiante	<i>Diana Mejía</i>
UNL	Katherine Mejía	Estudiante	<i>Katherine Mejía</i>
Municipio de Loja	Victor M. Godalla	Técnico	<i>VMB</i>

Fuente: Marco Gonzalo Garzón Montesinos
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N° 80: Hoja de asistencia parte 2.

Municipio de Loja-	Angel Medina	Oficinista	
MUNICIPIO DE LOJA	MONSERRATH CASILLAS	Tec. SEGURIDAD JURIDICA	
UTPL	Génesis Silva	Estudiante	
UTPL	Alexandra Encarnación	Estudiante	
UTPL	Marjhoivy Díaz	Estudiante	
MINTUR-LOJA	Ing. Esteban Montesinos	Docente Jurídicos	
Municipio de Loja	Ing. Renato Rojas Viquez	Jefe (e) de Zoonoma	
	Dr. Rocky Amador	Promotor Turístico	



FIRMA
 Marco Gonzalo Garzón Montesinos
 Carrera de Administración Turística

Fuente: Marco Gonzalo Garzón Montesinos
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

11.8. Agenda de Socialización de la Propuesta de un Plan de Marketing Turístico para la Ruta Naranja de la Ciudad de Loja

FIGURA N° 81: Hoja de Agenda de Socialización de Propuesta.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACION TURISTICA

Socialización: **Propuesta de un Plan de Marketing Turístico para la Ruta Naranja de la Ciudad de Loja, Cantón Loja, Provincia de Loja.**

AGENDA DE SOCIALIZACIÓN

Lugar: Salón de Alcaldes del Ilustre Municipio de Loja
Fecha: Lunes, 20 de julio del 2015
Hora: 09:30 am

AGENDA DEL ACTO DE SOCIALIZACIÓN

HORA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
09:30 am	Registro de asistentes.	Marco Gonzalo Garzón Montesinos
09:40 am	Bienvenida a los asistentes a cargo del Ing. Rocky Armijos.	Encargado del ITUR
09:45 am	Socialización de la propuesta de Tesis.	Marco Gonzalo Garzón Montesinos
10:20 am	Discusión de Resultados expuestos: Conclusiones, sugerencias y Recomendaciones.	Marco Gonzalo Garzón Montesinos
10:30 am	Agradecimiento a las instituciones y personas que prestaron su ayuda.	Marco Gonzalo Garzón Montesinos
10:35 am	Finalización o cierre de la socialización	



FIRMA:
 JEFE DEL DEPARTAMENTO DE LA UNIDAD DE
 TURISMO DEL MUNICIPIO DE LOJA

Fuente: Marco Gonzalo Garzón Montesinos
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

11.9. Respaldo Fotográfico

FIGURA N° 82



Fuente: Marco Gonzalo Garzón Montesinos
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N° 83



Fuente: Marco Gonzalo Garzón Montesinos
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N° 84



Fuente: Marco Gonzalo Garzón Montesinos
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N° 85



Fuente: Marco Gonzalo Garzón Montesinos
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N° 86



Fuente: Marco Gonzalo Garzón Montesinos
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N° 87



Fuente: Marco Gonzalo Garzón Montesinos
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N° 88



Fuente: Marco Gonzalo Garzón Montesinos
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

FIGURA N° 89



Fuente: Marco Gonzalo Garzón Montesinos
Elaboración: Marco Gonzalo Garzón Montesinos

INDICE

CARATULA	I
CERTIFICACION	II
AUTORIA	III
CARTA DE AUTORIZACION	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
1. TITULO	1
2. RESUMEN	2
ABSTRACT	4
3. INTRODUCCION	6
4. REVISION DE LITERATURA	10
5. MATERIALES Y METODOS	25
6. RESULTADOS	30
7. DISCUSION	177
8. CONCLUSIONES	179
9. RECOMENDACIONES	181
10. BIBLIOGRAFIA	183
11. ANEXOS	186
INDICE	253