



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**AREA JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN**  
**TURÍSTICA**

**TITULO:**

**“PLAN DE MARKETING PARA LOS ATRACTIVOS  
TURISTICOS NATURALES DEL CANTÓN  
CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA.”**

Tesis previa a la obtención del  
Grado de Ingeniera en  
Administración Turística

**AUTORA:**

Liliana Elizabeth Tapia Pacheco.

**DIRECTOR**

Ing. Rubén Darío Román Mg. Sc

**LOJA – ECUADOR**

**2015**

## CERTIFICACIÓN

Ingeniero

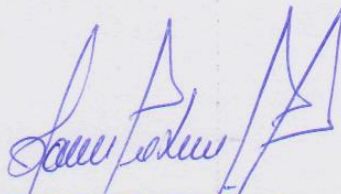
Rubén Darío Román. Mg. Sc.

**DOCENTE DE LA CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN  
TURÍSTICA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

INFORMO:

Que el presente estudio titulado: **“PLAN DE MARKETING PARA LOS  
ATRATIVOS TURISTICOS NATURALES DEL CANTON  
CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA”** de autoría del Srta. Liliana  
Elizabeth Tapia Pacheco, ha sido realizado bajo la correspondiente  
dirección en forma prolija tanto en su forma como en su contenido de  
conformidad con los requerimientos institucionales y luego de haber  
revisado autorizo su presentación ante el tribunal respectivo, previo a optar  
por el grado de Ingeniero en Administración Turística.

Loja, diciembre de 2015



Ing. Rubén Darío Román Mg. Sc.

**DIRECTOR DE TESIS**

## AUTORÍA

Liliana Elizabeth Tapia Pacheco, declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente aceptamos y autorizamos a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de nuestra tesis en el Repositorio Institucional–Biblioteca Virtual.

**AUTORA:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**FIRMA:**  .....

**C.I.** 1105002230

**FECHA:** Loja, diciembre de 2015

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO**

Yo Liliana Elizabeth Tapia Pacheco declaro ser autor (a) de la Tesis titulada: **“PLAN DE MARKETING PARA LOS ATRACTIVOS TURISTICOS NATURALES DEL CANTON CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA”**

Como requisito para optar al Grado de: **Ingeniera 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 21 días del mes de Diciembre del dos mil quince, firma el autor.

**Firma:**  \_\_\_\_\_

**Autora:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**Cédula:** 1105002230

**Dirección:** Filipinas y portugal

**Correo electrónico:** chinita\_tapis@hotmail.com

**Teléfono/celular:** 0967378762

**Datos complementarios**

**Directo de Tesis:** Ing. Rubén Darío Román Aguirre Mg. Sc.

**Tribunal de grado:**

**Presidente:** Ing. Mgs. Patricio Enrique Villavicencio Cobos

**Vocal:** Ing. Mgs. Marlene Patricia Mazon Paredes

**Vocal:** Ing. Karina A. Morillo Román Mg. Sc:

## DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedico primeramente a Dios como ser supremo que guía mi vida; a mis Padres por haberme otorgado el don más preciado, la vida; por ofrecerme su confianza, apoyo, cariño, valores, por estar conmigo en todos los buenos y malos momentos de mi vida y por su esfuerzo incansable por verme triunfar en la vida.

A mis hermanos y familiares que de una u otra manera han estado apoyándome durante el transcurso de mi vida y de mi carrera universitaria.

A mis amigos por ser las personas que siempre han confiado en mí, han estado apoyándome y compartiendo cada experiencia en el transcurso de mi vida en el Alma Mater Loja.

De igual forma dedico este trabajo a todas las personas que aportaron con sus conocimientos para el desarrollo de la investigación, de manera especial a los Docentes de la Carrera de Ingeniería en Administración Turística, quienes han aportado con sus conocimientos valiosos e importantes para la realización de mi tesis.

Liliana Elizabeth

## AGRADECIMIENTO

Primeramente quiero agradecer a Dios y a mis padres por haberme guiado y bendecido en cada una de las decisiones que tomara y que falten aun por tomar.

Dejo constancia de mi más sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, por haberme formado en sus aulas con valores éticos y morales como un profesional que tiene una visión y misión por cumplir, desde este momento estaré para el servicio de la sociedad y aportaré con mis conocimientos al progreso y desarrollo de la misma.

Agradezco al Área Jurídica, Social y Administrativa, conjuntamente con la Carrera de Administración Turística, que me permitieron formar parte de esta gran familia, a los docentes que de forma desinteresada me formaron e impartieron sus amplios conocimientos para lograr llegar hasta donde estoy. Gracias por su labor social de expandir y fomentar la excelencia académica en mí al igual que en mis compañeros.

De manera muy especial agradezco al Ing. Mg. Rubén Román quien en calidad de Director de Tesis, supo guiarme y contribuir con sus conocimientos al desarrollo de mi tesis.

Con cariño y orgullo agradezco el apoyo constante de mis padres, hermanos, familiares y amigos quienes han aportado desinteresadamente para la feliz culminación del presente trabajo

La Autora

## **1. TÍTULO**

**“PLAN DE MARKETING PARA LOS ATRACTIVOS TURISTICOS  
NATURALES DEL CANTON CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA”**

## 2. RESUMEN

El presente trabajo se enfoca en el estudio y análisis de los parámetros que contribuyan a impulsar empresas turísticas en el Ecuador basándose al potencial turístico de cada sector y fortaleciendo la economía del país, creando opciones para generar mayor interés y explotar estos recursos. Originando fuentes de ingresos a aquellos lugares que contribuyan al progreso económico y social.

Ante ello se genera la elaboración de una **PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING PARA LOS ATRACTIVOS NATURALES DEL CANTON CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA**, es un tema designado ya que es una de los cantones que conservan sus atractivos y lo que se pretende es promocionarlos y darlos a conocer bajo ciertos límites y parámetros.

El proyecto se basa en la falta de difusión de los atractivos naturales, ya que existe un mínimo porcentaje destinado al turismo como la falta de desmotivación y emprendimiento por parte de ciudadanos y autoridades del cantón.

Es aquí, en esta provincia donde se encuentra el Cantón Chaguarpamba el cual posee una parroquia urbana Chaguarpamba y cuatro rurales las cuales así mismo están complementadas con comunidades, este lugar goza de un clima bondadoso para la agricultura, ganadería y actividad turística, cuenta con una variedad de atractivos turísticos los cuales son desconocidos para la gran parte de la población.

El objetivo es promover Chaguarpamba como un lugar turístico, procurando preservar sus recursos naturales a través de una investigación y análisis de los atractivos naturales más sobresalientes que cuenta el cantón. La principal necesidad del trabajo a realizarse es la falta de personal capacitado, el desconocimiento de ciertos atractivos naturales del sector por parte de los moradores lo que conlleva a no valorar estos atractivos y brindar el turista. Luego se procede a analizar las entrevistas y encuestas realizadas para obtener los resultados que sirven para elaborar las propuestas del plan de marketing.

La finalidad es dar a conocer el potencial turístico que tiene este lugar para beneficio económico del Cantón, una de mis estrategias es la promoción turística a través de diferentes herramientas que conlleva el marketing, los resultados que se espera obtener son la importancia y la ejecución por parte de las autoridades, comunidad y turistas hacia mi proyecto.

Chaguarpamba es ideal para fomentar el turismo y también es un punto estratégico para turistas extranjeros que desean practicar turismo de aventura, de naturaleza es ideal para realizar caminatas, cabalgatas y muchas actividades.

Para el desarrollo de este proyecto se decide realizar un objetivo general el cual es la Propuesta de un Plan de Marketing para los Atractivos Naturales



de la Cantón Chaguarpamba, provincia de Loja, simultáneamente con tres objetivos específicos como: Realizar un diagnóstico situacional actual de los atractivos turísticos naturales del cantón Chaguarpamba. Con la finalidad de conocer el estado de conservación y dar un aporte en la promoción de los atractivos. Para ello se utilizó métodos de gran importancia como el **método deductivo** con la ayuda de técnicas como la observación, encuesta, dialogo y publicidad.

Con este proyecto se espera obtener el porvenir de los pobladores del Cantón Chaguarpamba con lo que respecta a aspectos económicos, a través de atractivos naturales, ya que pueden ser parte de brindar un servicio turístico.

Se realizó diversos análisis como el FODA que han ayudado en la elaboración del diagnóstico de la situación actual de Chaguarpamba. Para la elaboración del plan de marketing se realizó la visita técnica hacia el lugar y se destacó datos importantes de los atractivos naturales.

Finalmente se llegó a la conclusión que Chaguarpamba cuenta con varios atractivos naturales con un gran potencial turístico, ya que estos no se encuentran alterados por lo que es factible elaborar el Plan de Marketing Turístico para la difusión de los mismos, gracias al apoyo del GAD del cantón Chaguarpamba, los mismos que deciden gestionar a través del ministerio de turismo para recibir las debidas capacitaciones en temas relacionados al campo turístico con la finalidad de brindar un buen servicio al turista y desarrollarse económicamente.

Como recomendación se deberá elaborar un plan de capacitación para el personal turístico y guías nativos que permita mejorar y brindar.

## **ABSTRACT**

This thesis project titled **MARKETING PLAN FOR THE TOURIST ATTRACTIONS** Chaguarpamba Canton, Loja province, it aims to promote and disseminate the attractions through the development of a tourism marketing plan. It is here in this province where the Chaguarpamba Canton which has an urban parish Chaguarpamba and four rural which way they are right supplemented with communities, this location enjoys a mild climate for agriculture, livestock and tourism, has a variety tourist attractions which are unknown to much of the population.

It is for this reason that we have chosen the following thesis topic "Marketing Plan for the development of the tourist attractions of Canton Chaguarpamba province of Loja" To which objectives for the development of this research was defined being marked in a general purpose and three specific objectives: 1. Conduct a situational analysis of the canton tourist Chaguarpamba province of Loja, 2. Perform a marketing proposal to the sites Chaguarpamba Canton province of Loja, and socializing 3. Perform marketing Plan Chaguarpamba Canton province of Loja.

Within the methods and techniques applied technique is the survey that 372 surveys, which the residents of Canton Chaguarpamba, which helped us to meet the tourist demand of this place was made were implemented. A diagnosis using SWOT analysis, which allowed us to know the strengths and weaknesses that place, to do the interview technique Canton Mayor Ing was used. Leader Cordova R, as well as observation technique was developed.

The results are checked by meeting three specific objectives: making the diagnosis of the current situation of tourism in the canton Chaguarpamba that allowed integrating the components of the tourism system to collect information necessary for the fulfillment of this project, the determination of tourism demonstrating the tourism potential with 4 locations identified these located within the canton Chaguarpamba: Cerro surapo, saraguallas Lagoon, Infiernillos hill, hill Chinchá Cross and other attractions at the county level and its gastronomy whose typical dish is Molloco the other aside a minimum number of service providers in the tourism sector was identified; to identify tourism demand in the canton Chaguarpamba surveys were conducted that helped them determine the profile of tourists; determining strengths and weaknesses of the canton Chaguarpamba could be determined through SWOT analysis, and thus be able to identify key objectives and needs strengthening tourism in this area and possible solutions

Concluding that tourists visiting the Canton Chaguarpamba know about the attractions found in the canton, but this in turn does not have a plant tour, where people can perform any activities immersed in tourism, the same as after the socialization they showed interest in carrying out the marketing plan and likewise receive training to be ready to receive tourists and provide a service to know; It is recommended to the cantonal authorities Chaguarpamba or person concerned to show this work to the entire population thus achieving a union between neighborhoods and communities to strengthen the organization, in the same way that the authorities seek support office ITUR for the charge conduct a study on the training they should receive the inhabitants of the county.

Later necessary appropriate recommendations are set to improve tourism in the county among the most important is to promote awareness of the people to achieve the valuation of natural and cultural resources it possesses, which will lead to economic development and tourism not only in the study site but nationally.

### 3. INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las actividades que está generando mucha relevancia en el mundo. Permitiendo generar desarrollo económico, promoviendo intercambio de culturas, originando la conservación, fomentando inversión, permitiendo el disfrute y la relajación para quienes deseen visitar lugares tranquilos, lejos del ruido de la ciudad.

Por lo tanto la mejor opción para disfrutar de la tranquilidad de la naturaleza es sin duda el cantón Chaguarpamba. El presente proyecto tiene como meta desarrollar un Plan de Marketing Turístico para el cantón Chaguarpamba. Esta idea surge de una visita realizada, en el cual se observó que el lugar conserva ciertas características que lo hacen único y especial, como su lado paisajístico, la tranquilidad, gente amable hospitalaria y lo más importante los atractivos turísticos, también cuenta con diversas opciones para disfrutar de la naturaleza; el cual lo convierte en un potencial turístico para turistas nacionales y extranjeros.

El presente trabajo de investigación busca una opción para que la Parroquia se beneficie a través de sus atractivos naturales. Ante esta realidad se planteó el tema PLAN DE MARKETING PARA LOS ATRACTIVOS TURISTICOS NATURALES DEL CANTON CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA". El cual se centra en el estudio que permite incentivar, promocionar y difundir los atractivos naturales tanto para turistas como para las personas que habitan en este cantón.

Basándose en un mundo tan globalizado y competente como el nuestro los planes de marketing han ido tomando espacio en el mercado desde ya hace mucho tiempo en el contexto global, han sido una herramienta fundamental para el desarrollo y adelanto de los pueblos, los mismos que han influido de manera positiva en todos los lugares donde se los ha aplicado por tal motivo estos son de vital importancia para un producto en vías de desarrollo ya que mediante la estrategia de estos planes se logra atraer y cautivar no

solo a un cliente con estos se busca atraer a un gran conglomerado de potenciales clientes para una empresa.

Dentro del ámbito nacional no ha sido una excepción puesto que los planes de marketing se han convertido en más que una herramienta son un puntal más para promoción, venta de lugares, productos y servicios, los mismos que han influido de manera positiva en el ámbito económico del país, por tal motivo y gracias a la gran cantidad de promoción de productos y servicios existentes en nuestro país y a la competencia sana de plasmar y expandir nuevos horizontes en cuanto a nuevos mercados mejorando con planes sobre todo de calidad. Ecuador se encuentra en vías de desarrollo y franco crecimiento empresarial y turístico.

Al igual que el país, la provincia de Loja ha sabido aprovechar los beneficios de los planes de marketing poniendo sus productos y atractivos a la vista de propios y extraños ya que el buen manejo de estos ha hecho que crezca como provincia y como un sector importante de la economía ecuatoriana.

Actualmente las actividades destinadas al turismo en las diferentes cantones de la Provincia de Loja no están bien orientadas, ya que carece de personas conocedora del tema de cómo divulgar sus potenciales atractivos naturales y culturales.

El cantón Chaguarpamba perteneciente a la Provincia de Loja es un pueblo mediano físicamente, pero tiende a crecer y progresar con el alto potencial turístico que existe en el lugar, el gran inconveniente es que se desconocen gran parte de sus atractivos lo que provoca la baja afluencia de turistas. El propósito del presente trabajo de investigación es la elaboración de un Plan de marketing para los atractivos turísticos del cantón Chaguarpamba, provincia de Loja, para la contribución del desarrollo de la provincia y del país.

Como estudiante de la Carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja, es conveniente realizar el presente trabajo con la finalidad de dar a conocer el potencial que posee el cantón

Chaguarpamba perteneciente a Provincia de Loja, también se tiene la responsabilidad de indicar varias fortalezas que tiene el cantón para el futuro de su desarrollo económico ya que es de suma importancia para el adelanto del sector

En la actualidad nuestros cantones cuentan con grandes potenciales no solo turísticos también culturales productivos aportes importantes para cada sector, los cuales ayudarán a detallar diferentes acciones necesarias para alcanzar un objetivo que en sí, es el beneficio de su población, con múltiples aportaciones turísticas, son un potencial muy favorable para toda la comunidad, pero lo que nadie conoce no se puede consumir, Chaguarpamba posee una diversidad de climas, atractivos turísticos que demuestran la belleza de nuestra Provincia, es por ello que se busca una participación con el Gobierno Municipal en el cual ayude a buscar un mejor desarrollo turístico en este cantón para permitir a turistas tanto locales como nacionales lleguen y visiten este sector.

Con lo que respecta al factor ambiental se deberá tomar ciertas medidas de seguridad, conservación y mantenimiento de los atractivos naturales que cuenta este cantón para no llegar al deterioro total de este potencial, para ello se necesitara la ayuda de autoridades, comunidad y turistas para no perder el alto potencial turístico que beneficiara al sector.

Para ello se cumple el objetivo general el cual se enfoca en Elaborar un Plan de Marketing para los Atractivos Turísticos del cantón Chaguarpamba, provincia de Loja. Conjuntamente con los objetivos específicos que son Realizar un diagnóstico situacional turístico del cantón Chaguarpamba, provincia de Loja, como segundo objetivo Realizar la propuesta de marketing para los atractivos turísticos del cantón Chaguarpamba, provincia de Loja y como último objetivo Realizar la socialización del Plan de Marketing del Cantón Chaguarpamba, provincia de Loja Mediante un análisis FODA, ya que aportaron para diseñar las estrategias de Marketing en el presente trabajo, con el cual hubo una buena aceptación de los

miembros del gobierno autónomo descentralizado del cantón Chaguarpamba.

Se pretende superar en cuanto a servicios turísticos por parte de los que habitan en este cantón por medio de emprendimientos para el progreso de Chaguarpamba con la finalidad de alcanzar un alto porcentaje en cuanto a llegadas de turistas para beneficio del sector y por ende a catalogar a este lugar como belleza y encanto natural y ser reconocida en toda la provincia de Loja, mediante el apoyo de todos sus pobladores.

En cuanto a limitaciones todo proyecto está sujeto a obstáculos que se dan más que todo en la fase de campo, ya que en algunos de los casos no fue fácil llegar debiéndose al desconocimiento de los atractivos naturales. Es poca la información que posee en el GAD Municipal sobre los atractivos naturales, son pocas las que personas que supieron guiar y ayudar para la realización de este proyecto.

Los alcances de la presente propuesta que se obtendrán serán favorables porque el cantón será promocionado mediante los medios publicitarios elaborados y con esto se incrementará el número de visitas hacia el lugar, en donde los únicos beneficiados serán los habitantes del sector porque se generaran nuevas oportunidades de trabajo, nuevas fuentes de ingresos económicos y por ende propulsar el desarrollo y la calidad de vida de este sector, además con el plan de marketing diseñado convertir a los atractivos naturales del lugar, en un nuevo destino turístico que capte la atención de turistas locales, nacionales y extranjeros.

## **4. REVISIÓN DE LA LITERATURA**

### **4.1. Marco Conceptual**

#### **4.1.1 Ámbito y significación del marketing**

“El marketing ha modificado en los últimos tiempos, en efecto se ha desechado la vieja concepción que según el marketing se ceñía en la venta personal y la publicidad orientada a la canalización comercial de los productos, hoy en cambio la mayoría de las empresas de vanguardia sostienen que el marketing debe orientarse al consumidor, y ha de estar presente en el proceso decisorio de todos los niveles de gestión. El marketing moderno se origina en el cliente, no en el departamento de producción, si bien ejerce un flujo decisivo en los procesos de diseños y fabricación y debe estar presente en todo el ciclo de canalización del producto hasta que llega a manos del usuario final, en breves palabras la gestión de marketing es siempre complejo y a veces también caro.” (SHARP, 2010).

En el ámbito de la publicidad, los términos mercado objetivo, público objetivo, grupo objetivo y mercado meta, así como los anglicismos target, target group y target market, se utilizan como sinónimos para designar al destinatario ideal de una determinada campaña, producto o servicio (ARCADIA, 2010)

#### **4.1.2. Definición de marketing**

Es el proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios, también se le ha definido como una filosofía de la dirección que sostiene que la clave para alcanzar los objetivos de la organización reside en identificar las necesidades y deseos del mercado objetivo y adaptarse para



ofrecer las satisfacciones deseadas por el mercado de forma más eficiente que la competencia.

La mercadotecnia es también un proceso que comprende la identificación de necesidades y deseos del mercado objetivo, la formulación de objetivos orientados al consumidor, la construcción de estrategias que creen un valor superior, la implantación de relaciones con el consumidor y la retención del valor del consumidor para alcanzar beneficios.

El marketing tiene un puente entre producción y consumo, al abarcar todas las actividades destinadas a situar los productos y servicios en mano del consumidor. Dispuestos a formular una definición del marketing, los especialistas que tienen una orientación más definida hacia el consumo y una concepción más amplia del proceso de gestión, ponen el énfasis del marketing en su función de dirigir el flujo de productos y servicios hacia el consumidor, en otras palabras el marketing se conceptúa, no como el desempeño concreto de las funciones de producción y diseño entre otras, sino el proceso de orientar y dirigir dichas actividades. (KOTLER, 2009).

#### **4.1.3 Plan de Marketing**

Es una parte fundamental no basta con tener una idea genial, una necesidad sin satisfacer, sino que además vamos a saber venderla, también es un proceso social y administrativo por el cual se satisfacen ciertas necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios. (GONZÁLEZ, 2013)

#### **4.1.4 Pasos De Un Plan De Marketing**

- **Paso 1.- Introducción:**

En esta parte, la pyme o el autónomo, deben detallar los productos o servicios que proporciona, es decir lo que hace y lo que vende, y también a quién y cómo lo hace.

**Paso 2.- Análisis de la situación:**

Este paso es esencial pues de las conclusiones de estos análisis dependerán la estrategia y todo el resto de acciones que se derivarán de nuestro plan.

**Paso 3.- Estudiar el mercado objetivo:**

Se debe describir lo mejor posible el segmento de mercado en el que se centra nuestra pyme, para que las acciones publicitarias sean adecuadas. Conocer a los clientes, el tamaño de mercado, factores demográficos, geográficos, etc.

**Paso 4.- Problemas y Oportunidades:**

Tras analizar los puntos anteriores surgirán oportunidades y amenazas para nuestra pyme, éstas se deben constatar por escrito, pues se deberán de afrontar (si son amenazas) o explotar (si son oportunidades).

**Paso 5.- Establecer Objetivos:**

Una vez se conoce el terreno en el que se mueve la pyme y ya se sabe más o menos donde se puede llegar, es hora de ponerse unos objetivos concretos, es un paso esencial antes de dar los demás.

**Paso 6.- Establecer la Estrategia de Marketing:**

Ahora que ya se sabe más o menos el destino al que quiere llegar nuestra pyme (en cuanto a facturación, etc.) se debe trazar una ruta hasta ese destino, esa manera de llegar será nuestra estrategia para alcanzar los objetivos del punto 5.

Aquí entran en juego las cuatro P del marketing:

Producto, Precio, Plaza y Promociona.

### **Paso 7.- Decidir las tácticas de marketing o cómo se va a poner en marcha la estrategia**

Es decir, que en este punto se deberá concretar, decidiendo acciones específicas, cómo se va a ejecutar la estrategia de marketing de nuestra pyme.

### **Paso 8.- Calcular el presupuesto:**

Es hora de convertir en números todo lo anterior, hacer presupuesto de cada acción.

Esta sección es obvia, habrá que ver el dinero y los recursos que tenemos a nuestra disposición y repartirlo según la estrategia y prioridades de nuestra pyme.

### **Paso 9.- Ejecución y Control:**

Para cada objetivo que hayamos establecido, se debe tener una cifra de referencia para luego poder comparar.

### **Paso 10.- Resumen ejecutivo:**

Por último haremos un resumen de los puntos principales de nuestro plan y las conclusiones esenciales que se han obtenido de todo el trabajo anterior (es decir cuál será la estrategia, cuánto costará, etc.) y ponerlo al principio de nuestro plan, porque se deberá compartir el plan de marketing con el resto de la empresa y con gente ajena al área de marketing y se deberá tener un vistazo de lo importante.

#### **4.1.5 Elementos de un Plan de Marketing**

##### **Análisis de las Oportunidades de Negocio**

Esta etapa del marketing consiste en identificar las oportunidades de negocios que se presentan en el entorno

##### **Segmentación y selección de mercados**

Esta función consiste en segmentar o dividir el mercado total que existe en pequeños mercados más segmentados con grupos de consumidores con características similares y necesidades más específicas

##### **Análisis y pronóstico de la demanda**

Esta función o etapa consiste en estudiar a los consumidores con características similares elegidos en la etapa numero dos para crear productos o servicios relevantes para ellos.

##### **Análisis de la competencia**

En esta etapa se analizan a los competidores.

##### **Diseño de las estrategias de marketing**

En esta etapa se definen todas las estrategias de marketing que se van a llevar a cabo de acuerdo a nuestro público objetivo basados en la información obtenida en la tercera etapa.

##### **Organización e Implementación**

Una vez realizadas todas las estrategias de marketing es necesario organizarse, trazar objetivos, metas a corto y mediano plazo para finalmente tomar acción.

##### **Control**

Una vez implementadas las estrategias de marketing se supervisan en la etapa de control permitiendo saber si las metas u objetivos están siendo cumplidas o no. (GONZÁLEZ, 2013)

#### **4.1.6 Plan de Marketing Turístico**

El marketing turístico se distingue del marketing de productos por la naturaleza de la demanda y por las características operativas de los suministradores de los servicios turísticos. La planificación debe basarse en el análisis de la demanda, en la selección de los mercados objetivos y en la definición del producto a escoger, cuya finalidad es identificar y satisfacer las necesidades y los deseos del consumidor.

#### **4.1.7 Microempresas**

Se considera microempresa a toda entidad que ejerce una actividad económica de forma regular, ya sea artesanal u otra, a título individual o familiar o como sociedad. Cuya empresa es manejada por una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción, de comercialización de bienes o de prestación de servicios. (KOTLER, 2008)

#### **4.1.8 Tipos de microempresas**

##### **4.1.8.1 Producción agropecuaria tecnificada para el mercado moderno**

Son explotaciones agropecuarias o grupos que se articulan a través de agentes comerciales cumpliendo con las condiciones de calidad, homogeneidad, cantidad y oportunidad de entrega del mercado. Se podría hablar aquí de unidades agropecuarias en proceso de modernización, y tecnificación. Se ubican aquí los proyectos tecnificados de producción de hortalizas, frutas y semejantes con destino a mercados modernos específicos. (WILLIAM, 2008).

#### **4.1.8.2. Comercialización**

Son unidades empresariales con el fin de adquirir insumos o de comercializar sus productos llegando al mercado con las cantidades y los requisitos de calidad y homogeneidad exigidos por éste, condiciones que les permiten agregar valor y retener parte del valor agregado a la producción primaria. Se ubican aquí el valor de las actividades de pos cosecha como selección, empaque y transporte, con miras a mercados modernos (WILLIAM, 2008).

#### **4.1.8.3 Agroindustria**

Son unidades empresariales surgidas por lo general de la integración de productores agropecuarios, con el fin de efectuar procesos agroindustriales de transformación o procesamiento de la producción primaria, con el objetivo de llevarla al mercado moderno con un nuevo valor agregado. (WILLIAM, 2008).

#### **4.1.8.4 Agroindustria**

Son unidades empresariales conformadas por integrantes de la comunidad rural que no realizan actividades agropecuarias, las cuales se dedican a realizar diferentes actividades extra prediales de producción de bienes y servicios. Aquí se ubican microempresas, que se dedican al comercio, la manufactura (madera, cuero, metal) y los servicios. Algunos de estos son específicos del área rural, como son los servicios que giran en torno al turismo, sea de tipo convencional, sea en las nuevas formas de turismo agrológico y ecológico. (SHARP, 2010)

#### **4.1.9 Turismo**

Conjunto de actividades originadas por el desplazamiento temporal y voluntario de personas fuera de su lugar de residencia habitual con motivos de recreación, descanso, cultura, o salud, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural (Benítez, 2010)

#### **4.1.10 Planificación Turística**

La planificación debe contar con el consenso de dirigentes públicos y privados, de los actores socioculturales y de los miembros de las comunidades que integran el producto turístico de un determinado destino, con el fin de compartir la visión de futuro, atenuar las incertidumbres, generar compromisos de participación activa y prever el futuro en cuanto a los resultados económicos y sociales (Pérez, 2009).

#### **4.1.11 Diagnóstico**

El diagnóstico de situación tiene el objetivo de lograr un acercamiento lo más objetivo posible a la dinámica territorial con base en una participación interactiva y compartida, mediante el cual se logra un conocimiento objetivo de la realidad institucional que servirá de base para fijar las acciones que conlleve a mejorar la calidad de los servicios( Sharp, 2010)

#### **4.1.12 Análisis FODA**

Una moderna herramienta para el análisis de situaciones, sirve para analizar la situación competitiva de una organización, e incluso de una nación. Su principal función es detectar las relaciones entre las variables más importantes para así diseñar estrategias adecuadas, sobre la base del análisis del ambiente interno y externo que es esencial en cada organización, busca literalmente identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas( Freire, 2011)

#### **4.1.13 Entrevista**

Es un término que está vinculado al verbo entrevistar (la acción de desarrollar una charla con una o más personas con el objetivo de hablar sobre ciertos temas). La entrevista, por lo tanto, es una conversación que llevan adelante dos o más sujetos con un fin determinado. Existen muchos tipos de entrevista, los que pueden definirse de las formas más variadas, sin embargo, en términos generales, se trata de una situación en la que una persona se somete a las preguntas realizadas por otra (Galicia, 2008).

#### **4.1.14 Tríptico**

En publicidad y artes gráficas, un tríptico es un folleto informativo doblado en tres partes, por lo regular es del tamaño de una hoja de papel tamaño carta, contiene la información del evento e institución que lo organiza y las fechas, en la cara, en las tres del centro de la hoja vienen los invitados especiales, el contenido de conferencias, horarios, ponentes, recesos, datos de la inauguración y clausura, en la parte posterior se dejan los datos para inscripción e informes. Su nombre deriva, por extensión, de los trípticos artísticos (Carito, 2012)

#### **4.1.15 Afiche**

Es un texto por medio del cual se difunde un mensaje con intención de promover un servicio o producto, o bien, para invitar a participar en algo o actuar de cierta forma. El objetivo es convencer al lector de algo determinado.

Todo afiche requiere de una imagen (ilustración, dibujo) que ayudará a enfatizar el propósito del afiche, también de un Slogan (frase breve), ya que por medio de él se entrega el mensaje y por último los datos del producto promocionado (Koontz, 2007)

### **4.2. Marco Referencial**

#### **4.2.1 Reseña histórica**

Debajo de las faldas del húmedo cerro CHINCHACRUZ se asentó una base para descanso de los comerciantes que llegaban de costa a sierra, tanto para comercializar o intercambiar sus productos, Gracias a las bondades ofrecidas por esta tierra se fueron asentando cada vez más, es así que en cada amanecer se puede observar como el sol estimula a los caseríos



asentados en esta majestuosa tierra. Considerándose así un lugar de tránsito comercial a esta ciudad.

Con el sometimiento a las tribus indígenas se estableció el feudalismo apareciendo los grandes hacendados, es por eso que se considera que entre los años 1760 se instauró un primer caseo que da origen a la población de Chaguarpamba entre las haciendas Piedra Blanca y Chaguarpamba, cuyos propietarios eran de origen Zarumeño

La conformación territorial histórica del cantón Chaguarpamba, según sus viejos pobladores; entre ellos, Don Julio Humberto Hidalgo, uno de los propulsores de la cantonización, relata que los territorios de Chaguarpamba pertenecieron a Zaruma, que en ese tiempo constituía parte de la provincia de Loja. A raíz de la provincialización de El Oro, Zaruma pasa a formar parte de esta provincia; y Chaguarpamba se constituye como parroquia del cantón Paltas, provincia de Loja. La historia afirma que la zona de Chaguarpamba, fue reconocida como parroquia del Cantón Paltas, desde el 29 de mayo de 1869, siendo presidente el Dr. Gabriel García Moreno (1869-1875).

El proceso de cantonización dura casi 4 años de gestión, iniciándose en Febrero de 1982 y alcanzando el decreto ejecutivo de cantonización el 4 de Diciembre de 1985, siendo Presidente de la República el Dr. Rodrigo Borja.(PDyOT Chaguarpamba 2015)

#### **4.2.2 Origen del nombre de Chaguarpamba**

En cuanto a su nombre, si nos referimos a la etimología de CHAGUARPAMBA, debemos señalar que se deriva de dos vocablos que son: CHAGUAR, que significa CHAGUARQUERO, nombre de una planta típica que existió en gran cantidad en esta zona; y, PAMBA, palabra con que se designa a un llano o PAMPA. Es decir, una pampa o llano cubierto abundantemente de CHAGUARQUEROS.

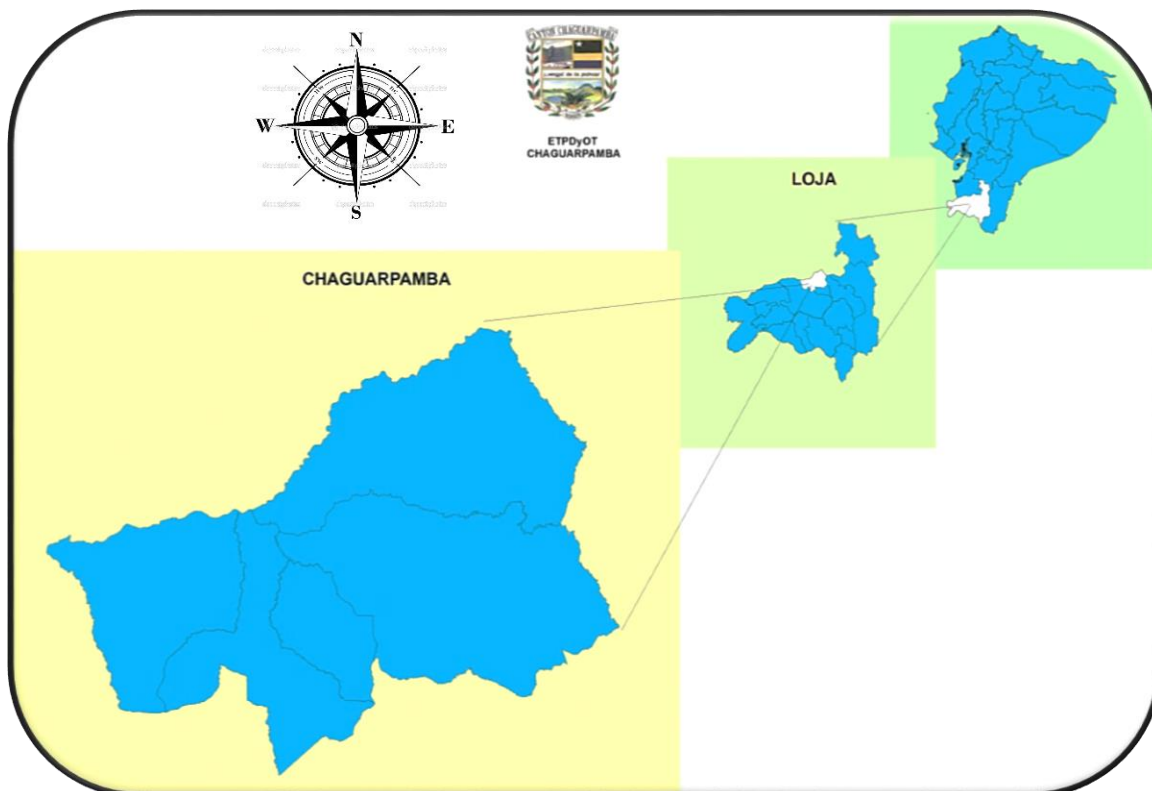
CHAGUARQUERO.- Es el agave americano, el penco verde que crece en los filos de los caminos de la serranía, sirviendo como límite y defensa de las huertas e invernadas cercanas, antiguo poblador de los linderos. Quizás por esa misma impasividad ante el polvo, el tiempo y las aguas, se decía que, alguien tenía alma de chaguarquero cuando nada podía sacarlo de sus eternas cavilaciones. Eterno soltero; nunca viudo, florece solo al final de su vida. Las espigas están formadas de apretados capullos que se conocen con el nombre de alcaparras aunque no estén para nada emparentados con el condimento que lleva el mismo nombre. (PDyOT Chaguarpamba 2015)

### **4.3 Aspectos físicos**

#### **4.3.1 Ubicación geográfica**

El cantón Chaguarpamba se encuentra ubicado en el Nor-oeste de la provincia de Loja, región sur del Ecuador, zona de transición entre la costa y la sierra ecuatoriana, entre los flancos o ramales de la cordillera occidental de los Andes. Su cabecera cantonal Chaguarpamba, se encuentra a una distancia aproximada de 117 Km. de la capital provincial de Loja, requiriéndose un tiempo, aproximado, de dos horas de viaje para llegar a la cabecera cantonal. .(PDyOT Chaguarpamba 2015)

**Figura N.1** Mapa geográfico del cantón Chaguarpamba



**Fuente:** PDyOT Chaguarpamba  
**Elaboración:** Liliana Tapia Pacheco

#### **4.3.2 Extensión y límites**

Tiene una extensión de 317,7 Km<sup>2</sup> de superficie (31770 has) las mismas que significan el 2.76% de la superficie total de la provincia de Loja, circunscritos dentro de los siguientes límites:

Al norte: con los cantones, Portovelo y Piñas, provincia de El Oro.

Al sur: con los cantones, Olmedo y Paltas, provincia de Loja.

Al este: con el cantón Catamayo, provincia de Loja.

Al oeste: con el cantón Paltas, provincia de Loja.(PDyOT, 2015)

### 4.3.3 Coordenadas geográficas

79°, 38', 27" de longitud oeste.

3°, 52', 23" de latitud sur. (PDyOT, 2015)

### 4.3.4 Aspectos políticos y administrativos

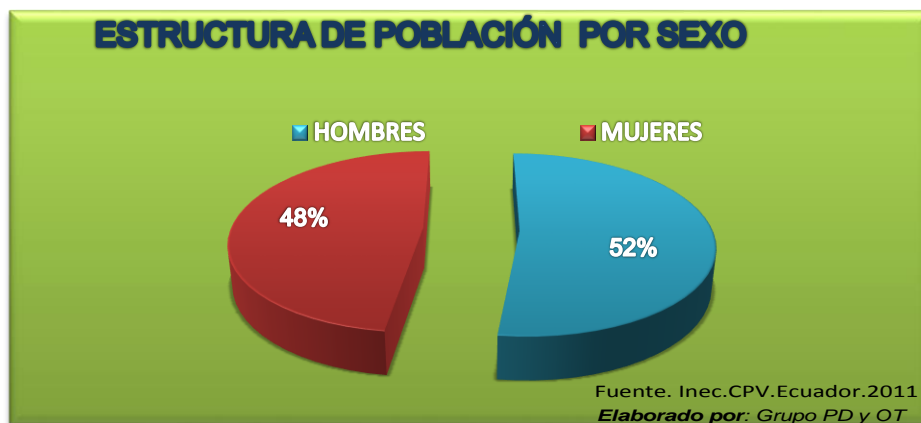
Creación política: 04 – 12 - 1985; R.O. N 343: 27 – 12 - 1985.

Años de vida política: el cantón posee 26 años de vida y se constituye en el quinceavo cantón de la provincia de Loja. La cabecera cantonal: Ciudad de Chaguarpamba. .(PDyOT Chaguarpamba 2015)

### 4.3.5 Caracterización de la población

Los resultados arrojados por el VII censo de población y VI de vivienda, señala que Chaguarpamba está constituido por una población de 7161 habitantes, donde 3734 son hombres y 3427 son mujeres. .(PDyOT Chaguarpamba 2015)

**Figura N.2** Resultados de la población por sexo



**Fuente:** PDyOT Chaguarpamba  
**Elaboración:** Liliana Tapia Pacheco

#### 4.3.6 Población total por parroquias

El VII censo de población y VI de vivienda, señala que la parroquia Chaguarpamba en la actualidad dispone de 3579 habitantes que representa el 50% de la población total, la parroquia Buenavista 1214 habitantes que representa el 17 % de la población, la parroquia El Rosario 495 habitantes que representa el 7 %, la parroquia Santa Rufina posee 1210 habitantes que representa el 17%, y la parroquia Amarillos 663 habitantes que representa el 9% en el global. (PDyOT Chaguarpamba 2015)

**Cuadro N. 1** Censo en las parroquias de Chaguarpamba

Parroquia	Hombre	Mujer	Total
Chaguarpamba	1877	1702	3579
Buenavista	627	587	1214
El Rosario	255	240	495
Santa Rufina	629	581	1210
Amarillos	346	317	663
<b>Total</b>	<b>3734</b>	<b>3427</b>	<b>7161</b>

Fuente: PDyOT Chaguarpamba

Elaboración: Liliana Tapia Pacheco

#### 4.3.7 Población y tasa de crecimiento en el cantón Chaguarpamba

Según el VII censo de población y VI de vivienda, indica que el cantón Chaguarpamba en el censo del año 1990 su población total es de 9850 habitantes, en el 2001 la población estimada es 7898 habitantes y en el 2010 la población es 7161, habiéndose estimado un decrecimiento de un 1.25 % (PDyOT Chaguarpamba 2015)

#### 4.3.8 Distribución de la población de Chaguarpamba en el área urbana y rural

En la actualidad la concentración de la población en el área urbana es de 527 hombres y 563 mujeres, dando un total de 1090 habitantes, en el área rural se cuenta con 3207 hombres y 2864 mujeres obteniendo un total de 6071 habitantes, siendo en el área rural donde se encuentra la mayoría de

la población con un 85% de habitantes y en el área urbana un 15% de población. (PDyOT Chaguarpamba 2015)

#### **4.3.9 Densidad poblacional cantón Chaguarpamba**

El cantón Chaguarpamba tiene una extensión de 317.7 km<sup>2</sup> de superficie, frente a una población de 7161 habitantes esto representa un 22.54 hab./Km<sup>2</sup>. (PDyOT Chaguarpamba 2015)

#### **4.3.10 Migración en el cantón Chaguarpamba**

En este aspecto podemos indicar que en el cantón Chaguarpamba al igual que el resto de cantones de la línea fronteriza de las provincias del sur ecuatoriano, sus jóvenes (hombres y mujeres), al igual que las personas mayores (más mujeres, madres de familia) optaron por migrar fuera del país, su destino principal fueron los países de Europa (España e Italia) en su mayoría. Mientras que los que no tuvieron los recursos para viajar al exterior, tuvieron que ir en a de mejores días para sus familias a las ciudades de Guayaquil, Quito y la provincia de El Oro, en esta última fijaron su destino a las minas del cantón Portovelo.

Según el VII censo de población y VI de vivienda 2010, se define que en el cantón Chaguarpamba emigraron un total de 97 personas, en la cabecera cantonal emigraron 51 personas que representa el 53 % del total de los migrantes, en Buenavista 23 personas que representa un 24 %, en la parroquia El Rosario 7 personas que representa un 7 %, en la parroquia Santa Rufina 8 personas que representa un 8% y la parroquia Amarillos 8 personas que representa un 8 % al globa .(PDyOT Chaguarpamba 2015)

#### **4.3.11 País actual de residencia de los migrantes del cantón Chaguarpamba**

Según la fuente España con un 80 % del total es el país escogido por los coterráneos del cantón para ir a buscar mejores días de vida, seguido de Italia con un 8% de elección. (PDyOT Chaguarpamba 2015)

#### **4.3.12 Pobreza**

Según la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la pobreza es un fenómeno definido como la insatisfacción o privación de las capacidades básicas, es decir, la imposibilidad de vivir en una vida mínimamente decente. Además de la insatisfacción de una o más necesidades humanas básicas, la carencia de oportunidades para satisfacerlas. “Las necesidades básicas no se refieren ente a aquellas materiales como el estar bien alimentado, tener vestido o vivienda, sino también a aquellas no materiales como la libertad, la dignidad, el respeto a uno mismo y los demás, la participación libre en la construcción de la sociedad y las oportunidades para llevar una larga vida, sana y creativa”( Soto, 2000).

#### **4.3.13 Género y familia**

##### **4.3.13.1 Género**

Desde la época de la colonia, la familia en el Ecuador se fomentó en el modelo patriarcal y así se definió hasta los años 70, hasta entonces, la familia era muy numerosa, entre cuatro y ocho hijos por pareja, lo cual determinó la baja incorporación de la mujer al trabajo extra doméstico y el acceso a los estudios.

El hombre se erigía como el proveedor por excelencia y representante social de la familia en su conjunto. Nos pueden orientar en este hecho, las leyes civiles con respecto a la patria potestad que etimológicamente significa “autoridad paterna”, la misma que señalaba al hombre como cabeza de familia y tutores de los hijos y del patrimonio familiar. Esta

potestad se extendía a los derechos personales como la facultad del padre de sujetar, corregir o castigar a sus hijos o esposa, por lo que los delitos contra su honra lo justificaban para matar a su mujer y al amante de ésta.

Hoy actualmente la ley para los sectores vulnerables, la Constitución de la República y el Plan de Buen Vivir son los principales instrumentos que garantizan la inclusión, la equidad de género, es decir la presencia de muchos actores que han sido discriminados. (Aguilera, 2001)

#### **4.3.13.2 Familia**

La familia Chaguarpambense tiene lazos muy fuertes entre todos sus integrantes, manteniendo una unión que tiene raíces muy profundas, pese a ello muchas veces la falta de capacitación y educación en temas de familia y sociedad, han hecho que aún no se supere muchos estereotipos. Siendo uno de los principales problemas no solo en el tema de género, familia o educación; sí no en temas como la nutrición, agricultura, ganadería y otros temas muy importantes que por la poca capacitación que se genera en Chaguarpamba, muchas familias y sobre todo cada miembro de la sociedad desconoce, esto genera problemas por desconocer cómo proceder, donde acudir y sobre todo que hacer.

Según la información analizada de las encuestas se indica que el 29% de la población del cantón ha recibido capacitación en una de las diferentes áreas como: social, agropecuaria, educativa, cultural, religioso, etc., mientras el 71% de la población restante no posee ningún tipo de capacitación. (PDyOT Chaguarpamba 2015)

#### **4.4 Instituciones educativas del cantón Chaguarpamba**

Según la Constitución de la República vigente en su Art. 347.- será responsabilidad del estado en sus literales: 1.- Fortalecer la educación



pública y la coeducación; asegura el mejoramiento permanente de la calidad, la ampliación de la cobertura, la infraestructura física y el equipamiento necesario de las instituciones educativas públicas. 2.- Garantizar que los centros educativos sean espacios democráticos de ejercicio de derechos y convivencia. Los centros educativos serán espacios de detección temprana de rendimientos especiales. 3.- Asegurar que todas las entidades educativas impartan una educación en ciudadanía sexualidad y ambiente, desde el enfoque de derechos.

Según las estadísticas se observa un gran crecimiento estudiantil esto se debe gracias al aporte y apoyo del Gobierno Nacional y Gobierno Local para que se cumpla con el derecho de la educación gratuita y de calidad. (PDyOT Chaguarpamba 2015)

#### **4.4.1 Población de estudiantes por sexo a nivel cantonal**

La interpretación de esta información es la siguiente: que existe un total de 1716 estudiantes de los cuales 890 son hombres que equivale a un 51% de la población total, mientras que 846 de la población estudiantil son mujeres que es igual al 49% del total. (PDyOT Chaguarpamba 2015)

#### **4.4.2 Tenencia o propiedad de vivienda en la parroquia de Chaguarpamba**

La Constitución de la República en el Art. 30 dice: Las personas tienen derecho un hábitat seguro y saludable, y a una vivienda adecuada y digna, con independencia de su situación social y económica. (PDyOT Chaguarpamba 2015)

#### **4.5 Servicio del agua cruda (sin tratar o agua entubada) en el área rural de la parroquia de Chaguarpamba.**

Mediante la investigación realizada se ha observado que existen alrededor de 2489 personas en el área rural, de las cuales 747 poseen agua cruda

o agua sin tratar (agua entubada) que equivale a un 30 % del total de la población; mientras que 1742 no poseen este tipo de servicio esto es igual al 70 % de la población. Como se puede observar la, mayoría de la población del área rural no posee un servicio de agua que este apta para el consumo, por lo que está propensa a adquirir enfermedades infectocontagiosas.

#### **4.5.1 Servicio del agua potable (tratada o clorada) en el área rural de la parroquia de Chaguarpamba**

Mediante la investigación realizada se ha observado que existen alrededor de 2489 personas en el área rural, de las mismas 618 poseen agua potable (agua tratada o clorada) que equivale a un 25 % del total de la población; mientras que 1871 no poseen este tipo de servicio esto es igual al 75 % de población. En el que podemos apreciar que la mayoría de la población. (PDyOT Chaguarpamba 2015)

#### **4.5.2 Servicio de agua cruda en el área urbana de la parroquia de Chaguarpamba**

Mediante la información recolectada se comprueba que existen alrededor de 1090 personas en el área urbana de personas se destaca que, alrededor de 68 personas que corresponde al 6% de la población total encuestada en esta área poseen este servicio de agua (no tratada) en su mayoría la utiliza para el riego de plantas ornamentales y cultivos de hortalizas; mientras que 1022 que equivale a un porcentaje del 94% no poseen este servicio. (PDyOT Chaguarpamba 2015)

#### **4.5.3 Servicio recolección de residuos en el área urbana de la parroquia de Chaguarpamba**

Mediante la información recolectada se comprueba que existen alrededor de 1090 personas en el área urbana las cuales en su 45% cuentan con el servicio de recolección de residuos sólidos, mejorando así la calidad de vida de las personas y evitando la contaminación del medio ambiente,

mientras que el 55% de la población no tiene el servicio de recolección de residuos sólidos. (PDyOT Chaguarpamba 2015)

#### **4.5.4 .Fiestas tradicionales**

En Chaguarpamba las tradiciones y la cultura han sido muy religiosas es así que se celebra la fiesta más importante es en honor a la santísima virgen de las Nieves patrona del cantón el 5 de agosto de cada año.

El 4 de diciembre, fiesta cívica, aniversario de cantonización, el 5 de agosto la feria comercial de productos agrícolas, animales domésticos; vasijas cerámicas, utensilios de madera, tejidos de algodón y cabuya, ganado: ovino, equino, porcino, caprino y aves (PDyOT, 2015)

#### **4.5.5 Fiestas Religiosas**

Fiesta Religiosa en Honor a la Virgen de las Nieves: Se la celebra el 5 de agosto de cada año, Patrona del Cantón Chaguarpamba, un pueblo netamente católico con una devoción bien marcada hacia la Virgen María, es por ello que en su honor se realiza esta celebración en la que están presentes las ceremonias religiosas y las procesiones. Para esta fiesta asisten personas del cantón que residen en otras ciudades y también participan devotos de cantones circunvecinos, junto con bandas del pueblo, juegos pirotécnicos hacen de esta fiesta una de las más esperadas por la sociedad Chaguarpambense (PDyOT, 2015)

#### **4.5.6 Gastronomía**

En el cantón Chaguarpamba se puede degustar de una variedad de platos típicos entre los más tradicionales tenemos: el delicioso Molloco, el sabrosísimo repe, los exquisitos tamales de guineo; y además de los muy apetecidos bocadillos los mismos que deleitan el paladar a propios y extraños, estas delicias hacen de este hermoso sector un lugar para visitar y disfrutar de estas exquisitas comidas (PDyOT, 2015)

## **4.6 Áreas protegidas, bosques protectores y conservación de biodiversidad**

A nivel cantonal no se encuentran áreas para fines de conservación, por lo que es necesario declarar como reserva natural el “Cerro Chinchacruz”, sitio donde se hallan las fuentes de agua que abastecen a la cabecera cantonal de Chaguarpamba y parte de la parroquia Amarillos, se podría considerar a este bosque como un sitio natural de nuestra ciudad por su relación de continuidad físico-territorial y su presencia social vinculada a la historia de la formación territorial.

Los proyectos de conservación de esta reserva se trabajarán mancomunadamente entre el Ministerio del Ambiente, Gobierno Municipal y Juntas de Agua Potable (PDyOT, 2015)

### **4.6.1 Uso del suelo y cobertura vegetal**

El uso de la tierra es producto de la modificación antrópica del ambiente natural o naturaleza en sí a un ambiente construido: como campos de cultivo, pasturas, asentamientos urbanos. Los más recientes efectos significativos del uso de la tierra constituye el crecimiento urbano desordenado, la erosión de suelo, su degradación, salinización, desertificación, y cambios en el uso de la tierra.

El impacto dado en el cantón Chaguarpamba por el cambio y uso del suelo es un problema socio económico, incluyendo la falta de conciencia ambiental, así como las malas prácticas agrícolas y por la escasa organización de nuestros habitantes al momento de tecnificar su producción agropecuaria (PDyOT, 2015)

### **4.6.2 Sistema económico productivo**

El sistema económico es aquel sistema implementado para regular las diferentes actividades económicas así como también los intercambios

resultantes de la compra y venta de los productos generados por el ser humano u obtenidos de la naturaleza, sin embargo, no se limita exclusivamente a cuestiones económicas o comerciales si no que en muchos sentidos traspasa esas fronteras para incluir conceptos sociales, políticos y culturales (PDyOT, 2015)

#### **4.6.3 Uso actual del suelo**

El uso del suelo en el Cantón está en relación a las características del territorio por lo cual su orientación es: Cultivos permanentes, cultivos transitorios y barbecho, áreas en descanso, pastos cultivados y naturales, áreas de páramos, montes y bosques y áreas para otros usos suman un total de 34 797 hectáreas como se aprecia en el siguiente cuadro (PDyOT, 2015)

#### **4.6.4 Forma de agricultura.**

En Chaguarpamba se practica la actividad agrícola en la modalidad secano o temporal y la modalidad bajo riego, ambas formas de agricultura presentan altos riesgos por las condiciones climáticas que actualmente presenta nuestro sector.

Los sitios donde se practica esta forma de agricultura bajo riego, se concentra en las riberas de los Ríos: Umbalao, Yaguachi y las Quebradas: El Viringo, Guaduas, Jumarín, quebrada de Buenavista cultivándose principalmente el maní. En cuanto se refiere a la agricultura de secano o temporal en su mayoría se practica en los sitios bajos del Cantón principalmente Jardín Bajo, Triunfo Bajo, Lozumbe, Pan de azúcar, Y del guineo se cultiva principalmente maíz (PDyOT, 2015)

#### **4.7 Transporte y distancias terrestres**

En lo que se refiere a los medios de transporte, la cabecera cantonal de Chaguarpamba y algunos barrios por su ubicación están beneficiados por el transporte vehicular de varias empresas de pasajeros que prestan sus

servicios a los diferentes puntos de destino de la provincia y el país estas son: Cooperativa de Transportes Loja, Cariamanga, Catamayo, Santa, Piñas, TAC, Nambija, Yanzatza y Panamericana Internacional (PDyOT, 2015)

#### 4.7.1 Distancias Terrestres

Aquí presento un cuadro detallado para las parroquias y sitios a los polos de desarrollo.

**Cuadro N.2** Distancias terrestres.

Desde la Capital Cantonal	A cabeceras parroquiales y otros	Distancia en km.	Estado de la vía	
Chaguarpamba	Olmedo	12.70	Asfalto	
	Y de Olmedo	18.10	Asfalto	
	Santa Rufina	32.00	Pavimento Rígido	Lastre
	Amarillos	14.50	Pavimento Rígido	Lastre
	Buena vista	24.00	Pavimento Rígido	Lastre
	Rosario	31.00	Lastrada	
	Catamayo	70.00	Asfaltada	
	Catacocha	55.00	Asfaltada	
	Loja	104.00	Asfaltada	
	Machala	114.00	Asfaltada	
	Guayaquil	504.00	Asfaltada	

Fuente: PDyOT Chaguarpamba

Elaboración: Liliana Tapia Pacheco

#### 4.8 Comunicaciones y tecnología

Telefonía pública.- En el Cantón Chaguarpamba se considera aún deficitaria el 92% de la población no dispone de este servicio y en un reducido porcentaje representado por el 8% son beneficiados, debe indicarse que este servicio es la principal herramienta de trabajo tanto para los pequeños productores y comerciantes, así como para cubrir las necesidades socio-económicas individuales de cada uno de los clientes.

Telefonía celular.- En nuestro Cantón existen dos empresas que proporcionan este importante servicio a la colectividad, las empresas son Claro y Movistar con cobertura y número de usuarios diferentes tanto en la parte urbana como rural. El 66% de hogares del Cantón Chaguarpamba disponen del servicio de celular, frente a un 34% que aún no lo obtienen.

Internet.-El Internet en la actualidad se está incrementado al igual que el servicio de telefonía celular que se lo encuentra en casi todos los sectores de la provincia y país, las compañías telefónicas que se encuentran proporcionando este servicio principalmente son: Telconet y actualmente la CNT (Corporación Nacional de Telecomunicaciones), quienes venden un servicio de internet inalámbrico especialmente a instituciones públicas y a varios locales comerciales (PDyOT, 2015)

#### **4.9 Zonificación territorial**

Debido a la ubicación geográfica y natural, el acceso de vías, cobertura de servicios básicos, formas productivas, redes de intercambio comercial similitud de problemas en cada una de las parroquias, características netamente rurales del cantón y a los requerimientos de los gobiernos locales parroquiales de poseer una planificación articulada al desarrollo cantonal, se ha procedido a delimitar el área de estudio de la siguiente manera:

**ZONA 1:** Parroquia Chaguarpamba

**ZONA 2:** Parroquia Buenavista

**ZONA 3:** Parroquia El Rosario

**ZONA 4:** Parroquia Santa Rufina

**ZONA 5:** Parroquia Amarillos

La zona 1, que corresponde a la cabecera parroquial, se la ha sectorizado tomando como referencia la existente de los barrios y la definición del límite urbano, agrupándolos de acuerdo a su ubicación, homogeneidad y características similares (PDyOT, 2015)



## 5. MATERIALES Y MÉTODOS

### 5.1.- Materiales

Para la ejecución del presente proyecto de tesis se utilizaron los siguientes materiales, los mismos que facilitaron de mejor forma la ejecución del proyecto de tesis, estos son:

- Libros
- Computadora
- Impresora
- Copias
- Cuadernos
- Lapiceros, lápiz y borrador
- 2 resmas de hojas papel bond
- Cámara fotográfica
- Carpetas
- Flash memory
- Internet.

### 5.2. Métodos

Para la realización del presente proyecto se necesita 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 crear una síntesis de las conclusiones y recomendaciones al realizar el informe final del plan de marketing para los Atractivos turísticos naturales del cantón Chaguarpamba de la Provincia de Loja

**Método Inductivo.-** Se lo aplico para realizar el plan de marketing que está dirigido en el cantón Chaguarpamba

**Método deductivo.-** Se lo uso para recoger los datos generales y llegar a las conclusiones de carácter particular, para esto se necesitó recopilar toda la información y establecer lo más sobresaliente de sus atractivos.

### 5.3 Técnicas

**Observación directa:** Con esta técnica se logró observar directamente el área de estudio como captar datos históricos científicos ambientales del cantón Chaguarpamba que será el sector de la promoción.

**La Encuesta.-** Es el método de recolección cuyo instrumento se utilizó para recopilar información por medio de preguntas, las cuales se obtuvieron por forma escrita con el propósito de resolver el problema de investigación, para determinar y cuantificar las variables relacionadas con el proyecto, las mismas que fueron utilizadas a 372 personas

**La Entrevista.-** La entrevista permitió obtener información mediante un sistema de preguntas a través del diálogo directo con el Alcalde del GAD Municipal de Chaguarpamba Ing. Líder Córdova R.

**El FODA.-** Es una técnica sencilla que permitió analizar la situación actual del cantón, con el fin de obtener conclusiones que permitan superar esta situación en el futuro. La técnica de diagnóstico FODA ayudo también a conocer el entorno o elementos que están alrededor de la parroquia y que la condicionan.

#### 5.4 Metodología para el desarrollo de objetivos

Para la realización del presente trabajo se utilizaron varios métodos y técnicas los mismos que han ayudado a dar cumplimiento a cada uno de los objetivos planteados con el propósito de llevar a cabo el **"PLAN DE MARKETING PARA LOS ATRACTIVOS TURISTICOS NATURALES DEL CANTON CHAGUARPAMBA, DE LA ROVICIA DE LOJA"**

Para la realización del primer objetivo específico: **Realizar un diagnóstico situacional turístico del cantón Chaguarpamba, provincia de Loja**, se utilizó el método sintético, y deductivo los cuales permitieron conocer más del objeto de estudio en el cual se podrá explicar, comprender y establecer nuevas teorías y se fundamentara las situaciones, costumbres y actitudes.

Junto con técnicas para este objetivo están la encuesta y la entrevista, las mismas que se emplearon para conocer la opinión de la población y del Alcalde del GAD Municipal, para de esta forma determinar el número de encuestas en el presente trabajo se tomó como referencia el número de población del cantón el censo del año 2010 de población y vivienda

Para la aplicación de la muestra se tomó en cuenta la siguiente formula:

**Formula Del Muestreo:**

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{Ne^2 + (Z^2 * p * q)}$$

Reemplazando:

z: nivel de confianza 1.96

p: probabilidad a favor 0.5

q: probabilidad en contra 0.5

N: universo (15.535 turistas a los diferentes cantones aledaños)

e: margen de (0.05)

**Desarrollo de la fórmula:**

$$n = \frac{(1.96)^2 * 15535 * 0.5 * 0.5}{15535 * (0.05)^2 + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = \frac{3,8416 * 3886}{38.86 + 0,9604}$$

$$n = \frac{14820}{39.820}$$

$$n = 372,174 = \mathbf{372}$$

Por lo tanto se trabajó con 372 encuestas las cuales se las aplico a los pobladores del cantón Chaguarpamba.

Además se utilizó la técnica del análisis FODA, para determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas por las que atraviesa el sector en estudio, también se utilizó la matriz MEFI que es una herramienta analítica de formulación de estrategias que resume y evalúa las fortalezas y debilidades y matriz MEFE que resume y evalúa las oportunidades y amenazas.

- Para el desarrollo del segundo objetivo específico: **Realizar la propuesta de marketing para los atractivos turísticos naturales del cantón Chaguarpamba, provincia de Loja.** Para ello se manejó los siguientes métodos inductivos y descriptivos, los cuales ayudaron a plantear objetivos estratégicos contribuyendo a impulsar el desarrollo turístico. Mediante técnicas como la observación y la publicidad las cuales sirven para conocer ciertas características del sector con la finalidad de llegar al turista mediante imágenes e información.

- Para la realización del tercer objetivo: **Realizar la socialización del Plan de Marketing del Cantón Chaguarpamba, provincia de Loja.** Se utilizaron los siguientes métodos explicativo y deductivo los cuales permitirán partir de un conocimiento general y arribar a uno particular con la finalidad de ser más explícito con el plan de marketing. La socialización se la hizo a los miembros del GAD Municipal la misma que permitió la formulación de conclusiones y recomendaciones para logra de esta manera el adelanto y desarrollo del sector de la provincia de Loja.

## 6. RESULTADOS

### 6.1 Primer Objetivo: Diagnóstico situacional turístico del cantón Chaguarpamba, provincia de Loja

Con la finalidad de obtener datos generales de la Comunidad en estudio se aplicó la presente matriz de diagnóstico, donde constan datos relevantes para dar a conocer los servicios que poseen, las actividades a las que se dedican, el potencial turístico, así mismo se realizó un análisis de las necesidades y limitaciones que se han encontrado en la misma

#### 6.1.1. MATRIZ DE DIAGNOSTICO

Para el desarrollo de la matriz de diagnóstico se levantaron datos reales del cantón Chaguarpamba de la provincia de Loja

**Tabla Nro 3 Matriz de diagnostico**

<b>MATRIZ DE DIAGNÓSTICO</b>	
<b>PROVINCIA:</b> Loja	<b>CANTÓN:</b> Chaguarpamba
<b>PARROQUIAS:</b> Amarillos, Santa Rufina, El Rosario, Buenavista	<b>EXTENSIÓN:</b> 317.7 km <sup>2</sup>
<b>TEMPERATURA:</b> entre 18 a 24 °C	<b>POBLACIÓN:</b> 7.784 habitantes
<b>ALTITUD:</b> 1050 m.s.n.m.	<b>IDIOMA:</b> Español
<b>FECHA DE CANTONIZACIÓN:</b> 27 de diciembre. Fiestas de Cantonización	
<b>UBICACIÓN GEOGRÁFICA:</b> Chaguarpamba es un cantón de la Provincia de Loja en Ecuador, su población estimada es de 7.161 habitantes. <sup>1</sup> El Alcalde actual es el Ingeniero Líder Moises Córdova Robles. Su extensión territorial es 311.7 km <sup>2</sup> , con una altitud promedio de 1050 msnm. La temperatura promedio es de 18°C a 24°C.	

**LÍMITES:**

El espacio territorial de Chaguarpambai está delimitado de la siguiente manera:

- Al norte con la provincia de El Oro.
- Al sur con los cantones Paltas y Olmedo.
- Al este con el cantón Catamayo.
- Al oeste con el cantón Paltas.

**DIVISIÓN POLÍTICA:**

El cantón Chaguarpamba está constituido en cinco parroquias:

- Chaguarpamba (cabecera cantonal)

Cuatro parroquias rurales

- Buena Vista
- El Rosario
- Santa Rufina
- Amarillos

**REFERENCIA CERCANA:** Loja a 110,9 Km atravesando el cantón Catamayo y Olmedo

**ACCESIBILIDAD:**

Rutas de buses desde poblaciones cercanas

Nombre de la ruta: Vía Loja- Catamayo- Olmedo-Chaguarpamba/Transporte Unión Cariamanga/UniónYanzatza, Loja, Nambija.

Desde: Loja          Hasta: Chaguarpamba          Frecuencia: Diaria

Distancia: 110,9 Km.

**DESCRIPCIÓN URBANA:**

Rodeado de paisajes hermosos guarda secretos ancestrales del paso de los Paltas por el territorio, lleno de historias y leyendas constituye el paso obligatorio a la Costa, especialmente a la provincia de El Oro. Es un maravilloso paisaje de la geografía lojana con verdes y extensas llanuras en las que se puede disfrutar de un clima veraniego delicioso y de una gastronomía exquisita que deleita el paladar de los viajeros que hallan aquí el lugar ideal para descansar, ya que debemos mencionar que Chaguarpamba se encuentra ubicado al margen de la carretera principal hacia la Costa. Chaguarpamba es la ciudad que une a la

hermosa serranía con la costa, es por ello que en su gente se sienten las costumbres de ambas regiones, su clima es bastante cálido siendo ideal para disfrutar recorriendo cada una de los lugares turísticos que posee esta bella ciudad

#### **INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

##### **Agua:**

entubada: x

##### **Energía eléctrica:**

Sistema interconectado: x

##### **Alcantarillado:**

En la cabecera cantonal si existe y en las parroquias rurales hay pozo séptico:  
x

#### **ACTIVIDAD ECONÓMICA**

- Pecuaria
- Agropecuaria
- Artesanía.
- Piscicultura

El 38% (7 460 hectáreas) de la superficie del cantón Chaguarpamba está representada por la agricultura, siendo una actividad que combina los cultivos transitorios con los permanentes y además se practica la asociación de cultivos, formando sistemas agroforestales. El 14% del área cantonal está dedicada a la producción de cultivos permanentes y el 7% a cultivos transitorios

La producción más representativa es la crianza de aves de campo en un 60%. En este grupo encontramos gallos, gallinas, pollos y patos. El 14% está representado por el ganado bovino siendo las principales razas criolla y mestiza sin registro

**Fuente:** PDyOT Chaguarpamba

**Elaboración:** Liliana Tapia Pacheco

#### **6.1.2 Sistema económico productivo**

El sistema económico es aquel sistema implementado para regular las diferentes actividades económicas así como también los intercambios resultantes de la compra y venta de los productos generados por el ser



humano u obtenidos de la naturaleza, sin embargo, no se limita exclusivamente a cuestiones económicas o comerciales si no que en muchos sentidos traspasa esas fronteras para incluir conceptos sociales, políticos y culturales.

La población del Cantón Chaguarpamba según el Censo del 2010 es de 7.161 habitantes, la misma que está distribuida el 50% (3.579 hab.) reside en la cabecera cantonal, el 17% (1.214hab.) en Buenavista, el 17% (1.210 hab.) Santa Rufina, el 9% (663 hab.) en Amarillos y el 7% (495 hab.) en El Rosario.

### **6.1.3 Población ocupada**

Se distinguen dos clasificaciones la Población Ocupada por la Rama de Actividad y la Población Ocupada por Grupo de Ocupación:

### **6.1.4 Población ocupada por la rama de actividad**

Elemento de la clasificación de actividades que permite ubicar al establecimiento principal donde trabaja o ha trabajado la persona. Se utiliza la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas CIIU.

La mayor concentración de población ocupada por rama de actividad está en la agricultura, ganadería, caza y actividades de servicio con un total de 1638 y en segundo lugar la población que se dedica a la construcción con 279 personas en todo el Cantón.

**CUADRO N. 3** Población ocupada por la rama de actividad.

Rama de actividad (Primer nivel)	Casos	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	1638	60,04%
Explotación de minas y canteras	45	1,65%
Industrias manufactureras	58	2,13%
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	3	0,11%
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	6	0,22%
Construcción	279	10,23%
Comercio al por mayor y menor	132	4,84%
Transporte y almacenamiento	40	1,47%
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	32	1,17%
Información y comunicación	4	0,15%
Actividades financieras y de seguros	7	0,26%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	9	0,33%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	10	0,37%
Administración pública y defensa	106	3,89%
Enseñanza	75	2,75%
Actividades de la atención de la salud humana	9	0,33%
Artes, entretenimiento y recreación	4	0,15%
Otras actividades de servicios	19	0,70%
Actividades de los hogares como empleadores	26	0,95%
No declarado	204	7,48%
Trabajador nuevo	22	0,81%
Total	2728	100,00%

Fuente: PDyOT Chaguarpamba

Elaboración: Liliana tapia Pacheco

### 6.1.5 Población ocupada por grupo de ocupación

Cargo, empleo, o puesto de trabajo específico declarado, en el cual una persona económicamente activa (ocupada o cesante) ejerce o ha ejercido su trabajo, sin importar su profesión u oficio.

En cuanto a la población ocupada por grupo de ocupación en este sector se destacan: Agricultores y Trabajadores Calificados con 1320 y ocupaciones elementales con 477.

### 6.1.6 Uso del suelo

Chaguarpamba tiene un total de 9165 Unidades Productivas Agropecuarias UPAs y una superficie de 34797has, que comprende los diferentes sectores agropecuarios, a continuación se indica en el siguiente cuadro:

#### CUADRO N.4 Número de upas según sector

CULTIVO	UPAs	Ha.
Agrícola	3 493	7 460
Descanso	460	1 383
Pastizales	1 652	16 667
Montes y bosques	1 348	8 270
Otros usos	2 212	1 027
<b>TOTAL</b>	<b>9 165</b>	<b>34 797</b>

Fuente: PDyOT Chaguarpamba

Elaboración: Liliana tapia Pacheco

En Chaguarpamba las Unidades Productivas Agropecuarias UPAs están distribuidas en: sector Agrícola 38%, otros usos 24%, pastizales 18%, Montes y Bosques 15% y para áreas en descanso 5%; tal como se encuentran reflejados los datos en la siguiente figura:

#### 6.1.7 Uso actual del suelo

El uso del suelo en el Cantón está en relación a las características del territorio por lo cual su orientación es: Cultivos permanentes, cultivos transitorios y barbecho, áreas en descanso, pastos cultivados y naturales, áreas de páramos, montes y bosques y áreas para otros usos suman un total de 34 797 hectáreas como se aprecia en el siguiente cuadro.

#### CUADRO N.5 Uso actual del suelo

CULTIVO	UPAs	Ha.
Cultivos permanentes	2 200	4 817
Cultivos transitorios y Barbecho	1 293	2 643
Descanso	460	1 383
Pastos cultivados	738	8 760
Pastos naturales	914	7 907
Paramos	27	38
Montes y bosques	1 321	8 232
Otros usos	2 212	1 027
<b>TOTAL</b>	<b>9 165</b>	<b>34 797</b>

Fuente: PDyOT Chaguarpamba

Elaboración: Liliana tapia Pacheco

El uso actual del suelo de Chaguarpamba está conformado por: pastos cultivados con el 25% y pastos naturales con el 23%; estas áreas son utilizadas para la ganadería, pese a que existe gran parte de este territorio

en su totalidad no es aprovechado por la ganadería. El 24% está representado por montes y bosques, encontrándose bosques de conservación y regeneración, cultivos permanentes con el 14%; el 7% para cultivos transitorios y barbecho, el 3% suelos que están en proceso de descanso y finalmente el 3% representado por áreas destinadas a otros usos.

#### **6.1.8 Producción agrícola**

El 38% (7 460ha) de la superficie del Cantón Chaguarpamba está representada por la agricultura siendo una actividad que combina los cultivos transitorios con los permanentes y además se practica la asociación de cultivos, formando sistemas agroforestales. El 14% del área cantonal está dedicada a la producción de cultivos permanentes y el 7% a cultivos transitorios.

En los cultivos permanentes encontramos: el café, caña de azúcar, el guineo, plátano y frutales. Los agricultores se dedican más al cultivo de café seguido de la caña de azúcar.

#### **6.1.9 Forma de agricultura**

En Chaguarpamba se practica la actividad agrícola en la modalidad secano o temporal y la modalidad bajo riego, ambas formas de agricultura presentan altos riesgos por las condiciones climáticas que actualmente presenta nuestro sector.

Los sitios donde se practica esta forma de agricultura bajo riego, se concentra en las riberas de los Ríos: Umbalao, Yaguachi y las Quebradas: El Viringo, Guaduas, Jumarín, quebrada de Buenavista cultivándose principalmente el maní. En cuanto se refiere a la agricultura de secano o temporal en su mayoría se practica en los sitios bajos del Cantón principalmente Jardín Bajo, Triunfo Bajo, Lozumbe, Pan de azúcar, Y del guineo se cultiva principalmente maíz.

#### **6.1.10 Subsector ganadero**

Chaguarpamba cuenta con importantes áreas de pastizales para la ganadería, es decir el 18% de la superficie del suelo está dedicada a esta actividad.

#### **6.1.11 Pastizales**

Los tipos de pasto en Chaguarpamba suman un total de 16667has, de las cuales se destaca pastos cultivados con 8 760 has que totaliza 738 UPAs y pastos naturales con 7 907has y 914 UPAs.

#### **6.1.12. Producción pecuaria**

La producción pecuaria es otra de las actividades que genera ingresos a la población aunque aún no se ha tecnificado de modo que la crianza de ganado es de forma tradicional.

#### **6.1.13. Riego**

En el Cantón Chaguarpamba aún no se ha tecnificado el riego, manteniéndose el método tradicional que es a gravedad, según el III Censo Nacional Agropecuario 697UPAs (1 388Ha) se irrigan con el método por gravedad y 18UPAs (70Ha) con el método por aspersión. Estos métodos de riego se los utiliza principalmente para actividades agrícolas, siendo la principal fuente de riego el Rio-Quebrada.

#### **6.1.14. Infraestructura productiva**

La infraestructura agropecuaria del Cantón Chaguarpamba en gran mayoría no tiene grandes inversiones ni se ajusta a diseños y requerimientos técnicos a pesar de aquello existen pequeñas instalaciones las mismas que se las agrupado en categorías bien diferenciadas y en orden de importancia tenemos: tendales para el secado de café cereza; instalaciones para cría de animales menores como: pollo criollo, cerdos; instalaciones ganaderas que comprende únicamente a los corrales la gran

mayoría son de tipo tradicional; infraestructura de procesamiento de la caña de azúcar (moliendas) tenemos para elaboración de panela.

A pesar de esto en pequeña escala encontramos infraestructura adecuada para la producción de pollos broiler que se lo verifica en las parroquias Chaguarpamba, Buenavista y Santa Rufina. A esto se suma una importante infraestructura en la cabecera cantonal de Chaguarpamba que es el Camal Municipal, presta beneficios a 20 usuarios (matarifes) para la faena de ganado mayor (bovino) y ganado menor (porcino) 7 y 13 matarifes respectivamente. En la actualidad se está faenando un promedio de 30 cerdos y 7 bovinos por semana, obteniendo un resultado de 330@ de carne de res y 600@ de cerdo por mes, todo esta canal es transportada y comercializada en el Centro Comercial "Ciudad de Chaguarpamba"

#### **6.1.15. La actividad forestal y el empleo**

La situación ambiental por la degradación que se ha producido, solamente se la puede revertir con la recuperación de la cubierta vegetal, tomada la misma como parte del sistema productivo, considerando esta situación la actividad forestal se constituye en una fuente importante para la generación de empleo, ya que prevé incorporar mano de obra de manera intensiva en áreas rurales que no han sido aprovechadas para la agricultura y ganadería, en nuestro Cantón el componente forestal es prioritario para su desarrollo.

En la figura siguiente se refleja la necesidad de la población que mantiene para la explotación forestal, es así que el 55% requiere de plantaciones para la obtención de leña la misma que es destinada principalmente para las moliendas y combustible, el 41% para implementar cercas y el 4% para el comercio.

#### **6.1.16. Actividad acuícola**

En el Cantón Chaguarpamba en sus ríos Yaguachi, Pindo, Umbalao; quebradas principalmente: Saraguallas, Hacienda Nueva, Chipianga y algunas vertientes aún encontramos grupos de peces nativos de la zona como: la raspa, mojarra, la pica, manchira, entre otras; siendo esta variedad el alimento de las familias que habitan cerca.

#### **6.1.17. Piscicultura**

La Piscicultura asoma como nueva alternativa de generación de ingresos, a raíz de la caída de los precios de productos agropecuarios, el periodo seco es apropiado para la producción de peces. En nuestro Cantón esta actividad está bien desarrollada en la parroquia el Rosario sector Trapiche encontrándose criaderos de tilapia cuya especie es la tilapia roja. La producción es para el consumo y venta local a los turistas que llegan desde el vecino Cantón de Portovelo, en el resto de parroquias esta actividad no ha sido desarrollada por la falta de apoyo técnico y económico de las autoridades, en este caso quien tiene dicha competencia es el MAGAP, sin embargo en la actualidad se está implementando criaderos en los sitios: Y del guineo-las Juntas, la Esperanza, Hacienda Nueva y Cristo del Consuelo.

#### **6.1.18. Industria agroalimentaria**

Los productos transformados o industrializados son aquellos que no se venden en estado natural, sino después de la agregación de valor en las empresas comunitarias o familiares.

En el Cantón Chaguarpamba existen familias que realizan la transformación de sus cosechas agrícolas, principalmente de la caña, café, maní y de la parte pecuaria la leche; de los productos citados se obtiene café molido, pasta de maní, maní confitado, bocadillos, panela, huevos de faldiguera, manichos, queso y yogur: existen varios destinos de

comercialización de estos productos los cuales se dirigen hacia el mercado local (Feria Dominical) y a sectores vecinos de la provincia de Loja.

#### **6.1.19. Industria minera**

A nivel nacional la minería contribuye al crecimiento armónico de la economía y de la sociedad, crea fuentes de trabajo y genera divisas, los recursos minerales incluyen: minerales metálicos y no metálicos que en algunos casos representan una fuente importante de ingresos para sus habitantes y propician el desarrollo económico del sector.

Chaguarpamba cuenta con un ambiente geológico muy favorable para la exploración y explotación de materiales minerales; históricamente se ha venido explotando en forma artesanal minerales como: oro en el Rio Yaguachi descubierto por mineros artesanales, campesinos del agro, cazadores y/o aficionados de la provincia de El Oro, además existe la minería artesanal de productos no metálicos como la extracción de arena y piedra de los cauces del río Umbalao y Pindo que se utiliza para la construcción.

Hoy en día la minería como industria no ha sido desarrollada a gran escala, debido a que no se han realizado inversiones para explorar sistemáticamente el territorio, y además la pequeña minería no cuenta con un asesoramiento técnico adecuado, consecuentemente su aporte al sector y a la provincia es insipiente, además de los impactos negativos para el medio ambiente.

#### **6.1.20 Comercio**

El comercio ha sido la actividad independiente que permite a los inversionistas emprender en diversas líneas de productos y de servicios, a veces con capitales propios sin embargo la gran mayoría con el apoyo crediticio para este sector. En nuestra parroquia el comercio se ha desarrollado de manera marginal, con alta dependencia de los grandes



centros de producción, que han incrementado los precios al consumidor final en forma exagerada, teniendo mucho que ver los intermediarios.

El área comercial de la cabecera Chaguarpamba está conformada por tiendas (restaurantes, tiendas de productos de primera necesidad, negocios de ropa y artículos de bisutería, cabinas telefónicas) que se ubican en las residencias ya sea en la Panamericana (barrio La Alborada) o en el área céntrica de la ciudad como lo es la calle 10 de Agosto, además cuenta con un centro comercial y una feria libre que de algún modo permite a los habitantes se abastezcan de los productos básicos que conforman en parte la canasta familiar.

#### **6.1.21 Sistemas de comercialización**

El sistema de comercialización se desarrolla en dos formas, la primera interna y se refiere a los pequeños productores de los diferentes barrios quienes comercializan su producción directamente en la feria dominical y en el Centro Comercial, productos como: el guineo, plátano, frutas tropicales (naranja, aguacate, mandarina, sapote, mango); productos semielaborados: bocadillos, panela, huevos de faldiguera, manichos, maní confitado, derivados de la leche (queso, quesillo); a ello se suman el café, el maní y maíz que son comprados por los intermediarios y estos a su vez lo comercializan en gran volumen a la provincia de El Oro y Guayas, todos estos productores se convierten en consumidores ya que además de vender su producción también compran productos locales de primera necesidad (carnes, derivados de la leche, hortalizas y granos) para su consumo semanal.

Una segunda forma de comercializar es la externa, lugares como San José, Y del Guineo, Lozumbe y Buenavista sus productores comercializan su producción agropecuaria principalmente pollo y maíz a los mercados de Machala, Guayaquil y Cuenca, a esto se suman pequeños productores artesanales del barrio el Huato que expenden sus productos (derivados de

la caña) a mercados provinciales como: Catacocha, el Cisne y Loja especialmente en temporadas festivas.

Existe una Asociación de Productores Agropecuarios de Chaguarpamba (APACCH) que realizan el acopio de café despulpado y que adquieren este producto a grupos de interés en sectores específicos del cantón

Chaguarpamba, anualmente entregan 400 quintales de café despulpado a la Asociación de Productores Especiales de Marcabellí.

El centro comercial beneficia a 57 usuarios, los mismos que están distribuidos en dos plantas (pisos); el primero está ocupada por el área de cárnicos (carne de cerdo y de res), en la segunda planta lo constituye el área de verduras, mariscos, frutas, abarrotes, comedores, jugos y las secciones de dulces, queso-quesillo, pollo y pan.

#### **6.1.22 Transporte**

En lo que se refiere a los medios de transporte, la cabecera cantonal de Chaguarpamba y algunos barrios por su ubicación están beneficiados por el transporte vehicular de varias empresas de pasajeros que prestan sus servicios a los diferentes puntos de destino de la provincia y el país estas son: Cooperativa de Transportes Loja, Cariamanga, Catamayo, Santa, Piñas, TAC, Nambija, Yanzatza y Panamericana Internacional.

Para trasladarse a las diferentes parroquias y barrios rurales se cuenta con el servicio de una cooperativa de camionetas denominada Compañía Chaguarpamba Transporte Mixto S.A integrada por 18 socios, a esto se suman las rancheras que encontramos en puntos estratégicos para de alguna manera transitar a los diferentes sitios del Cantón.

#### **6.1.23 Comunicaciones y tecnología**

**Telefonía pública.-** En el Cantón Chaguarpamba se considera aún deficitaria el 92% de la población no dispone de este servicio y en un reducido porcentaje representado por el 8% son beneficiados, debe

indicarse que este servicio es la principal herramienta de trabajo tanto para los pequeños productores y comerciantes, así como para cubrir las necesidades socio-económicas individuales de cada uno de los clientes.

**Telefonía celular.-** En nuestro Cantón existen dos empresas que proporcionan este importante servicio a la colectividad, las empresas son Claro y Movistar con cobertura y número de usuarios diferentes tanto en la parte urbana como rural. El 66% de hogares del Cantón Chaguarpamba disponen del servicio de celular, frente a un 34% que aún no lo obtienen.

**Internet.-**El Internet en la actualidad se está incrementado al igual que el servicio de telefonía celular que se lo encuentra en casi todos los sectores de la provincia y país, las compañías telefónicas que se encuentran proporcionando este servicio principalmente son: Telconet y actualmente la CNT (Corporación Nacional de Telecomunicaciones), quienes venden un servicio de internet inalámbrico especialmente a instituciones públicas y a varios locales comerciales.

En el Cantón Chaguarpamba aún es muy insuficiente, 21 hogares disponen de este servicio representado por el 1%. Principalmente en la cabecera cantonal este servicio lo encontramos en instituciones públicas, centros educativos y en tres locales que prestan el servicio de internet.

#### **6.1.24 La Encuesta:**

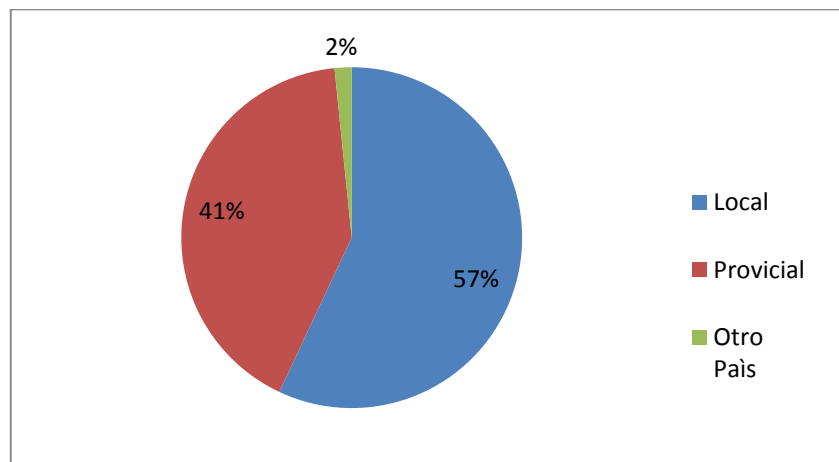
A continuación se detalla el análisis cuantitativo y cualitativo de cada una de las interrogantes planteadas en las encuestas aplicadas:

## 1.-Diga su lugar de procedencia

CUADRO N. 6

Lugar de procedencia	#	%
Local	212	57
Provincial	153	41
Otro país	7	2
Total	372	100

GRÁFICO N° 1



### Interpretación:

Mediante la pregunta que se realiza a turistas, el 57% manifestó que su lugar de procedencia es local, el 41% provincial, con lo que respecta a turistas de otro país corresponde al 2 % de encuestados.

## 2.- Entre que rango de edad usted está

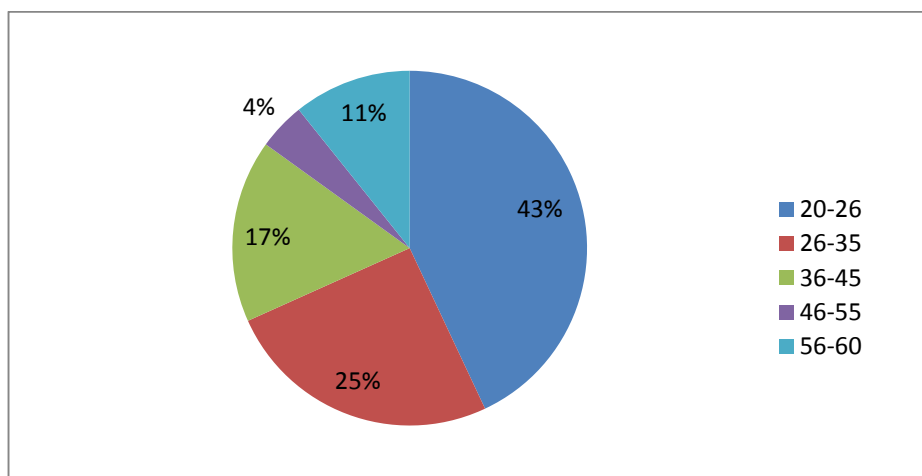
CUADRO N: 7

Rango de Edad	#	%
20-25	160	43
26-35	94	25
36-45	62	17
46-55	16	4
56-60	40	11
Total	372	100

FUENTE: Investigación Directa (2014)

Elaborado por: Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**GRÁFICO N° 2**



**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**Interpretación:**

De acuerdo a la edad de los encuestados el 43% tienen una edad promedio de 20 a 25 años, el 25% corresponde a turistas de 26 a 35 años, el 17% pertenece a un rango de edad de 36 a 45%, el 4 % de 46 a 55 y el 11 % de encuestados pertenece a 56 a 60 años de edad.

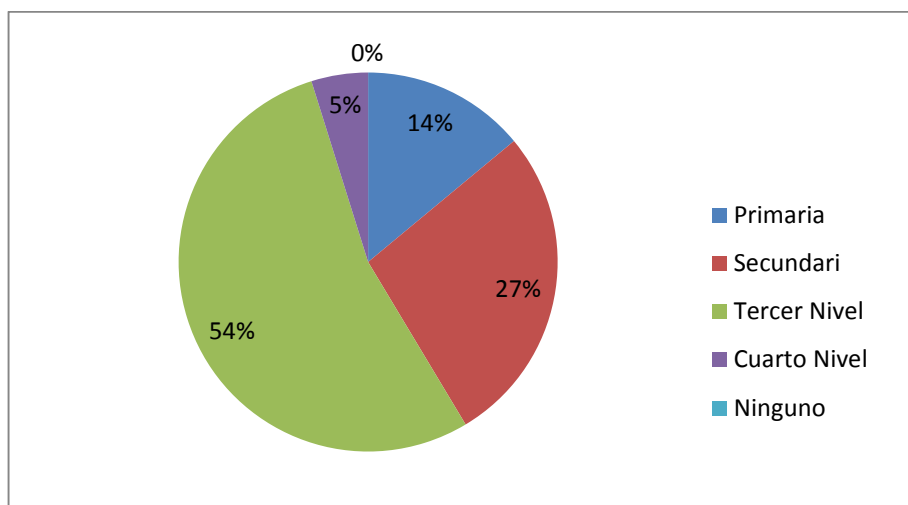
**3.- Qué nivel de instrucción académico tiene usted**

**CUADRO N: 8**

Nivel de Instrucción	#	%
Primaria	52	14
Secundaria	102	27
Tercer nivel	200	54
Cuarto nivel	18	5
Ninguno	0	0
TOTAL	372	100

**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**GRÁFICO N° 3**



**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**Interpretación:**

Con lo que respecta a la pregunta planteada sobre el nivel de instrucción el 14% de encuestados tiene un nivel bajo de instrucción correspondiente a primaria el 27% pertenece a el nivel de secundaria el 54 % a el tercer nivel, y en un mínimo porcentaje del 5 % al cuarto nivel

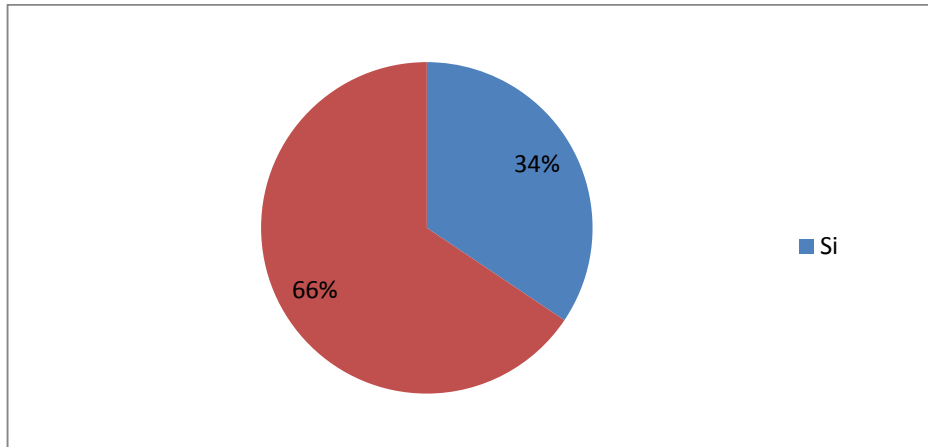
**4.- Conoce usted cuales son los principales atractivos del Cantón de Chaguarpamba**

**CUADRO N: 9**

Conoce atractivos de Chaguarpamba	#	%
Si	128	34
No	244	66
TOTAL	372	100

**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**GRÁFICO N° 4**



**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**Interpretación:**

Con lo que respecta a la interrogante planteada el 66% desconoce de los atractivos que posee Chaguarpamba, y el 34% de encuestados afirma conocer ciertos lugares ya que se encuentran cerca del Cantón Chaguarpamba.

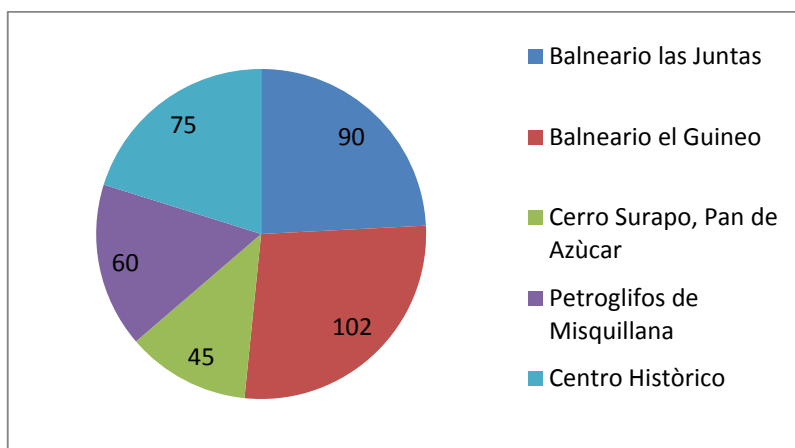
**5.- De los siguientes atractivos cuales usted ha visitado**

**CUADRO N: 10**

<b>Cual ha visitado</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Balneario El Guineo	102	28
Balneario Las juntas	90	24
El cerro Surapo, Pan de Azúcar	45	12
Laguna de Sariguallas	75	20
Cerro Chincha-Cruz	60	16
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**GRÁFICO N° 5**



**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**Interpretación:**

A lo que concierne a la pregunta cinco que atractivo ha visitado, el 28% ha visitado el Balneario el Guineo, el 24% ha conocido el Balneario las Juntas, el 20 % conocen la Laguna de Sariguallas ya que se encuentra en todo el centro del cantón, el 16 % corresponde al Cerro Chinchacruz, y el 12% conoce el Cerro Surapo.

Los más destacados son los dos Balnearios ya que la gente le gusta visitar ese tipo de atractivos por diversión.

**6.- Visita usted con frecuencia los sitios antes mencionados**

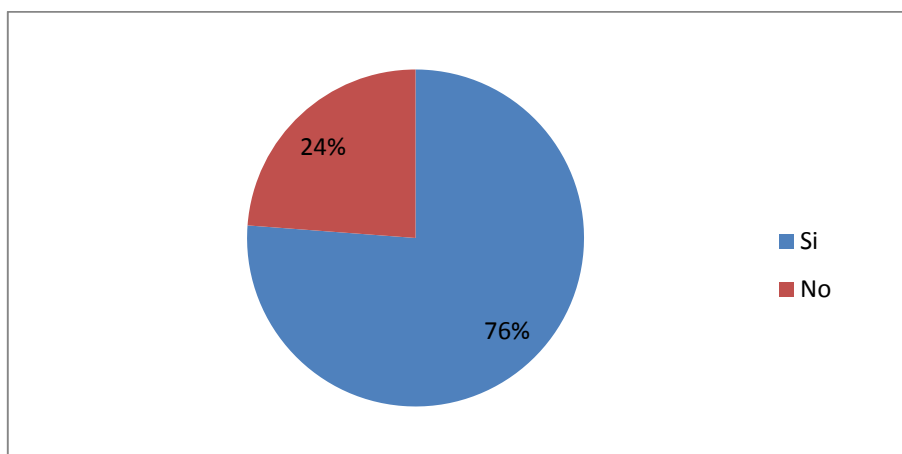
**CUADRO N: 11**

Visita con frecuencia los Sitos	#	%
Si	192	76
No	60	24
Total	252	100

**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco



**GRÁFICO N 6**



**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**Interpretación:**

Del 100% de encuestados el 76% afirma que si visita con frecuencia los atractivos turísticos y el 24% que no lo hace con frecuencia. La mayoría de los encuestados asegura ir a Chaguarpamba y visitar ciertos atractivos varias veces al año, sobre todo los que se encuentran cerca del centro cantonal

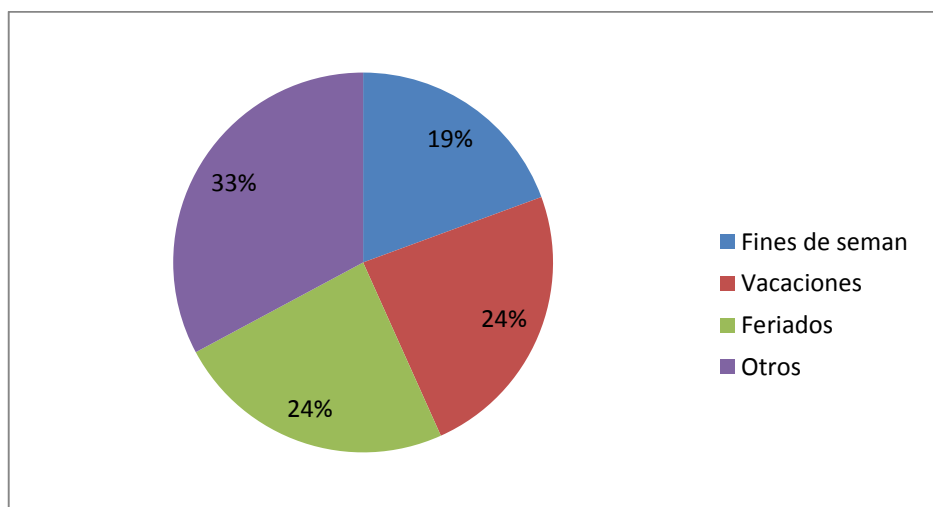
**7.- Si su respuesta es afirmativa señale la frecuencia**

**CUADRO N: 12**

<b>Señale la Frecuencia</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Fin de Semana	26	19
Vacaciones	32	24
Feriados	32	24
Otros	44	33
<b>TOTAL</b>	<b>134</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**GRÁFICO N: 7**



**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**Interpretación:**

Basándose en la frecuencia de turistas que visitan el Cantón Chaguarpamba la mayor parte con un 33% menciona que visita el lugar solo en las fiestas del cantón, el 24% corresponde a Vacaciones y Feriados y en un 19% los fines de semana durante ciertos días del año.

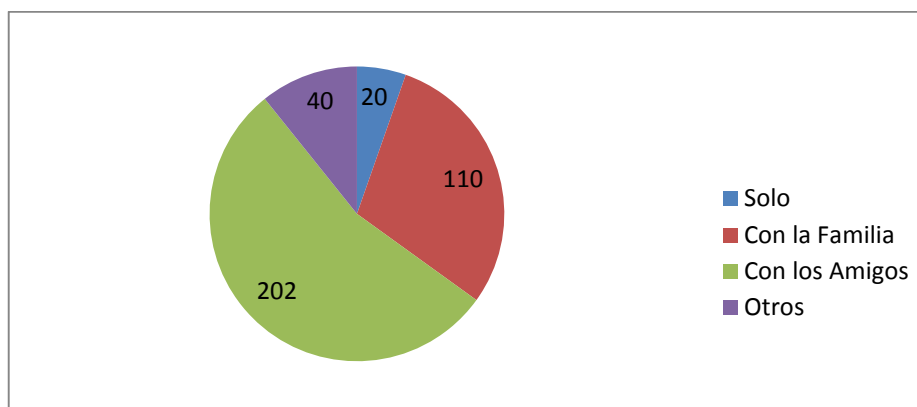
**8.- Cuándo usted visita los lugares antes mencionados lo hace**

**CUADRO N: 13**

Quando lo visita lo hace:	#	%
Solo	20	5
Con la familia	110	30
Con los amigos	202	54
Otros	40	11
TOTAL	372	100

**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**GRÁFICO N: 8**



**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**Interpretación:**

Con lo que respecta a la interrogante planteada el 30% visita el Cantón Chaguarpamba con la familia, el 54% lo realiza con los amigos, el 5% lo hace solo y a lo que respecta a otros con un porcentaje del 11% lo realizan por motivo de trabajo con compañeros de labor, con esto nos podemos dar cuenta que la gran parte de personas que visitan el Cantón siempre lo harán acompañado.

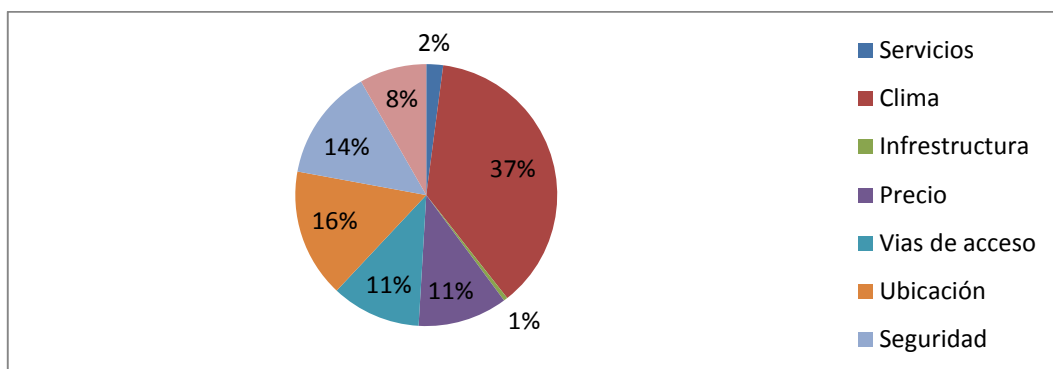
**9.- Cuáles de las siguientes alternativas toma en cuenta para visitar los sitios anteriormente nombrados del Cantón Chaguarpamba**

**CUADRO N: 14**

Alternativa q toma en cuenta	#	%
Servicios	6	2
Clima	108	38
Infraestructura	0	0
Precio	32	11
Vías de acceso	32	11
Ubicación	46	16
Seguridad	40	14
Otros	24	8
TOTAL	288	100

**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**GRÁFICO N: 9**



**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

### **Interpretación:**

De acuerdo a las alternativas que se les menciona a los turistas del porque visita el Cantón la mayoría de encuestados correspondientes a un 38% mencionan que es por la calidad de su clima, el 8% se lo considera a OTROS y esto basándose a las fiesta religiosas del lugar; el 11% equivale a los precios ya que son accesibles ,el 2% a servicios, vías de acceso representa el 11%, en lo que concierne al vías de acceso tenemos un 16%, y seguridad un 14% ya que consideran que Chaguarpamba es una Cantón tranquilo y seguro

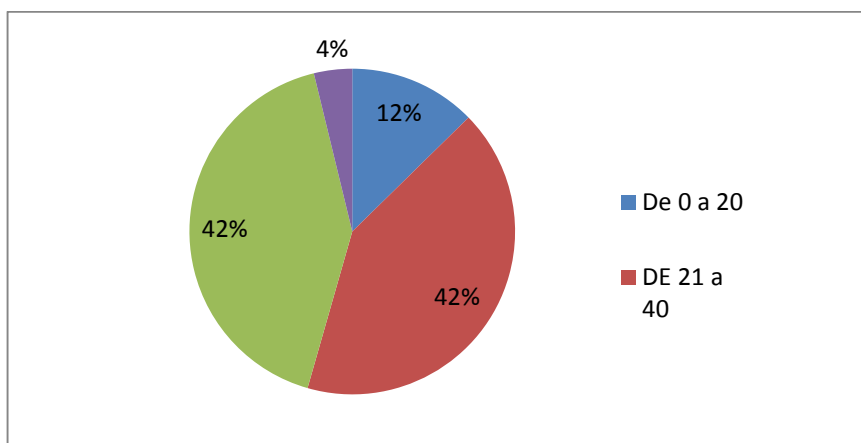
### **10. Cuál es su presupuesto cuando visita estos lugares**

**CUADRO N: 15**

<b>Cuál es su Presupuesto</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
De 0 a 20	20	12
De 21 a 40	66	42
De 41 a 60	66	42
De 61 a 80	6	4
De 81 a 100	0	0
Más de Cien	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>158</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**GRÁFICO N. 10**



**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**Interpretación:**

A lo que concierne a esta pregunta de cuál sería su presupuesto para visitar el Cantón el 42% dice que llevaría o gastaría de 21 a 40 dólares, igualmente el mismo porcentaje para las personas que llevarían de 41 a 60 dólares, el 12% corresponde de 20 dólares mientras que el 4% dice llevar de 61 a 80 dólares.

El Cantón ofrece diferentes formas de hacer turismo la mayor parte corresponde a lugares de naturaleza, con lo que conlleva a la alimentación en el centro del Cantón ofrece comida tradicional a precios bastante accesibles

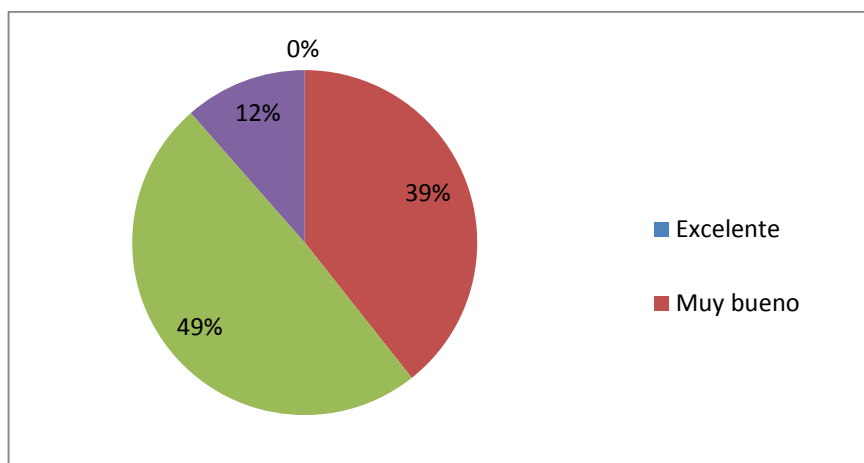
**11. En qué condiciones se encuentran los servicios existentes en los lugares antes mencionados**

**CUADRO N: 16**

Condiciones de los Servicios	#	%
Excelente	0	0
Muy bueno	48	39
Regular	60	49
No existen servicios	14	12
TOTAL	122	100

**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**GRÁFICO N: 11**



**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**Interpretación:**

Del 100% de encuestados el 49% afirma que los servicios están en una condición regular, el 39% afirma que es Muy Bueno y el 12% que no existen servicios en el Cantón. En realidad Chaguarpamba cuenta con pocos servicios y los mínimos que tiene no cuentan con una buena capacitación para atender a ciertos turistas que visitan este lugar.

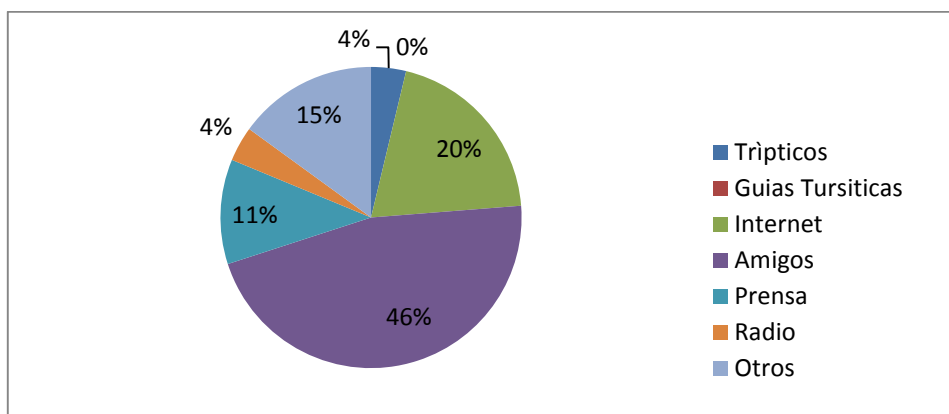
**12. A través de qué medio usted recibió información de los lugares antes mencionados**

**CUADRO N: 17**

Medios de Información	#	%
Trípticos	6	4
Guías Turísticas	0	0
Internet	32	20
Amigos	74	46
Prensa	18	11
Radio	6	4
Otros	24	15
TOTAL	160	100

**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**GRÁFICO N: 12**



**FUENTE:** Investigación Directa (2014)

**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**Interpretación:**

Del 100% de los encuestados el 46% recibió información de sus amigos, el 20% a través del internet, el 15% corresponden a otros en el caso de instituciones públicas nos supieron manifestar los encuestados, un 11 % a la prensa y un 4% a trípticos y a la Radio.

Cabe recalcar que el Cantón cuenta con poca información sobre los atractivos antes mencionados y la mayoría de los turistas se informan de ciertos amigos que conocen parte de este Cantón o de pequeña información que se encuentra en trípticos de la Provincia de Loja.

**13. ¿Qué tipo de publicidad le gustaría q se implemente en la difusión de los atractivos turísticos del Cantón Chaguarpamba**

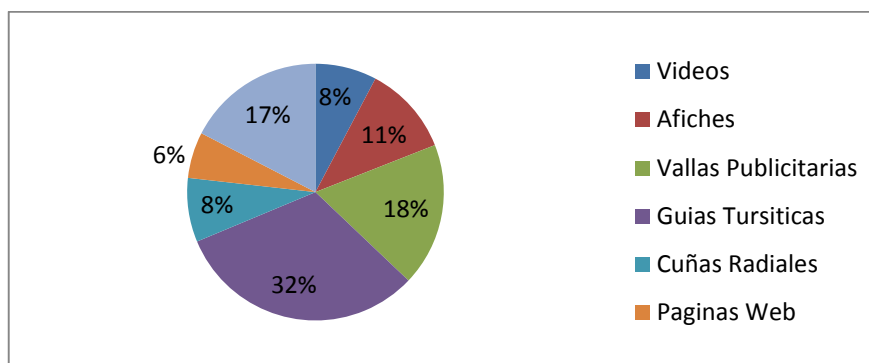
**CUADRO N: 18**

Tipo de Publicidad	#	%
Videos	24	8
Vallas Publicitarias	35	11
Afiches	56	18
Guías Turísticas	98	32
Cuñas Radiales	25	8
Páginas web	18	6
Trípticos	54	17
TOTAL	310	100

**Fuente:** Investigación Directa (2014)

**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**GRÁFICO N: 13**



**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**Interpretación:**

La mayoría de los encuestados que representa el 32% exponen que la mejor publicidad que se le puede dar a los atractivos del Cantón Chaguarpamba es realizar una Guía Turística, el 18% están de acuerdo con las Vallas Publicitarias, mientras que el 17% se han inclinado por Trípticos, el 11% de los encuestados prefieren Afiches, las personas que desean que se realicen Videos Publicitarios y Cuñas Radiales representan un 8%, y el 6% restante se inclinan por Páginas Web.

**14. Qué tipo de actividades usted realiza cuando visita los lugares antes mencionados**

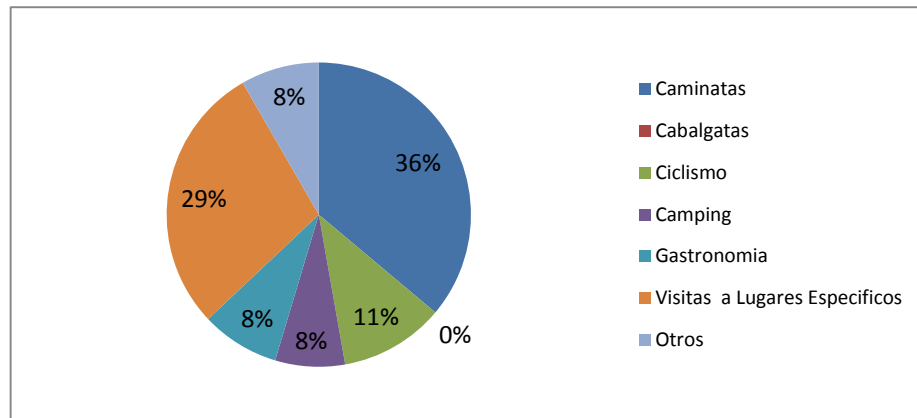
**CUADRO N: 19**

Actividad que realiza	#	%
Caminatas	78	36
Cabalgatas	0	0
Ciclismo	24	11
Camping	16	8
Gastronomía	18	8
Visitas a lugares específicos	62	29
Otros	18	8
TOTAL	216	100

**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco



**GRÁFICO N: 14**



**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

### **Interpretación:**

El 36% de encuestados dice visitar Chaguarpamba con el propósito de realizar caminatas, un 29% por visitar lugares específicos, un 11 % por ciclismo, el 8 % han realizado camping, y en un 8 % por su gastronomía y en el caso de otros igual un 8% sencillamente por visitar a su familia.

Chaguarpamba ofrece diferentes formas de conocer sus atractivos ya sea por cabalgatas ciclismo caminatas entre otras formas, algunas personas encuestadas manifestaron que visitan ciertos lugares específicos como la iglesia, o por comprar un deliciosos queso o simplemente por visitar a sus familiares.

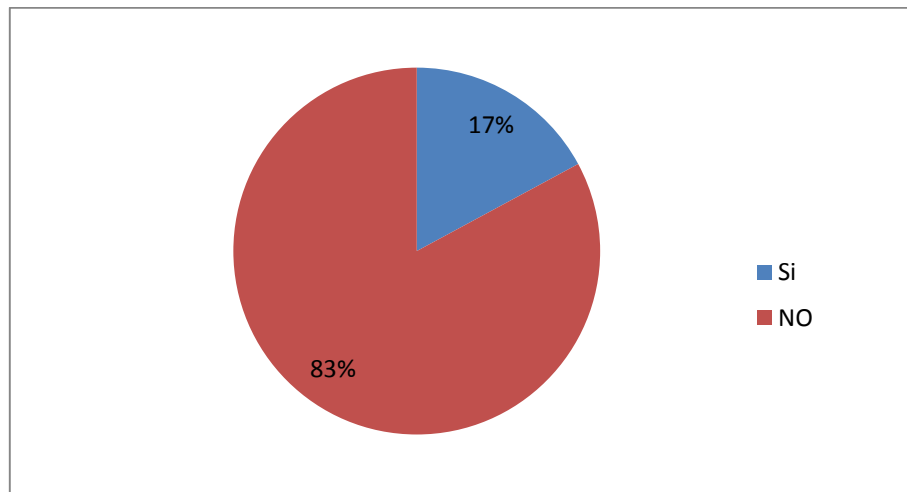
### **15.-Existe señalización dentro de los atractivos naturales**

**CUADRO N: 20**

<b>Existe Señalización</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Si	62	17
No	300	83
<b>TOTAL</b>	<b>362</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**GRÁFICO N: 15**



**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**Interpretación:**

Mediante la pregunta planteada el 83% que conoce los atractivos afirma que no existe señalización y el 17% restante que si existe. La realidad es que Chaguarpamba carece de buena señalización para cada uno de sus atractivos tiene un potencial turístico importante pero la mayoría de las personas desconoce por falta de información.

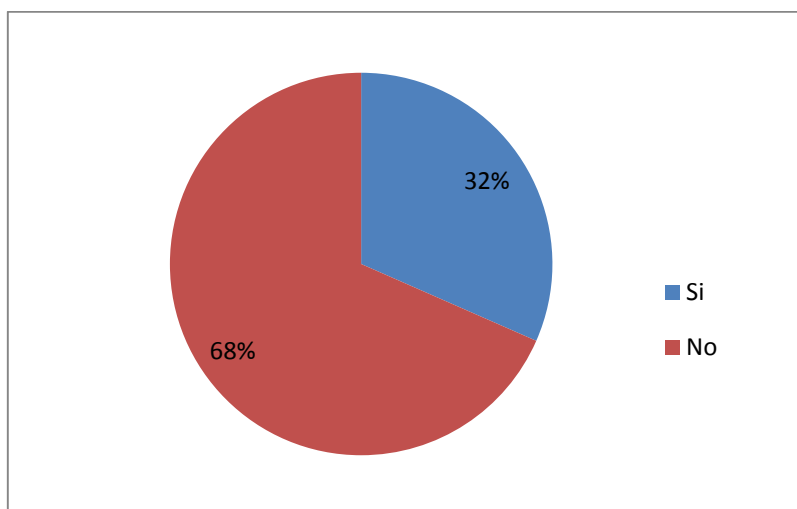
**16.- Cree usted que los atractivos naturales del Cantón Chaguarpamba pueden llegar a ser un icono representativo en otros países**

**CUADRO N: 21**

<b>Atractivos pueden ser icono en otro País</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Si	108	32
No	234	68
<b>TOTAL</b>	<b>342</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**GRÁFICO N: 16**



**FUENTE:** Investigación Directa (2014)

**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**Interpretación:**

En lo que respecta esta interrogante el 68% afirma que si, ya que cuenta con atractivos turísticos muy importantes y el 32% restante que no. Chaguarpamba que falta mucho por trabajar en lo que respecta a señalización, senderización en si información turística y por ende infraestructura turística.

**17. Cree usted que si los lugares antes mencionados tuvieran más promoción serían más visitados**

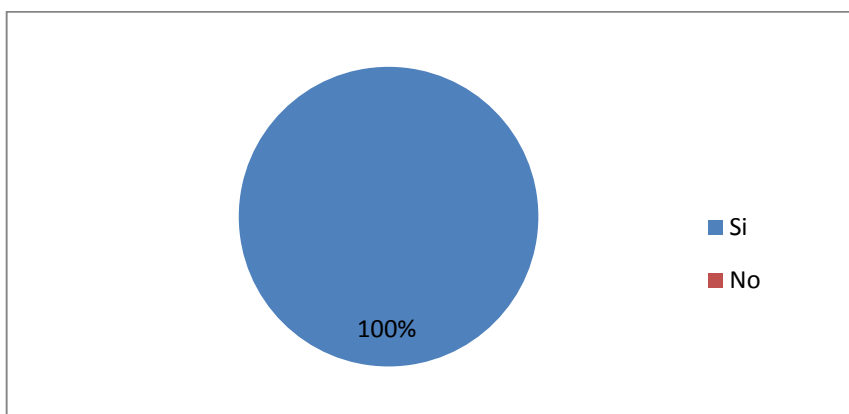
**CUADRO N: 22**

Si tuvieran promoción serian visitados	#	%
Si	372	100
No	0	0
TOTAL	372	100

**FUENTE:** Investigación Directa (2014)

**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**GRÁFICO N: 17**



**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**Interpretación:**

De acuerdo a la pregunta planteada el 100% confirma y dice que si estos atractivos fueran promocionados si serian visitados ya que serían un apoyo económico para todas las personas de este lugar. Vale recalcar que para ello es necesario mejorar la infraestructura turística que posee el Cantón y como también brindar un cuidado a cada uno de los mismos.

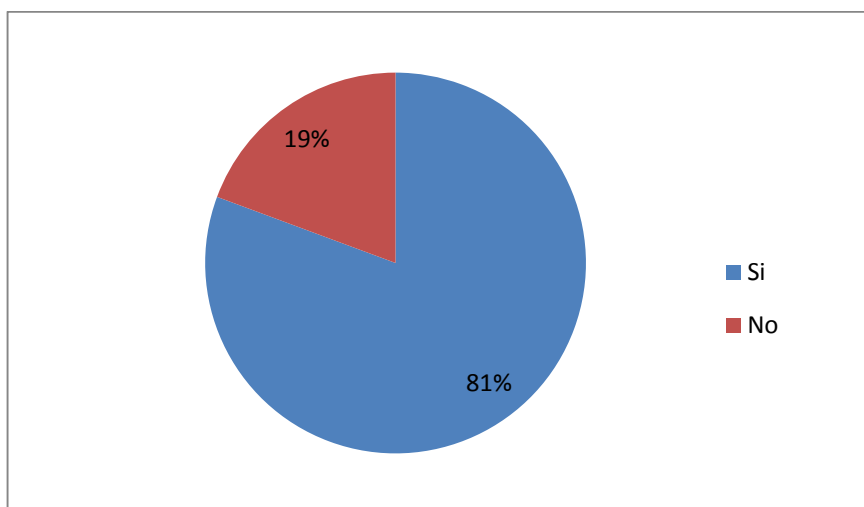
**18. Conoce usted, si en el Cantón Chaguarpamba existe algún lugar donde comprar productos producidos y elaborados**

**CUADRO N: 23**

<b>Conoce las Productos Elaborados</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Si	300	81
No	72	19
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**GRÁFICO N: 18**



**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**Interpretación:**

De los 372 encuestados, el 81% afirman que conocen los productos que se elaboran en Chaguarpamba, mientras que el 19% contrario. Cabe recalcar que el café y el maní en Chaguarpamba se produce mucho, y por las misma razón es muy conocido a nivel provincial.

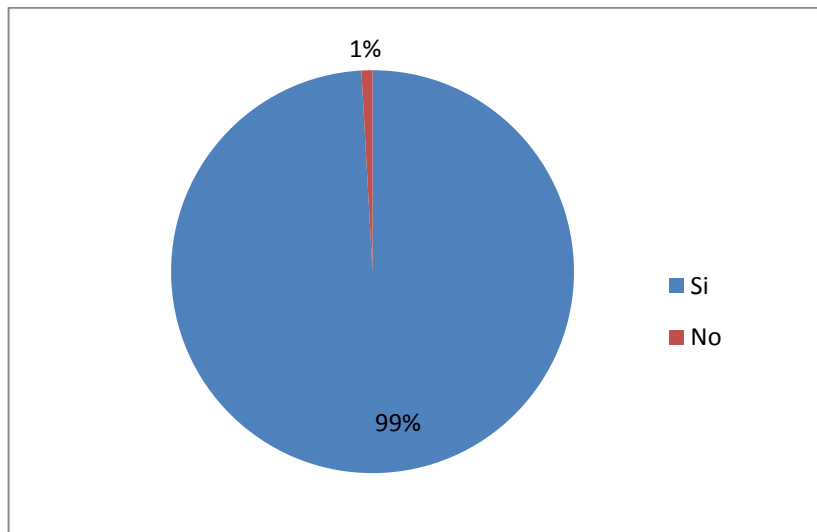
**19. Está de acuerdo usted en que si se promocionará productos elaborados y producidos fomentaría el turismo del Cantón Chaguarpamba**

**CUADRO N: 24**

Productos Formarían Parte de Turismo	#	%
Si	360	99
No	12	1
TOTAL	372	100

**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**GRÁFICO N: 19**



**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**Interpretación:**

La mayoría de los encuestados que represente el 99% están de acuerdo que los productos elaborados en Chaguarpamba formarían parte del turismo el Cantón de Chaguarpamba, el 1% al contrario dicen q no están de acuerdo.

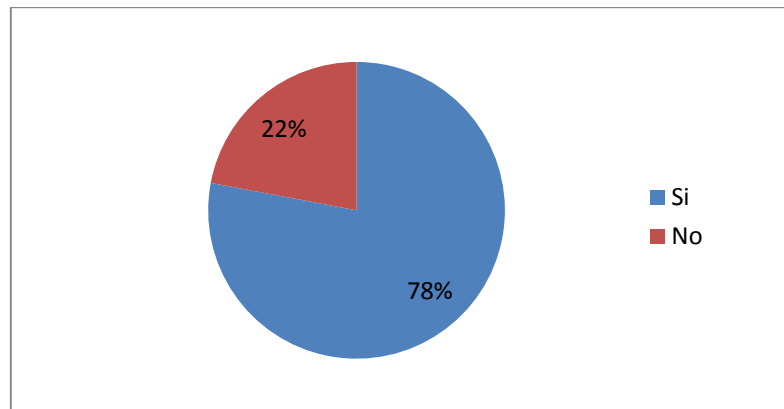
**20.- Está de acuerdo que en el Cantón Chaguarpamba se forme un grupo de personas que producen productos propios y producidos en el sector, para promocionarlos y vender a los turistas**

**CUADRO N: 25**

De acuerdo	#	%
Si	290	78
No	82	22
TOTAL	372	100

**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**GRÁFICO N: 20**



**FUENTE:** Investigación Directa (2014)  
**Elaborado por:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

### **Interpretación:**

Mediante la pregunta planteada el 78% de los encuestados están de acuerdo que se forme una asociación de personas para elaborar productos elaborados y así mismo crezca el turismo en dicho Cantón, y el 22% caso contrario.

Sin duda esto requiere de trabajo conjunto y de gestión por parte de las autoridades competentes para el beneficio tanto de pobladores como de turistas.

### **6.1.25 Diagnostico de Análisis Interno**

#### **La Entrevista:**

La entrevista fue aplicada a la presidente del GAD Municipal de Chaguarpamba quien manifestó lo siguiente:

**¿Cuáles son las principales fuentes de ingreso económico (destacar su importancia)?**

Las principales fuentes de ingreso son la agricultura y la ganadería, de las cuales depende el 90% de la población para subsistir. Los productos agrícolas que se obtienen son llevados a mercados de la localidad para su consumo

**¿Cómo se encuentra el desarrollo turístico en el sector?**

La actividad turística en el sector es regular, si nos visitan turistas nacionales y extranjeros pero los ingresos económicos que dejan de ella, no representan un beneficio significativo para el Cantón.

**¿Existe alguna organización comunitaria que desarrolle actividad turística en la zona?**

No existe ninguna organización comunitaria turística.

**¿Evento más importante y un aproximado en cuanto a cantidad de visitantes que recibe el sector?**

Fiestas cantonales o fiestas patronales; captan un número aproximado de 500 personas de la localidad y de otras partes de la provincia de Loja.

**¿Identifique los principales inconvenientes por los cuales no podría desarrollar turismo en el sector?**

Los principales inconvenientes para que no se desarrolle el turismo en el sector, son la poca difusión de los atractivos turísticos.

**¿Existe facilidades económicas para que los pobladores inviertan algún tipo de negocios?**

No tienen posibilidades de invertir en ningún tipo de negocio, ya que son personas de escasos recursos económicos, no tienen apoyo para esto.

**¿Qué actividades se podría implantar para fortalecer la economía del sector?**

Primeramente lo que se debe hacer formular un plan de marketing de atractivos y con esto se puede implementar infraestructura turística en toda la parroquia.

**¿Existe algún tipo de producto que se elabore en el lugar?**

Si, los bocadillos, el café que es exportada y consumida en toda la provincia de Loja y El Oro.



**¿Cuáles son los principales productos agrícolas que se producen en el sector?**

Son varios entre ellos están: arroz, maní, maíz, café, naranja, guineo, tilapia roja, caña de azúcar.

**¿Los productos que no se producen pero que se consumen de donde vienen principalmente?**

Vienen de Loja y Catamayo.

**¿Existe interés por parte de la población en incrementar una actividad relacionada con el turismo y la producción?**

Si existe interés, pero lamentablemente no cuentan con los recursos económicos suficientes para hacerlo.

**¿Existen proyectos que se estén ejecutando y se relacionen con la actividad turística en el lugar?**

Si, el proyecto del polideportivo que es un sitio de esparcimiento, donde se da cita la población, pero aún está en proceso de estudio.

### **6.1.26 Diagnostico Situacional**

#### **Reseña histórica del cantón Chaguarpamba.**

Debajo de las faldas del húmedo cerro CHINCHACRUZ se asentó una base para descanso de los comerciantes que llegaban de costa a sierra, tanto para comercializar o intercambiar sus productos.

Gracias a las bondades ofrecidas por esta tierra se fueron asentando cada vez más, es así que en cada amanecer se puede observar como el sol estimula a los caseríos asentados en esta majestuosa tierra. Considerándose así un lugar de tránsito comercial a esta ciudad.

Con el sometimiento a las tribus indígenas se estableció el feudalismo apareciendo los grandes hacendados, es por eso que se considera que entre los años 1760 se instauró un primer caserío que da origen a la

población de Chaguarpamba entre las haciendas Piedra Blanca y Chaguarpamba, cuyos propietarios eran de origen zarumeño.

La conformación territorial histórica del cantón Chaguarpamba, según sus viejos pobladores; entre ellos, Don Julio Humberto Hidalgo, uno de los impulsores de la cantonización, relata que los territorios de Chaguarpamba pertenecieron a Zaruma, que en ese tiempo constituía parte de la provincia de Loja. A raíz de la provincialización de El Oro, Zaruma pasa a formar parte de esta provincia; y Chaguarpamba se constituye como parroquia del cantón Paltas, provincia de Loja.

La historia afirma que la zona de Chaguarpamba, fue reconocida como parroquia del Cantón Paltas, desde el 29 de mayo de 1869, siendo presidente el Dr. Gabriel García Moreno (1869-1875).

El proceso de cantonización dura casi 4 años de gestión, iniciándose en Febrero de 1982 y alcanzando el decreto ejecutivo de cantonización el 4 de Diciembre de 1985, siendo Presidente de la República el Dr. Rodrigo Borja. En este gran proceso se destacaron personajes históricos en calidad de directivos del Comité Pro-cantonización los siguientes: Pbro. Leonardo Macas, como Coordinador; Sr. Clotario Hidalgo como Presidente; extinta Srta. Celsa Mocha Ordóñez, Prof. Franco Díaz Guerrero como Secretario y Sr. Baltazar Vallejo en calidad de Tesorero.

## **ÁREA DE ESTUDIO**

### **Ubicación geográfica**

El cantón Chaguarpamba se encuentra ubicado en el Nor-oeste de la provincia de Loja, región sur del Ecuador, zona de transición entre la costa y la sierra ecuatoriana, entre los flancos o ramales de la cordillera occidental de los Andes. Su cabecera cantonal Chaguarpamba, se encuentra a una distancia aproximada de 117 Km. de la capital provincial de Loja, requiriéndose un tiempo, aproximado, de dos horas de viaje para llegar a la cabecera cantonal.

## Extensión y límites

Tiene una extensión de 317,7 Km<sup>2</sup> de superficie (31770 has) las mismas que significan el 2.76% de la superficie total de la provincia de Loja, circunscritos dentro de los siguientes límites:

Al norte: con los cantones, Portovelo y Piñas, prov. de El Oro.

Al sur: con los cantones, Olmedo y Paltas, provincia de Loja.

Al este: con el cantón Catamayo. Provincia de Loja.

Al oeste: con el cantón Paltas. Provincia de Loja.

## Coordenadas geográficas:

79°, 38', 27" de longitud oeste.

3°, 52', 23" de latitud sur.

## División política territorial

El cantón Chaguarpamba está constituido por 5 parroquias, 1 urbana y 4 rurales.

**FIGURA N.3 Mapa físico de Chaguarpamba**



**Fuente:** PDyOT Chaguarpamba  
**Elaboración:** Liliana Tapia Pacheco



**Cuadro N. 26** Población por edades

Grupos de edad	Hombre	Mujer	Total
De 1 a 4 años	71	61	132
De 5 a 9 años	255	261	516
De 10 a 14 años	367	353	720
De 15 a 19 años	420	401	821
De 20 a 24 años	326	301	627
De 25 a 29 años	231	192	423
De 30 a 34 años	198	173	376
De 35 a 39 años	196	189	399
De 40 a 44 años	211	166	385
De 45 a 49 años	206	168	377
De 50 a 54 años	172	142	374
De 55 a 59 años	175	177	352
De 60 a 64 años	149	161	310
De 65 a 69 años	215	168	383
De 70 a 74 años	157	125	282
De 75 a 79 años	92	86	178
De 80 a 84 años	58	62	120
De 85 a 89 años	26	27	53
De 90 a 94 años	6	7	13
De 95 a 99 años	-	3	3
De 100 años y mas	-	3	3
<b>Total</b>	<b>3.734</b>	<b>3.427</b>	<b>7.161</b>

**Fuente:** PDyOT Chaguarpamba

**Elaboración:** Liliana tapia Pacheco

### **Migración en el cantón Chaguarpamba**

En este aspecto podemos indicar que en el cantón Chaguarpamba al igual que el resto de cantones de la línea fronteriza de las provincias del sur ecuatoriano, sus jóvenes (hombres y mujeres), al igual que las personas mayores (más mujeres, madres de familia) optaron por migrar fuera del país, su destino principal fueron los países de Europa (España e Italia) en su mayoría. Mientras que los que no tuvieron los recursos para viajar al exterior, tuvieron que ir en busca de mejores días para sus familias a las

ciudades de Guayaquil, Quito y la provincia de El Oro, en esta última fijaron su destino a las minas del cantón Portovelo.

Según el VII censo de población y VI de vivienda 2010, se define que en el cantón Chaguarpamba emigraron un total de 97 personas, en la cabecera cantonal emigraron 51 personas que representa el 53 % del total de los migrantes, en Buenavista 23 personas que representa un 24 %, en la parroquia El Rosario 7 personas que representa un 7 %, en la parroquia Santa Rufina 8 personas que representa un 8% y la parroquia Amarillos 8 personas que representa un 8 % al global.

**Cuadro N. 27** Casos de migración

Parroquia	Casos
Chaguarpamba	51
Buenavista	23
El Rosario	7
Santa Rufina	8
Amarillos	8
TOTAL	97

Fuente: PDyOT Chaguarpamba  
Elaboración: Liliana tapia Pacheco

## **Pobreza**

Según la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la pobreza es un fenómeno definido como la insatisfacción o privación de las capacidades básicas, es decir, la imposibilidad de vivir en una vida mínimamente decente. Además de la insatisfacción de una o más necesidades humanas básicas, la carencia de oportunidades para satisfacerlas. “Las necesidades básicas no se refieren únicamente a aquellas materiales como el estar bien alimentado, tener vestido o vivienda, sino también a aquellas no materiales como la libertad, la dignidad, el respeto a uno mismo y los demás, la participación libre en la construcción de la sociedad y las oportunidades para llevar una larga vida, sana y creativa”.

### **Población con analfabetismo del cantón Chaguarpamba**

Según la estadística del INEC 2011. El promedio de personas que no poseen instrucción educativa alguna en la parroquia de Chaguarpamba es de 5.1, en la parroquia de Buenavista el índice es de 6.66, en la parroquia El Rosario el promedio de personas analfabetas es de 1.69, en la parroquia de Santa Rufina el índice de analfabetismo alcanza el 6.12, en la parroquia de Amarillos el promedio de analfabetismo es de 11.83, dando un total de 31.24 nivel del cantón Chaguarpamba. Como se puede ver el sector con el índice más alto de personas analfabetas es la parroquia de Amarillos.

### **Tenencia o propiedad de vivienda en Chaguarpamba**

De este informe se puede interpretar que en la parroquia Chaguarpamba un 61% posee vivienda propia totalmente pagada; un 12% cuenta con vivienda propia (regalada, donada, heredada o por posesión); el 11% tiene vivienda prestada o cedida (no pagada), igual porcentaje, es decir el 11% tiene vivienda arrendada, el 3% cuenta con vivienda propia y la está pagando, finalmente el 2% por servicios.

### **Servicios básicos**

Mediante la investigación realizada se ha observado que existen alrededor de 2489 personas en el área rural, de las cuales 747 poseen agua cruda o agua sin tratar (agua entubada) que equivale a un 30 % del total de la población; mientras que 1742 no poseen este tipo de servicio esto es igual al 70 % de la población. Como se puede observar la, mayoría de la población del área rural no posee un servicio de agua que este apta para el consumo, por lo que está propensa a adquirir enfermedades infectocontagiosas.

### **Servicio de recolección de residuos sólidos en el área rural de la parroquia de Chaguarpamba**

Mediante la investigación de campo realizada se puede verificar que existen alrededor de 2489 personas en el área rural, de las que se comprueba que ninguna de ellas cuenta con el servicio de recolección de

residuos en su sector, por lo cual ha optado por diferentes métodos para eliminar los residuos como: la clasificación de lo orgánico y lo inorgánico, a los primeros se los arroja a los huertos como abono y a los segundos se los quema; con esto se evita disminuir un poco el foco de contaminación ambiental.

**Cuadro N.-28** Recolección de residuos sólidos are rural

<b>RECOLECCIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS ÁREA RURAL</b>	
SI TIENE	0
NO TIENE	2489
<b>TOTAL</b>	<b>2489</b>

**Fuente:** PDyOT Chaguarpamba

**Elaboración:** Liliana tapia Pacheco

### **Servicio de alcantarillado en el área rural de la parroquia de Chaguarpamba**

Mediante las encuestas realizadas se pudo constatar que existen alrededor de 2489 personas en el área rural, en donde se determina que una población de 121 personas equivalente a un 5% de la población total posee alcantarillado, mientras que un índice de 2368 personas que es un porcentaje del 95% del total de la población rural no tiene este servicio que es indispensable para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

### **Servicio recolección de residuos en el área urbana de la parroquia de Chaguarpamba**

Mediante la información recolectada se comprueba que existen alrededor de 1090 personas en el área urbana las cuales en su 45% cuentan con el servicio de recolección de residuos sólidos, mejorando así la calidad de vida de las personas y evitando la contaminación del medio ambiente, mientras que el 55% de la población no tiene el servicio de recolección de residuos sólidos.



**Cuadro N.-29** Recolección de residuos solidos

<b>RECOLECCIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS</b>	
SI TIENE	486
NO TIENE	604
<b>TOTAL</b>	<b>1090</b>

Fuente: PDyOT Chaguarpamba

Elaboración: Liliana tapia Pacheco

### **Cultura, artesanías, tradiciones y gastronomía**

Se cree que por el Cantón Chaguarpamba pasaron los Paltas, tribu que se asentara en el Cantón Paltas. En el Cantón Chaguarpamba no existía ningún levantamiento o asentamiento de ninguna cultura. Dentro del cantón se han mantenido una significativa cantidad de tradiciones y costumbres de todo tipo, al igual que artesanías.

### **Análisis de la oferta turística**

En el cantón Chaguarpamba, existen varios atractivos naturales y culturales de I y II jerarquía, los mismos que son de gran interés para turistas propios y extraños; pero al mismo tiempo no existe un buen desarrollo de la actividad turística en el sector debido a que la planta turística que posee la parroquia no es buena y peor aún de calidad; por lo que no cumple con las expectativas de quienes la visitan.

Es por esta razón que se realizó un análisis de la oferta turística del lugar, la cual se detalla a continuación los pocos servicios que se prestan.

### **Cuadro N.- 30** Hotel, hostel y restaurantes del cantón Chaguarpamba

<b>PROPIETARIO</b>	<b>NOMBRE DEL LOCAL</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>
Yenia Seraquive	Delvais	Chaguarpamba cabecera cantonal	Restaurant
Rigoberto Gordillo	Alborada	Chaguarpamba cabecera cantonal	Hotel

Jamil Saritama	S/N	Chaguarpamba cabecera cantonal	Hotel
Freddy Ochoa	Carolina	Chaguarpamba cabecera cantonal	Hotel
Anita Loyola	Oasis	Chaguarpamba cabecera cantonal	Hostal
Gloria Armijos	El Eden	Chaguarpamba cabecera cantonal	Restaurant
María Quichimbo	Loja	Chaguarpamba cabecera cantonal	Restaurant

**Fuente:** Observación directa

**Autor:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

### **Atractivos turísticos**

La riqueza natural que posee el cantón Chaguarpamba, representa un importante potencial para generar proyectos que promuevan el desarrollo sustentable de la misma; a través de una debida capacitación y asesoría en la gestión. Algunos de los atractivos que posee la parroquia tenemos las siguientes:

- Cerro Surapo, Pan de Azúcar
- Lagunas de “Saraguallas”
- Cerro de Infiernillos:
- Cerro Chincha-Cruz.
- Balneario el guineo
- Balneario las Juntas
- Rio Pindo
- Centro histórico
- Petroglifos de Misquillana

### **Fiestas Religiosas**

Fiesta Religiosa en Honor a la Virgen de las Nieves: Se la celebra el 5 de agosto de cada año, Patrona del Cantón Chaguarpamba, un pueblo

netamente católico con una devoción bien marcada hacia la Virgen María, es por ello que en su honor se realiza esta celebración en la que están presentes las ceremonias religiosas y las procesiones. Para esta fiesta asisten personas del cantón que residen en otras ciudades y también participan devotos de cantones circunvecinos, junto con bandas del pueblo, juegos pirotécnicos hacen de esta fiesta una de las más esperadas por la sociedad Chaguarpambense.

Además las celebraciones de la Cantonización: del 1 al 4 de Diciembre y la fiesta de San Juan, son las que se destacan en el cantón Chaguarpamba.

Cabe mencionar que en las fiestas comerciales existe la presencia de una gran oferta de comerciantes de los diferentes puntos del Cantón y provincia, ofertando sus mejores productos. Los Bailes populares realizados en agosto con el fin de celebrar sus fiestas comerciales le dan la alegría a la sociedad Chaguarpambense.

### **Artesanías**

Se puede afirmar que esta actividad ha existido desde tiempos inmemoriales, artesanías en forma rudimentaria y manual, en la actualidad se continúa con la actividad manual, lo que ha mejorado en el aspecto técnico, semi-industrial e industrialmente. Cabe señalar que esta actividad ha decaído por múltiples razones, fundamentalmente por sustitución de las maquinarias con el avance tecnológico sin embargo; el objetivo sería el de rescatar estas costumbres y tradiciones ancestrales.

Entre las principales artesanías que se elaboran en la cabecera cantonal están:

Las árguenas elaboradas con el cuero del ganado vacuno, estas son de gran y única utilidad en el acarreo de la caña trozada, igualmente la leña, arena, piedra y otros menesteres.

Tejidos en fibra natural de algodón: el hilo para elaborar estos objetos es sacado de su fibra, los tejidos que se obtienen de este material son: alforjas

que sirven para cosechar granos, o para llevar los productos de primera necesidad que se adquieren en el mercado, estas artesanías son utilizadas especialmente por los habitantes del área rural, jergas, bolsos, fajas que se usaban para fajar a los niños(as) recién nacidos.

Tejidos en fibra natural de toquilla: de esta fibra se confeccionan únicamente, abanicos o aventadores, utilizados para quitarle el tamo al arroz, café y las impurezas del maíz. Cabe señalar que también se realizan arreglos y decoraciones en cuero e hilo nailon o plástico como ejemplo tenemos: equipamiento de monturas, lomillos estribos, guarniciones, jáquimas, jaquimones, lazos, etc.

En algunos sectores rurales aún se puede observar a personas que siguen utilizando los porrones que son unos troncos de madera ahuecados por un extremo formando así una cazuela grande que conjuntamente con un bloque de madera redondeado los extremos sirve para descascarar los granos secos de café y arroz.

### **Gastronomía**

En el cantón Chaguarpamba se puede degustar de una variedad de platos típicos entre los más tradicionales tenemos: el delicioso Molloco, el sabrosísimo repe, los exquisitos tamales de guineo; y además de los muy apetecidos bocadillos los mismos que deleitan el paladar a propios y extraños, estas delicias hacen de este hermoso sector un lugar para visitar y disfrutar de estas exquisitas comidas.

**GRAFICO N. 21** Platos típicos de Chaguarpamba



**Fuente:** PDyOT Chaguarpamba  
**Elaboración:** Liliana tapia Pacheco

## **Cuencas y subcuencas hidrográficas**

La cabecera cantonal se favorece de la microcuenca Huacallashca con sus quebradas adyacentes, en especial Huacallashca, El Coco y Censo principales afluentes que proveen el líquido vital a los sistemas de agua potable de la ciudad de Chaguarpamba, barrio Huato y Rojas; incluso agua sin ningún tratamiento o cruda a habitantes que se encuentran lejanos de los sistemas de agua potable, estos sectores son:

EL Zapote y El Censo, que al mismo tiempo constituyen zonas de mayor productividad en el cantón. Así mismo, los afluentes provenientes de la parte alta del cantón como Huacallashca, Carrizal, El Coco, El Censo, Quebrada Honda, Guaduas y Zapote dan origen al río Umbalao que con sus aguas se irriga las vegas productivas de la parte baja del cantón, utilizadas en su mayoría por moradores de los barrios Surapo, Rojas, la Cruz, el Limón, el Guacaco; es indispensable señalar la falta de infraestructura que permita utilizar en forma ordenada y con más provecho sus aguas

**FIGURA N. 5**

Quebrada el coco



**Fuente:** PDyOT Chaguarpamba  
**Elaboración:** Liliana tapia Pacheco

**FIGURA N. 6**

Quebrada Huacallashca



**Fuente:** PDyOT Chaguarpamba  
**Elaboración:** Liliana tapia Pacheco

Un río y sus brazos que no deben pasar por desapercibidos es el Yaguachi, río que permite ser aprovechado por propietarios de vegas en la parte baja del barrio Yaguachi y parte del barrio Jorupe.

Sin embargo, y pese a contar con este favorable potencial hídrico, no se ha logrado superar las deficiencias en cuanto al abastecimiento de agua para toda la población, tanto a nivel rural como urbano, presentándose aún condiciones deficientes en la administración de este recurso. En la parroquia Amarillos se encuentra la microcuenca Chinchacruz, las quebradas Ombomba, Guaduas, San Ramón, La Esperanza, Zambal, vertiente Miraflores, quebradilla; sin embargo, solo algunos arroyuelos se secan completamente en los meses de agosto y septiembre; las quebradas de mayor tamaño mantiene el caudal y son las que alimentan las acequias para el regadío de huertas en los barrios Piedras, Totumos, San Miguel, puente Guaduas y parte baja de la Victoria.

En la parroquia Buenavista existen la microcuenca de la quebrada Chipianga, así como quebradas Chinchal, Buenavista, Lamederos y el Guango. La microcuenca de la quebrada Chinchal que abastece a la

comunidad de la cabecera parroquial de Buenavista, en la actualidad aún conserva abundante vegetación, pero las invernadas de ganado y sembríos de café amenazan con deforestar esta microcuenca, siendo urgente la protección de la misma. La cabecera parroquial se abastece del líquido vital por medio de un sistema de distribución de agua tratada el cual fue construido por el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda (MIDUVI) en el año de 1995, en la actualidad la captación de la quebrada Chinchal se encuentra en mal estado y en una ubicación no recomendable debido a que aguas arriba existen invernadas de ganado y estos contaminan el agua de la quebrada en mención; se almacena en los tanques de la planta de tratamiento, cuenta con una caca de cloración y opera con el equipo CLORID L-30, en un promedio de 30 litros de agua.

En la parroquia Santa Rufina se logró determinar dos microcuencas de la Quebrada Santa Ana y de la Quebrada Chipianga; además se encuentran drenajes menores como las quebradas Chunchurucu, quebrada Corralitos y quebrada Samanga. Por otra parte, en la parroquia El Rosario tenemos la microcuenca de la quebrada Usulaca, Yuro Yuro, así como drenajes menores siendo estas: Naranjo, Las Huacas, Tabaquera, De Ramos y la quebrada del Suma. Existe a nivel cantonal una disminución en proceso y pérdida del caudal de las fuentes de agua para el consumo humano y para riego debido a la deforestación, la ineficiente distribución, el desperdicio del recurso, así como por su grave nivel de contaminación. El tratamiento forestal en todas las zonas determinará que en el futuro no exista déficit en el balance hídrico intermensual, en las microcuencas y quebradas mencionadas.

#### **6.1.27 Fichas de Observación**

Seguidamente se describe el resumen de los atractivos turísticos que posee el cantón Chaguarpamba, los mismos que fueron identificados por su potencial natural cultural para posicionar esta Plan de Marketing para el cantón Chaguarpamba el cual tiene como una alternativa turística de la zona

## **Análisis de la situación turística de Chaguarpamba:**

**Cuadro N. 31** Jerarquización de los Atractivos Turísticos Naturales de Chaguarpamba:


<b>CONTENIDO</b>		<b>INFORMACIÓN DESARROLLADA</b>
<b>ATRATIVOS NATURALES</b>		
<b>Nombre del atractivo</b>	<b>Jerarquía</b>	<b>Ficha #</b>
Cerro Surapo	II	1
Lagunas de Saraguallas	II	2
Cerro de Infiernillos	II	3
Cerro Chincha-Cruz	II	4
Balneario el Guineo	II	5

**Fuente:** Observación directa

**Autor:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco




## Ficha 1: Cerro Surapo

FICHA DEL ATRACTIVO DE CANTON CHAGUARPAMBA		
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b> Cerro Surapo		<b>Jerarquía:</b> II
<b>Categoría:</b> Sitios Naturales	<b>Tipo:</b> Montaña.	<b>Subtipo:</b> alta montaña.
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Chaguarpamba	<b>Localidad:</b> Surapo
<b>Foto 1. Cerro Surapo</b>  		<b>Ubicación:</b>  Localizado en el barrio del mismo nombre 11.17 km de la cabecera cantonal, con dirección al norte visible desde esta población
<b>Fuente:</b> observación directa <b>Autor:</b> Liliana Elizabeth Tapia Pacheco		
<b>Características:</b>  Este cerro posee algunas particularidades, como su cumbre en forma de punta de lanza que sin embargo una vez coronada nos ofrece una hermosa vista y una gran planicie; una de las leyendas dice que los antepasados realizaban en este lugar encuentros deportivos, actualmente este espacio esta utilizado por una antena de la empresa telefónica Claro.		
<b>Flora.-</b> En todo el territorio de la parroquia existen las vegetaciones predominantes como el matorral seco y húmedo y los pastizales; además de ello sobresalen también las plantas medicinales como: la sábila, manzanilla, diente de león y el anís.	<b>Fauna.-</b> Aves nativas como el picaflor de patas rosadas y aves de corral como gallinas, patos y pavos; además de la crianza y producción de tilapia roja; ganado vacuno, porcino, caballar.	
<b>Actividades Turísticas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Fotografías en el atractivo.</li> <li>➤ Caminatas, ciclismo y camping.</li> <li>➤ Observación de flora y fauna</li> </ul>		
<b>Recomendaciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Llevar ropa liviana, gorra, protector solar, gafas, cámara fotográfica.</li> </ul>		

**Fuente:** observación directa  
**Autor:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco


## Ficha 2: Lagunas de Saraguallas

FICHA DEL ATRACTIVO DE LA CANTON CHAGUARPAMBA		
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO: LAGUNAS DE SARAGUALLAS</b>		<b>Jerarquía: II</b>
<b>Categoría:</b> Sitios Naturales	<b>Tipo:</b> Ambiente Lacustre.	<b>Subtipo: Laguna</b>
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Chaguarpamba	<b>Localidad:</b> Y del guineo
<b>Foto 2. Lagunas de Saragualla</b> 		<b>Ubicación:</b>  Ubicada a 45 km de Chaguarpamba, en la vía hacia la costa en el barrio la Y del Guineo
<b>Fuente:</b> observación directa <b>Autor:</b> Liliana Elizabeth Tapia Pacheco		
<b>Características:</b> Lagunas de “Saraguallas”, ubicada a pocos Km del barrio La Y del Guineo, Parroquia Santa Rufina; en la confluencia de los ríos Ambocas y Saraguallas a 45Kmd de la ciudad de Chaguarpamba. En estas lagunas la visita de los turistas es masiva todos los fines de semana y en especial en épocas de vacaciones; cuenta con numerosas cascadas que sobrepasan los 10 metros de altura, los turistas suelen preparar comidas típicas. Para el futuro se ha planificado el mejoramiento de este importante balneario.		
<b>Flora.-</b> En todo el territorio de la parroquia existen las vegetaciones predominantes como el matorral seco y húmedo y los pastizales.	<b>Fauna.-</b> Aves nativas como el picaflor de patas rosadas y aves de corral como gallinas, patos y pavos;	
<b>Actividades Turísticas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Fotografías en el atractivo.</li> <li>➤ Realizar deportes como nadar.</li> <li>➤ Deportes extremos.</li> <li>➤ Observación de flora y fauna</li> </ul>		
<b>Recomendaciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Llevar ropa liviana, gorra, protector solar, gafas, cámara fotográfica.</li> </ul>		

**Fuente:** Observación directa

**Autor:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco


### FICHA 3: Cerro de Infiernillos

<b>FICHA DEL ATRACTIVO DEL CANTON CHAGUARPAMBA</b>		
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b> Cerro de Infiernillos		<b>Jerarquía:</b> II
<b>Categoría:</b> Sitios Naturales		<b>Tipo:</b> Montaña. <b>Subtipo:</b> Alta montaña.
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Chuaguarpamba	<b>Localidad:</b> Infiernillos
<p style="text-align: center;"><b>Foto 3.</b> Cerro de Infiernillos</p>  <p><b>Fuente:</b> observación directa <b>Autor:</b> Liliana Elizabeth Tapia Pacheco</p>		<p><b>Ubicación:</b></p> <p>Ubicado entre los ríos yaguachi y quebrada guaduas, a 20 km de Chuaguarpamba, dirección a nor este, por vía de tercer orden</p>
<p><b>Características:</b></p> <p>Ubicado en la confluencia de los ríos Yaguachi y la Quebrada Guaduas, este atractivo turístico goza de una leyenda, en donde se dice que existe una paila de oro, la misma que hasta la actualidad nadie ha podido sacarle. Se encuentra ubicado a 20 Km. De la ciudad de Chuaguarpamba.</p>		
<p><b>Flora.-</b></p> <p>En todo el territorio de la parroquia existen las vegetaciones predominantes como el matorral seco y húmedo y los pastizales</p>		<p><b>Fauna.-</b></p> <p>Aves nativas como el picaflor de patas rosadas.</p>
<p><b>Actividades Turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Fotografías en el atractivo.</li> <li>➤ Caminatas, ciclismo y camping.</li> <li>➤ Observación de flora y fauna</li> </ul> <p><b>Recomendaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Llevar ropa liviana, gorra, protector solar, gafas, cámara fotográfica.</li> </ul>		

**Fuente:** observación directa

**Autor:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco


#### FICHA 4: Cerro Chincha-Cruz

<b>FICHA DEL ATRACTIVO DEL CANTON CHAGUARPAMBA</b>		
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cerro Chincha-Cruz</b>		<b>Jerarquía: II</b>
<b>Categoría:</b> Sitios Naturales	<b>Tipo:</b> Montaña.	<b>Subtipo:</b> Alta Montaña
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Chaguarpamba	<b>Localidad:</b> Chincha Cruz
<p style="text-align: center;"><b>Foto 4. Cerro Chincha-Cruz</b></p>  <p><b>Fuente:</b> observación directa <b>Autor:</b> Liliana Elizabeth Tapia Pacheco</p>		<p style="text-align: center;"><b>Ubicación:</b></p> <p>Esta hermosa elevación se encuentra ubicado en la convergencia de dos fuentes alimentadoras de agua, el mismo que está ubicado 18 km de la cabecera cantonal con dirección al oeste.</p>
<p><b>Características:</b> Tiene 1919 m de altura es el más alto de la parroquia y Cantón Chaguarpamba, encontramos pequeñas áreas de bosque nativo es por ello que existe una gran riqueza florística y faunística, además es el principal abastecedor de agua para consumo humano en la ciudad de Chaguarpamba y Amarillos.</p>		
<p><b>Flora.-</b> En todo el territorio de la parroquia existen las vegetaciones predominantes como el matorral seco y húmedo y los pastizales; además de ello sobresalen eucalipto, Maco maco, cedro, arabisco, amarillo, colorado</p>	<p><b>Fauna.-</b> Aves nativas como el picaflor de patas rosadas y aves de corral como gallinas, patos y pavos; además de la crianza y producción de tilapia roja; ganado vacuno, porcino, caballo.</p>	
<p><b>Actividades Turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Fotografías en el atractivo.</li> <li>➤ Caminatas, ciclismo y camping.</li> <li>➤ Observación de flora y fauna</li> </ul> <p><b>Recomendaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Llevar ropa liviana, gorra, protector solar, gafas, cámara fotográfica.</li> </ul>		

**Fuente:** observación directa

**Autor:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

## FICHA N. 5 Balneario el Guineo

FICHA DEL ATRACTIVO DEL CANTON CHAGUARPAMBA		
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b> Balneario el Guineo		<b>Jerarquía:</b> II
<b>Categoría:</b> Sitios Naturales	<b>Tipo:</b> Ambiente Lacustre	<b>Subtipo:</b> Balneario
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Chaguarpamba	<b>Localidad:</b>
<p style="text-align: center;"><b>Foto 5. Balneario el Guineo</b></p>  <p style="font-size: small; margin-top: 10px;"><b>Fuente:</b> observación directa <b>Autor:</b> Liliana Elizabeth Tapia Pacheco</p>		<p><b>Ubicación:</b></p> <p>A pocos km de la carretera que conduce a la costa.</p>
<p><b>Características:</b> Es un balneario natural formado por una blanquecina chorrera y un buen remanso, ubicado en la quebrada Gradúas a pocos km de la carretera que conduce a la costa.</p>		
<p><b>Flora.-</b> En todo el territorio de la parroquia existen las vegetaciones predominantes como el matorral seco y húmedo y los pastizales; además de ello sobresalen eucalipto, Maco maco, cedro, arabisco, amarillo, colorado</p>	<p><b>Fauna.-</b> Aves nativas como el picaflor de patas rosadas y aves de corral como gallinas, patos y pavos; además de la crianza y producción de tilapia roja; ganado vacuno, porcino, caballar.</p>	
<p><b>Actividades Turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Fotografías en el atractivo.</li> <li>➤ Caminatas, ciclismo y camping.</li> <li>➤ Observación de flora y fauna</li> </ul> <p><b>Recomendaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Llevar ropa liviana, gorra, protector solar, gafas, cámara fotográfica.</li> </ul>		

**Fuente:** observación directa  
**Autor:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco.

### 6.1.28 Matriz FODA

En base a los datos arrojados por el proceso investigativo se identificaron las siguientes fortalezas, oportunidades y amenazas del cantón Chaguarpamba:

**CUADRO N.32**

**ANALISIS FODA**

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
Los atractivos naturales del cantón Chaguarpamba no se encuentran alterados	Tendencia del mercado al turismo activo, rural, de salud, bienestar, belleza y gastronómico.	Falta de inversión para la infraestructura turística	Los atractivos naturales pueden entrar en un proceso de deterioro sino se aplica un plan de manejo para el cuidado de los atractivos.
Posee diversidad económica con una actividad agropecuaria y turística consolidada.	Incremento de la Demanda turística	No existen guías nativos en el lugar	La sequía en el sector
Buena imagen transmisible de la ciudad, sus residentes y sus productos típicos.	El reconocimiento del turismo como actividad económica rentable por parte del Gobierno.	No tienen un plan de manejo adecuado en ninguna de sus actividades	Inasistencia de los turistas por falta de información y promoción
Apoyo del municipio de Chaguarpamba para adecentamiento de los atractivos naturales	Potencialidad del cantón como sede de eventos culturales, deportivos, religiosos.	Falta de promoción y difusión de los atractivos	Ninguna agencia de viajes oferta los atractivos del cantón Chaguarpamba
Predisposición e involucramiento de la comunidad para el desarrollo turístico del cantón	Visitas a las haciendas de producción agrícola	No existen senderos y señalética en los atractivos	Deslizamiento en la vía que conduce a l cantón desde la ciudad de Loja
La potencialidad turística del cantón estas basada en la diversidad de los atractivos naturales que este posee	Capacitar al personal en temáticas actuales relacionadas al turismo que permitan brindar información, facilidad, variedad de los servicios turísticos por parte del Mintur.	Falta de un plan de contingencia en caso de un desastre natural	Inestabilidad económica del país
Posee un clima agradable	Motivación por parte de las empresas públicas estatales para inversión en el campo turístico.		Temporadas bajas
	Creación de fincas agro turísticas y ecológicas		Desastre natural

**Fuente:** observación directa

**Elaboración:** Liliana tapia Pacheco

## MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS:

La matriz de Evaluación de Factores Externos permite evaluar los factores que se han determinado como oportunidades y amenazas, resultado del análisis externo de los atractivos del cantón Chaguarpamba. Esta matriz se desarrolla de la siguiente manera:

- Escoja un máximo de diez variables entre oportunidades y amenazas
- Realice una ponderación de los factores desde 0,01 (sin importancia); hasta 1 (muy importante)
- La sumatoria total de la ponderación de todos los factores será 1.
- Asigne un valor a cada uno de los factores:

**Cuadro N.-33 MATRIZ DE EVALUACIÓN**

FACTORES	CALIFICACION
Oportunidad Mayor	4
Oportunidad Menor	3
Amenaza Menor	2
Amenaza Mayor	1

- Multiplicar la ponderación correspondiente por el valor asignado de cada uno de los factores, a este valor se lo conoce como Resultado Ponderado, la sumatoria corresponde a la necesidad de la respuesta de la parroquia al conjunto de factores. Si el resultado es:

**Cuadro Nº 34 RESULTADOS**

RESULTADOS	
2.5	Existen igual cantidad de oportunidades y amenazas
Mayor a 2.5	Existen mayor cantidad de oportunidades
Menor a 2.5	Existen mayor cantidad de amenazas

## MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES EXTERNOS MEFE

Cuadro Nº 35 MATRIZ MEFE

MEFE			
FACTORES	PONDERACION	CALIFICACION	RESULTADOS
OPORTUNIDADES			
Tendencia del mercado al turismo activo, rural, de salud, bienestar, belleza y gastronómico.	0,08	4	0,32
Incremento de la Demanda Turística	0,08	3	0,32
El reconocimiento del turismo como actividad económica rentable por parte del gobierno	0,09	3	0,27
Capacitar al personal en temáticas actuales relacionadas al turismo que permitan brindar información, facilidad, variedad de los servicios turísticos por parte del Mintur	0,09	4	0,27
Motivación por parte de las empresas públicas estatales para inversión en el campo turístico.	0,09	3	0,27
<b>AMENAZAS</b>			
Los atractivos naturales pueden entrar en un proceso de deterioro sino se aplica un plan de manejo para el cuidado de los atractivos.	0,11	2	0,22
Inasistencia de los turistas por falta de información y promoción	0,12	2	0,24
Ninguna agencia de viajes oferta los atractivos del cantón Chaguarpamba	0,11	2	0,22
La sequía del sector	0,11	1	0,11
Deslizamiento en la vía que conduce al cantón de Loja.	0,12	1	0,12
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>2,36</b>

**Fuente:** Análisis Externo

**Elaboración:** Liliana Tapia



## MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS:

La matriz de Evaluación de Factores Internos permite evaluar los factores que se han determinado como fortalezas y debilidades, resultado del análisis interno de los atractivos de la parroquia del Cantón Chaguarpamba. Esta matriz se desarrolla de la siguiente manera:

- Escoja un máximo de diez variables entre fortalezas y debilidades
- Realice una ponderación de los factores: desde 0,01 (sin importancia); hasta 1 (muy importante)
- La sumatoria total de la ponderación de todos los factores será 1.
- Asigne un valor a cada uno de los factores:

**Cuadro N.-36 Valoración MEFI**

FACTORES	VALORACIÓN
Debilidad Mayor	1
Debilidad Menor	2
Fortaleza Menor	3
Fortaleza Mayor	4

**Fuente:** Matriz interna

**Elaboración:** Liliana Tapia

- Multiplicar la ponderación correspondiente por el valor asignado de cada uno de los factores, a este valor se lo conoce como Resultado Ponderado, la sumatoria corresponde a la necesidad de la respuesta de la empresa al conjunto de factores. Si el resultado es:

**Cuadro N.- 37 Resultados MEFI**

RESULTADOS	
2.5	Equilibrio entre las fortalezas y debilidades
Mayor a 2.5	Las fortalezas se encuentran sobre las debilidades
Menor a 2.5	Las debilidades se encuentran sobre las debilidades

**Fuente:** Matriz MEFI

**Elaboración:** Liliana tapia

## MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES INTERNOS MEFI

Cuadro N.-38 Matriz MEFI

MEFI			
FACTORES	PONDERACION	CALIFICACION	RESULTADOS
FORTALEZAS			
Producción ecológica del café y maní.	0,1	3	0,3
Buena imagen transmisible de la ciudad, sus residentes y sus productos típicos.	0,11	4	0,44
Creación de la vía a la costa E-35 y Construcción de la plaza central	0,11	4	0,44
La potencialidad turística del cantón está basada en la diversidad en los atractivos naturales que se posee.	0,09	4	0,36
<b>DEBILIDADES</b>			
No existe un plan de manejo de atractivos turísticos adecuado.	0,1	1	0,1
Falta de inversión para infraestructura turística	0,13	1	0,12
Limitada difusión de los atractivos naturales del cantón.	0,1	1	0,1
Inexistencia de guías nativos	0,09	2	0,18
Falta de señalética en los atractivos.	0,08	2	0,16
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>2,2</b>

**Fuente:** Análisis Interno

**Elaboración:** Liliana Tapia

## **Análisis de los Resultados obtenidos de la MEFE y la MEFI**

Acorde a los resultados del análisis externo (MEFE), se da a conocer que el Bar posee mayores oportunidades que ofrece el mercado, esto se ve reflejado en la sumatoria del resultado ponderado el cual equivale a 2,36. Es en estos aspectos donde el lugar debe desarrollar sus capacidades y habilidades para aprovechar dichas oportunidades y minimizar o anular las amenazas.

La Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI) evidencia que la empresa posee mayores debilidades lo que se ve reflejado en la sumatoria total del resultado ponderado lo cual da como resultado 2,2. Se debe buscar las acciones necesarias para disminuir las debilidades y potenciar y aumentar las fortalezas que tiene los atractivos de la parroquia Saraguro.

### **✓ Matriz AODF de Alternativas Estratégicas:**

Para la elaboración de la presente matriz AODF se debe seleccionar los principales factores de las matrices EFE y EFI y realizar la combinación de los mismos, considere cómo puede usarlos para identificar opciones las cuáles serán sus alternativas estratégicas.

Fortalezas y Oportunidades (FO): ¿Cómo puede utilizar sus puntos fuertes para aprovechar estas oportunidades?

Fortalezas y Amenazas (FA): ¿Cómo se puede aprovechar sus fortalezas para evitar las amenazas reales y potenciales?

Debilidades y oportunidades (DO): ¿Cómo puede usted utilizar sus oportunidades para superar las deficiencias que están experimentando?

Debilidades y Amenazas (DA): ¿Cómo se puede minimizar sus debilidades y evitar las amenazas?

### MATRIZ DE ALTO IMPACTO

La siguiente matriz de diagnóstico Foda, demuestra de manera esquemática la situación global de los atractivos naturales de la parroquia Saraguro la cual permite por medio de una confrontación general una serie de ideas estratégicas.

**Cuadro N.-39 Matriz FODA y combinación del Análisis FO, FA, DO, DA**

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>FACTORES INTERNOS</b>	El cantón Chaguarpamba cuenta con una cantidad y variedad de atractivos naturales para ser visitados. Buena actividad turística. Los atractivos naturales se encuentran en buenas condiciones para ser visitados. Cuentan con diversidad de flora y fauna.	Deterioro de los atractivos naturales. Falta de capacitación a los guías turísticos. Limitada difusión de los atractivos naturales de la parroquia. Escaso protagonismo de políticas ambientales (canteras, uso del suelo, residuos). Los atractivos naturales no están posesionados.
<b>FACTORES EXTERNOS</b>		
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS DO</b>
Tendencia del mercado al turismo activo, rural, de salud, bienestar, belleza y gastronómico. Reconocimiento del turismo como actividad económica. Capacitar al personal en temáticas relacionadas al turismo, por parte del Mintur. Motivación por parte de las empresas públicas para inversión en campo turístico. Incremento de la Demanda turística.	Promoción turística para los atractivos naturales del cantón Chaguarpamba provincia de Loja.	Realizar capacitación al personal turístico para mejorar y brindar un servicio de calidad.
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIA FA</b>	<b>ESTRATEGIA DA</b>
Los atractivos naturales pueden entrar en un proceso de deterioro si no se aplica un plan de manejo. Inasistencia de los turistas por falta información y promoción. Ninguna agencia de viaje oferta los atractivos del cantón La sequía del sector. Deslizamiento en la vía que conduce al cantón Loja.	Elaboración de un plan de publicidad para difundir los diferentes atractivos turísticos del cantón Chaguarpamba y así posicionarlo como destino turístico.	Realización de un paquete turístico para dar a conocer los atractivos naturales de la parroquia Saraguro.

**Fuente:** Cantón Chaguarpamba  
**Elaborado por:** Liliana Tapia.

## **6.2 PROPUESTA DEL PLAN DE MARKETING**

Luego de haber realizado el análisis FODA de la empresa, se procede a elaborar el Plan de Marketing, partiendo de la determinación de la filosofía empresarial formada por: misión, visión, valores y principios empresariales.

Luego se procede a desarrollar los objetivos estratégicos, determinando así: las metas, estrategias, tácticas, actividades, responsables, tiempo de ejecución de cada proyecto, presupuestos y resultados esperados.

### **6.2.1 Misión**

Planificar junto con otras instituciones del sector público y actores de la sociedad el desarrollo cantonal y su correspondiente ordenamiento territorial, en coordinación con el gobierno provincial en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad.

### **6.2.2 Visión**

Chaguarpamba en el 2022, es una Parroquia con participación ciudadana organizada, con valores morales, religiosos; dotados de infraestructura básica, con una solvente economía, desarrollada en lo social, cultural y deportivo; con microempresas comunitarias; fomentando el trabajo permanente, con una producción agrícola, ganadera rentable, con recursos naturales conservados y atractivos turísticos manejados sustentablemente.

### **6.2.3 Valores:**

- **El Respeto: Respeto se mostrara respecto** y el aprecio por el aprecio por el valor de alguien o de algo, incluyendo el honor y el estima. Esto 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:** Se refiera a una faceta de 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.
- **La laboriosidad:** Es el gusto por trabajar y esforzarse en conseguir objetivos sin rendirse.

#### **6.2.4 Objetivo Estratégico n°1**

##### **1. Meta:**

Con el propósito de impulsar el turismo en el cantón Chaguarpamba, se pretende incrementar la visita de turistas mediante la elaboración de publicidad y de esa manera promocionar los atractivos naturales.

##### **2. Estrategia:**

- Diseñar herramientas comunicacionales que permitan fomentar la imagen que tiene los diferentes atractivos naturales del cantón Chaguarpamba.
- Creación de redes sociales para dar a conocer los atractivos naturales del cantón Chaguarpamba..
- Creatividad en la publicidad, capaz que pueda ser recordada con facilidad.

##### **3. Políticas:**

- El GAD del cantón Chaguarpamba 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 las gestiones realizadas por la GAD.
- La elección de los medios de comunicación se realiza de acuerdo al segmento de mercado.
- Realizar promociones de acuerdo a las temporadas más llamativas del año.

#### **4. Tácticas:**

- Entregar los trípticos a los turistas para que se informen de los atractivos naturales que se encuentran en el cantón Chaguarpamba.
- Contratar espacios en los medios de comunicación masiva (televisión), para la difusión de spot publicitario de los atractivos naturales, el mismo que será transmitido en horarios AAA o de mayor audiencia.
- Elaborar vallas publicitarias, que serán ubicados la entrada del cantón y en el centro de la ciudad de Loja.

#### **5. Responsables:**

- Departamento de turismo del cantón Chaguarpamba.

#### **6. Tiempo:**

- Dada la necesidad e importancia que amerita la realización de publicidad para promocionar los atractivos naturales del cantón Chaguarpamba, su planificación es para un tiempo de duración de un año con la posibilidad que el GAD podrá decidir en qué momento se efectuará la comunicación, ampliando su tiempo, frecuencia e impacto.

- Aplicando la publicidad a través de la fabricación de una valla publicitaria que se encontrara a la entrada del cantón Chaguarpamba.
- La difusión de cuñas radiales en dos emisoras de la ciudad de Loja: Súper laser y kocodrilo, se las realizará trimestralmente alternando una de otra.
- La realización de las promociones podrá ser considerada su aplicación de 6 a 8 semanas.

## **7. Recursos**

### **Recursos Humanos**

- Miembros de la GAD del cantón Chaguarpamba.

### **Recursos Materiales**

- Afiches.
- Trípticos,
- Logo
- Materiales de oficina (papel, esferos).
- Equipos de computación.

## **8. Resultados esperados:**

- Motivar a la ciudadanía que visite los atractivos del cantón Chaguarpamba.
- Difundir los atractivos del cantón Chaguarpamba.
- Lograr que los atractivos naturales sean considerados entre uno de los mejores atractivos turísticos de la Provincia de Loja.



## 9. Indicadores:

Total de trípticos

Trípticos entregados.

Incremento en ventas

El costo de la publicidad

Número de clientes

Total de ejemplares.

## 10. Presupuesto:

CANTIDADES	DETALLE	PRECIO UNITARIO(USD)	TOTAL
500	Afiches.	\$0.30	\$150.00
1000	Trípticos	\$0.50	\$500.00
2	Radio súper laser.		
	1 por la mañana.	\$200.00	\$400.00
	2 cuñas por la tarde.		
	1 cuña por la noche.		
	Radio kocodrilo.		
	1 por la mañana.	\$225.00	\$450.00
2	2 cuñas por la tarde.		
	1 cuña por la noche.		
<b>TOTAL</b>			<b>\$1500.00</b>

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaboración:** Liliana Tapia

### **Cuadro N.- 38 Cuña Radial**

*“Cantón Chaguarpamba.”*

*Chaguarpamba remanso de la naturaleza, Al Nor-oeste de la ciudad de Loja, en la zona de transición entre la costa y la sierra ecuatoriana.*

*Ven y visita de las maravillas de Chaguarpamba, donde podrás disfrutar del contacto con la naturaleza en su estado puro, acompañado del descanso, tranquilidad y el canto de las aves que harán de su visita un grato recuerdo.*

*Ten presente visitar:*

- *Balneario El Guíneo.*
- *Balneario Las Juntas.*
- *El Cerró Surapo, Pan de Azúcar.*
- *Cerro de Infiernillos*
- *Lagunas de Sariguallas*

*“Además te ofrecerá variedad de flora y fauna, caminatas que te permitirán disfrutar al máximo del turismo de naturaleza y tranquilidad que hará de su visita una experiencia inolvidable”*

*“Chaguarpamba remanso de la naturaleza”*

**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Liliana Tapia

## Contenido de la marca turística:

Figura N.8 Logo y lema



**Fuente:** observación directa

**Autor:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

- La marca se la diseñó tomando en cuenta los aspectos más relevantes del cantón como lo son: la franja color verde que representa unión de los dos pueblos hermanos como es Chaguarpamba y Olmedo La Milagrosa; la franja naranja que destaca el color de las tierras del lugar; el color verde de todo el contorno interno del logo, que junto a la planta de café del lado izquierdo hacen referencia a la exuberante producción de calidad existente en el sector.

- Para complementar la marca se diseñó un eslogan que describe el lugar de la siguiente manera: Chaguarpamba remanso de la naturaleza”.
- La marca es la base principal para un producto turístico ya que con ella se identificará dicho cantón.



**Fuente:** observación directa  
**Autor:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

### *Cerro Parapo*



Ubicado en el barrio del mismo nombre, esta a 11.17 km de la cabecera cantonal, su forma es en punta de lanza.

### *Petroglifos Arizhuayaltas*



Esta abicados es una finca agrícola conocida como Vega de Nangosa, 30 Km de la cabecera cantonal.

### *Pangana de Saraguallas*



Ubicada en el barrio La U del Buño, parroquia Santa Rufina, en la confluencia del río Amboas y Saraguallas.

### *Tradiciones y costumbres*



El cantón celebra sus fiestas del 2 al 5 de agosto de cada año con:

- ◊ Eventos deportivos
- ◊ Subarales
- ◊ Sucarías
- ◊ Procesiones entre otras actividades

### *CANTÓN CHAGUARPAMBA*



Tel: 2502119

WWW.Chaguarpamba.gob.ec

### *CANTÓN CHAGUARPAMBA*



*CHAGUARPAMBA-LOJA*

2014

Fuente: observación directa  
Autor: Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

Figura 14 Parte posterior

*Localización*



El cantón Chaguarfamba se encuentra ubicado en el Nor-este de la provincia de Loja, región sur del Ecuador, zona de transición entre la costa y la sierra ecuatoriana, entre los flancos e ramales de la

*Actividad Productiva y Económica*

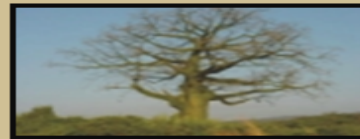


El 38% (7460 hectáreas) de la superficie del cantón Chaguarfamba está representada por la agricultura, siendo una actividad que combina los cultivos transitorios con los permanentes y además se practica la asociación de cultivos formando sistemas agroforestales.

*El Cerro Infiernillos*



Ubicado en la confluencia de los ríos Yaguachi y la Dustrada Guachuas, este atractivo turístico goza de una leyenda, en donde se dice que existe una paila de oro, la misma que hasta la actualidad nadie ha podido sacar. Se encuentra ubicado a 20 Km. De la ciudad de Chaguarfamba.



Es el agave americano, es un poco verde que crece en los flancos de los caminos de la serranía, esto se torna en la planta icónica del cantón el mismo que lleva el nombre de

*El Agave Americano*

*Atractivos turísticos Naturales*



El cantón Chaguarfamba cuenta con algunos atractivos naturales que son un romance en la naturaleza:

- ◊ Cerro Pirape
- ◊ Petroglifos Aizhuquiltana
- ◊ Laguna Paraguattas
- ◊ Cerro Infiernillos.
- ◊ Cerro Chinchacruz

Fuente: observación directa  
 Autor: Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

## Cuadro N.39 Paquete turístico full Day para Chaguarpamba

### Itinerario:

<b>Itinerario de visita:</b>
<b>07h00:</b> Salida desde Loja con destino al cantón Chaguarpamba (concentración parque Bolívar).
<b>09h30:</b> Llegada al cantón: Desayuno típico (molido de plátano con maní y taza de café) en el restaurant Chaguarpamba.
<b>10h30:</b> Visita al Cerro Surapo, Balneario el Guineo (fotografías en el lugar y breve reseña histórica de los mismos).
<b>11h30:</b> Traslado hasta las Lagunas de Saraguallas (breve descripción del atractivo).
<b>14h00:</b> Almuerzo Típico en el restaurant Chaguarpamba (sopa de arveja con guineo, seco de gallina criolla o seco de carne de chanco).
<b>14h45:</b> Traslado a Cerro de Infiernillos, Cerro Chinchá-Cruz (recorrido por todas las áreas del lugar y charla a cargo del guía).
<b>17h00:</b> Retorno a Loja
<b>20h00:</b> Llegada al parque Bolívar y fin de nuestros servicios.
<b>COSTO TOTAL DEL PAQUETE FULL DAY</b>
Precio individual: \$30.00 incluido impuestos
<b>El Paquete Incluye</b>
Trasporte turístico, guía, alimentación, visitas programadas a todos los lugares mencionados, agua o bebidas.
<b>El paquete no incluye:</b>
Entradas a otros atractivos turísticos no mencionados en el itinerario.
<b>Recomendaciones</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Llevar ropa adecuada y cómoda.</li><li>• Llevar cámara fotográfica, protector solar, gorra, gafas para sol.</li><li>• Tener en cuenta elementos de uso personal.</li></ul>

**Fuente:** observación directa

**Autor:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco



## Cuadro N40 Reservas Efectuadas

DETALLE	CONTACTO	DÍA/HORA	ESTADO
Desayuno	Medardo Criollo Chaguarpamba	1 día x 10 pax	Chaguarpamba
Almuerzo	Medardo Criollo Restaurant Chaguarpamba	1 día x 10 pax	Chaguarpamba
Vehículo	John Carrión Agencia de Viajes JC Travel.	1 día x 10 pax	Ejecutive Exprés

**Fuente:** observación directa

**Autor:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

Agencias de viaje donde se promocionará el paquete turístico Full Day

- Agencia de viajes JC Travel.
- Agencia de viajes Amazon Travel.

**Nombre del paquete: Chaguarpamba remanso de naturaleza**

**Duración:** 1 día

**Carácter:** Naturaleza

**Tiempo de las actividades:** 07h00 hasta 20h00

**Tiempo total:** 13 horas

**Dificultad:** Moderado

**Precio por Pax:** \$30

**GUION:**

Se puede apreciar diversos paisajes en el trayecto de la ciudad de Chaguarpamba, en donde encontramos atractivos naturales como culturales entre estos el centro urbano del Cantón Chaguarpamba pudiendo

divisar el parque y la iglesia central ya que se pasara rápidamente por el centro partiendo con nuestra ruta vamos atravesar varias poblaciones como Buena vista, Santa Rufina, El Rosario y Amarillos en la mayor parte del trayecto se recomienda usar ropa ligera y bloqueador ya que el clima puede llegar hasta los 22°C, en el trayecto, en cuanto a la vía esta se encuentra en muy buen estado.

Todo este trayecto se pueden observar la forma de vida de los sitios mencionados, actividades de agricultura, ganadería. Llegando así al punto de partida del itinerario, la ciudad de Chaguarpamba el cual posee un clima agradable por el día y un sol apto para las actividades turísticas. La actividad económica principal de estos lugares es la agricultura y ganadería. El primer punto a visitar es el **Cerro Surapo** ya que es un atractivo muy importante para la práctica de turismo de montaña, se puede ascender a la cumbre en una caminata de dos horas, por senderos peatonales, donde se puede admirar amplios panoramas que dan solaz al espíritu humano. Luego de haber cumplido con las actividades previstas, enseguida visitaremos el **Balneario el Guineo**, que es un balneario natural formado por una blanquecina chorrera y un buen remanso, aquí podrán disfrutar del paisaje y realizar actividades como el contacto con la naturaleza, fotografías y deportes como el nadar.

El siguiente punto dentro del itinerario son las "**Lagunas de Saraguallas**" que se encuentran a 45km de la ciudad, sitio de gran valor turístico y excepcional paisaje, cuenta con numerosas cascadas que sobrepasan los 10 metros de altura, aquí suelen preparar comidas típicas.

Por último nos encontramos en el cerro de **Chincha Cruz**, este atractivo tiene una altura de 1919 m. es el más alto del cantón Chaguarpamba, aquí encontramos pequeñas áreas de bosque nativo es por ello que existe una gran riqueza florística y faunística, además es el abastecedor de agua para consumo humano en el cantón. Finalmente recurrimos al **Cerro de Infiernillos** q se encuentra cerca de donde nos encontramos, este atractivo

turístico goza de leyenda, en donde se dice que existe una paila de oro, la misma q hasta la actualidad no se ha podido encontrar

## Resumen del Objetivo Estratégico N.-1

OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 1				
Promoción turística para los atractivos naturales de la parroquia Saraguro del cantón Saraguro provincia de Loja.				
META	ESTRATEGIAS	POLITICAS	TÁCTICAS	RESP.
<p>*Con el propósito de impulsar el turismo en el cantón Chaguarpamba, se pretende incrementar la visita de turistas mediante la elaboración de publicidad y de esa manera promocionar los atractivos naturales.</p>	<p>*Diseñar herramientas comunicacionales que permitan fomentar la imagen que tiene los diferentes atractivos naturales del cantón Chaguarpamba. *Creación de una página web para dar a conocer los atractivos naturales del cantón Chaguarpamba. *Creatividad en la publicidad, capaz que pueda ser recordada con facilidad.</p>	<p>*El GAD de Chaguarpamba ofrecerá 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 las gestiones realizadas por la GAD. *La elección de <a href="#">los medios de comunicación</a> se realiza de acuerdo al segmento de mercado. *Realizar promociones de acuerdo a las temporadas más llamativas del año.</p>	<p>*Entregar los trípticos a los turistas para que se informen de los atractivos naturales que se encuentran en el cantón Chaguarpamba *Contratar espacios en los medios de comunicación masiva (televisión), para la difusión de spot publicitario de los atractivos naturales, el mismo que será transmitido en horarios AAA o de mayor audiencia. *Elaborar vallas publicitarias, que serán ubicados en la entrada del cantón y en el centro de la ciudad de Loja.</p>	<p>*Departamento de turismo del GAD Chaguarpamba.</p>
TIEMPO	RECURSOS	RESULTADOS	INDICADORES	
<p>*Dada la necesidad e importancia que amerita la realización de publicidad para promocionar los atractivos naturales del cantón Chaguarpamba, su planificación es para un tiempo de duración de un año con la posibilidad que el GAD podrá decidir en qué momento se efectuará la comunicación, ampliando su tiempo, frecuencia e impacto. *Aplicando la publicidad a través de la fabricación de una valla publicitaria que se encontrara a la entrada del cantón Saraguro. *La difusión de cuñas radiales en tres emisoras de la ciudad de Loja: Súper laser y kocodrilo, se las realizará trimestralmente alternando una de otra. *La realización de las promociones podrá ser considerada su aplicación de 6 a 8 semanas.</p>	<p><b>Recursos Humanos</b> Miembros de la GAD de Chaguarpamba.</p> <p><b>Recursos Materiales</b> Afiches. Trípticos, folletos Logo Materiales de oficina (papel, esferos). Equipos de computación.</p>	<p>*Motivar a la ciudadanía que visite los atractivos del cantón Chaguarpamba. *Difundir los atractivos del Cantón. *Lograr que los atractivos naturales sean considerados entre uno de los mejores atractivos turísticos de la Provincia de Loja.</p>	<p>Total de trípticos _____</p> <p>Trípticos entregados. Incremento en ventas _____</p> <p>El costo de la publicidad Número de clientes _____</p> <p>Total de ejemplares.</p>	

Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Liliana Tapia

## **6.2.5 Objetivo Estratégico N.- 2**

**Plan de capacitación para el personal turístico y guías nativos que permita mejorar y brindar un servicio de calidad.**

### **1. Meta:**

Posicionar los atractivos naturales turísticos brindando un servicio de calidad por parte del personal capacitado.

### **2. Estrategia:**

- Solicitar e inscribirse al Plan Nacional de Capacitación Turística que brinda cursos gratuitos.
- Disponer del personal especializado en turismo y con capacidad de atención y servicio al excursionistas.
- Informar a cada uno de los turistas sobre los atractivos naturales a visitar de la parroquia.

### **3. Políticas:**

- Capacitar al personal en temáticas actuales relacionadas al turismo que permitan brindar información, facilidad, variedad de los servicios turísticos.
- La capacitación se llevará a cabo cada quince días durante un año, mediante convenios con el Ministerio de Turismo, y su Programa Nacional de Capacitación Turística (PNCT).
- Infraestructura y recursos necesarios para desempeñar sus funciones.

#### **4. Tácticas:**

- La capacitación se desarrollará en el salón social del municipio del Cantón chaguarpamba.
- Cumplir con la malla curricular establecida del Ministerio de Turismo.
- La capacitación se inscribirá de 20 a 30 personas.
- Seleccionar el personal más idóneo para recibir las capacitaciones igualmente los facilitadores.

#### **5. Responsable:**

- GAD de Chaguarpamba
- Cámara Provincial de Turismo Loja
- Ministerio de turismo

#### **6. Tiempo:**

- Para poder obtener los certificados de capacitación se debe cumplir con 420 horas de capacitación, recibiendo 10 horas de clase los días sábados distribuidas e impartidas en 12 meses.
- El ministerio de turismo ofrece a capacitarlos para el 2016 otorgando presupuesto para el desarrollo de la misma.

#### **7. Recursos**

##### **Recursos Humanos**

- Miembros de GAD de Chagurapamba
- Moradores
- Personal de la Cámara de turismo Loja
- Personal del Ministerio de Turismo Loja

## Recursos materiales

- Data show
- Computadora
- Equipos de audio
- Materiales de oficina (papel, esferos).
- Muebles de oficina (sillas, mesas).

## Recursos Económicos

- Costo de la Capacitación será gratuito

### 8. Resultados esperados:

- Lograr que el personal de trabajo obtenga mayores conocimientos acerca de la guianza y del impacto socio cultural, con el fin de motivarlos e incentivarlos a ser partícipes del turismo.
- Modificar, mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes de un guía para el manejo y control de turistas de manera correcta.
- Que obtengan los pobladores su certificación de capacitación y de tal manera contribuyan con el desarrollo turístico de la población.

### 9. Indicadores

- Cursos Realizados  
Cursos Programados
- Horas de Capacitación Impartidas  
Horas de Capacitación Programadas.
- Aprobación y certificación del curso  
Personas aprobadas del curso.

## 10. Presentación del Programa de Capacitación Turístico



### **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:**

- Realizar 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 del cantón Chaguarpamba formarse como técnicos en guías nativos obteniendo las capacitaciones para laborar en el campo turístico.

Se lograra con esto generar fuentes de trabajo además que les permitirá el desarrollo turístico del cantón Chaguarpamba. 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 mejorar y brindar un servicio de calidad
- **Duración:**  
Un año (420 Horas)
- **Inicio:**  
16 de Enero del 2016

- **Finalización:**

17 de Diciembre del 2016

**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 la necesidad de 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 atractivo 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:

**Cuadro N.41**

<b>Asignaturas básicas:</b>	168 horas
<b>Asignaturas Técnicas Turísticas:</b>	156 horas
<b>Asignaturas Especializadas:</b>	96 horas
<b>Total:</b>	<b>420 horas</b>

- **Lugar para la ejecución**

Se desarrollara en el cantón de Chaguarpamba para lo cual se requiere la coordinación con las autoridades del GAD del cantón 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 20 participantes y máximo de 30 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 o encargado del Itur de Chaguarpamba 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 las autoridades coordinaran 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 Nativos del Cantón Chaguarpamba**

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 del cantón, los afiches, se colocarán en lugares estratégicos como: iglesias, GAD de Chaguarpamba y colegios.

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 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 currículum en donde se calificarán el nivel educativo y la experiencia relacionada con turismo o medio ambiente sobre diez puntos, cada uno respectivamente. 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 la GAD del cantón de Chaguarpamba, 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 parroquia 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 30 personas de 18 a 37 años de edad, 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 certificado 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 básicas.

**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:

**Cuadro N. 42**

Tareas Individuales:	20%
Talleres Grupales	20%
Participación:	20%
Actitud Y Comportamiento	20%
Evaluación Final	20%
<b>TOTAL:</b>	<b>100%</b>

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
- Otros.

**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. 43**

**Ejes de asignaturas para Capacitación de Guías Nativos**

<b>EJES</b>	<b>COMPETENCIAS A DESARROLLAR</b>	<b>ASIGNATURAS/ MÓDULOS</b>
<b>Eje de Asignaturas Básicas</b>	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 y Responsable	Ética profesional
	Preparación física para caminatas largas y capacidad para transportar peso	Rescate y supervivencia
	Idioma ingles( Básico)	Ingles básico
	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

<b>Eje de asignaturas técnicas turísticas</b>	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
<b>Eje de Asignaturas profesionales de especialización</b>	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 en cada uno de los ejes establecidos.

#### **Cuadro N. 44**

##### **Eje de asignaturas y horas**

<b>EJES</b>	<b>ASIGNATURA</b>	<b>HORAS</b>		<b>HORAS</b>
<b>Eje de asignaturas básicas</b>	Primeros Auxilios	20	<b>C A R A C T</b>	
	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	E R	324
	Ética profesional	16		
	Legislación turística	16		
	Realidad nacional	16		
<b>SUBTOTAL:</b>	<b>10 ASIGNATURAS</b>	<b>168</b>	O B L I G A T O R I O	
<b>Eje asignaturas técnicas turísticas</b>	Técnicas de guiar 1	16		
	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		
<b>SUBTOTAL:</b>	<b>9 ASIGNATURAS</b>	<b>156</b>		
	Geografía turística del Ecuador	12	C A R A C T E R E	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	L E C T I V O	
	Fauna Local	12		
	Geomorfología	12		
	Vulcanología	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		
	<b>14 asignaturas patrimonio natural</b>	<b>158</b>		
	<b>14 asignaturas patrimonio cultural</b>	<b>108</b>		

**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 imprescindibles 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.

### **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 realizaran 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.

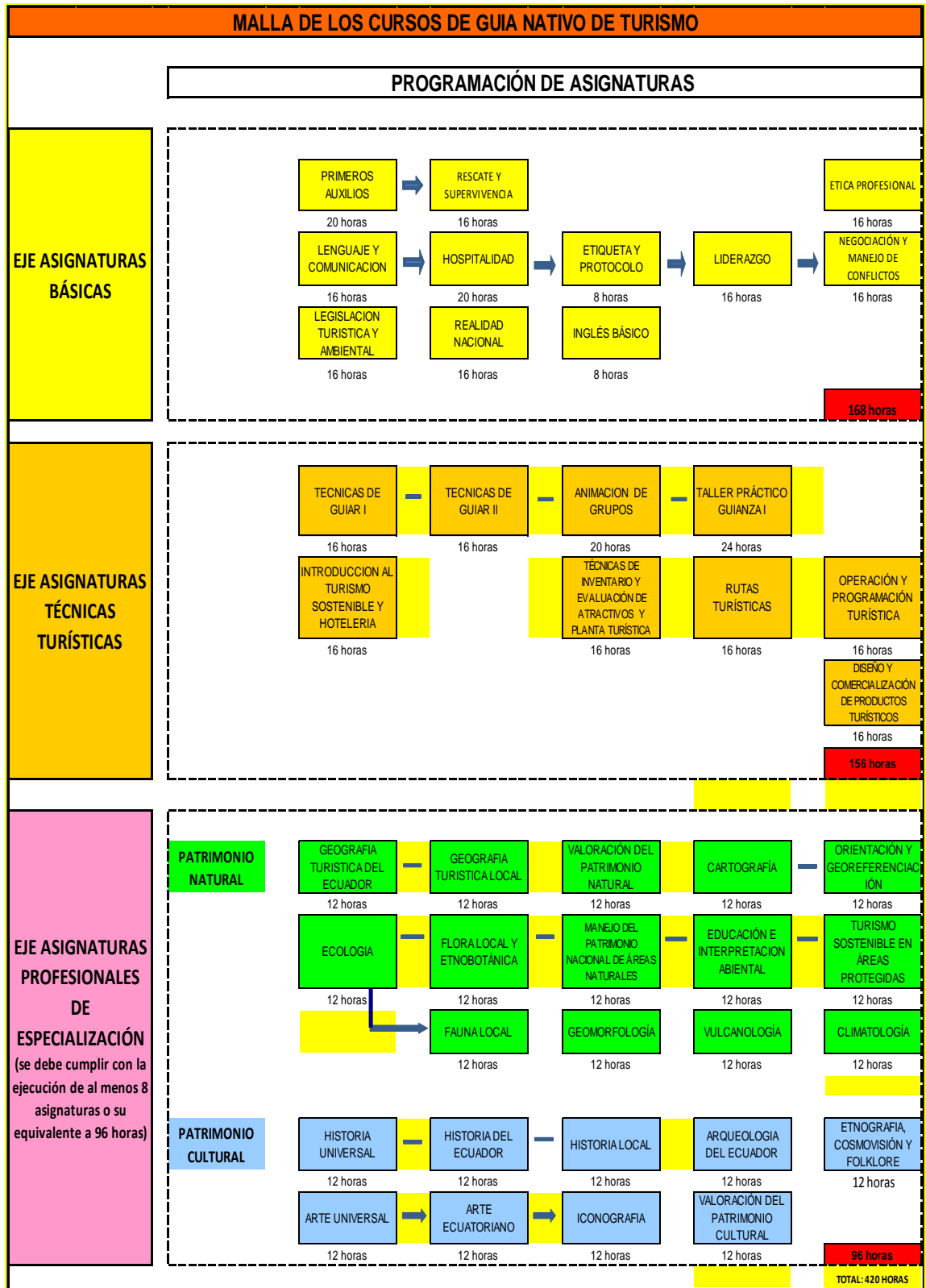
Para efecto de evaluación del curso y específicamente cada módulo, se definen los siguientes parámetros a aplicar:

- 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 modulo determinado no podrá continuar con el aprendizaje de los módulos siguientes.
- El facilitador presentara 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.



• Malla de los cursos de guía nativo de turismo.



Fuente: Ministerio de Turismo (Plan Nacional de Capacitación Turística)

Elaboración: Ministerio de Turismo del Ecuador

- **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 se 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.45**

##### **Horarios y fechas del pensum académico**

<b>Asignatura</b>	<b>Horas</b>	<b>Fecha</b>	<b>Horas Presencial</b>	<b>Horas Virtual</b>	<b>Total</b>
Primeros Auxilios	20	Sábado 09/01/2016	10	-----	10
_____	_____	Sábado 16/01/2016	10	----	10
Rescate y supervivencia	16	Sábado 23/01/2016	10	6	16
Lenguaje y Comunicación	16	Sábado 30/01/2016	10	6	16
Hospitalidad	20	Sábado 06/02/2016	10	_____	10
-----	-----	Sábado 13/02/2016	10	_____	10
Etiqueta y protocolo	8	Sábado 22/02/2016	8	_____	8
Ingles básico	8	Sábado 27/02/2016	8	_____	8

Liderazgo	16	Sábado 05/03/2016	10	6	16
Negociación y manejo de conflictos	16	Sábado 12/03/2016	10	6	16
Ética profesional	16	Sábado 19/03/2016	10	6	16
Legislación turística	16	Sábado 26/03/2016	10	6	16
Realidad nacional	16	Sábado 02/04/2016	10	6	16
<b>10 ASIGNATURAS</b>	<b>168</b>				
Técnicas de guiar 1	16	Sábado 09/04/2016	10	6	16
Técnicas de guiar 2	16	Sábado 16/04/2016	10	6	16
Animación de grupos	20	Sábado 23/04/2016	10	—	10
----- -	-----	Sábado 30/04/2016	10	—	10
Taller práctico de guianza 1	24	Sábado 07/05/2016	8	-----	8
----- -----	-----	Sábado 14/05/2016	8	—	8
----- ---	-----	Sábado 21/05/2016	8	—	8
Introducción al turismo sostenible y hotel	16	Sábado 28/05/2016	10	6	16
Técnicas de inventario y evaluación de A.T	16	Sábado 04/06/2016	10	6	16

Rutas turísticas	16	Sábado 11/06/2016	10	6	16
Operación y programación turística	16	Sábado 18/06/2016	10	6	16
Diseño y comercialización de productos turísticos	16	Sábado 25/06/2016	10	6	16
<b>9 ASIGNATURAS</b>	<b>156</b>				
Geografía turística del ecuador	12	Sábado 02/07/2016	10	2	12
Geografía turística local	12	Sábado 09/07/2016	10	2	12
Valoración del patrimonio natural	12	Sábado 16/07/2016	10	2	12
Cartografía	12	Sábado 23/07/2016	10	2	12
Orientación y georreferenciación	12	Sábado 30/07/2016	10	2	12
Ecología	12	Sábado 06/08/2016	10	2	12
Flora local y etnobotánica	12	Sábado 13/08/2016	10	2	12
Panel	12	Sábado 20/08/2016	10	2	12
Educación e interpretación ambiental	12	Sábado 27/08/2016	10	2	12
Turismo sostenible en áreas protegidas	12	Sábado 03/09/2016	10	2	12

Fauna Local	12	Sábado 10/09/2016	10	2	12
Geomorfología	12	Sábado 17/09/2016	10	2	12
Vulcanología	12	Sábado 24/09/2016	10	2	12
Climatología	12	Sábado 01/10/2016	10	2	12
Historia Universal	12	Sábado 08/10/2016	10	2	12
Historia del Ecuador	12	Sábado 15/10/2016	10	2	12
Historia local	12	Sábado 22/10/2016	10	2	12
Arqueología del Ecuador	12	Sábado 29/10/2016	10	2	12
Etnografía cosmovisión y folklore	12	Sábado 05/11/2016	10	2	12
Arte universal	12	Sábado 12/11/2016	10	2	12
Arte Ecuatoriano	12	Sábado 19/11/2016	10	2	12
Iconografía	12	Sábado 26/11/2016	10	2	12
Valoración del patrimonio cultural	12	Sábado 03/12/2016	10	2	12
<b>PRESENTACION DE NOTAS</b>		Sábado 10/12/2016	<b>Nota:</b> Verificar información y corrección de las mismas		
<b>INCORPORACION</b>		Sábado 17/12/2016			

Fuente: Min-tur Loja

Elaboración: Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

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 acreditaron su certificado de haber aprobado el curso.

- Certificado de haber aprobado el curso:



Confiere:

A.....El

**• Certificado de capacitación al personal turístico para mejorar y brindar un servicio de calidad, guianza turística y medio ambiente.**

Por haber participado en la capacitación ofrecida por el Ministerio de Turismo y la Cámara de turismo de Loja en temas turísticos con una duración de 420 horas.

---

**Ministerio de turismo**



---

**Capacitador**



Fuente: Min-tur Loja

Elaboración: Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

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

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 o para renovación) en la Cuenta Corriente No. 0010251768 del Banco Nacional de Fomento.

- **Formato de primera emisión de licencia**

Quito, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 201\_\_

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:

CI:

## Resumen del Objetivo Estratégico N° 2

**Realizar capacitación al personal turístico para mejorar y brindar un servicio de calidad.**

META	ESTRATEGIAS	POLITICAS	TÁCTICAS	RESP.
Posicionar los atractivos naturales turísticos brindando un servicio de calidad por parte del personal capacitado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponer del personal especializado en turismo y con capacidad de atención y servicio al excursionistas.</li> <li>• Informar a cada uno de los turistas sobre los atractivos naturales a visitar el cantón</li> <li>• Otorgar información especializada y personalizada a cada uno de los visitantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitar al personal en temáticas actuales relacionadas al turismo que permitan brindar información, facilidad, variedad de los servicios turísticos.</li> <li>• Capacitación permanente durante el año.</li> <li>• Infraestructura y recursos necesarios para desempeñar sus funciones.</li> </ul>	<p>La capacitación se desarrollará en el salón social de la del cantón municipio.</p> <p>Impactos ambientales e impactos socioculturales, tendrá una duración de 1 hora.</p> <p>La capacitación se inscribirá de 20 a 25 personas.</p> <p>Seleccionar el personal más idóneo para recibir las capacitaciones igualmente los facilitadores.</p>	<p>GAD de Chaguarpamba</p> <p>Cámara Provincial de Turismo Loja</p> <p>Ministerio de turismo</p>
TIEMPO	RECURSOS		RESULTADOS	INDICADORES
	<p>Recursos Humanos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Miembros de GAD de Saraguro</li> <li>• Moradores</li> <li>• Personal de la Cámara de turismo Loja</li> <li>• Personal del Ministerio de Turismo Loja</li> </ul> <p>Recursos materiales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Data show</li> <li>• Computadora</li> <li>• Equipos de audio</li> <li>• Materiales de oficina</li> <li>• Muebles de oficina</li> </ul> <p>Recursos Económicos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Costo de la Capacitación será gratuito</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lograr que el personal de trabajo obtenga mayores conocimientos acerca de la guianza y del impacto socio cultural, con el fin de motivarlos e incentivarlos a ser partícipes del turismo.</li> <li>• Modificar, mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes de un guía para el manejo y control de turistas de manera correcta.</li> <li>• Lograr una mejor organización e información de los atractivos turísticos</li> </ul>	<p>Cursos Realizados _____</p> <p>Cursos Programados _____</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

### 6.3 Socialización del Plan de Marketing del Cantón Chaguarpamba.

Para dar cumplimiento al tercer objetivo que era: Realizar la socialización del Plan de Marketing del Cantón Chaguarpamba, provincia de Loja, se realizó lo siguiente:

Una vez desarrollado el tema investigado se procede a socializar con los involucrados directos del proyecto para que puedan conocer en que consiste el plan de marketing que se implementará en el cantón Chaguarpamba con el objeto principal de poder difundir, promocionar y fortalecer los atractivos turísticos naturales típica que posee.

Para esto se definió una matriz de participación, con todas las autoridades presentes en la socialización, de tal forma que se evidencie los aportes y las sugerencias que se incorporarán en la presente socialización.

**Cuadro N.46** Matriz de participación en la Socialización por parte de las autoridades del GAD Municipal de Chaguarpamba.

NOMBRE	SUGERENCIA	APORTES O SUGERENCIAS
Líder Moisés Córdova Robles (Presidente del GAD Municipal)	Promocionar el paquete Full Day en las diferentes agencias de viajes de la ciudad de Loja y Catamayo para que estas lo ofrezcan a sus clientes y visiten al cantón.	Que el paquete turístico Full Day, sea subido a la página virtual del cantón para que sea promocionado en toda la provincia y en todo el país.
Fulton Encalada (Vocal del GAD Municipal)	Capacitar a los habitantes del cantón en temas sobre turismo con personal que conozca del tema.	Este aporte debería presentarse directamente al municipio y entidades del ministerio de turismo, para que apoyen el trabajo realizado y no quede solo en papeles.
José Balcázar (Vocal del GAD Municipal)	Que los trípticos y afiches sean entregados en algunas partes de Loja y Catamayo para que la gente los pueda observar.	Felicitaciones por la investigación realizada y por mostrar interés en sacar a nuestra parroquia

		adelante. En el ámbito turístico.
Leticia (Vocal del GAD Municipal)	Que se promocionen los atractivos del cantón a través de la radio o televisión.	Felicitaciones por el trabajo desarrollado.
Leído gordillo (Vicepresidenta del GAD Municipal)	Que el logo y lema desarrollado para el cantón sea otorgado para empezar a trabajar con este en todos los oficios y demás documentos que lo ameriten.	Que el paquete turístico se lo trabaje en convenios con agencias de viajes de la localidad y el Ministerio de Turismo para que se lo lleve a efecto con resultados positivos.

**Autora:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

### **Agenda propuesta para la socialización**

**Día y fecha:** jueves 10 de julio del 2014.

**Hora:** 09:00 am.

**Número de participantes:** 15 personas.

#### **Actividades y desarrollo:**

**09:00. Saludo de Bienvenida:** palabras de bienvenida y agradecimiento a todos los participantes por su asistencia a la socialización.

**09:10 am. Presentación del tema y proyecto de tesis:** se empezó nombrando el tema, la problemática, objetivos planteados, justificación y metodología.

**09:30 am. Presentación de la Propuesta del Plan de Marketing:** se indicó el logo, lema, afiche, tríptico, cuña radial y paquete turístico creado para el cantón.

**09:45. Foro Abierto:** se dio el espacio para que los asistentes dieran a conocer su punto de vista de todo lo expuesto, los mismos aportaron con sus comentarios y sugerencias en cuanto al tema expuesto.

**10:15 am. Resultados de la implementación del plan de marketing:** se dio a conocer a los asistentes las ventajas de la aplicación del plan de marketing en el cantón; se mencionó que los atractivos turísticos serían más conocidos y a su vez visitados, lo que traerá consigo un desarrollo de la actividad turística en el sector y mejoraría la calidad de vida de sus habitantes. Cabe mencionar que los asistentes quedaron conformes con esta estrategia de marketing y apoyan el trabajo realizado.

**10:30 am.** Finalmente se efectuó la invitación a un refrigerio, en donde participaron todos los asistentes.

**Nota:** cabe destacarse que durante todo el proceso de socialización del trabajo de investigación, no se presentó ninguna novedad y se llevó a cabo con total normalidad y junto a la presencia de los miembros del GAD Municipal de Chaguarpamba.

## 7. DISCUSIÓN

La presente propuesta de plan de marketing tiene como finalidad aportar y a su vez dar a conocer parte de la riqueza y variedad de los recursos turísticos existentes dentro del cantón Chaguarpamba perteneciente a la provincia de Loja, ya que en la actualidad carecen o no tienen la promoción suficiente para captar turistas, lo que representa un retraso o estancamiento de la actividad turística en el lugar.

El tema de estudio fue considerado en base, a que por medio del Plan de Marketing caracterizado como una herramienta de gestión por la que se determina los pasos a seguir, las metodologías y tiempos para alcanzar los objetivos determinados los mismos que permite promocionar los diferentes atractivos y estos difundirlos a los visitantes o turista; con el fin de que esta parroquia se posicione en la mente de quienes visitan el lugar

De acuerdo al estudio realizado, analizando la elaboración de cada una de las fichas que se llevó a cabo en el desarrollo del proyecto; se ha podido identificar los atractivos más relevantes del cantón Chaguarpamba, siendo que por medio de este proyecto se fundamenta la implementación del plan de marketing, como un eje primordial de la sustentación y difusión de los atractivos para que sean más conocidos.

El presente trabajo se inició primeramente con la realización de un diagnóstico turístico de la situación actual del cantón Chaguarpamba, se utilizó fichas de jerarquización e inventario, las mismas que fueron desarrolladas por cada uno de los atractivos naturales, culturales y gastronomía típica del lugar con la finalidad de conocer y recopilar la suficiente información de cada uno de los mismos. Se aplicó encuestas a

los turistas y cuídanos del cantón obteniendo como resultado, cuales son los atractivos más relevantes y de qué manera los encuestados seleccionarían que se dé el presente plan de marketing.

Luego se procedió a realizar un análisis FODA para así conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del sector, y a su vez conocer de qué carecen, lo cual nos permitió determinar que en el cantón Chaguarpamba existen atractivos turísticos tanto naturales como culturales de jerarquía II siendo estos de interés para turistas propios y extraños; pero que debido a la falta de promoción y a la planta turística deficiente con la que cuentan no permite un buen desarrollo del turismo en la zona. Es por esta razón que se realizó un análisis de la oferta turística, la cual sirvió para determinar la adecuada herramienta de marketing para el sector. Para finalmente concluir con la socialización a las autoridades del cantón, para constatar el trabajo realizado, como es la elaboración del afiche y el tríptico, material que más adelante servirá como herramienta para atraer más turismo, al lugar incentivando tanto a propios y extraños la curiosidad por conocer las bellezas que posee el cantón.

Los resultados obtenidos de la investigación se pueden definir como exitosos, ya que se logró el boceto de un plan de marketing turístico del cantón Chaguarpamba. De igual manera se analizó la importancia que tiene los atractivos turísticos del cantón para el desarrollo del turismo en el mismo.

## **8 CONCLUSIONES**

- El diagnóstico que se efectuó en el cantón Chaguarpamba fue fundamental para conocer la situación actual en la que se encuentran el área de estudio.



- Los atractivos turísticos del cantón Chaguarpamba cuentan con gran valor en el presente estudio de plan de marketing, lo cual refleja que llegarían a ser un sitio de interés para los turistas.
- Los atractivos naturales se encuentran en zonas privadas por lo que es complicado ingresar.
- La promoción de los atractivos permitirá que los pobladores inviertan y se involucren en el desarrollo del cantón, obteniendo fuentes de trabajo y mejorando su calidad de vida.
- El plan de publicidad sirve para involucrarse en el mercado con lo que se pretende dar a conocer más al cantón, aportando al desarrollo turístico de la provincia, región y país.
- El plan de marketing turístico para los atractivos del cantón Chaguarpamba muestra la posibilidad de implementar una alternativa económica ya que actualmente los pobladores se dedican únicamente a los trabajos agrícolas, ganaderos
- El apoyo de las autoridades públicas es importante y han brindado apoyo al cantón Chaguarpamba, sin embargo esto no es suficiente para satisfacer la demanda turística.
- Los medios de comunicación con los que los turistas reciben mayor información sobre los sitios a visitar son internet, prensa, amigos, trípticos, radio; brindando con esta respuesta datos importantes para el correcto plan de marketing.
- Se concluye que no existe un plan de marketing para la promoción y difusión de los atractivos turísticos del cantón Chaguarpamba por falta de conocimiento y decisión de los miembros del GAD Municipal.

## **9. RECOMENDACIONES**

- Las personas interesadas por la actividad turística deberían buscar la manera de ejecutar el plan de marketing de los atractivos turísticos cantón Chaguarpamba, teniendo así la posibilidad de improvisar en

un nuevo estilo de actividad económica la cual podría mejorar la calidad de vida de los mismos.

- Se recomienda al GAD Municipal poner en práctica los aportes que tiene por parte de la Universidad Nacional de Loja a través de la carrera de Administración Turística en lo referente a la publicidad para difundir sus atractivos.
- Que las autoridades opten por aplicar el modelo de feria propuesta en donde se busca el rescate de identidad cultural y gastronómica.
- Las autoridades podrían ubicar las entidades que presten ayuda a los interesados en emprender en actividades inmersas en el turismo, dando así la posibilidad de contar con una planta turística dentro del cantón.
- Se recomienda a las personas involucradas en el sector turístico mejorar en cuanto a la atención de clientes-turistas para fidelizar sus visitas.
- Promover la concienciación en los habitantes para lograr la valoración de las riquezas naturales y culturales que posee el cerro, lo cual conllevará al desarrollo económico y turístico no solo en el lugar de estudio sino a nivel nacional.

## 10. BIBLIOGRAFÍA

Amadeo. (17 de 08 de 2007). *HISTORIA Y TEORIA DEL MARKETING*

*amadeo.obolog.com/historia-teoria-marketing-23017*. Recuperado el 01 de 05 de 2012, de HISTORIA Y TEORIA DEL MARKETING amadeo.obolog.com/historia-teoria-marketing-23017: [www.amadeo.obolog.com/fotos/historia-teoria-marketing-23017](http://www.amadeo.obolog.com/fotos/historia-teoria-marketing-23017)

Amesa. (s.f.). Recuperado el 30 de 06 de 2014, de Amesa:

[http://www.sites.upiicsa.ipn.mx/polilibros/portal/Polilibros/P\\_proceso/Planeacion\\_y\\_Control\\_Estrategio\\_Lic\\_Enrique\\_Lopez\\_Berzunza/UMD/Unidad%20IV/43.htm](http://www.sites.upiicsa.ipn.mx/polilibros/portal/Polilibros/P_proceso/Planeacion_y_Control_Estrategio_Lic_Enrique_Lopez_Berzunza/UMD/Unidad%20IV/43.htm)

Arcadia. (2010). Arcadia. *Arcadia*.

Arcoíris, F. (2007). Loja.

- Centro de Investigaciones Sociológicas*. (s.f.). Recuperado el 30 de 06 de 2014, de CIS:  
[http://www.cis.es/cis/opencms/ES/1\\_encuestas/ComoSeHacen/queesunaencuesta.html](http://www.cis.es/cis/opencms/ES/1_encuestas/ComoSeHacen/queesunaencuesta.html)
- Concepto.de. (08 de mayo de 2014). *Concepto.de*. Recuperado el 8 de mayo de 2014, de Concepto de Diagnostico: <http://concepto.de/diagnostico/>
- Concepto.de. (08 de mayo de 2014). *Concepto.de*. Recuperado el 8 de mayo de 2014, de Concepto de Diagnostico: <http://concepto.de/diagnostico/>
- Enrique Burgos García, M. C. (2009). *Iniciate En El Marketing 2.0*. España: Gesbiblo S L.
- Fao. (2007). *Directrices para evaluar las necesidades de fortalecimiento de la capacidad*. Roma.
- GALICIA, J. A. (10 de 2010). *EMAGISTER*. Recuperado el 01 de 05 de 2012, de EMAGISTER: [www.emagister.com/...investigacion-mercado/tecnicas-investi...](http://www.emagister.com/...investigacion-mercado/tecnicas-investi...) - España
- Gallego, J. F. (2008). *MARKETING PARA HOTELES Y RESTAURANTES EN LOS NUEVOS ESCENARIOS*. Madrid: Paraninfo.
- Gallego, J. F. (2008). *MARKETING PARA HOTELES Y RESTAURANTES EN LOS NUEVOS ESCENARIOS*. Madrid: Paraninfo.
- Gobierno Autonomo Descentralizado del Canton Yacuambi. (2011). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Yacuambi.
- Lammertyn, R. E. (2007). *Guía básica para la Actividad de Marketing*.
- Msc. Esther Lidia Machado Chaviano, L. Y. (Junio de 2007). *Monografias.com*. Recuperado el 8 de Mayo de 2014, de Monografias.com: <http://www.monografias.com/trabajos52/marketing-turismo/marketing-turismo2.shtml>
- mundofranquicia*. (2011). Recuperado el 02 de 05 de 2012, de mundofranquicia: [www.mundofranquicia.com/](http://www.mundofranquicia.com/) - España
- Palacios, L. (24 de 11 de 2008). *EMAGISTER*. Recuperado el 02 de 05 de 2012, de EMAGISTER: [www.emagister.com/.../estrategias-marketing-diferentes-etapas](http://www.emagister.com/.../estrategias-marketing-diferentes-etapas) - España
- Quijano, C. R. (2009). *Espol*. Recuperado el 8 de Mayo de 2014, de Manual para el diagnostico Turistico Local: <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/8300/4/Manual%20de%20diagn%C3%B3stico%20tur%C3%ADstico%20local.pdf>
- rans Doorman, F. M. (s.f.). *La metodología del diagnóstico en el enfoque "Investigación*

*Adaptativa*". Costa Rica.

Ros, V. (2008). *e-Branding. Posiciona tu marca en la Red*. Recuperado el 01 de 05 de 2012, de e-Branding. Posiciona tu marca en la Red: [www.digitalbranding.es/book/](http://www.digitalbranding.es/book/)

Sciascia, L. A. (02 de 09 de 2007). *curso-evolución-histórica-marketing/producto-turístico 09/02/2007*. Recuperado el 01 de 05 de 2012, de curso-evolución-histórica-marketing/producto-turístico 09/02/2007: [www.emagister.com/curso-evolucion-historica-marketing/pro...](http://www.emagister.com/curso-evolucion-historica-marketing/pro...) - España

Semarnat. (31 de Mayo de 2010). *Turismo de Naturaleza*. Recuperado el 2 de Mayo de 2014, de Turismo de Naturaleza: [http://app1.semarnat.gob.mx/dgeia/Compendio\\_2012/dgeiawf.semarnat.gob.mx\\_8080/ibi\\_apps/WFServlet43c3.html](http://app1.semarnat.gob.mx/dgeia/Compendio_2012/dgeiawf.semarnat.gob.mx_8080/ibi_apps/WFServlet43c3.html)

Telegrafo. (13 de Abril de 2014). *Telegrafo*. Recuperado el 16 de Abril de 2014, de Telegrafo: <http://www.telegrafo.com.ec/>

Telegrafo, E. (13 de Enero de 2014). *Telegrafo*. Recuperado el 16 de Abril de 2014, de Telegrafo: <http://www.telegrafo.com.ec/>

Unidad de Gestion Territorial de Zamora Chinchipe. (2011). *SISTEMA ECONOMICO-PRODUCTIVO- Zamora Chinchipe- Ecuador*. Recuperado el 16 de Abril de 2014, de SISTEMA ECONOMICO- PRODUCTIVO- Zamora Chinchipe- Ecuador: <http://www.zamora-chinchipe.gob.ec>

*upiicsa*. (s.f.). Recuperado el 07 de 07 de 2014, de upiicsa: [http://www.sites.upiicsa.ipn.mx/polilibros/portal/Polilibros/P\\_proceso/Planeacion\\_y\\_Control\\_Estrategio\\_Lic\\_Enrique\\_Lopez\\_Berzunza/UMD/Unidad%20IV/44.htm](http://www.sites.upiicsa.ipn.mx/polilibros/portal/Polilibros/P_proceso/Planeacion_y_Control_Estrategio_Lic_Enrique_Lopez_Berzunza/UMD/Unidad%20IV/44.htm)

Wikipedia. (2014 de Febrero de 17). *Wikipedia*. Recuperado el 8 de Mayo de 2014, de Wikipedia: <http://es.wikipedia.org/wiki/Cerro>

*Wikipedia*. (21 de Febrero de 2012). Recuperado el 13 de Julio de 2014, de [http://es.wikipedia.org/wiki/Entrevista\\_period%C3%ADstica](http://es.wikipedia.org/wiki/Entrevista_period%C3%ADstica)

Wikipedia. (9 de Abril de 2014). *Turismo en el Ecuador*. Recuperado el 2 de Mayo de 2014, de Turismo en el Ecuador: [http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo\\_en\\_Ecuador](http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_en_Ecuador)

Wikipedia. (26 de Abril de 2014). *Wikipedia*. Recuperado el 2 de Mayo de 2014, de Turismo: <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>

Wikipedia. (s.f.). *Wikipedia*. Recuperado el 8 de Mayo de 2014, de Wikipedia: <http://es.wikipedia.org/wiki/Cerro>

---

---

# **Universidad Nacional De Loja**

**ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y  
ADMINISTRATIVA**

**Carrera de Administración  
Turística.**

**“PLAN DE MARKETING PARA LOS ATRACTIVOS  
TURISTICOS NATURALES DEL CANTON  
CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA.”**

Proyecto de Tesis previo a la  
obtención del Título de Ingeniería  
en Administración Turística

**Autor:**

Liliana Elizabeth Tapia Pacheco.

LOJA – ECUADOR  
1859  
2014

## **1.-TEMA**

### **“PLAN DE MARKETING PARA LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES DEL CANTON CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA”**

## **2.- PROBLEMÁTICA**

En un mundo tan globalizado y competente como el nuestro los planes de marketing han ido tomando espacio en el mercado desde ya hace mucho tiempo en el contexto global, han sido una herramienta fundamental para el desarrollo y adelanto de los pueblos, los mismos que han influido de manera positiva en todos los lugares donde se los ha aplicado por tal motivo estos son de vital importancia para un producto en vías de desarrollo ya que mediante la estrategia de estos planes se logra atraer y cautivar no solo a un cliente con estos se busca atraer a un gran conglomerado de potenciales clientes para una empresa.

Dentro del ámbito nacional no ha sido una excepción puesto que los planes de marketing se han convertido en más que una herramienta son un puntal más para promoción, venta de lugares, productos y servicios, los mismos que han influido de manera positiva en el ámbito económico del país, por tal motivo y gracias a la gran cantidad de promoción de productos y servicios existentes en nuestro país y a la competencia sana de plasmar y expandir nuevos horizontes en cuanto a nuevos mercados mejorando con planes sobre todo de calidad. Ecuador se encuentra en vías de desarrollo y franco crecimiento empresarial y turístico

Al igual que el país, la provincia de Loja ha sabido aprovechar los beneficios de los planes de marketing poniendo sus productos y atractivos a la vista

de propios y extraños ya que el buen manejo de estos ha hecho que crezca como provincia y como un sector importante de la economía ecuatoriana.

Actualmente las actividades destinadas al turismo en las diferentes cantones de la Provincia de Loja no están bien orientadas, ya que carece de personas conocedora del tema de cómo divulgar sus potenciales atractivos naturales y culturales.

El Cantón Chaguarpamba es pequeño físicamente, pero tiende a crecer y progresar con el alto potencial turístico que existe en el lugar, el gran inconveniente es que desconocen de sus atractivos lo que provoca la baja afluencia de turistas.

El propósito de la presente investigación es la elaboración de un Plan de Marketing Turístico para la difusión de los atractivos turísticos naturales del Cantón Chaguarpamba-provincia de Loja, y así proponer soluciones para utilizar eficazmente sus recursos naturales a través de estrategias de marketing acorde a las necesidades turísticas, para la contribución del desarrollo del Cantón y porque no decir de la Provincia y País.

### **3. JUSTIFICACIÓN**

#### **3.1 Académico**

Como estudiante de la Carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja, es conveniente realizar el presente trabajo con la finalidad de dar a conocer el potencial que posee el Cantón Chaguarpamba perteneciente a la Provincia de Loja.

### **3.2 Económica**

Desde el punto de vista económico, con la realización del siguiente proyecto de investigación se pretende impulsar el desarrollo turístico del Cantón Chaguarpamba, ya que al existir una adecuada difusión de los atractivos turísticos naturales a través de un Plan de Marketing, se brindara a las poblaciones de este sector la oportunidad de estar vinculados en el ámbito turístico permitiendo la creación de nuevas alternativas laborales, dinamizando la economía en los sectores involucrados al presente trabajo de investigación.

### **3.3 Social**

En la actualidad nuestros cantones cuentan con grandes potenciales no solo turísticos que ayudaran a detallar diferentes acciones necesarias para alcanzar un objetivo que en si es el beneficio de su población, con el fin de aportar soluciones a través de trabajos investigativos para el desarrollo social de este sector.

### **3.3 Turístico**

El sector turístico del Cantón Chaguarpamba es un lugar con múltiples aportaciones turísticas, son un potencial muy favorable para toda la comunidad, pero lo que nadie conoce no se puede consumir, Chaguarpamba posee una diversidad de climas, atractivos turísticos que demuestran la belleza de nuestro Cantón, es por ello que con la ayuda de la Junta Parroquial se podrá buscar un mejor desarrollo turístico en esta parroquia para permitir a turistas tanto locales como nacionales lleguen y visiten este sector.



### **3.4 Ambiental**

Con lo que respecta al factor ambiental se deberá tomar ciertas medidas de seguridad, conservación y mantenimiento de los atractivos naturales que cuenta este Cantón para no llegar al deterioro total de este potencial, para ello se necesitara la ayuda de autoridades, comunidad y turista para no perder el alto potencial turístico que beneficiara al sector.

## **4.-OBJETIVOS**

### **4.1 Objetivo General**

Elaborar un Plan de Marketing para los Atractivos Turísticos Naturales del cantón Chaguarpamba, provincia de Loja.

### **4.2 Objetivos Específicos**

**4.2.1.** Realizar un diagnóstico situacional turístico del cantón Chaguarpamba, provincia de Loja.

**4.2.2.** Realizar la propuesta de marketing para los atractivos turísticos naturales del cantón Chaguarpamba, provincia de Loja.

**4.2.3.** Realizar la socialización del Plan de Marketing del Cantón Chaguarpamba, provincia de Loja

## **5. MARCO TEÓRICO**

### **5.1 Marco Conceptual**

#### **5.1.1 Turismo**

El turismo consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual, por un período superior a un día e inferior a un año, por ocio, negocios u otros motivos.

#### **5.1.2 Turismo Sostenible**

Aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje.

#### **5.1.3 Atractivo Turístico**

Se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico.

#### **5.1.4 Destino Turístico**

Se denomina destino turístico a una zona o área geográfica que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y

de percepción por parte del mercado. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística.

### **5.1.5 Turista**

Turista es aquella persona que se traslada de su territorio de origen o de su residencia habitual a un punto geográfico diferente al suyo. La ausencia se produce más allá de 24 horas e incluye pernoctación en el punto geográfico de destino.

### **5.1.6 Sitios Naturales**

Un espacio natural, paisaje natural o un ambiente natural, es una parte del territorio de la tierra que no se encuentra modificado por la acción del hombre. El término se utiliza más específicamente para designar alguna de las categorías que sirven, de acuerdo con las diferentes legislaciones, para la protección de determinadas zonas de la naturaleza de especial interés.

### **5.1.7 Sitios Culturales**

Un centro cultural, por lo tanto, es el espacio que permite participar de actividades culturales. Estos centros tienen el objetivo de promover la cultura entre los habitantes de una comunidad.

### **5.1.8 Promoción Turística**

Promoción turística, hace referencia a la difusión de un lugar como destino para los turistas. Es importante destacar que la llegada de visitantes a una ciudad o un país genera ingresos económicos para dicho lugar.

### **5.1.9 Encuesta**

Una encuesta es un estudio observacional en el que el investigador busca recopilar datos por medio de un cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni controlar el proceso que está en observación (como sí lo hace en un experimento). Los datos se obtienen realizando un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, integrada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

### **5.1.10 Entrevista**

Es un término que está vinculado al verbo entrevistar (la acción de desarrollar una charla con una o más personas con el objetivo de hablar sobre ciertos temas). La entrevista, por lo tanto, es una conversación que llevan adelante dos o más sujetos con un fin determinado.

### **5.1.11 Análisis FODA**

Una moderna herramienta para el análisis de situaciones, sirve para analizar la situación competitiva de una organización, e incluso de una nación. Su principal función es detectar las relaciones entre las variables más importantes para así diseñar estrategias adecuadas, sobre la base del análisis del ambiente interno y externo que es esencial en cada organización, busca literalmente identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

### **5.1.12 Diagnostico**

El diagnóstico de situación tiene el objetivo de lograr un acercamiento lo más objetivo posible a la dinámica territorial con base en una participación interactiva y compartida, mediante el cual se logra un conocimiento objetivo de la realidad institucional que servirá de base para fijar las acciones que conlleve a mejorar la calidad de los servicios.

### **5.1.13 Plan de Marketing**

Es una parte fundamental no basta con tener una idea genial, una necesidad sin satisfacer, sino que además vamos a saber venderla, también es un proceso social y administrativo por el cual se satisfacen ciertas necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios.

### **5.1.14 Pasos de un Plan de Marketing**

#### **Paso 1.- Introducción:**

En esta parte, la pyme o el autónomo, deben detallar los productos o servicios que proporciona, es decir lo que hace y lo que vende, y también a quién y cómo lo hace.

#### **Pasó 2.- Análisis de la situación:**

Este paso es esencial pues de las conclusiones de estos análisis dependerán la estrategia y todo el resto de acciones que se derivarán de nuestro plan.

#### **Pasó 3.- Estudiar el mercado objetivo:**

Se debe describir lo mejor posible el segmento de mercado en el que se centra nuestra pyme, para que las acciones publicitarias sean adecuadas. Conocer a los clientes, el tamaño de mercado, factores demográficos, geográficos, etc.

#### **Paso 4.- Problemas y Oportunidades:**

Tras analizar los puntos anteriores surgirán oportunidades y amenazas para nuestra pyme, éstas se deben constatar por escrito, pues se deberán de afrontar (si son amenazas) o explotar (si son oportunidades).

### **Paso 5.- Establecer Objetivos:**

Una vez se conoce el terreno en el que se mueve la pyme y ya se sabe más o menos donde se puede llegar, es hora de ponerse unos objetivos concretos, es un paso esencial antes de dar los demás.

### **Pasó 6.- Establecer la Estrategia de Marketing:**

Ahora que ya se sabe más o menos el destino al que quiere llegar nuestra pyme (en cuanto a facturación, etc.) se debe trazar una ruta hasta ese destino, esa manera de llegar será nuestra estrategia para alcanzar los objetivos del punto 5.

Aquí entran en juego las cuatro P del marketing:

Producto, Precio, Plaza y Promoción.

### **Paso 7.- Decidir las tácticas de marketing o cómo se va a poner en marcha la estrategia**

Es decir, que en este punto se deberá concretar, decidiendo acciones específicas, cómo se va a ejecutar la estrategia de marketing de nuestra pyme.

### **Paso 8.- Calcular el presupuesto:**

Es hora de convertir en números todo lo anterior, hacer presupuesto de cada acción.

Esta sección es obvia, habrá que ver el dinero y los recursos que tenemos a nuestra disposición y repartirlo según la estrategia y prioridades de nuestra pyme.

### **Paso 9.- Ejecución y Control:**

Para cada objetivo que hayamos establecido, se debe tener una cifra de referencia para luego poder comparar.

### **Paso 10.- Resumen ejecutivo:**

Por último haremos un resumen de los puntos principales de nuestro plan y las conclusiones esenciales que se han obtenido de todo el trabajo anterior (es decir cuál será la estrategia, cuánto costará, etc.) y ponerlo al principio de nuestro plan, porque se deberá compartir el plan de marketing con el resto de la empresa y con gente ajena al área de marketing y se deberá tener un vistazo de lo importante.

## **5.1.15 Elementos de un Plan de Marketing**

### **1. Análisis De Las Oportunidades De Negocio**

Esta etapa del marketing consiste en identificar las oportunidades de negocios que se presentan en el entorno.

### **2. Segmentación y selección de mercados**

Esta función consiste en segmentar o dividir el mercado total que existe en pequeños mercados más segmentados con grupos de consumidores con características similares y necesidades más específicas.

### **3. Análisis y pronóstico de la demanda**

Esta función o etapa consiste en estudiar a los consumidores con características similares elegidos en la etapa numero dos para crear productos o servicios relevantes para ellos.



#### **4. Análisis de la competencia**

En esta etapa se analizan a los competidores.

#### **5. Diseño de las estrategias de marketing**

En esta etapa se definen todas las estrategias de marketing que se van a llevar a cabo de acuerdo a nuestro público objetivo basados en la información obtenida en la tercera etapa.

#### **6. Organización e Implementación**

Una vez realizadas todas las estrategias de marketing es necesario organizarse, trazar objetivos, metas a corto y mediano plazo para finalmente tomar acción.

#### **7. Control**

Una vez implementadas las estrategias de marketing se supervisan en la etapa de control permitiendo saber si las metas u objetivos están siendo cumplidas o no.

#### **5.1.16 Marketing Mix**

El marketing mix es un análisis de estrategia de aspectos internos, desarrollada comúnmente por las empresas para analizar cuatro variables básicas de su actividad: producto, precio, distribución y promoción.

El objetivo de aplicar este análisis es conocer la situación de la empresa y poder desarrollar una estrategia específica de posicionamiento posterior.

##### **➤ Producto**

Esta variable engloba tanto el producto (core product) en sí que satisface una determinada necesidad, como todos aquellos

elementos/servicios suplementarios a ese producto en sí. Estos elementos pueden ser: embalaje, atención al cliente, garantía, etc.

➤ **Precio**

En esta variable se establece la información sobre el precio del producto al que la empresa lo ofrece en el mercado. Este elemento es muy competitivo en el mercado, dado que, tiene un poder esencial sobre el consumidor, además es la única variable que genera ingresos.

➤ **Plaza o Distribución**

En esta variable se analiza los canales que atraviesa un producto desde que se crea hasta que llega a las manos del consumidor. Además, podemos hablar también del almacenaje, de los puntos de venta, la relación con los intermediarios, el poder de los mismos, etc.

➤ **Promoción**

La promoción del producto analiza todos los esfuerzos que la empresa realiza para dar a conocer el producto y aumentar sus ventas en el público, por ejemplo: la publicidad, las relaciones públicas localización del producto, etc.

### **5.1.17 Socialización**

La socialización es un proceso del individuo y un proceso de la sociedad. Por tanto son dos procesos complementarios en su meta final, pero distintos en su origen, intereses, y mecanismos de actuación. Uno es el interés de la sociedad y otro el del individuo.

Por eso el fenómeno de la socialización es estudiado tanto desde la Sociología como desde la Psicología, aunque de hecho no estudian los mismos contenidos.

Así, se puede definir este fenómeno como

"El Proceso por el cual los individuos, en su interacción con otros, desarrollan las maneras de pensar, sentir y actuar que son esenciales para su participación eficaz en la sociedad" (Vander Zanden, 1986)

## **5.2 Marco Referencial**

### **5.2.1 Datos Generales de Chaguarpamba**

**Cabecera Cantonal:** Chaguarpamba

**Altitud:** 1.050 m.s.n.m

**Temporada promedio:** 22 °C

**Superficie:** 315 km<sup>2</sup>

**Clima:** Templado en la parte alta y cálido húmedo en la parte baja.

**Ubicación:** Al norte de la provincia de Loja

**Límites:** *Norte:* Provincia de El Oro

*Sur:* Cantón Olmedo

*Este:* Cantón Catamayo

*Oeste:* Cantón Paltas

**División Política:** 1 parroquia urbana, 4 parroquias rurales y 40 barrios

**Parroquias Urbanas:** Chaguarpamba

**Parroquias Rurales:** Amarillos, Buenavista, El Rosario y Santa Rufina.

### **5.2.2 Servicios Básicos**

La cabecera cantonal dispone de agua tratada en malas condiciones y alcantarillado sanitario deficiente, energía eléctrica y telefonía; no es así las parroquias rurales las cuales carecen de servicios de agua potable y alcantarillado, disponiendo en su lugar el servicio de agua entubada y letrización.

### **5.2.3 Población Económicamente Activa**

Los pobladores de este progresista cantón se dedican en orden de importancia a la agricultura y ganadería, se debe indicar que por la ubicación del cantón al convertirse en paso obligado hacia la costa, concretamente la provincia de El Oro, el comercio se ha desarrollado en forma considerable.

### **5.2.4 Festividades**

27 de diciembre , fiesta cívica, aniversario de cantonización, 5 de agosto, fiesta religiosa en honor a la Virgen de la Nube, patrona del cantón, feria comercial de productos agrícola y animales domésticos; colaciones, vasija cerámicas, utensilios de madera, tejidos de algodón y cabuya, productos agrícolas, ganado: ovino, quino, porcino ,caprino y aves.

### **5.2.5 Comida Típica**

El 27 de diciembre , fiesta cívica, aniversario de cantonización, 5 de agosto, fiesta religiosa en honor a la Virgen de la Nube, patrona del cantón, feria comercial de productos agrícola y animales domésticos; colaciones, vasija cerámicas, utensilios de madera, tejidos de algodón y cabuya, productos agrícolas, ganado: ovino, quino, porcino, caprino y aves.

### 5.2.6 Atractivos Turísticos

Esta fértil tierra de fascinantes y excepcionales paisajes naturales, es el eslabón entre las provincias de Loja y El Oro, es decir, entre la Sierra y la Costa, razón suficiente para que se constituya en un paraje de descanso y reposo ineludible de todo turista y transeúnte que pasa por esta hermosa tierra de Chaguarpamba.

**Balneario El Guineo:** es un balneario natural formado por una blanquecina chorrera y un buen remanso, ubicado en la quebrada Gradúas a pocos km de la carretera que conduce a la costa.

El río Pindo: en el puente interprovincial entre Loja y El Oro está ubicado este sitio turístico muy concurrido, por cuanto el caudaloso río Pindo forma tranquilos vados de fresca límpida agua que es aprovechada por los turistas lugareños y foráneos que la visitan. Complementan este lugar turístico dos buenos salones de sabrosas y variadas comidas típicas.

**Balneario Las juntas:** ubicado a pocos kilómetros de Chaguarpamba, en la unión de los ríos Ambocas y Saraguallas, aquí se forma un gran remanso que es aprovechado por los bañistas los fines de semana y días de descanso, a más de propiciar el camping bajo las frondosas copas de las plantas de mango, guabo machetón y ciruelos.

**El cerro Surapo, Pan de Azúcar:** ubicado al occidente de la ciudad, es un atractivo muy insinuante para la práctica del turismo de montaña; se puede ascender a la cumbre en una caminata de dos horas, por senderos peatonales, desde donde se puede ascender a la cumbre en una caminata de dos horas, por senderos peatonales, desde donde se puede admirar amplios panoramas que dan solaz al espíritu humano.

**Río Pindo:** El río Pindo se encuentra ubicado en el puente interprovincial entre Loja y El Oro está ubicado este sitio turístico muy concurrido. Este río ofrece a los visitantes sus cálidas aguas, entre La Provincia de Loja y la Provincia de El Oro, en el puente interprovincial. El caudaloso Río Pindo forma tranquilos vados de agua que es aprovechada por propios y extraños que la visitan; complementan este lugar turístico dos buenos salones de sabrosas y variadas comidas típicas.

### **Atractivos Turísticos Culturales**

**Centro histórico:** en el centro urbano se destaca el asimétrico porque la Madre y su Iglesia Matriz de atractiva construcción arquitectónica; en el cruce de la vía y la calle principal, se levanta el llamativo monumento trabajador campesino Chaguarpamba.

**Petroglifos de Misquillana:** En el caserío de ese nombre, existen dos bloques de piedra plana; el primero de 1.8 m de largo por 1.3 m de ancho, en cuya superficie están excavados tres tacines, son perforaciones que hacían los más antiguos aborígenes paltas, las llenaban de agua y les servían de espejos astrales.

En la segunda piedra de tipo ovoide de 1.5 m de largo por 1.2 m de ancho, se ha grabado mediante línea incisa un ideograma con la figura del sol, cuyos rayos están inferidos por líneas horizontales paralelas, formando cuadros simétricos a manera de planos de ciudades, que hacen al visitante deducir que se tratan de representaciones cósmicas.

## 6. METODOLOGÍA

**Método Científico:** se refiere al conjunto de pasos necesarios para obtener conocimientos válidos (científicos) mediante instrumentos confiables con el fin de exponer y confirmar sus teorías, para generalizar y profundizar los conocimientos así adquiridos, para llegar a demostrarlos con rigor racional y para comprobarlos en el experimento y con las técnicas de su aplicación.

**Método Analítico:** Consiste en la desmembración de un todo, es decir en sus elementos para observar las causas, el entorno y los efectos, nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías. El análisis va de lo concreto a lo abstracto.

**Método Descriptivo:** Consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

**Método Inductivo:** El método inductivo o inductivismo es un método en el cual se obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se trata del método científico más usual, que se caracteriza por cuatro etapas básicas: la observación y el registro de todos los hechos; el análisis y la clasificación de los hechos; la derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos; y la contrastación.

**Método deductivo:** es un método que considera que la conclusión está implícita en las premisas. Por lo tanto, supone que las conclusiones siguen necesariamente a las premisas: si el razonamiento deductivo es válido y las premisas son verdaderas, la conclusión sólo puede ser verdadera.

**Método explicativo:** Consiste en elaborar modelos para explicar el porqué y el cómo del objeto de estudio. Se aplica la explicación sistemática.

**Técnica de la observación:** El instrumento de observación se diseña según el objeto de estudio, mediante la exploración el cual precisa aspectos previos a la observación estructurada y sistemática para reunir información y para interpretar hallazgos. Para luego describir hechos.

**Técnica de la encuesta:** La encuesta es una averiguación en la que se emplean cuestionarios para conocer la opinión pública. Consiste en el acopio de testimonios orales y escritos de personas vivas. La entrevista es una de las técnicas más usuales. Puede definirse como la relación que se establece entre el investigador y los sujetos de estudio. Puede ser individual o grupal.

**Técnica de la publicidad:** La publicidad es una técnica de promociones surtidas, cuyo objetivo fundamental es informar al público sobre la existencia de bien/es o servicio/s a través de medio/s de comunicación con el objetivo de obtener una compensación prefijada. Además hace uso de numerosas disciplinas tales como la psicología, la sociología, la estadística, la comunicación social, la economía y la antropología a fin de recordar (para crear imagen de marca) y /o persuadir para producir, mantener o incrementar las ventas.



**Técnica del dialogo:** Es una conversación entre dos o más personas, mediante la que se intercambian información y se comunican pensamientos sentimientos y deseos por cualquier medio.

**Técnica de la Entrevista:** Es una técnica de obtención de información mediante el dialogo mantenido en un encuentro formal y planeado, entre una y otra, para el presente proyecto se realizarán entrevista a autoridades del GAD Municipal de Chaguarpamba y a representantes de empresas locales dedicadas a la actividad turística.

Para la realización del primer objetivo específico: **Realizar un diagnóstico de la situación actual de los atractivos turísticos naturales del cantón Chaguarpamba.**

Se utilizara el método científico, analítico y descriptivo los cuales permitirán conocer más del objeto de estudio con el cual se podrá explicar, comprender y establecer nuevas teorías y se fundamentara las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades. Junto con técnicas como la observación el cual permitirá la fácil recopilación y se conocerán las fortalezas y debilidades del sector y la técnica de la encuesta basada en la técnica del muestreo de la Parroquia, con el fin de obtener información.

La Encuesta.- Se aplicara las encuestas a los turistas que llagan de los diferentes cantones aledaños, para ello se utilizara las siguiente formula.

Formula Del Muestreo:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{$$

$$Ne^2 + (Z^2 * p * q)$$

Reemplazando:

z: nivel de confianza 1.96

p: probabilidad a favor 0.5

q: probabilidad en contra 0.5

N: universo (15.535 turistas a los diferentes cantones aledaños)

e: margen de (0.05)

Desarrollo de la fórmula:

$$n = \frac{(1.96)^2 * 15535 * 0.5 * 0.5}{$$

$$15535 * (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5)$$

$$n = \frac{3,8416 * 3886}{$$

$$38.86 + 0,9604$$

$$n = \frac{14820}{$$

$$39.820$$

$$n = 372,174 = 372$$

**Dentro del trabajo investigativo se aplicará 372 encuestas a los diferentes turistas que acuden a los diferentes cantones aledaños.**

Para el cumplimiento del segundo objetivo: **Realizar la propuesta de marketing para los atractivos turísticos del cantón Chaguarpamba, provincia de Loja.**

Para ello se manejarán los siguientes métodos analítico e inductivo los cuales ayudarán al registro de todos los hechos a través de su respectivo análisis y una breve clasificación. Mediante técnicas como la observación y la publicidad las cuales servirán para conocer ciertas características del sector con la finalidad de llegar al turista mediante imágenes e información

Para el desarrollo del tercer objetivo: **Realizar la socialización del Plan de Marketing del Cantón Chaguarpamba, provincia de Loja**, se llevará a cabo una presentación de power point de todo el plan de marketing, a las autoridades del respectivo cantón.

En la realización del presente trabajo investigativo, se tiene previsto una salida de campo hacia la parroquia Guadalupe, para de esta manera, identificar los atractivos turísticos que posee el cantón, en esta etapa se obtendrá la información de las características y situación actual de los mismos, también se realizarán las encuestas a los habitantes, turistas que acuden a este cantón y los cantones aledaños y entrevistas a las autoridades del GAD de Chaguarpamba y representantes de empresas locales dedicadas a actividades turísticas.

## 7. CRONOGRAMA

Tiempo/ Actividades	Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Propuesta de las líneas de investigación y conformación de los grupos de trabajo	x	x	x	x																				
Elaboración del Proyecto de tesis					x	X																		
Recolección de Información Trabajo de Campo Aplicación de Encuestas							x	x	x	x														
Tabulación de resultados											x	X												
Presentación del Borrador de Tesis													X	x										
Corrección de Borrador de Tesis															x	x	x	x						
Trámites Legales																	x	x						
Disertación																					x	X		

## 8. PRESUPUESTO

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

### 8.1 Recursos Humanos

- La investigación estará a cargo del aspirante a Ingeniero en Administración Turística: Sra. Liliana Elizabeth Tapia Pacheco.
- Director(a) de Tesis.

### 8.2 Recursos Materiales.

- Material de Escritorio:
  - ✓ Papel bond.
  - ✓ Carpetas
  - ✓ Borrador
  - ✓ Lápices
  - ✓ Esferográficos, etc.
- Bibliografía
- Computadora portátil
- Cámara fotográfica
- GPS
- Recursos Institucionales: Información proveniente del GAD de Chaguarpamba

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Costo</b>
0	Equipos Técnicos	
1	Notebook hp	350,00
1	Impresora hp	70,00
	Flash memory	10,00
2	Cartuchos de tinta	30,00

100	Servicios de Copias	25,00
2	Internet	100,00
1	Cámara de fotos Sony	250,00
2	Útiles de Escritorio	10,00
3	Cuadernos	3,00
500	Hojas de papel bond	3,50
4	Esferográficos	5,00
10	Carpetas	6,00
1	Diseño de logos	30,00
Cantidad	Detalle	Costo
	Imprevistos	20,00
6	Impresión de borrador	90,00
6	Impresión de la tesina definitiva	240,00
24	Transporte	240,00
5	Hospedaje	50,00
24	Alimentación	120,00
14	Movilización	210,00
1	Logística	210,00
1	Extras	30,00
	Subtotal	2102.5
	5% de Imprevistos	105.13
	<b>Total de Presupuesto</b>	<b>2207.63</b>

### **Financiamiento:**

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

## 9. BIBLIOGRAFIA

- ✓ Revista Decisión todas las herramientas para el empresario.
- ✓ Marketing Universal.

### ➤ NET-GRAFIA

- ✓ <http://www.vivaloja.com/content/view/1650/906/>
- ✓ [http://www.asogopal.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=90&Itemid=232](http://www.asogopal.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=90&Itemid=232)
- ✓ [http://www.igm.gob.ec/cms/files/cartabase/n/NVII\\_D2.htm](http://www.igm.gob.ec/cms/files/cartabase/n/NVII_D2.htm)
- ✓ <http://ec.lirondo.com/Loja/Chaguarpamba/Entornos/orqu%C3%ADdeatorito/24915/1>
- ✓ <http://www.loja.gob.ec/contenido/Chaguarpamba>
- ✓ [http://www.emprendedores.es/crear\\_una\\_empresa/informacion/como\\_elaborar\\_un\\_plan\\_de\\_negocio/plan\\_comercial\\_y\\_de\\_marketing\\_en\\_un\\_plan\\_de\\_negocio](http://www.emprendedores.es/crear_una_empresa/informacion/como_elaborar_un_plan_de_negocio/plan_comercial_y_de_marketing_en_un_plan_de_negocio)
- ✓ <http://www.slideshare.net/guestc1276f/microempresas-232483>
- ✓ <http://www.gloobal.net/iepala/gloobal/hoy/index.php?id=1902&canal=Articulos&ghoy=0008&secciontxt=3>
- ✓ <http://www.myownbusiness.org/espanol/s2/#1>
- ✓ <http://www.icarito.cl/enciclopedia/articulo/primer-ciclo-basico/lenguaje-y-comunicacion/escritura/2010/04/51-8789-9-afiche.shtml>
- ✓ <http://guias.bicgalicia.es/v2/nuevo/asp/individual/plantilla.asp?pagina=QueE>
- ✓ <http://es.thefreedictionary.com/gu%C3%ADa>
- ✓ <http://www.rrppnet.com.ar/foda.htm>
- ✓ <http://www.misrespuestas.com/que-es-un-analisis-foda>.
- ✓ <http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-gestion-proyectos-desarrollo/diagnostico-situacion>
- ✓ <http://portal.educar.org/foros/diagnostico-del-proyecto>
- ✓ <http://definicion.de/entrevista/>

## **ANEXO 2: ENTREVISTA**



### **UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

#### **Área Jurídica, Social y Administrativa**

#### **Carrera de Administración Turística**

Con el propósito de recopilar la información necesaria para la elaboración del presente proyecto de tesis, ruego a Ud. de la manera más comedida contestar las siguientes interrogantes:

La entrevista fue aplicada a la presidente del GAD Municipal de Chaguarpamba quien manifestó lo siguiente:

**¿Cuáles son las principales fuentes de ingreso económico (destacar su importancia)?**

**¿Cómo se encuentra el desarrollo turístico en el sector?**

**¿Existe alguna organización comunitaria que desarrolle actividad turística en la zona?**

**¿Evento más importante y un aproximado en cuanto a cantidad de visitantes que recibe el sector?**

**¿Identifique los principales inconvenientes por los cuales no podría desarrollar turismo en el sector?**



**¿Existe facilidades económicas para que los pobladores inviertan algún tipo de negocios?**

**¿Qué actividades se podría implantar para fortalecer la economía del sector?**

**¿Existe algún tipo de producto que se elabore en el lugar?**

**¿Cuáles son los principales productos agrícolas que se producen en el sector?**

**¿Los productos que no se producen pero que se consumen de donde vienen principalmente?**

**¿Existe interés por parte de la población en incrementar una actividad relacionada con el turismo y la producción?**

**¿Existen proyectos que se estén ejecutando y se relacionen con la actividad turística en el lugar?**

**Gracias por su colaboración**

## ANEXO 3 ENCUESTA



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

Solicito a usted se digne responder la presente encuesta, con la finalidad de obtener información que será muy importante para plan de marketing para los atractivos turísticos del cantón Chaguarpamba, provincia de Loja.

### 1. Diga su lugar de procedencia?

Lugar de Procedencia	#	%
Local		
Provincial		
Otro País		
Total		

### 2. Entre que rango de edad usted está?

Rango de Edad	#	%
20-25		
26-35		
36-45		
46-55		
56-60		
Total		

### 3. ¿Qué nivel de instrucción académico tiene usted?

Nivel de Instrucción	#	%
Primaria		
Secundaria		
Tercer nivel		
Cuarto nivel		
Ninguno		
TOTAL		

**4. Conoce usted cuales son los principales atractivos del Cantón de Chaguarpamba?**

<b>Conoce atractivos de Chaguarpamba</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Si		
No		
TOTAL		

**5. De los siguientes atractivos cuales usted ha visitado?**

<b>Cual ha visitado</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Balneario El Guineo		
Balneario Las juntas		
El cerro Surapo, Pan de Azúcar		
Centro histórico		
Petroglifos de Misquillana		
TOTAL		

**6. Visita usted con frecuencia los sitios antes mencionados?**

<b>Visita con frecuencia los Sitos</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Si		
No		
Total		

**7. Si su respuesta es afirmativa señale la frecuencia?**

<b>Señale la Frecuencia</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Fin de Semana		
Vacaciones		
Feridos		
Otros		
TOTAL		

**8. ¿Cuándo usted visita los lugares antes mencionados lo hace?**

<b>Cuando lo visita lo hace:</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Solo		
Con la familia		

Con los amigos		
Otros		
TOTAL		

**9. ¿Cuáles de las siguientes alternativas toma en cuenta para visitar los sitios anteriormente nombrados del Cantón Chaguarpamba?**

<b>Alternativa q toma en cuenta</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Servicios		
Clima		
Infraestructura		
Precio		
Vías de acceso		
Ubicación		
Seguridad		
Otros		
TOTAL		

**10.Cuál es su presupuesto cuando visita estos lugares?**

<b>Cuál es su Presupuesto</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
De 0 a 20		
De 21 a 40		
De 41 a 60		
De 61 a 80		
De 81 a 100		
Más de Cien		
TOTAL		

**11. En qué condiciones se encuentran los servicios existentes en los lugares antes mencionados?**

<b>Condiciones de los Servicios</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Excelente		
Muy bueno		
Regular		
No existen servicios		
TOTAL		

**12. A través de qué medio usted recibió información de los lugares antes mencionados?**

<b>Medios de Información</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Trípticos		
Guías Turísticas		
Internet		
Amigos		
Prensa		
Radio		
Otros		
TOTAL		

**13. ¿Qué tipo de publicidad le gustaría q se implemente en la difusión de los atractivos turísticos del Cantón Chaguarpamba?**

<b>Tipo de Publicidad</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Videos		
Afiches		
Vallas Publicitarias		
Guías Turísticas		
Cuñas Radiales		
Páginas web		
Trípticos		
TOTAL		

**14. ¿Qué tipo de actividades usted realiza cuando visita los lugares antes mencionados?**

<b>Actividad que realiza</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Caminatas		
Cabalgatas		
Ciclismo		
Camping		
Gastronomía		
Visitas a lugares específicos		
Otros		
TOTAL		

**15. Existe señalización dentro de los atractivos naturales?**

<b>Existe Señalización</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Si		
No		
TOTAL		

**16. Cree usted que los atractivos naturales del Cantón Chaguarpamba pueden llegar a ser un icono representativo en otros países?**

<b>Atractivos pueden ser icono en otro País</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Si		
No		
TOTAL		

**17. Cree usted que si los lugares antes mencionados tuvieran más promoción serían más visitados?**

<b>Si tuvieran promoción serian visitados</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Si		
No		
TOTAL		

**18. Conoce usted, si en el Cantón Chaguarpamba existe algún lugar donde comprar productos producidos y elaborados?**

<b>Conoce las Productos Elaborados</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Si		
No		
TOTAL		

**19. Está de acuerdo usted en que si se promocionará productos elaborados y producidos fomentaría el turismo del Cantón Chaguarpamba?**

<b>Productos Formarían Parte de Turismo</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Si		
No		
TOTAL		

**20. Está de acuerdo que en el Cantón Chaguarpamba se forme un grupo de personas que producen productos propios y producidos en el sector, para promocionarlos y vender a los turistas?**

<b>De acuerdo</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Si		
No		
TOTAL		

**Gracias por su colaboración.**

## ANEXOS 4 FOTOGRAFÍAS DE LOS ATRACTIVOS NATURALES

**Cerro Pan de Azúcar**



**Balneario el Guineo**

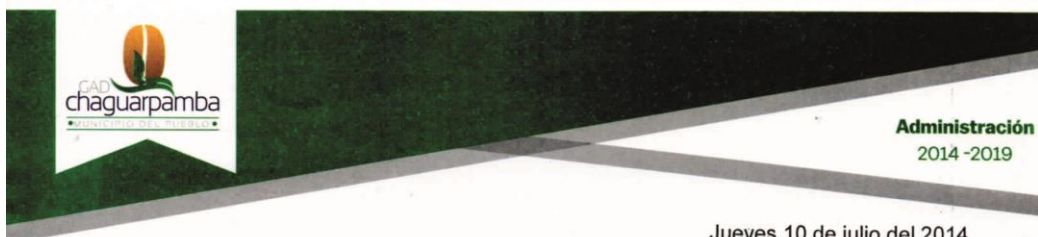


**Laguna de Saraguallas.**





## ANEXO 5 CERTIFICACIÓN DE LA SOCIALIZACIÓN EN EL GAD MUNICIPAL CHAGUARPAMBA.



Jueves 10 de julio del 2014

### A PETICION DE LA PARTE INTERESADA

Sr. Ing.

Líder Moisés Córdova Robles

**ALCALDE DEL GAD MUNICIPAL DE CHAGUARPAMBA**

### CERTIFICO:

Que la señorita Liliana Elizabeth Tapia Pacheco, con cedula de ciudadanía 1105002230, estudiante de la carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja, realizo con éxito la socialización de su proyecto de tesis titulado "PLAN DE MARKETING PARA LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DEL CANTÓN CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA en las instalaciones del GAD Municipal de Chaguarpamba, en presencia del alcalde y demás personas involucradas en el ámbito turístico.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, autorizando a la interesada hacer uso del presente como estime conveniente

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Moisés Córdova Robles', is written over a horizontal line.

Ing. Líder Moisés Córdova Robles

**ALCALDE DEL GAD MUNICIPAL DE CHAGUARPAMBA**

**ANEXO 6: CUADRO RESUMEN DE JERARQUIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTON CHAGUARPAMBA.**

**FICHA DE RESUMEN DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS**

PROVINCIA: Loja		CANTON: Chaguarpamba					FECHA: 17 de junio del 2014						
Nombre del Atractivo	Calidad		Entorno Max. 10	Estado de Conservación Max. 10	Acceso Max. 10	Servicios Max. 10	Asociación con otros Atractivos Max. 5	Significado				Suma	Jerarquía 1, 2. 3. 4
	Valor Intrínseco Max. 15	Valor Extrínseco Max. 15					Local Max. 2	Reg. Max. 4	Nac. Max 7	Inter. Max. 12			
Cerro Surapo	8	8	7	7	6	7	3	2				48	II
Balneario el Guieno	10	10	8	7	8	10	3	2				50	II
Lagunas de Saraguallas	8	7	8	7	8	10	3	2				53	II
Cerro de Infiernillos	7	8	7	8	8	10	3	2				53	II
Cerro Chincha-Cruz	7	8	7	8	6	10	3	2				51	II

**ANEXO 7 FICHAS DE INVENTARIO DEL MINISTERIO DE TURISMO DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN CHAGUARPAMBA.**

 <p><b>UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA</b>  <b>CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA</b>          Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos</p> 	
<p><b>1.DATOS GENERALES</b>          1.1. <b>ENCUESTADOR:</b> Liliana Elizabeth Tapia Pacheco    1.2. <b>FICHA N°:</b>001          1.3. <b>SUPERVISOR EVALUADOR:</b> Ing. Rubén Roman    1.4. <b>FECHA:</b> 11 de julio 2014          1.5 <b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b> Cerro Surapo    1.6. <b>PROPIETARIO:</b>          1.7. <b>CATEGORÍA:</b> Sitio Natural    1.8. <b>TIPO:</b> Montana    1.9. <b>SUBTIPO:</b> Alta montaña</p>	
<p><b>2.UBICACIÓN</b>          2.1. <b>PROVINCIA:</b> Loja    2.2. <b>CANTÓN:</b> CHuaguarpamba    2.3. <b>LOCALIDAD:</b> Barrio Surapo          2.4. <b>CALLE:</b> s/n    2.5. <b>NÚMERO:</b> s/n          2.6. <b>LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:</b>    2.7. <b>LATITUD:</b> 03°52'23"    2.8. <b>LONGITUD:</b> 78°38'27".</p>	
<p><b>3.CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>          3.1. <b>NOMBRE DEL POBLADO:</b> Chaguarpamba    <b>DISTANCIA:</b> 11.17 km          3.2. <b>NOMBRE DEL POBLADO:</b> Surapo    <b>DISTANCIA:</b> 0 km</p>	
<b>CALIDAD</b>  <b>VALOR</b> <b>INTRÍNSECO</b>	<p><b>4.CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>          4.1. <b>ALTURA:</b> 975msnm    4.2. <b>TEMPERATURA:</b> 23°C          4.3. <b>PRECIPITACIÓN:</b> 390 - 590cm<sup>3</sup></p>
	<p>Este cerro posee algunas particularidades, como su cumbre en forma de punta de lanza que sin embargo una vez coronada nos ofrece una hermosa vista y una gran planicie; una de las leyendas dice que los antepasados realizaban en este lugar encuentros deportivos, actualmente este espacio esta utilizado por una antena de la empresa telefónica Claro</p>

<b>VALOR EXTRÍNSECO</b>	<b>USOS (SIMBOLISMO).</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas y recorridos guiados, por una persona que conoce el atractivo natural</li> <li>• Observación del paisaje.</li> <li>• Avistamientos de aves</li> <li>• Mirador turístico</li> <li>• Fotografías.</li> </ul>			<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b> ALTERADO: <input type="checkbox"/> NO ALTERADO: <input type="checkbox"/> CONSERVADO: <input checked="" type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/>  <b>CAUSAS:</b> Está conservado en su totalidad, no ha sufrido alteración alguna.							
	<b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b>			<b>6. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b>  NOMBRE: FECHA DE DECLARACIÓN: CATEGORÍA: Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/>							
<b>APOYO</b>	<b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>										
	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE LAS VIAS</b>			<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIAS</b>				<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO</b>
			BN	RG	ML		DR	SM	MN	EV	
Terr	Asfaltado		x		Bus						

	Lastrado				Automóvil	X				Días al año 365	
	Empedrado				4 x 4	X					
	Sendero				Tren						
Acuático	Marítimo				Barco					Días al mes	
					Bote						
	Fluvial				Canoa					Culturales:	
					Otros	x				Naturales:	30
Aéreo					Avión					Horas al día	
					Avioneta					Culturales:	
					Helicóptero					Naturales:	10h
<p>Siglas: <b>BN</b>: bueno; <b>RG</b>: regular; <b>ML</b>: malo; <b>DR</b>: diaria; <b>SM</b>: semanal; <b>MN</b>: mensual; y, <b>EV</b>: eventual.  <b>OBSERVACIONES:</b> Para llegar a este atractivo se lo puede realizar por la vía La Chaguarpamba hacia el barrio Surapo, tomando las camionetas de alquiler, o en vehículo particular.</p>											
<b>9. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>											
SERVICIOS	CATEGORÍAS										OTROS
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	No Estable	Plazas	No Estble	Plazas	No Estble	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	2	64	2	26	0	0	
ALIMENTACIÓN	0	0	0	0	10	227	0	0	0	0	

ESPARCIMIENTO	0	0	0	0	7	-	0	0	0	0
<b>10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>										
<b>10.1. AGUA:</b>										
POTABLE:	<input type="checkbox"/>	TRATADA:	<input type="checkbox"/>	ENTUBADA:	<input checked="" type="checkbox"/>	DE POZO:	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE:	<input type="checkbox"/>	OTROS: .....
<b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:</b>										
SISTEMA INTERCONECTADO:	<input checked="" type="checkbox"/>	GENERADOR:	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE:	<input type="checkbox"/>	OTROS:.....				
<b>10.3. ALCANTARILLADO:</b>										
RED PÚBLICA:	<input type="checkbox"/>	POZO CIEGO:	<input checked="" type="checkbox"/>	POZO SEPTICO:	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE:	<input type="checkbox"/>	OTROS: .....		
<b>10.4. PRECIO</b>										
SI:	<input type="checkbox"/>	NO:	<input checked="" type="checkbox"/>	ENTRADA LIBRE:	<input type="checkbox"/>	OTROS: .....				
<b>Observaciones:</b> Es un atractivo que puede ser observado desde la carretera por ello no tiene precio de ingreso.										
<b>11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>										
<b>NOMBRE</b>										
<b>DISTANCIA:</b>										
<b>12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>										
LOCAL:	<input checked="" type="checkbox"/>									
PROVINCIAL:	<input type="checkbox"/>									
NACIONAL:	<input type="checkbox"/>									
INTERNACIONAL:	<input type="checkbox"/>									
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos										
.....										
<b>Firma: SUPERVISOR EVALUADOR</b>										



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



**1.DATOS GENERALES**

- 1.1. **ENCUESTADOR:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco 1.2. **FICHA N°:**003  
1.3. **SUPERVISOR EVALUADOR:** Ing. Rubén Roman 1.4. **FECHA:** 11 de julio 2014  
1.5 **NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Petroglifos Mizhquillana 1.6. **PROPIETARIO:**  
1.7. **CATEGORÍA:** Sitio Natural 1.8. **TIPO:** Sitio histórico 1.9. **SUBTIPO:** Lugares arqueológicos

**2.UBICACIÓN**

- 2.1. **PROVINCIA:** Loja 2.2. **CANTÓN:** CHuaguarpamba 2.3. **LOCALIDAD:** Vega de Mangos  
2.4. **CALLE:** s/n 2.5. **NÚMERO:** s/n  
2.6. **LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:** 2.7. **LATITUD:** 03°52'23" 2.8. **LONGITUD:** 78°38'27".

**3.CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO**

- 3.1. **NOMBRE DEL POBLADO:** Chaguarpamba **DISTANCIA:** 30 km  
3.2. **NOMBRE DEL POBLADO:** Vega de mangos **DISTANCIA:** 0 km

**CALIDAD**

**VALOR INTRÍNSECO**

**4.CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

- 4.1. **ALTURA:** 975msnm 4.2. **TEMPERATURA:** 23°C  
4.3. **PRECIPITACIÓN:** 390 - 590cm<sup>3</sup>

	<p>En el sector de Mizhquillana, en la finca agrícola conocida por los lugareños como la Vega de los Mangos propiedad de la Familia Capa, se encuentran incrustados dos grandes bloques pétreos; en la primera existe una piedra en forma rectangular 1.50 x 1.00m aprox, en ella encontramos cuatro perforaciones cilíndricas (tasines) y el segundo bloque a 10m encontramos una piedra grande donde se halla tallado una figura (sol) que muestra un singular ideograma petroglífico. Fuera de esta finca al norte a pocos metros (250m.) en el terreno del Sr. José Capa encontramos un tercer bloque en cuya cara lateral se hallan talladas dos flechas en sentido convergente. A 300 metros de este lugar en línea recta hacia el sur se encuentra el cuarto bloque de piedra de 1,20 m de largo por 70 cm de ancho de forma ovoidal, en cuya superficie está grabado un ideograma con la figura de un sol. Cerca de la vivienda de la Sra. Olga Macas pasando de la capilla del sector, por la carretera que conduce de Mizhquillana a la parroquia Buenavista se halla un quinto bloque pétreo de forma piramidal, en la base se encuentra un ideograma cuyas figuras representan a dos flechas cuyas puntas convergen hacia el centro, en el lado derecho del bloque están grabados ideogramas consistentes en dos formas geométricas representando a dos medios círculos invertidos entre sí. Actualmente está destruida por efectos de trabajos de la vía. Hasta el día de hoy estos petroglifos no se sabe nada de su origen y a que cultura representan.</p>		
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);"><b>VALOR EXTRÍNSECO</b></p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p><b>USOS (SIMBOLISMO).</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas y recorridos guiados, por una persona que conoce el atractivo natural</li> <li>• Observación del paisaje.</li> <li>• Avistamientos de aves</li> <li>• Mirador turístico</li> <li>• Fotografías.</li> </ul> <p><b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO</b></p> </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p><b>5.ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p> <p>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"/></p> <p><b>CAUSAS:</b> Está conservado en su totalidad, no ha sufrido alteración alguna.</p> <p><b>6.PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b></p> <p>NOMBRE:  FECHA DE DECLARACIÓN:  CATEGORÍA:  Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/>  Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/></p> </td> </tr> </table>	<p><b>USOS (SIMBOLISMO).</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas y recorridos guiados, por una persona que conoce el atractivo natural</li> <li>• Observación del paisaje.</li> <li>• Avistamientos de aves</li> <li>• Mirador turístico</li> <li>• Fotografías.</li> </ul> <p><b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO</b></p>	<p><b>5.ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p> <p>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"/></p> <p><b>CAUSAS:</b> Está conservado en su totalidad, no ha sufrido alteración alguna.</p> <p><b>6.PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b></p> <p>NOMBRE:  FECHA DE DECLARACIÓN:  CATEGORÍA:  Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/>  Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/></p>
<p><b>USOS (SIMBOLISMO).</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas y recorridos guiados, por una persona que conoce el atractivo natural</li> <li>• Observación del paisaje.</li> <li>• Avistamientos de aves</li> <li>• Mirador turístico</li> <li>• Fotografías.</li> </ul> <p><b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO</b></p>	<p><b>5.ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p> <p>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"/></p> <p><b>CAUSAS:</b> Está conservado en su totalidad, no ha sufrido alteración alguna.</p> <p><b>6.PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b></p> <p>NOMBRE:  FECHA DE DECLARACIÓN:  CATEGORÍA:  Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/>  Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/></p>		



		<b>(ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b>			<b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b> ALTERADO: <input type="checkbox"/> NO ALTERADO: <input checked="" type="checkbox"/> CONSERVADO: <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO: <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/>  <b>CAUSAS:</b> El entorno natural del atractivo no ha sido alterado y además de ello está conservado en su totalidad						
<b>APOYO</b>	<b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>										
	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE LAS VIAS</b>			<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIAS</b>				<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO</b>
			BN	RG	ML		DR	SM	MN	EV	
	Terrestre	Asfaltado		x		Bus					Días al año 365
		Lastrado				Automóvil	x				
		Empedrado				4 x 4	x				
		Sendero				Tren					
	Acuático	Marítimo				Barco					Días al mes
						Bote					
		Fluvial				Canoa					Culturales:
					Otros	x				Naturales:	30
Aéreo					Avión					Horas al día	
					Avioneta					Culturales:	
					Helicóptero					Naturales:	10h

Siglas: **BN**: bueno; **RG**: regular; **ML**: malo; **DR**: diaria; **SM**: semanal; **MN**: mensual; y, **EV**: eventual.  
**OBSERVACIONES:** Para llegar a este atractivo se lo puede realizar por la vía La Chaguarpamba hacia el barrio Surapo, tomando las camionetas de alquiler, o en vehículo particular.

### 9.FACILIDADES TURÍSTICAS

SERVICIOS	CATEGORÍAS										OTROS
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	2	64	2	26	0	0	
ALIMENTACIÓN	0	0	0	0	10	227	0	0	0	0	
ESPARCIMIENTO	0	0	0	0	7	-	0	0	0	0	





**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**  
Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



**1.DATOS GENERALES**

1.1. **ENCUESTADOR:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco    1.2. **FICHA N°:**003  
1.3. **SUPERVISOR EVALUADOR:** Ing. Rubén Roman    1.4. **FECHA:** 11 de julio 2014  
1.5 **NOMBRE DEL ATRACTIVO:** LAGUNAS DE SARAGUALLAS    1.6. **PROPIETARIO:**  
1.7. **CATEGORÍA:** Sitio Natural    1.8. **TIPO:** Ambiente Lacustre    1.9. **SUBTIPO:** Laguna

**2.UBICACIÓN**

2.1. **PROVINCIA:** Loja    2.2. **CANTÓN:** CHuaguarpamba    2.3. **LOCALIDAD:** Barrio la Y del guineo  
2.4. **CALLE:** s/n    2.5. **NÚMERO:** s/n  
2.6. **LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:**    2.7. **LATITUD:** 03°52'23"    2.8. **LONGITUD:** 78°38'27".

**3.CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO**

3.1. **NOMBRE DEL POBLADO:** Chaguarpamba    **DISTANCIA:** 45 km  
3.2. **NOMBRE DEL POBLADO:** Y del Guineo    **DISTANCIA:** 0 km

**4.CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

4.1. **ALTURA:** 975msnm    4.2. **TEMPERATURA:** 23°C  
4.3. **PRECIPITACIÓN:** 390 - 590cm<sup>3</sup>

**CALIDAD**

**VALOR INT  
RÍNSECO**

Lagunas de "Saraguallas", ubicada a pocos Km del barrio La Y del Guineo, Parroquia Santa Rufina; en la confluencia de los ríos Ambocas y Saraguallas a 45Kmde la ciudad de Chaguarpamba. En estas lagunas la visita de los turistas es masiva todos los fines de semana y en especial en épocas de vacaciones; cuenta con numerosas cascadas que sobrepasan los 10 metros de altura, los turistas suelen preparar comidas típicas. Para el futuro se ha planificado el mejoramiento de este importante balneario.

<b>VALOR EXTRÍNSECO</b>	<b>USOS (SIMBOLISMO).</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas y recorridos guiados, por una persona que conoce el atractivo natural</li> <li>• Observación del paisaje.</li> <li>• Avistamientos de aves</li> <li>• Mirador turístico</li> <li>• Fotografías.</li> </ul>			<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b> 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"/> <b>CAUSAS:</b> Está conservado en su totalidad, no ha sufrido alteración alguna.							
	<b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b>			<b>6. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b>  NOMBRE: FECHA DE DECLARACIÓN: CATEGORÍA: Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/>							
<b>APOYO</b>	<b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>										
	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE LAS VIAS</b>			<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIAS</b>				<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO</b>
			BN	RG	ML		DR	SM	MN	EV	
T ☉	Asfaltado		x		Bus						

	Lastrado				Automóvil	X				Días al año 365	
	Empedrado				4 x 4	X					
	Sendero				Tren						
Acuático	Marítimo				Barco					Días al mes	
					Bote						
	Fluvial				Canoa					Culturales:	
					Otros	x				Naturales:	30
Aéreo					Avión					Horas al día	
					Avioneta					Culturales:	
					Helicóptero					Naturales:	10h

Siglas: **BN**: bueno; **RG**: regular; **ML**: malo; **DR**: diaria; **SM**: semanal; **MN**: mensual; y, **EV**: eventual.

**OBSERVACIONES:** Para llegar a este atractivo se lo puede realizar por la vía La Chaguarpamba hacia el barrio Surapo, tomando las camionetas de alquiler, o en vehículo particular.

### 9.FACILIDADES TURÍSTICAS

SERVICIOS	C A T E G O R Í A S										OTROS
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	No Estable	Plazas	No Estble	Plazas	No Estble	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	2	64	2	26	0	0	
ALIMENTACIÓN	0	0	0	0	10	227	0	0	0	0	





**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



**1.DATOS GENERALES**

1.1. **ENCUESTADOR:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco 1.2. **FICHA N°:**004  
1.3. **SUPERVISOR EVALUADOR:** Ing. Rubén Roman 1.4. **FECHA:** 11 de julio 2014  
1.5 **NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Cerro de Infiernillos 1.6. **PROPIETARIO:**  
1.7. **CATEGORÍA:** Sitio Natural 1.8. **TIPO:** Montaña 1.9. **SUBTIPO:** Alta Montaña

**2.UBICACIÓN**

2.1. **PROVINCIA:** Loja 2.2. **CANTÓN:** CHuaguarpamba 2.3. **LOCALIDAD:** Infiernillos  
2.4. **CALLE:** s/n 2.5. **NÚMERO:** s/n  
2.6. **LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:** 2.7. **LATITUD:** 03°52'23" 2.8. **LONGITUD:** 78°38'27".

**3.CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO**

3.1. **NOMBRE DEL POBLADO:** Chaguarpamba **DISTANCIA:** 20 km  
3.2. **NOMBRE DEL POBLADO:** infiernillos **DISTANCIA:** 0 km

**4.CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

4.1. **ALTURA:** 975msnm 4.2. **TEMPERATURA:** 23°C  
4.3. **PRECIPITACIÓN:** 390 - 590cm<sup>3</sup>

**CALIDAD**

**VALOR  
INTRÍNSECO**

Ubicado en la confluencia de los ríos Yaguachi y la Quebrada Guaduas, este atractivo turístico goza de una leyenda, en donde se dice que existe una paila de oro, la misma que hasta la actualidad nadie ha podido sacarle. Se encuentra ubicado a 20 Km. De la ciudad de Chaguarpamba.





		BN	RG	ML		DR	SM	MN	EV	TEMPORALIDAD DE ACCESO	
Terrestre	Asfaltado		X		Bus					Días al año 365	
	Lastrado				Automóvil						
	Empedrado				4 x 4	X					
	Sendero				Tren						
Acuático	Marítimo				Barco					Días al mes	
					Bote						
	Fluvial				Canoa					Culturales:	
					Otros	X				Naturales:	30
Aéreo					Avión					Horas al día	
					Avioneta					Culturales:	
					Helicóptero					Naturales:	10h
<p>Siglas: <b>BN</b>: bueno; <b>RG</b>: regular; <b>ML</b>: malo; <b>DR</b>: diaria; <b>SM</b>: semanal; <b>MN</b>: mensual; y, <b>EV</b>: eventual.  <b>OBSERVACIONES:</b> Para llegar a este atractivo se lo puede realizar por la vía La Chaguarpamba hacia el barrio Surapo, tomando las camionetas de alquiler, o en vehículo particular.</p>											
<b>9.FACILIDADES TURÍSTICAS</b>											
SERVICIOS	C A T E G O R Í A S										OTROS
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	No Estable	Plazas	No Estble	Plazas	No Estble	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	

ALOJAMIENTO	0	0	0	0	2	64	2	26	0	0	
ALIMENTACIÓN	0	0	0	0	10	227	0	0	0	0	
ESPARCIMIENTO	0	0	0	0	7	-	0	0	0	0	

**10. 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 SEPTICO:  NO EXISTE:  OTROS: .....

**10.4. PRECIO**  
 SI:  NO:  ENTRADA LIBRE:  OTROS: .....

**Observaciones:** Es un atractivo que puede ser observado desde la carretera por ello no tiene precio de ingreso.

**11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS**  
**NOMBRE** **DISTANCIA:**

	<p><b>12.DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b></p> <p>LOCAL: <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>PROVINCIAL: <input type="checkbox"/></p> <p>NACIONAL: <input type="checkbox"/></p> <p>INTERNACIONAL: <input type="checkbox"/></p>
	<p>Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos</p> <p>.....</p> <p><b>Firma: SUPERVISOR EVALUADOR</b></p>



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



**1.DATOS GENERALES**

1.1. **ENCUESTADOR:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco 1.2. **FICHA N°:**005  
1.3. **SUPERVISOR EVALUADOR:** Ing. Rubén Roman 1.4. **FECHA:** 11 de julio 2014  
1.5 **NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Cerro Chincha-Cruz 1.6. **PROPIETARIO:**  
1.7. **CATEGORÍA:** Sitio Natural 1.8. **TIPO:** Montaña 1.9. **SUBTIPO:** Alta Montaña

**2.UBICACIÓN**

2.1. **PROVINCIA:** Loja 2.2. **CANTÓN:** CHuaguarpamba 2.3. **LOCALIDAD:** Chincha cruz  
2.4. **CALLE:** s/n 2.5. **NÚMERO:** s/n  
2.6. **LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:** 2.7. **LATITUD:** 03°52'23" 2.8. **LONGITUD:** 78°38'27".

**3.CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO**

3.1. **NOMBRE DEL POBLADO:** Chaguarpamba **DISTANCIA:** 18 km  
3.2. **NOMBRE DEL POBLADO:** Chincha cruz **DISTANCIA:** 0 km

**4.CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

4.1. **ALTURA:** 975msnm 4.2. **TEMPERATURA:** 23°C  
4.3. **PRECIPITACIÓN:** 390 - 590cm<sup>3</sup>

**CALIDAD**

**VALOR  
INTRÍNSECO**

iene 1919 m de altura es el más alto de la parroquia y Cantón Chaguarpamba, encontramos pequeñas áreas de bosque nativo es por ello que existe una gran riqueza florística y faunística, además es el principal abastecedor de agua para consumo humano en la ciudad de Chaguarpamba y Amarillos.

<b>VALOR EXTRÍNSECO</b>	<b>USOS (SIMBOLISMO).</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas y recorridos guiados, por una persona que conoce el atractivo natural</li> <li>• Observación del paisaje.</li> <li>• Avistamientos de aves</li> <li>• Mirador turístico</li> <li>• Fotografías.</li> </ul>			<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b> zALTERADO: <input type="checkbox"/> NO ALTERADO: <input type="checkbox"/> CONSERVADO: <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO: <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> <b>CAUSAS:</b> Está conservado en su totalidad, no ha sufrido alteración alguna.							
	<b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b>			<b>6. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b> NOMBRE: FECHA DE DECLARACIÓN: CATEGORÍA: Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/>							
<b>APOYO</b>	<b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>										
	<b>TIP O</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE LAS VIAS</b>			<b>TRANSPORT E</b>	<b>FRECUENCIAS</b>				<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO</b>
			BN	RG	ML		DR	SM	MN	EV	
T e	Asfaltado		x		Bus						

	Lastrado				Automóvil						Días al año 365	
	Empedrado				4 x 4	X						
	Sendero				Tren							
Acuático	Marítimo				Barco						Días al mes	
					Bote							
	Fluvial				Canoa						Culturales:	
					Otros	x					Naturales:	30
Aéreo					Avión						Horas al día	
					Avioneta						Culturales:	
					Helicóptero						Naturales:	10h
<p>Siglas: <b>BN</b>: bueno; <b>RG</b>: regular; <b>ML</b>: malo; <b>DR</b>: diaria; <b>SM</b>: semanal; <b>MN</b>: mensual; y, <b>EV</b>: eventual.  <b>OBSERVACIONES:</b> Para llegar a este atractivo se lo puede realizar por la vía La Chaguarpamba hacia el barrio Surapo, tomando las camionetas de alquiler, o en vehículo particular.</p>												
<b>9.FACILIDADES TURÍSTICAS</b>												
SERVICIOS	C A T E G O R Í A S											OTROS
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA			
	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas		
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	2	64	2	26	0	0		
ALIMENTACIÓN	0	0	0	0	10	227	0	0	0	0		





**Anexo 8 FOTOGRAFÍAS DE ENTREVISTAS A LAS AUTORIDADES  
DEL GAD M CH.  
Alcalde del GAD Chaguarpamba**



**FUENTE:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

**Responsable de Turismo del GAD**



**FUENTE:** Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

## Entrevista al representante de turismos del GAD



FUENTE: Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

## Entrevista al Alcalde del GAD Cahguarpamba



FUENTE: Liliana Elizabeth Tapia Pacheco

## INDICE

CERTIFICACIÓN .....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS.....	IV
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
1. TÍTULO .....	7
2. RESUMEN.....	2
ABSTRACT .....	4
3. INTRODUCCIÓN .....	6
4. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	10
4.1. Marco Conceptual .....	10
4.1.1 Ámbito y significación del marketing .....	10
4.1.2. Definición de marketing.....	10
4.1.3 Plan de Marketing .....	11
4.1.4 Pasos De Un Plan De Marketing .....	12
4.1.5 Elementos de un Plan de Marketing .....	14
4.1.6 Plan de Marketing Turístico .....	15
4.1.7 Microempresas .....	15
4.1.8 Tipos de microempresas.....	15
4.1.8.1 Producción agropecuaria tecnificada para el mercado moderno .....	15
4.1.8.2. Comercialización .....	16
4.1.8.3 Agroindustria.....	16
4.1.8.4 Agroindustria .....	16
4.1.9 Turismo .....	16
4.1.10 Planificación Turística .....	17
4.1.11 Diagnóstico .....	17
4.1.12 Análisis FODA .....	17
4.1.13 Entrevista.....	17
4.1.14 Tríptico .....	18
4.1.15 Afiche .....	18

4.2. Marco Referencial .....	18
4.2.1 Reseña histórica.....	18
4.2.2 Origen del nombre de Chaguarpamba .....	19
4.3 Aspectos físicos.....	20
4.3.1 Ubicación geográfica .....	20
4.3.2 Extensión y límites .....	21
4.3.3 Coordenadas geográficas.....	22
4.3.4 Aspectos políticos y administrativos.....	22
4.3.5 Caracterización de la población.....	22
4.3.6 Población total por parroquias.....	23
4.3.7 Población y tasa de crecimiento en el cantón Chaguarpamba.....	23
4.3.8 Distribución de la población de Chaguarpamba en el área urbana y rural .....	23
4.3.9 Densidad poblacional cantón Chaguarpamba.....	24
4.3.10 Migración en el cantón Chaguarpamba.....	24
4.3.11 País actual de residencia de los migrantes del cantón Chaguarpamba.....	25
4.3.12 Pobreza.....	25
4.3.13 Género y familia.....	25
4.3.13.1 Género.....	25
4.3.13.2 Familia .....	26
4.4 Instituciones educativas del cantón Chaguarpamba .....	26
4.4.1 Población de estudiantes por sexo a nivel cantonal.....	27
4.4.2 Tenencia o propiedad de vivienda en la parroquia de Chaguarpamba .....	27
4.5 Servicio del agua cruda (sin tratar o agua entubada) en el área rural de la parroquia de Chaguarpamba. ....	27
4.5.1 Servicio del agua potable (tratada o clorada) en el área rural de la parroquia de Chaguarpamba .....	28
4.5.2 Servicio de agua cruda en el área urbana de la parroquia de Chaguarpamba .....	28
4.5.3 Servicio recolección de residuos en el área urbana de la parroquia de Chaguarpamba.....	28
4.5.4 .Fiestas tradicionales .....	29
4.5.5 Fiestas Religiosas .....	29

4.5.6	Gastronomía .....	29
4.6	Áreas protegidas, bosques protectores y conservación de biodiversidad .....	30
4.6.1	Uso del suelo y cobertura vegetal .....	30
4.6.2	Sistema económico productivo .....	30
4.6.3	Uso actual del suelo.....	31
4.6.4	Forma de agricultura.....	31
4.7	Transporte y distancias terrestres .....	31
4.7.1	Distancias Terrestres.....	32
4.8	Comunicaciones y tecnología .....	32
4.9	Zonificación territorial.....	33
5.	MATERIALES Y MÉTODOS.....	35
5.1.-	Materiales.....	35
5.2.	Métodos .....	35
5.3	Técnicas.....	36
5.4	Metodología para el desarrollo de objetivos.....	37
6.	RESULTADOS.....	40
6.1	Primer Objetivo: Diagnóstico situacional turístico del cantón Chaguarpamba, provincia de Loja.....	40
6.1.1.	MATRIZ DE DIAGNOSTICO.....	40
6.1.2	Sistema económico productivo .....	42
6.1.3	Población ocupada.....	43
6.1.4	Población ocupada por la rama de actividad.....	43
6.1.5	Población ocupada por grupo de ocupación.....	44
6.1.6	Uso del suelo .....	44
6.1.7	Uso actual del suelo.....	45
6.1.8	Producción agrícola .....	46
6.1.9	Forma de agricultura.....	46
6.1.10	Subsector ganadero.....	47
6.1.11	Pastizales .....	47
6.1.12.	Producción pecuaria.....	47
6.1.13.	Riego.....	47
6.1.14.	Infraestructura productiva .....	47

6.1.15. La actividad forestal y el empleo .....	48
6.1.16. Actividad acuícola .....	49
6.1.17. Piscicultura .....	49
6.1.18. Industria agroalimentaria .....	49
6.1.19. Industria minera.....	50
6.1.20 Comercio .....	50
6.1.21 Sistemas de comercialización .....	51
6.1.22 Transporte .....	52
6.1.23 Comunicaciones y tecnología .....	52
6.1.24 La Encuesta: .....	53
6.1.26 Diagnostico Situacional.....	75
6.1.27 Fichas de Observación .....	89
Análisis de la situación turística de Chaguarpamba: .....	90
6.1.28 Matriz FODA .....	96
6.2 PROPUESTA DEL PLAN DE MARKETING .....	103
6.2.1 Misión.....	103
6.2.2 Visión.....	103
6.2.3 Valores:.....	103
6.2.4 Objetivo Estratégico n°1.....	104
11. Contenido de la marca turística: .....	109
6.2.5 Objetivo Estratégico N.- 2.....	119
Resumen del Objetivo Estratégico N° 2 .....	149
Agenda propuesta para la socialización.....	151
7. DISCUSIÓN.....	153
8 CONCLUSIONES.....	154
9. RECOMENDACIONES .....	155
10. BIBLIOGRAFIA .....	156
11 ANEXOS .....	159
ANEXO 2: ENTREVISTA.....	186
ANEXO 3 ENCUESTA .....	188
ANEXOS 4 FOTOGRAFÍAS DE LOS ATRACTIVOS NATURALES .....	194
ANEXO 5 CERTIFICACIÓN DE LA SOCIALIZACIÓN EN EL GAD MUNICIPAL CHAGUARPAMBA. ....	195

ANEXO 6: CUADRO RESUMEN DE JERARQUIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTON CHAGUARPAMBA. ....	196
ANEXO 7 FICHAS DE INVENTARIO DEL MINISTERIO DE TURISMO DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DEL CANTON CHAGUARPAMBA.....	197
Anexo 8 FOTOGRAFIAS DE ENTREVISTAS A LAS AUTORIDADES DEL GAD M CH. ....	219
INDICE .....	221

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>FIGURA 1</b> MAPA GEOGRÁFICO DEL CANTÓN CHAGUARPAMBA .....	21
<b>FIGURA 2</b> RESULTADOS DE LA POBLACIÓN POR SEXO.....	23
<b>FIGURA 3</b> MAPA FÍSICO DE CHAGUARPAMBA. ....	81
<b>FIGURA 4</b> MAPA DE UBICACIÓN.....	81
<b>FIGURA 5</b> MAPA DE LA CABECERA PARROQUIAL .....	
<b>FIGURA 6</b> MAPA PARROQUIAL BUENAVISTA.....	96



## ÍNDICE DE CUADROS

<b>CUADRO 1</b> Censo en las parroquias de Chaguarpamba” .....	23
<b>CUADRO 2</b> Distancias terrestres” .....	<u>33</u>
<b>CUADRO 3</b> Población ocupada po la rama de actividad.....	40
<b>CUADRO 4</b> Número de UPAS según sector.....	43
<b>CUADRO 5</b> Uso actual del suelo.....	43
<b>CUADRO 6</b> Diga su lugar de procedencia .....	55
<b>CUADRO 7</b> ¿En que rango de edad usted esta?.....	56
<b>CUADRO 8</b> ¿Qué nivel de instrucción usted está?.....	57
<b>CUADRO 9</b> ¿Conocé usted cuales son los principales atractivos del Cantón Chaguarpamba? .....	58
<b>CUADRO 10</b> Uso del suelo, cantón chaguarpamba .....	59
<b>CUADRO 11</b> Organizaciones deportivas. ....	60
<b>CUADRO 12</b> Organizaciones sociales.....	61
<b>CUADRO 13</b> Población ocupada por la rama de actividad .....	62
<b>CUADRO 14</b> Número de upas según sector .....	63
<b>CUADRO 15</b> Uso actual del suelo .....	64
<b>CUADRO 16</b> Jerarquización de los Atractivos Turísticos de Chaguarpamba .....	65
<b>CUADRO 17</b> Tiendas y restaurantes del cantón Chaguarpamba .....	66
<b>CUADRO 18</b> Paquete turístico full Day para Chaguarpamba.....	68
<b>CUADRO 19</b> Reservas Efectuadas .....,.....	69
<b>CUADRO 20</b> Existe señalización dentro de los atractivos naturales.....	70
<b>CUADRO 21</b> Cree usted que los atractivos naturales del Cantón Chaguarpamba pueden llegar a ser un icono representativo en otros países.....	71
<b>CUADRO 22</b> Cree usted que si los lugares antes mencionados tuvieran más promoción serían más visitados.....	72

<b>CUADRO 23</b> Conoce usted, si en el Cantón Chaguarpamba existe algún lugar donde comprar productos producidos y elaborados.....	73
<b>CUADRO 24</b> Está de acuerdo usted en que si se promocionará productos elaborados y producidos fomentaría el turismo del Cantón Chaguarpamba.....	74
<b>CUADRO 25</b> Está de acuerdo que en el Cantón Chaguarpamba se forme un grupo de personas que producen productos propios y producidos en el sector, para promocionarlos y vender a los turistas.....	75
<b>CUADRO 26.</b> Población por edades.....	82
<b>CUADRO 27</b> Casos de migración.....	84
<b>CUADRO 28</b> Recolección de residuos sólidos are rural.....	86
<b>CUADRO 29</b> Recolección de residuos sólidos.....	86
<b>CUADRO 30</b> Hotel, hostel y restaurantes del cantón Chaguarpamba.....	87
<b>CUADRO 31</b> Jerarquización de los Atractivos Turísticos Naturales de Chaguarpamba.....	95
<b>CUADRO 32</b> Matriz FODA.....	101
<b>CUADRO 33</b> MATRIZ DE AVALUACIÓN.....	102
<b>CUADRO 34</b> RESULTADOS.....	102
<b>CUADRO 35</b> MATRIZ MEFE.....	103
<b>CUADRO 36</b> Valoración MEFI.....	104
<b>CUADRO 37</b> Resultados MEFI.....	104
<b>CUADRO 38</b> Matriz MEFI.....	105
<b>CUADRO 39</b> .....	107
<b>CUADRO 40</b> .....	122
<b>CUADRO 41</b> .....	130
<b>CUADRO 42</b> .....	137

<b>CUADRO 43.....</b>	<b>138</b>
<b>CUADRO 44.....</b>	<b>139</b>
<b>CUADRO 45.....</b>	<b>145</b>
<b>CUADRO 44.....</b>	<b>155</b>

## ÍNDICE DE FOTOS

<b>Ficha 1</b> Cerro Surapo.....	93
<b>Ficha 2</b> Petroglifos Saraguallas .....	94
<b>Ficha 3</b> Lagunas de Infiernillos .....	95
<b>Ficha 4</b> Cerro Chíncha - Cruz.....	96
<b>Ficha 5</b> Balneario el Guineo .....	97

## ÍNDICE DE FICHAS

<b>Ficha 1</b> CerroSurapo.....	93
<b>Ficha 2</b> Petroglifos Mizhquillana .....	94
<b>Ficha 3</b> Lagunas de Saraguallas .....	95
<b>Ficha 4</b> Cerro de Infiernillos .....	96
<b>Ficha 5</b> Cerro Chíncha-Cruz .....	97