



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

**“PROPUESTA DE UN PLAN DE  
MARKETING TURÍSTICO PARA LAS  
FIESTAS RELIGIOSAS DE LA CIUDAD DE  
LOJA”**

*TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN  
AL GRADO DE INGENIERO EN  
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA*

**AUTOR:**

**RICARDO ANDRÉS JIMÉNEZ QUITUISACA**

**DIRECTORA:**

**ING. CELIA JARA GALDEMAN M.G. S.C.**

**LOJA – ECUADOR**

**2016**

## CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

---

Ingeniera,

**Celia Isabel Jara Galdeman Mg.Sc.**

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DEL  
AREA JURICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE LOJA**

**CERTIFICO:**

Que el presente trabajo de investigación titulado **“PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING TURÍSTICO PARA LAS FIESTAS RELIGIOSAS DE LA CIUDAD DE LOJA”** de la autoría del Sr. Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca ha sido realizado bajo mi correspondiente dirección y supervisión, por lo que al cumplir los requisitos institucionales de forma y de fondo reglamentarios, autorizo su presentación, sustentación y defensa.

Loja, 06 de Enero del 2016

Atentamente,



**Ing. Celia Isabel Jara Galdeman Mg. S.C**

**DIRECTORA DE TESIS**

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

Yo, Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca, declaro ser el autor de la tesis titulada **"PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING TURÍSTICO PARA LAS FIESTAS RELIGIOSAS DE LA CIUDAD DE LOJA, CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA"** como requisito para optar al grado de: Ingeniero en Administración Turística, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para 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 Reposito Digital Institucional.

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 catorce días del mes de Enero del dos mil dieciséis, firma la autora.

Firma:.....



**Autor:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca.

**Cedula:** 110478458-0

**Dirección:** Las Palmeras; Avenida Santa Marianita de Jesús e Illiniza

**Correo electrónico:** ricardoaj09@hotmail.com

**Datos Complementarios**

**Director de Tesis:** Ing. Celia Isabel Jara Galdeman Mg.Sc

**Tribunal de Grado:** Ing. Rubén Darío Román Aguirre Mg. Sc (Presidente)

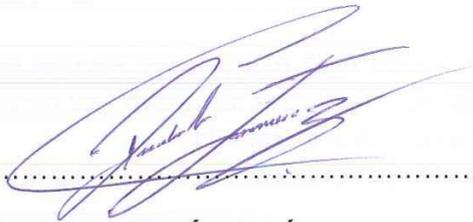
Ing. María Cristina Moreira Mg. Sc (Primer vocal)

Ing. Manuel Abarca Z. Mg. Sc (Segundo Vocal)

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

Soy responsable de las ideas, resultados y objetivos estratégicos propuestos para el desarrollo del siguiente trabajo de investigación y el patrimonio intelectual de la Tesis de Grado pertenece a la Universidad Nacional de Loja.



**RICARDO ANDRÉS JIMÉNEZ QUITUISACA**

**110478458-0**

**14 de Enero del 2016**

## **DEDICATORIA**

*El presente trabajo de Investigación lo dedico:*

*A Dios.*

*Por darme día a día su aliento de vida y bondad, permitirme llegar hasta donde estoy para seguir adelante en mi presente trabajo de investigación.*

*Con todo el amor y cariño a mi amada Madre; Sonia Marlene Quituisaca Zhunaula, por brindarme todo su apoyo y amor para salir en adelante, por ser mi fuente de motivación para poder superarme cada día más y así poder luchar para que el destino nos depare un futuro mejor.*

*A mis queridos abuelitos*

*Julito Quituisaca (+) que en paz descansa y Rosita Matilde Zhunaula, ya que gracias a sus enseñanzas y consejos que me han inculcaron desde pequeño, me han permitido salir adelante y luchar por mis sueños.*

*Mi Novia.*

*Quien ha estado a mi lado todo este tiempo en que he desarrollado mi trabajado de investigación, dándome su apoyo, cariño y amor para seguir adelante y cumplir con mi meta de trabajo.*

*Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca*

## **AGRADECIMIENTO**

Al terminar el presente trabajo de investigación, es de vital importancia honrar mis más sinceros agradecimientos a las personas e instituciones que han colaborado para el desarrollo del presente proyecto de tesis

Es por ello que expreso mis más profundos agradecimientos a la Ing. Celia Jara, directora de tesis de mí proyecto y quien ha sido mi guía y amiga durante el desarrollo de mi tema de tesis de Investigación.

De igual manera mis profundos agradecimientos a la Universidad Nacional de Loja y en especial a los distinguidos docentes de la Carrera de Administración Turista y a su Coordinadora la Ing. María Salazar , quienes durante mi etapa universitaria me supieron impartir sus conocimientos, consejos y apoyos para poderme formar de manera profesional.

De manera muy especial mi más profundo agradecimiento al Ilustre Municipio de Loja y sus autoridades por brindarme las facilidades para que desarrolle mi trabajo de investigación en su Ciudad.

Y de manera especial agradezco a Dios, quien con su amor infinito me ha bendecido y ayudado en todo momento para llevar acabo el desarrollo de este proyecto.

Para concluir, quiero extender mi más profundo y sincero agradecimiento a todos quienes nos apoyaron y nos brindaron información para el desarrollo de este trabajo de tesis.

**1. TÍTULO**

**PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING TURÍSTICO PARA LAS  
FIESTAS RELIGIOSAS DE LA CIUDAD DE LOJA**

## 2. RESUMEN

El turismo se ha convertido en uno de los principales factores del comercio internacional, representa una de las principales fuentes de ingreso de numerosos países en desarrollo, el turismo se está desarrollando a gran escala en todo el mundo, para ello se está utilizando diferentes estrategias orientadas a la publicidad y creatividad como es el marketing turístico, con la finalidad de llegar a la mayor cantidad de personas.

El Ministerio de Turismo del Ecuador, manifiesta que la región sur del Ecuador conformadas por las Provincias de Loja, El Oro y Zamora Chinchipe están constituidas en una sola comunidad socioeconómica, siendo la Provincia de Loja el núcleo histórico y cultural de la región, la Provincia de Loja llamada “Centinela del Sur” por sus bellezas singulares y tradiciones culturales es uno de los principales atractivos que tiene el país.

Dentro de la provincia, se destaca la Ciudad de Loja, caracterizada por sus manifestaciones culturales, como es la celebración de las fiestas religiosas, que se celebran cada año en las iglesias de cada Parroquia Urbana de la Ciudad, lamentablemente estas fiestas no cuentan con la promoción adecuada para generar un impacto turístico en la sociedad, es por eso que mediante la aplicación de un plan de marketing para las fiestas religiosas de la ciudad, se puede llegar a generar un factor muy importante para el desarrollo socioeconómico.

Para la elaboración del Plan de Marketing para las fiestas religiosas de la ciudad de Loja se desarrollaron tres objetivos específicos que son:

Realizar un diagnóstico de la situación actual de la ciudad de Loja, en donde se analizará la realidad actual del País y de la Ciudad, en este objetivo se utilizó diferentes métodos y técnicas, como es la entrevista exclusiva a los Párrocos de las principales iglesias de la Ciudad de Loja, y una encuesta que estuvo dirigida a las familias en general de la población de Loja, además se elaboró una matriz FODA donde se pudo indicar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tienen las Fiestas Religiosas, gracias a las matriz FODA se pudo determinar los objetivos estratégicos para desarrollar la propuesta.

El segundo objetivo específico, es proponer un Plan de Marketing para la Fiestas Religiosa de la Ciudad de Loja, donde se realizaron dos objetivos estratégicos.

El primer objetivo estratégico es: “Realizar un Plan de Publicidad y Promoción, que permita posicionar a las Fiestas Religiosas de la Ciudad de Loja”, como un lugar turístico a visitar, con la finalidad de aumentar el número de visitantes; para desarrollar este objetivo se realizará diferentes tipos de promoción como son; crear una Marca y slogan, trípticos, tótems, Vallas publicitarias, camisetas, calendarios, suvenires etc.

El segundo objetivo estratégico es: Desarrollar un programa de capacitación dirigido hacia los prestadores de servicios del sector turístico,

con la finalidad de generar un mejor nivel de prestación de servicios que beneficiará a la Ciudad para el desarrollo del Turismo; para desarrollar este objetivo se realizó un programa con la temática: Formación para las Buenas Prácticas del Servicio Turístico, que tendrá una duración de un año y será acreditado por una duración de 250 horas y va a estar certificado por el SECAP.

Para finalizar tuvimos el último Objetivo específico, que fue la socialización de la propuesta que estuvo dirigida a los Funcionarios de Turismo del Municipio de Loja, en donde conocimos cuáles eran sus opiniones sobre el trabajo realizado, nos dijeron que es un proyecto interesante, que puede ser ejecutado, además supieron manifestar que es una idea interesante, ya que puede contribuir al desarrollo del turismo religioso, haciéndonos saber que es una propuesta muy valiosa a desarrollar.

Se concluye que el trabajo es muy ventajoso para todos, pues el conocimiento de las festividades genera una fuente más de ingresos a la ciudadanía. Gracias a ello, el turismo religioso va teniendo más acogida y mayor interés por parte de las autoridades.

El presente trabajo, es una propuesta necesaria, para motivar el conocimiento de los atractivos turísticos culturales de la Ciudad. Al mismo tiempo el turismo religioso se revalorizará y se tomará en cuenta. Hay una creciente oleada de turistas interesadas en el turismo cultural y religioso.

Es por ello se da esta investigación, con el afán de dar conocimiento de las festividades tanto a los habitantes de la Ciudad, como a turistas que deciden visitarla.

## ABSTRACT

Tourism has become one of the main factors of international trade is a major source of income for many developing countries, tourism is developing on a large scale throughout the world, which are using different strategies oriented advertising and creativity such as tourism marketing, in order to reach the most people.

The Ministry of Tourism of Ecuador, it known that the southern region of Ecuador made up of the provinces of Loja, El Oro en Zamora Chinchipe are formed in a single socio-economic community, the province of Loja being the historical and cultural center of the region, the Province Loja called the "Sentinel of the South" for its unique beauty and cultural traditions is one of the main attractions that the country has.

Within the province, the city of Loja, characterized by its cultural events, such as the celebration of religious festivals, which are held every year in the church of each urban parish of the city, stands unfortunately these parties do not have proper promotion to generate a tourism impact on society, that is why through the implementation of a marketing plan for the religious festivals of the city, can generate a very important factor for socioeconomic development.

To prepare the marketing plan for the religious festivals of the city of Loja three specific objectives are developed:

A diagnosis of the current situation of the city of Loja, where the current RealD Country and City will be discussed in this objective different methods and techniques used, as is the interview which was made exclusively for Priests of the main churches of the city of Loja, and the survey was aimed at families in general population of Loja, it is also a SWOT matrix which could indicate the strengths, weaknesses, opportunities and threats that religious festivals was prepared also thanks to the SWOT matrix could determine the strategic objectives to develop the proposal.

The second objective is to propose a marketing plan for Religious celebrations of the city of Loja, in which two strategic objectives were made.

The first strategic objective is: "Making a Plan Advertising and Promotion, which allows positioning the religious festivals of the city of Loja" as a tourist to visit in order to increase the number of visitors place; to develop this target different types of promotion such as are performed; create a brand and slogan, brochures, totems, billboards, t calendars, souvenirs etc.

The second strategic objective is to: Develop a training program to service providers in the tourism sector, in order to generate a higher level of provision that benefit the City for the development of tourism; Good Practices Training for the Tourism Service, which will last for one year and wax accredited for a period of 250 hours and which to be certified by the SECAP: to develop this goal a program with the theme was held.

And finally we have the last specific objective was the socialization of the proposal was aimed at officials of Tourism of the Municipality of Loja, where we know what their opinions about the work, to which they knew we say that it is an interesting project which, besides being an interesting idea can be executed because it can contribute to the development of religious tourism as it is a valuable proposal to develop is activity.

### 3. INTRODUCCIÓN

El desarrollo turístico a gran escala se desarrolla con diferentes estrategias orientadas a la publicidad y creatividad, como es el marketing turístico, el que ya se está impulsado en Ecuador. Una de sus estrategias que lanzó, fue la campaña “All You Need is Ecuador” para consolidar al país como un destino turístico de clase mundial. Dirigida a los turistas internacionales, para que descubran nuevos lugares y compartir nuevas experiencias en nuestro país.

Un factor importante a destacar de Ecuador, es que forma parte de uno de los países más mega diversos del mundo en relación a su tamaño, es decir que tiene mayor diversidad de fauna y flora por área.

Con más de diez mil kilómetros de extensión, la Provincia de Loja se destaca por su gran variedad de atractivos naturales y culturales, atribuyéndole factores que la hacen única, por irregular topografía, produciendo una extensa gama de climas y microclimas que abarcan desde el tropical seco hasta el templado andino. Numerosos ríos y abundantes valles la convierten en un mosaico ecológico, donde hay ejemplares de flora y fauna endémicos, que viven en Áreas Protegidas, para su protección, preservación y seguimiento de sus especies. Sobresaliendo; el Parque Nacional Podocarpus (PNP) y Colambo Yacuri.

Dentro de la provincia, se destaca la ciudad de Loja desarrollándose como destino turístico, caracterizada por sus manifestaciones culturales, siendo uno de ellas las fiestas religiosas, que se celebran cada año en las iglesias que forman parte de la cultura de la ciudad, que sirven para remarcar que esta es una tierra diferente. Cada vez más hacia la puesta en valor de sus atractivos culturales, religiosos, gastronómicos, arqueológicos y urbanos.

Por eso como estudiante de la carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja, me impulsó a poner en marcha todos los conocimientos adquiridos en nuestra formación académica universitaria, para aplicar toda nuestra instrucción adquirida a favor de la sociedad, y aportando con ello el crecimiento de la ciudad, el presente trabajo que se

desarrolló, fue la realización de un Plan de Marketing Turístico el mismo que tuvo como fin contribuir al desarrollo del turismo en la Ciudad, para lograr un mejor crecimiento económico por medio de la generación de nuevas fuentes de empleo y una mejor calidad de vida de la población, además este trabajo fue un requisito importante para obtener el título profesional de Ingeniero en Administración Turística.

Debido al poco conocimiento que se tiene sobre las fiestas religiosas por parte de la ciudadanía en general, el presente proyecto permite dar a conocer las festividades que se celebran en la ciudad, y así posicionarla como un atractivo turístico para atraer a más turistas que generen nuevas fuentes de ingresos, y contribuyan en el desarrollo socioeconómico de la ciudad.

Este trabajo de investigación además de promocionar a la ciudad de Loja, también brinda un aporte fundamental para el mejor conocimiento y la importancia que tiene el turismo en la actualidad, todo esto con la finalidad de lograr vincular a las autoridades de la ciudad para que impulsen al desarrollo del turismo aplicando nuevos proyectos turísticos.

Para desarrollar este Plan de Marketing, se realizó un diagnóstico de la situación actual de las fiestas religiosas de la ciudad de Loja, en donde se realizaron 383 encuestas que estuvieron destinadas hacia la población de la Ciudad de Loja; dando como resultado el direccionamiento de la investigación, principalmente del desconocimiento de las festividades.

Pude comprobar mediante las encuestas que no cuentan con la promoción necesaria para difundirlas. También se realizó un modelo de entrevista destinadas a los Párrocos de las principales iglesias de la Ciudad de Loja, esto con el propósito de obtener una fuente de información confiable y verídica, de este diagnóstico. Se usó la matriz FODA para obtener información directa de las fiestas ayudando al análisis interno y externo, y así conocer las fortalezas; como son la religiosidad y devoción de los lojanos con su belleza cultural. Las debilidades con las que cuentan las

fiestas, las oportunidades y amenazas, para aumentar las oportunidades y bajar las amenazas con las que cuentan las fiestas de la Ciudad de Loja y de esta manera impulsar el desarrollo del turismo cultural que tiene la Ciudad de Loja.

Para proponer el plan de Marketing para las fiestas religiosas, se realizó un Plan de Publicidad y Promoción, que permite posicionar a las Fiestas Religiosas de la Ciudad de Loja como un atractivo de cultura y devoción: para él, se desarrolló una marca para las fiestas, tríptico, tótem, valla publicitaria, calendario, llavero y suvenires. Con todas estas herramientas publicitarias, se dará a conocer las festividades, entre ellas las fiestas religiosas, que son muestra de su cultura, devoción y tradición,

Además se desarrolló un Programa de Capacitación, dirigido a los prestadores de servicios turísticos, siendo su objetivo generar un mejor nivel en la prestación de servicios, que beneficiará al desarrollo del turismo en la Ciudad, el programa de capacitación tendrá la temática de Formación Para las Buenas Prácticas del Servicio Turístico, el que tendrá la duración de 1 año, el certificado será por 250 horas y estará certificado por el SECAP.

La promoción y publicidad de las fiestas religiosas, es de vital importancia para impulsar al desarrollo del turismo cultural, por este motivo se desarrolló este proyecto de investigación para dar a conocer las manifestaciones culturales de la Ciudad, por medio de las festividades religiosas que se celebran desde hace años atrás en la localidad.

## **4. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **4.1. Marco Conceptual**

#### **4.1.1. Turismo**

Actividad humana que conlleva el deseo de satisfacer diversas motivaciones del turista, las cuales son variadas y sobre todo de carácter personal. Ante ello el sistema turístico debe trabajar por cumplir de manera personalizada y específica dichas necesidades. Lo que conlleva que el turismo sea diversificado, específico, social, económico y humano. Por lo que para lograr hacer turismo se debe contar con expectativas, deseos, anhelos, y sobre todo con las necesidad de vivir situaciones de vida, cultural, social, fuera de su contexto habitual, por más de 24 horas y menos de 6 meses, haciendo uso de la estructura, infraestructura y súper estructura turística, las cuales incrementan en todo momento en todos los ámbitos que a este corresponde.<sup>1</sup>

#### **4.1.2. Recursos Turísticos**

Son parte fundamental del desarrollo del turismo, están conformados por los atractivos (naturales, históricos, culturales o creados) de las regiones receptoras y las diversas actividades que en ellos se desarrolla, mismos que van desde caminatas, observación de deportes extremos hasta actividades contemplativas, culturales, religiosa, gastronómicas, entre muchas más.

#### **Clasificación de los recursos turísticos**

- Recursos actuales: son aquellos que se desarrollan con base en la modernidad y cuyo paso del tiempo los han llevado a poseer un atractivo visual único en su género, de carácter relevante para el turista, el cual también tiene un amplio desarrollo con el pasar del tiempo. Como ejemplo se encuentra Las Vegas.

---

<sup>1</sup> (Gonzalez & Ramos Mendoza, 2011, págs. 32,33)

- Recursos potenciales: son un recurso cuyo fin es un producto innovador, único en su género, con características muy particulares, pero sobretodo con una carga de emociones e imaginación para el turista actual que día a día exige productos y servicios pocas veces vividos. Por ejemplo: Viajes Inter – espaciales, órbita terrestre.
- Recursos básicos: Se definen como aquellos cuyo valor turístico e histórico son el soporte para atraer y fijar la demanda en ese sitio turístico, como: El Vaticano, Venecia en Italia, las Cataratas del Niágara.
- Recursos complementarios: son definidos como aquellos cuyo atractivo turístico no tiene un peso estructural y paisajístico, lo que hace que las atracciones de dichos lugares se vean comprometidos con construcciones elementales que facilitan al turismo la vivencia de ese lugar, por ejemplo, el teleférico de Zacatecas, el de Barcelona o Lake tahoe.<sup>2</sup>

### **Atractivo Turístico**

Son el conjunto de elementos que se pueden transformar en productos turísticos, el cual puede tener la capacidad de influir sobre la decisión del visitante, motivando la visita o flujo turístico, hacia un destino turístico.

#### **4.1.3. Clasificación De Los Atractivos**

En su categoría de sitios o atractivos naturales se dividen en: montañas, planicies, costas, lagos, lagunas esteros, ríos, y arroyos, caídas de agua, grutas, cavernas, lugares de observación de flora y fauna, lugares de caza y pesca, caminos pintorescos, termas, parques naturales y reservas de flora y fauna.

---

<sup>2</sup> (Gonzalez & Ramos Mendoza, 2011, págs. 78,80)

En su categoría de patrimonio histórico, museos y manifestaciones culturales de la cultura tradicional: museos, obras de arte y técnica, lugares históricos, ruinas y sitios arqueológicos.

En sus categorías de folclor y manifestaciones religiosas: manifestaciones religiosas, creencias, mercados, música, danzas, artesanías, y artes populares, comidas y bebidas típicas, grupos étnicos, arquitectura popular y espontánea.

En la categoría de realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas: exploraciones mineras, agropecuarias o industriales, centros científicos y técnicos.

En la categoría de acontecimientos programados y manifestaciones culturales contemporáneas: artísticos, deportivos, exposiciones, concursos, carnavales, otros.

#### **4.1.4. Destino Turístico**

Es el sitio donde se encuentran la infraestructura y la estructura turística, que satisfaga las necesidades de los visitantes que llegan a dichos lugares. Un destino turístico, según el visitante, comprende un país, o una región, o una ciudad o un lugar en particular.<sup>3</sup>

#### **4.1.5. Oferta Turística**

Es la disposición, propuesta o suministro en el mercado del conjunto de todos los productos, servicios y bienes con condiciones pactadas específicamente sobre un precio, lugar, cantidad, forma, y periodo de tiempo (denominados productos turísticos) que son atractivos para ser comprados por el visitante o consumidor.

---

<sup>3</sup> (Gonzalez & Ramos Mendoza, 2011, págs. 81,90)

## **Características de la oferta turística**

- La producción de servicios se realiza en un lugar geográficamente determinado y por lo general no puede ser transportado.
- Esta oferta o disposición de servicios turísticos se genera en el mismo sitio donde se otorga o los consumidores deben trasladarse a los lugares donde se produce estos servicios
- Los recursos turísticos son los atractivos naturales, culturales o históricos que contienen en sí mismos una utilidad en el mercado, debido a su valor o su aprovechamiento.

## **Factores que influyen en la oferta turística**

Se identifican los siguientes:

- Precio de venta de los bienes/ servicios turísticos.
- Precio de todos los demás bienes.
- Precios de los factores de producción.
- Estado de la tecnología.

A continuación se menciona algunos ejemplos de lo que aporta la oferta turística:

- Una plataforma de integración o reingeniería en los procesos propios del negocio, en costos, precios, volumen de transacciones, sistemas y demás.
- Un enlace o unión estratégica entre las empresas turísticas.
- La innovación de productos turísticos ofertados.
- Los servicios de valor añadido sobre el producto.
- El conocimiento sobre la competencia del producto en el mercado.
- Suma de márgenes de utilidad que aseguren el éxito de la empresa<sup>4</sup>
- La oportunidad ideal: el conocimiento sobre las necesidades y deseos del visitante

---

<sup>4</sup> (Gonzalez & Ramos Mendoza, 2011, págs. 170,171,172)

#### **4.1.6. Producto Turístico**

Es un bien o servicio especializado en el turismo que resulta de tres elementos: la misma oferta, del entorno y de la estructura de productos del sector.

Es el conjunto de bienes, prestaciones, servicios y productos atractivos tangibles o intangibles que son proporcionados en forma individual o combinada, que atienden a las necesidades o deseos del visitante.

##### **Componentes del producto turístico.**

El componente más importante del producto específico en esta industria es el atractivo turístico.

Son todos aquellos sitios, recursos, objetivos, eventos o acontecimientos que resultan atractivos o interesantes por su historia, originalidad, recreación, diversión, son atractivos en sí mismo y capaces de generar un desplazamiento motivado por su visita.

Las facilidades o prestaciones son el complemento del atractivo del producto turístico.

Estos básicamente son los servicios, de traslado, alimentación, alojamiento, diversión o de acceso.<sup>5</sup>

##### **Características particulares del producto turístico.**

Además de los anteriores componentes que también son denotados como características, se encuentran los siguientes:

- Atractivo turístico, por su valor propio propicia su visita.
- Facilidades, permiten permanencia o fidelidad.
- Acceso, la posibilidad de aproximación al mismo.
- Se adquiere en un sitio y se consume en otro.
- Caducidad.

---

<sup>5</sup> (Gonzalez & Ramos Mendoza, 2011, págs. 174,175)

- Heterogéneo.
- Inmaterial (en su mayoría son servicios)
- Generalmente obedece a las estaciones.
- Se convierte en experiencia.
- Puede construirse por múltiples servicios.
- Se puede dar solo con el atractivo turístico o en combinación con un servicio turístico (con el desplazamiento y permanencia de lugar visitado)
- Deben otorgar facilidades.<sup>6</sup>

#### **4.1.7. Demanda Turística**

Es la cantidad de visitantes y empresas que en forma individual o colectiva se encuentran motivadas a consumir una serie de servicios, bienes o productos turísticos, que atienden a sus necesidades o exigencias, y que por los cuales están dispuestos a pagar a los diferentes precios en el mercado.

La demanda turística se caracteriza por estar muy segmentada, dado al vasto conjunto de la oferta de empresas, a las diferentes naturalezas de sus actividades turísticas y a sus numerosos alcances que presentan; incorporando además un amplio conjunto de motivaciones, diversas perspectivas, ópticas de tratamiento y circunstancias de los visitantes.

Como se mencionó esta cantidad de demanda se encuentra en paralelo con la segmentación del mercado, porque se condiciona en relación del perfil del mercado de los visitantes que desean ejercer turismo, según su forma, motivos y necesidades como edad, estado civil, sexo, ingreso, cultura, sociedad, gustos, país de residencia, entre otros factores. Por ejemplo: turismo de la tercera edad, turismo recreativo, turismo cultural.

---

<sup>6</sup> (Gonzalez & Ramos Mendoza, 2011, pág. 175)

En términos de la demanda su magnitud es entendida en términos económicos o monetarios, y no así en el número de consumidores. Porque un solo consumidor o visitante, puede dejar un gran aporte a la Ciudad.

### **Características de la demanda**

- Es elástica debido a que es cambiante con los factores económicos del mercado: los precios, si éstos suben, baja el consumo.
- Es sensible a las condiciones de estacionalidad, en tiempo y espacio por lo que acontece en los escenarios de cultura, cambios de temporada, cambios de moda en el destino de los viajes, por mencionar algunos.
- Depende de la motivación porque se asocia a lugares o puntos de interés individual por parte de los visitantes.
- Es inestable porque es afectada por factores externos que no permiten el desplazamiento de los visitantes hacia ciertas regiones por sus circunstancias socio-políticas delicadas como (guerras, pandemias).<sup>7</sup>

### **Factores económicos de la demanda**

Son las circunstancias que determinan a los visitantes en la realización o resistencia para demandar un viaje. Se dividen en internos y externos.

Los internos son los que los que determinan en forma personal o particular al visitante:

- Como el ingreso, en cuanto a la capacidad que tiene el visitante para disponer de dinero para gastarlo a un precio que resulta conveniente para él.
- El tiempo, referido al destinado para realizar la actividad turística desde su desplazamiento, estancia y regreso.
- La disposición, es el factor por el cual el visitante, conviene o no, en realizar la actividad turística.

---

<sup>7</sup> (Gonzalez & Ramos Mendoza, 2011, págs. 180,181)

Los externos son los que de manera ajena, afectan de manera subjetiva positiva o negativamente condicionando al visitante. Dentro de estos se encuentran dos grupos.

Los de condiciones de zona visitada, están relacionados con el atractivo del lugar; que determinan las razones por las cuales el visitante está dispuesto a realizar su visita al destino en cuestión y se subdividen en:

- **Clima.** Se evidencia con los cambios en el estado del tiempo.
- **Distancia cultural.** Son en cuanto a las diferencias sutiles o extremas en formas de ser o comportamiento, de las diferentes culturas a visitar.
- **Calidad del Servicio.** Es el perfil que resulta de la forma como es presentado el producto turístico.<sup>8</sup>

Los factores económicos se encuentran determinados por el precio y las condiciones de distancia:

- **Factores de costo.** En el costo de los servicios que intervienen.
- **Factores de competencia.** Los niveles de competencia de precios.
- **Factores de estacionalidad.** La demanda es muy sensible a la temporada alta, media o baja lo que da lugar a una modificación constante del precio.

### **División o distribución de la demanda turística.**

A la propia demanda (visitantes o consumidores), también se les clasifica según comportamientos o motivaciones, es decir, a su resistencia o su predilección al viajar.

A fin de satisfacer las demandas de los visitantes, se les clasifica por sus características de afinidad de viaje, en relación a elementos ya vistos como los de orden psicológico, de estrato socioeconómico y de tiempo, pero son catalogados por su forma en:

---

<sup>8</sup> (Gonzalez & Ramos Mendoza, 2011)

- **Psicométricos.** Es aquella demanda de visitantes que es estable en sus gustos y que prefiere estar tranquilos cómodos y seguros, planean por completo su viaje y cubren todos sus estándares de confort.
- **Alocéntricos.** Son los visitantes que dan pautas para la segmentación de la demanda, porque sus gustos se dirigen a romper esquemas, prefieren arriesgarse, tener libertad e independencia, nuevas aventuras o experiencias, conociendo espacios abiertos o provocadores.
- **Medio céntricos.** Son los intermedios con sus tendencias controladas y que se inclinan más hacia uno u otro extremo, a los psicométricos o a los alocéntricos.<sup>9</sup>

### **Tipos de la demanda turística**

La demanda se divide en tres tipos:

- **Demanda real o afectiva.** Siendo representada por el número de personas que en cierto tiempo y lugar solicitan bienes y servicios turísticos en forma efectiva.
- **Demanda no afectiva.** Personas que no viajan por tener algún motivo en particular; pero que están motivadas por hacerlo
- **No demanda.** Personas que en forma definitiva no están dispuestas a viajar.
- **Demanda actual.** Es la que se desarrolla en un lugar en el presente.
- **Demanda histórica.** Se da en base al registro de las demandas reales que sucedieron en determinado momento en el pasado.
- **Demanda futura.** Son las que se pronostican o calculan por el resultado del uso de ciertas fórmulas matemáticas, en base a estudios de demandas actuales y pasadas. Ayuda a pronosticar crecimientos, decrementos o estancamientos.

---

<sup>9</sup> (Gonzalez & Ramos Mendoza, 2011, págs. 182,183)

- **Demanda potencial.** Es la demanda probable que se origina en cierta plaza, diferente al mercado emisor. No es ni actual, ni efectiva; pero en el futuro se podría convertir.<sup>10</sup>

#### **4.1.8. Proyección de la Demanda**

Dado a que las empresas turísticas, tienen la particularidad de ser inversiones cuantiosas en su creación y no posibles de cambios estructurales continuos; deben considerar que sus recursos sean invertidos en formas adecuadas y pensadas con detenimiento. Por ello es siempre importante contar con métodos de proyección que ayuden a proporcionar datos para su uso en beneficio de la empresa.

Entre estos métodos se encuentran los siguientes:

- Método del análisis de tendencias.
- Método de regresión simple.
- Método de simulación y modelos por computadora.
- Método del criterio ejecutivo.

#### **4.1.9. Marketing**

El marketing es una de las herramientas de mayor utilidad en la gestión de las empresas, que les permite desarrollar acciones para lograr mayor competitividad y favorece la orientación al cliente, satisfaciendo sus necesidades de una manera prolongada con la finalidad de fidelizarlo y lograr así rentabilidad para la empresa.

##### **Concepto de marketing**

El termino marketing es de origen inglés y se deriva de la palabra *Marquet*. Se empieza a utilizar por primera vez en EE.UU. en la segunda década del siglo XX. Desde entonces han sido innumerables los intentos de los autores para dar una definición de este término, evolucionando mucho el concepto desde sus orígenes, debido a que el mercado se enfrenta a la creciente

---

<sup>10</sup> (Gonzalez & Ramos Mendoza, 2011, págs. 183,184)

oferta, a la enorme competitividad, a las necesidades de la demanda cada vez más informada, exigente y a las nuevas tecnologías.<sup>11</sup>

El marketing pone en relieve dos perspectivas:

El **marketing como filosofía** es un enfoque global que debe impregnar a toda la empresa y que consiste en la manera de concebir y entender la relación de intercambio que se establece entre la empresa o entidad, que ofrece sus productos o servicios (oferta), y sus mercados (demanda), partiendo de las necesidades, deseos de los consumidores y teniendo como objetivo la satisfacción del modo más beneficioso, tanto para el consumidor como para la empresa u organización.

El **marketing como función** es la forma específica de ejecutar la relación de intercambio, es decir, el conjunto de instrumentos, técnicas y actividades orientadas a anticipar, identificar y satisfacer las necesidades del consumidor, que permiten ejecutar las acciones que conduzcan al cumplimiento del objetivo de satisfacción de los consumidores y facilitan el logro de los objetivos de la empresa de forma rentable.<sup>12</sup>

#### **4.1.10. Marketing Turístico**

El marketing turístico es la parte del marketing encargada de guiar la comercialización de los productos o servicios de las empresas, organizaciones que integran el sector turístico. Para ello, deberá estudiar al consumidor turístico, sus necesidades y deseos. Además deberá conocer las características de los mercados, los entornos que rodean a las empresas y organizaciones del sector turístico. Las estrategias y acciones de marketing a aplicar para el aprovechamiento, diseño, creación, distribución, comunicación de productos y servicios turísticos, de manera

---

<sup>11</sup> (Philip, 2011, págs. 10,11)

<sup>12</sup> (García & Marmól Sinclair, 2012, págs. 5,6,8)

que satisfagan al turista mejor que sus competidores y así conseguir los objetivos de rentabilidad.<sup>13</sup>

### **Instrumentos del marketing turístico**

En el concepto anterior hemos hecho referencia a las estrategias y acciones de marketing. En este apartado se explica que la gestión del marketing presenta dos dimensiones: la estratégica y la operativa.

- **El marketing estratégico** se refiere a la orientación de la empresa a mantener o aumentar sus ventajas competitivas; esto se lo hará mediante objetivos y estrategias orientadas al mercado, tales como investigación de mercados, segmentación de mercados, análisis de la competencia, etc.
- **El marketing operativo**, está orientado al diseño y ejecución de todas aquellas acciones concretas que la empresa debe llevar a cabo para la consecución de las estrategias previamente planteadas. Para diseñarlas, la empresa dispone de unos instrumentos básicos que combinados adecuadamente permiten conseguir los objetivos previstos.<sup>14</sup>

#### **4.1.11. Marketing Mix**

El marketing – mix puede definirse como la capacidad de escoger y combinar, de forma adecuada, los distintos instrumentos (también conocidos como variables, herramientas o elementos) de que dispone la empresa, en función de la información existente y con el fin de conseguir los objetivos empresariales establecidos.

Estas variables, combinadas coherentes y con sus respectivas estrategias, sirven para que la empresa pueda competir en los diferentes mercados.

---

<sup>13</sup> (Philip, 2011, págs. 9,10,11)

<sup>14</sup> (García & Marmól Sinclair, 2012, pág. 9)

## **Elementos del Marketing-Mix**

Los especialistas en marketing utilizan una serie de herramientas para implantar las estrategias de marketing, y alcanzar las metas (los objetivos empresariales) que se hayan fijado a través de su combinación o mezcla (mix), mediante el uso selectivo de las mismas. Fue Mc Carty quién a mediados del siglo xx, lo denominó las teorías de las cuatro P ya que utilizaba cuatro variables cuyas iniciales en inglés empiezan por (p)

1. Product (Producto)
2. Price (Precio)
3. Place (Distribución)
4. Promotion (Promoción)

El marketing – mix es un conjunto de elementos sobre los cuales es necesario tomar decisiones para definir las estrategias específicas relativas a las decisiones siguientes.<sup>15</sup>

- Decisiones de producto
- Decisiones de precio
- Decisiones de distribución
- Decisiones de comunicación

### **Producto**

El producto es la primera de las variables de marketing – mix. El producto constituye la base de todo el sistema de marketing, por tanto, tener un diseño de producto adecuado es la actividad más importante.

El producto es un instrumento de importancia fundamental: constituye el punto de partida de la estrategia comercial. Si no se dispone del producto adecuado para estimular la demanda, no es posible llevar a cabo de modo efectivo ninguna otra acción comercial.

---

<sup>15</sup> (García & Marmól Sinclair, 2012, pág. 50)

## Ciclo de vida del Producto

El ciclo de vida es el procedimiento mediante el cual los productos o servicios que se lanzan al mercado atraviesan una serie de etapas que van desde su concepción hasta su desaparición o la sustitución por otros más actualizados.

La vida comercial de un producto/servicio se puede clasificar en cuatro etapas:

- **Lanzamiento:** es la etapa donde queda fija la concepción, definición y periodo de lanzamiento del producto.
- **Crecimiento:** si el producto nuevo satisface el mercado, entra a la etapa de crecimiento, supera los esfuerzos y permite un desarrollo paulatino de sus ventas.<sup>16</sup>
- **Madurez:** toda política de lanzamiento de un producto tiene como objetivo llegar a esta etapa. Por lo general, dura más tiempo que las etapas anteriores.
- **Declive:** todo producto o servicio, con el tiempo, tiende a decrecer en su evolución.

## El precio

Por precio debe entenderse no solamente la cantidad de dinero que un consumidor paga por adquirir un producto o utilizar un servicio, sino también el tiempo, esfuerzo, molestias necesarios para obtenerlos o involucrados en su disfrute.

El precio, obviamente, tiene una influencia decisiva sobre los ingresos y beneficios de la empresa: de ahí que su correcta gestión tenga una importancia primordial, sobre todo teniendo en cuenta que su modificación es relativamente fácil.

---

<sup>16</sup> (Serra, 2011, págs. 51,52,53)

Esto es especialmente importante en las empresas turísticas, donde la gestión del binomio demanda capacidad fundamental por su incidencia en la cuenta de resultados.

Existen múltiples factores condicionantes en la fijación del precio a los productos y servicios turísticos: el tipo de mercado, el nivel de competencia, la fase del ciclo de vida en que se encuentra el producto, los objetivos de la empresa, la respuesta de la demanda a corto plazo, etc.<sup>17</sup>

Con respecto al precio, la dirección comercial debe tomar una serie de decisiones relativas:

- **Costes, márgenes, descuentos.** La empresa debe analizar los costos de producción o comercialización.
- **Fijación del precio a un solo producto.** El precio de un producto individual puede fijarse, básicamente, en función de tres criterios: sobre la base de su coste, según los precios establecidos por la competencia o en función de la elasticidad (grado de sensibilidad al precio).
- **Fijación de precios a una línea de productos.** Los criterios a la hora de fijar el precio a una línea de producto, en lugar de a uno solo, suele variar.

## La distribución

La distribución en turismo tiene como misión facilitar al potencial cliente la posibilidad de efectuar reservas. Las decisiones sobre distribución suelen ser decisiones a largo plazo y no son fácilmente reversibles.

Por otra parte, las formas de distribución evolucionan constantemente, básicamente por el impacto de las nuevas tecnologías y los cambios en los costos, lo que obliga a la empresa a seguir de cerca dicha evolución, puesto que de ella puede derivarse oportunidades o amenazas.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> (Serra, 2011, págs. 54,55)

<sup>18</sup> (Serra, 2011, pág. 55)

Las decisiones relativas a la variable distribución implican el diseño y puesta en práctica de decisiones relativas a:

- **Canales de distribución.** Seleccionar el canal de distribución, la modalidad de distribución, la determinación del número, localización, dimensión y características de los puntos de venta.
- **Merchandising.** Se entiende por merchandising el conjunto de actividades a cabo para estimular la compra de productos en el propio punto de venta.
- **Marketing directo.** El marketing directo supone la relación directa entre ofertante y consumidor, con la consiguiente ausencia de intermediarios.

### **La promoción**

La promoción engloba todo el conjunto de actividades que tratan de comunicar la existencia y beneficio de un determinado producto turístico y persuadir al consumidor para que lo compre. La promoción puede intentar también crear una buena imagen de nuestra empresa o destino e incrementar su notoriedad. La promoción es una combinación de las siguientes actividades o instrumentos:<sup>19</sup>

- **Publicidad.** Supone la transmisión de información sobre nuestros productos o nuestra empresa a través de medios de comunicación de masas. Implica la toma de una serie de decisiones relativas al mensaje a transmitir, la determinación del público objetivo al que se quiere hacer llegar el mensaje.
- **Relaciones públicas.** Persiguen, en general, conseguir una imagen favorable del producto, la empresa o el destino, a través de la generación de comunicados y noticias favorables en los medios de comunicación, el patrocinio de determinadas actividades culturales, deportivas, etc.

---

<sup>19</sup> (Serra, 2011, pág. 56)

- **Venta personal.** Supone la utilización de vendedores propios para la promoción y venta e implica la toma de toda una serie de decisiones de dirección de ventas, tales como la configuración de los equipos de los vendedores.
- **Promoción de ventas.** Aquí se incluyen todas aquellas actividades, no canalizadas a través de medios de comunicación de masas que tratan de estimular las ventas a corto plazo.
- **Marketing directo.** Supone la utilización de medios de comunicación directa con el consumidor (correo, teléfono, internet, etc.) y por tanto es otra forma de comunicación de la empresa con clientes actuales o potenciales.

#### **4.1.12. Plan de Marketing**

El plan de marketing es una herramienta de gestión por la que se determinan los pasos a seguir, las metodologías y tiempos para alcanzar unos objetivos determinados. El plan de marketing es la guía que orienta para la toma de decisiones comerciales, es decir, una guía para la acción.

El plan de marketing se refleja en un documento escrito en el que, de forma detallada, ordenada, fácilmente comprensible y previa realización de los correspondientes análisis y posterior diagnóstico, se define los objetivos a conseguir en un periodo de tiempo determinado, se selecciona las líneas estratégicas de actuación y se diseña el conjunto de acciones de marketing que se pretende llevar a cabo para alcanzar dichos objetivos. <sup>20</sup>

#### **Elementos del plan de marketing**

El plan de marketing debe exponer de forma específica los elementos que aparecen en la siguiente tabla.

---

<sup>20</sup> (Garcia & Marmól Sinclair, 2012, pág. 156)

**Cuadro 1: Elementos del Plan de Marketing**

Los objetivos comerciales	Se define después de realizar los estudios e investigaciones pertinentes (análisis de la situación interno y externo)
La políticas comerciales	Deben estar en consonancia con la política general de la empresa, que según los objetivos previamente fijados definen la actividad y ejecución empresarial.
Las acciones a ejecutar por la empresa	Estarán programadas según el tiempo establecido para el plan de marketing y evaluadas desde el punto de vista financiero.
Los mecanismos de control	Se deben establecer según las decisiones comerciales aprobadas y las posibles desviaciones de los objetivos. 21

Fuente: (García & Marmól Sinclair, 2012)

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca.

### **Finalidades del Plan de Marketing**

El plan de marketing cumple al menos tres finalidades muy importantes:

- Es una guía escrita que señala las estrategias y tácticas de marketing que deben implementarse para alcanzar objetivos concretos en periodos de tiempo definidos.
- Determina quién es el responsable, de que actividades, cuando hay que realizarlas, cuánto tiempo y dinero se les puede dedicar.
- Sirve como un mecanismo de control, es decir, establece control de estándares con los cuales se puede evaluar el progreso.

---

<sup>21</sup> (García & Marmól Sinclair, 2012, págs. 146,147)

## **Propósito de un Plan de Marketing**

Un plan de marketing cumple varios propósitos en una empresa turística:

- Da las directrices para todas las actividades de marketing de empresa para el año siguiente.
- Garantiza que dichas actividades vayan en concordancia con el plan estratégico de la empresa.
- Obliga a los directores de marketing a revisar y analizar objetivamente cada uno de los pasos que hay que seguir.
- Ayuda en la elaboración de un presupuesto que ajuste los recursos a los objetivos del marketing.
- Implanta un proceso de control para compartir los resultados reales con los esperados.<sup>22</sup>

## **Fases del Plan de Marketing**

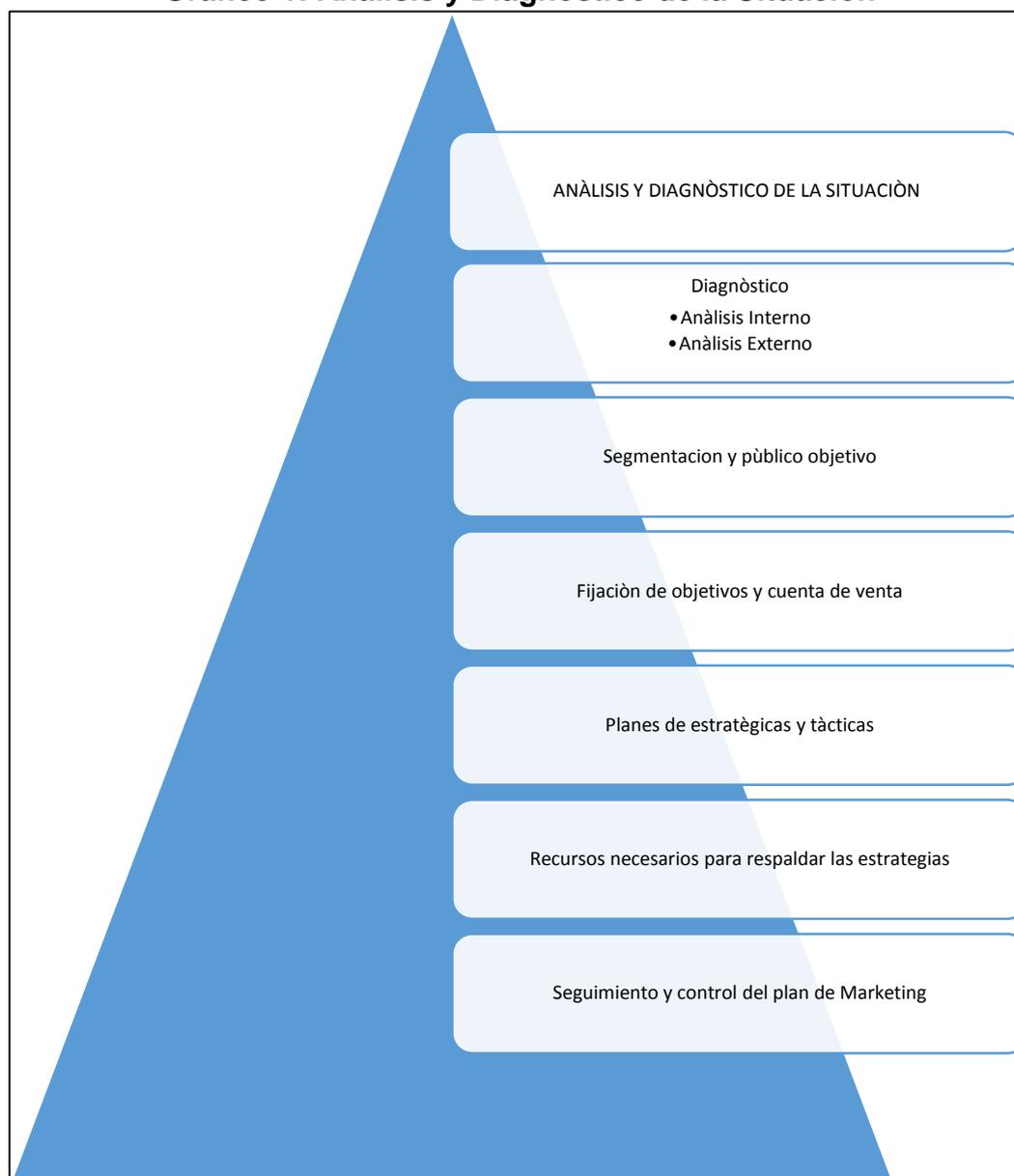
El proceso de planificación de marketing se realiza a través de una serie de fases que son secuenciales, de forma que cada una dependa de los anteriores. Tienen un orden que conviene respetar para evitar cometer errores.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> (Philip, 2011, pág. 698)

<sup>23</sup> (García & Marmól Sinclair, 2012, pág. 148)

**Gráfico 1: Análisis y Diagnóstico de la Situación**



**Fuente:** (García & Marmól Sinclair, 2012)

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### **Análisis y diagnóstico de la situación**

La fase de análisis y diagnóstico de la situación tiene como finalidad la obtención y el estudio de datos para un profundo conocimiento de la situación actual y posterior toma de decisiones. Dentro de esta fase se pueden distinguir dos grandes etapas:

- Etapa de análisis propiamente dicha.
- Etapa de diagnóstico

## **Etapas de análisis de la situación**

Esta primera etapa se centra en un análisis profundo y exhaustivo de la situación actual de la empresa, organización o destino turístico, así como de su posible evolución futura.

Este análisis de situación siempre debe realizarse a dos niveles:

**Análisis interno.** El objetivo del análisis interno es conocer, con la máxima profundidad posible, la situación o estado actual de la empresa, organización o destino turístico, permitiendo identificar sus puntos fuertes y débiles (fortalezas y debilidades). El objetivo particular del mismo es responder a las clásicas preguntas respecto a donde estamos ahora y como estamos compitiendo. Se trata de utilizar, como punto de partida, un perfecto conocimiento de la organización, que permita afrontar el proceso sabiendo con qué fortalezas se cuenta para competir y cuáles son las principales debilidades con respecto a los demás competidores.<sup>24</sup>

Los elementos internos que se deben analizar corresponden a las fortalezas y debilidades que se tiene respecto a los recursos y las capacidades con que cuenta la propia empresa en aspectos como:

- Producción.
- Estructura organizativa.
- Financiación.
- Recursos humanos.
- Marketing.
- Activos.
- Capacidad de inversión e innovación.
- Calidad de producto.
- Imagen de los productos o marcas.
- Percepción de los consumidores.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> (García & Marmól Sinclair, 2012, pág. 148)

<sup>25</sup> (García & Marmól Sinclair, 2012)

**Análisis externo:** El objetivo del análisis externo es estudiar las características del entorno en el que está inmersa la empresa u organización, ya que la actividad de la misma está condicionada por dicho entorno y no puede existir fuera del mismo. El impacto que el entorno puede ejercer en la empresa u organización convierte el análisis del mismo en uno de los pilares básicos en que se asientan las estrategias de marketing. Por tanto, dicho análisis debe incluir un estudio detallado de los elementos que componen el entorno externo de marketing, que se divide en dos niveles:

- **Micro-entorno:**

Integrado por todas aquellas fuerzas externas a la empresa, más cercanas a ella, lo que las hace susceptibles de afectar de forma inmediata y directa día a día, al proceso de los intercambios de la empresa con sus mercados, pero también implica una mayor facilidad de control de las mismas por la empresa. Entre las fuerzas del micro-entorno, se consideran las siguientes:

Las que se integran dentro de la propia empresa que se denominan de ambiente interno.

Las que son externas a la empresa que se denominan ambiente de operaciones

- **Macro-entorno:**

Integrado por el conjunto de grandes fuerzas externas a la empresa, parcial o totalmente incontrolables, que pueden afectar al proceso de intercambio de la empresa con los mercados-meta. Dichas fuerzas se suelen clasificar en seis grandes bloques o ambientes: económico, físico, socio-cultural, demográfico, político-legal y tecnológico, pues son las de mayor impacto sobre las relaciones de intercambio.

## **Análisis FODA**

La importancia de ser competitivo obliga a que como conclusión de los análisis interno y externo, se realice un diagnóstico posterior. Los resultados de dichos análisis se suelen presentar de forma resumida en lo que se denomina matriz FODA, que no es más que una recopilación de las Debilidades (D), Amenazas (A), Fortalezas (F) y Oportunidades(O). Se trata del instrumento más utilizado en el plan de marketing para diagnosticar la situación de la empresa y que también es conocido como SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities & Threats)<sup>26</sup>

Con el análisis FODA obtenemos una visión global de la situación real de la empresa, permitiendo maximizar, aprovechar nuestras oportunidades y fortalezas, y minimizar o eliminar las amenazas, debilidades de la empresa. De la combinación de fortalezas con oportunidades surgen las potencialidades, las cuales señalan las líneas de acción más prometedoras para la organización. Las limitaciones, determinadas por una combinación de debilidades y amenazas, significan una seria advertencia.

Los riesgos (combinación de fortalezas y amenazas) y los desafíos (combinación de oportunidades y debilidades), exigirán una cuidadosa consideración a la hora de marcar el rumbo que la empresa u organización deberá asumir hacia el futuro deseable.

## **Segmentación y Fijación de objetivos**

### **▪ Segmentación y público objetivo**

El análisis de los segmentos de mercado y la selección de públicos objetivos apropiados constituyen el soporte de cualquier plan de marketing, ya que no todos los segmentos del mercado son adecuados para una empresa turística. Los segmentos elegidos por la empresa serán el centro

---

<sup>26</sup> (García & Marmól Sinclair, 2012, pág. 151)

de sus acciones por lo que debe existir un profundo conocimiento de estos. A estos segmentos se les denomina público objetivo.

La empresa puede conducir sus esfuerzos a distintos públicos y de ellos debe escoger los que se adapten más a la oferta de la misma y determinar si encajan con las capacidades, recursos y objetivos de la empresa, para obtenerlos y asegurarlos. En el sector turístico es habitual seleccionar segmentos poco apropiados con el único propósito de mantener el nivel de ocupación.

Puesto que la selección del público objetivo es una parte muy importante del plan de marketing, si no se elige los mercados apropiados, se desperdiciarán recursos de marketing. Los públicos-objetivos se seleccionan de un grupo de segmentos disponibles, que incluyen segmentos que la empresa ya conoce así como mercados potenciales. Los expertos de marketing deben estar actualizados con respecto a las preferencias del público-objetivo.<sup>27</sup>

- **Fijación de objetivos.**

Este proceso que supone la concreción detallada de las pretensiones de la empresa con respecto al mercado, es fundamental para el desarrollo del plan de marketing. Los objetivos serán los indicadores con los que se controlará la ejecución de las estrategias de marketing. Los objetivos pueden ser muy diversos, y serán diferentes según se trate del plan de marketing de una empresa, de una organización o de un destino turístico. Con la fijación de objetivos la empresa podrá someter todas las actividades a un control que permita corregir los errores y ratificar los factores que los han provocado.

---

<sup>27</sup> (García & Marmól Sinclair, 2012)

Los objetivos suelen expresarse en términos de rentabilidad, de beneficios, de pernoctaciones, de ocupación, de ingresos, de cuota de mercado, de precios o incluso de grado de conocimientos de la marca.<sup>28</sup>

Los objetivos del marketing más habituales son los siguientes:

- Aumentar el volumen de ventas.
- Incrementar la participación en el mercado.
- Contribuir al beneficio de la empresa.
- Posicionar la imagen de un producto, servicio o marca.
- Introducir un producto, una marca, una línea de productos.
- Potenciar un producto en declive.
- Defender un mercado ante actuaciones de los competidores.

### **Cuadro 2: Requisitos de los objetivos de Marketing**

Deben ser coherentes con la situación de la empresa y han de estar junto a los objetivos y estrategias corporativas
Deben ser cuantificados
Deben ser realistas
Deben fijarse un plazo de cumplimiento

**Fuente:** Libro de Marketing Turístico de Carmen Ojeda y Patricia Marmol.  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca.

### **Estrategias y tácticas.**

Una vez determinada la posición de partida y las metas a alcanzar, es necesario decidir cómo pasar de esa situación inicial a la situación deseada que marcan los objetivos de marketing. Se trata, en definitiva, de diseñar las estrategias y tácticas de marketing para un periodo determinado.<sup>29</sup>

Las estrategias de marketing se diseñan como vehículo para alcanzar los objetivos propuestos, es decir, una vez definidos los objetivos, se deben

<sup>28</sup> (Garcia & Marmól Sinclair, 2012, pág. 152)

<sup>29</sup> (Garcia & Marmól Sinclair, 2012, pág. 154)

formular las acciones o estrategias que permiten conseguirlos. La estrategia es, por tanto, un conjunto de decisiones sobre acciones a emprender y recursos a utilizar para alcanzar los objetivos. Una vez diseñada las estrategias de marketing debe considerarse su aplicación práctica: qué hacer, cuándo hacerlo y cuánto costara. Para ello se elaboran las tácticas, herramientas prácticas, operativas y operativas que ayudan a aplicar las estrategias.

En el diseño de estrategias se deben tener en cuenta muchos elementos, pero existen tres estrategias que resultan fundamentales y que se refieren a las estrategias genéricas de Porter.

**Cuadro 3: Estrategias Marketing**

Estrategia de liderazgo en costos	La empresa intenta mantener el coste más bajo frente al de la competencia para ofrecer al mercado un producto o servicio de precio bajo, con la intención de lograr un alto volumen de ventas.
Estrategia de diferenciación	La empresa o destino ofrece al consumidor un producto o servicio percibido como único, valorado por el mercado que está dispuesto a pagar por él un precio superior al de sus competidores.
Estrategia de especialización	La empresa se concentra en un o en unos segmentos de mercado concretos en los que puede tener ventaja competitiva. Es la estrategia apropiada para una empresa turística pequeña.

**Fuente:** Libro de Marketing Turístico de Carmen Ojeda y Patricia Mármol.

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca.

#### 4.1.13. Presentación y Promoción

Después de crear el plan de marketing llega el momento de presentarlo. Su redacción debe ser profesional, pero evitando excesivos tecnicismos, haciendo hincapié en aquellos datos más relevantes.<sup>30</sup>

Dependiendo del tamaño de la empresa la presentación debería seguir los siguientes pasos:

<sup>30</sup> (García & Marmól Sinclair, 2012, pág. 158)

La presentación debe:

- Ser clara, concisa y amena.
- Involucra emocionalmente a las personas que lo implementaran.
- Conseguir el apoyo para que sea exitosa y conquistar la credibilidad para el apoyo.

### **Formato de la exposición**

El formato depende del objetivo específico que se quiere lograr, del tiempo disponible y del tipo de audiencia. Algunos puntos, que deben considerar en la preparación de la exposición son:

- Apertura. La frase de apertura establece un comienzo y el final de la presentación.
- Técnicas para hablar en público: En un lenguaje claro, profesional pero comprensible.
- Cuerpo de exposición: Debe contener los asuntos principales del plan.
- Cierre. Una de las partes más significativas de la presentación es el cierre.
- Ayudas tecnológicas. A la hora de presentar el plan se deben utilizar las nuevas tecnologías, haciendo la presentación más amena.<sup>31</sup>

---

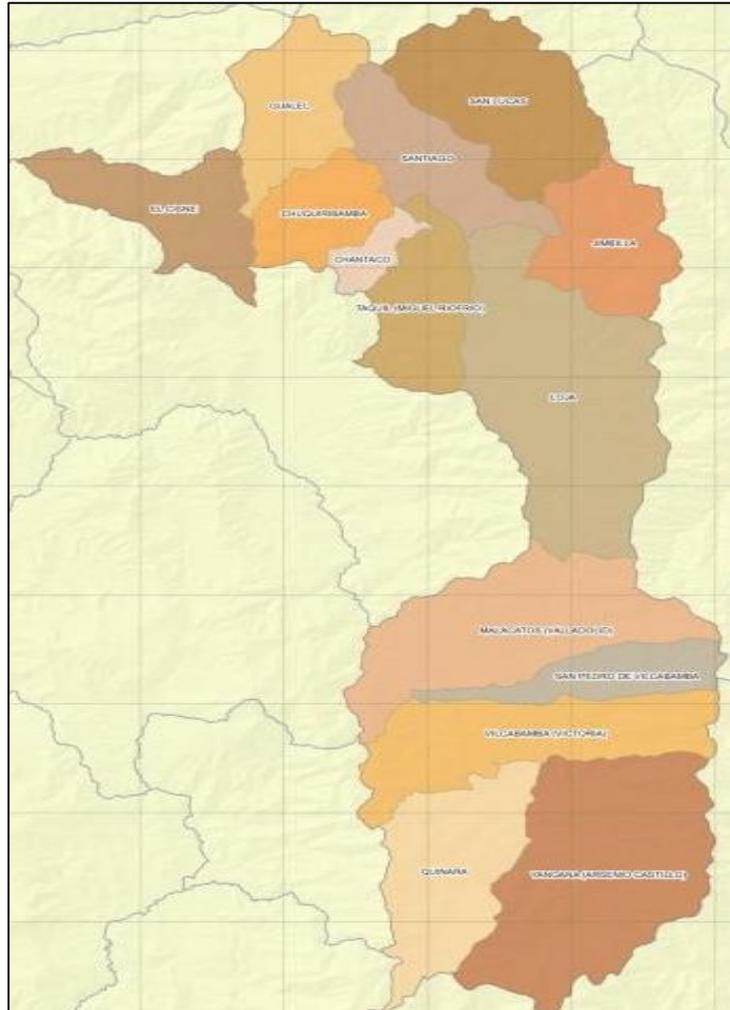
<sup>31</sup> (Garcia & Marmól Sinclair, 2012, pág. 159)

## 4.2. Marco Referencial

### 4.2.1. Cantón Loja

- Ubicación

**Gráfico 2: Mapa Cantón Loja**



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca <sup>32</sup>  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

El Cantón Loja se encuentra ubicado al Sur del Ecuador en la parte oriental de la Provincia del mismo nombre, limitada al norte con el Cantón Saraguro al Sur y Este con la Provincia de Zamora Chinchipe y al Oeste con la parte alta de la Provincia de El Oro y los Cantones de Catamayo, Gonzanamá y Quilanga.

---

<sup>32</sup> (Riesgos, 2013)

- **Extensión**

El Cantón Loja cuenta con una extensión de 1869 Km<sup>2</sup> y la provincia un total de 11.300 Km<sup>2</sup>.

- **Clima**

La ciudad de Loja se ubica en un clima templado andino con una temperatura promedio de entre 16° y 21° grados centígrados.<sup>33</sup>

- **División Política**

El Cantón Loja se encuentra dividido en 6 parroquias urbanas y 13 parroquias rurales que son:

#### **Yangana**

Con una extensión de 252,9 km<sup>2</sup>, cuenta con un clima subtropical subhúmedo, su fecha de Parroquialización es el 21 de septiembre del año 1991, esta parroquia se caracteriza por ser una productora de ganado lechero y de madera, la misma que es explotada irracionalmente.

#### **Malacatos**

Con una extensión de 206,8 km<sup>2</sup>, cuenta con un clima subtropical seco su fecha de Parroquialización es el 29 de mayo del año 1861, esta parroquia se caracteriza por ser un Valle productor de caña de azúcar y cultivos de ciclo corto: maíz, yuca, fréjol. Produce aguardiente de buena calidad.

#### **Vilcabamba.**

Con una extensión de 165,9 km<sup>2</sup>, cuenta con un clima subtropical seco su fecha de Parroquialización es el 29 de mayo de 1861, esta parroquia se caracteriza por ser Centro Turístico Internacional. Uno de los lugares, con

---

<sup>33</sup> (Plan de Ordenamiento territorial del Cantón Loja, 2011 Municipio de Loja, 2011)

mayor cantidad de longevos en el mundo. Tiene un Hospital Gerontológico, y produce cultivos de ciclo corto: maíz, fréjol y frutales.

### **Quinara.**

Con una extensión de 148,7 km<sup>2</sup>, cuenta con un clima subtropical seco su fecha de Parroquialización es el 14 de Febrero, esta parroquia se caracteriza por que se produce hortalizas y otros cultivos de ciclo corto. Detenta vestigios arqueológicos ligados al tesoro de Atahualpa ya que se dice que en el sitio Taranza Aguacollas, se encuentra un escondite de rescate de Atahualpa. Según las leyendas aquí se encuentran los siete guandos de oro.

### **San Lucas.**

Con una extensión de 142,2 km<sup>2</sup>, cuenta con un clima templado húmedo, su fecha de Parroquialización es el 14 de abril del año 1897, esta parroquia se caracteriza, por ser el Asiento de un importante grupo de la etnia de los Saraguros y de varios sitios arqueológicos ligados a las culturas vernáculas (Ciudadela, Tambo Blanco, etc.). Produce ganado, maíz blanco y frutales.

### **Jimbilla.**

Con una extensión de 123,3 km<sup>2</sup>, cuenta con un clima templado húmedo, su fecha de Parroquialización es el 29 de noviembre del año 1965, esta parroquia se caracteriza por ser esencialmente ganadera. La cabecera parroquial aún mantiene viviendas y patios de tapia, verdaderas reliquias del pasado. La agricultura y la ganadería constituyen la principal ocupación de los habitantes de Gualiel, utilizan el sistema de labranza de la tierra mediante arado y actividades manuales como hilar y tejer.

### **El Cisne**

Con una extensión de 109,9 km<sup>2</sup>, cuenta con un clima templado húmedo, su fecha de Parroquialización es el 14 de abril del año 1897, esta parroquia se caracteriza por que, se levanta un enorme templo gótico, muy concurrido

durante todo el año por peregrinos del austro ecuatoriano y del norte peruano. En su interior se venera la sagrada imagen de Nuestra Señora de El Cisne, tallada en cedro a fines del siglo XVI por Don Diego de Robles.

### **Santiago.**

Con una extensión de 107,7 km<sup>2</sup>, cuenta con un clima templado húmedo, su fecha de Parroquialización es el 29 de mayo de 1861, esta parroquia se caracteriza por ser un territorio donde se cultiva maíz, arveja, haba y cebada, y hay criaderos de trucha.

### **Gualel.**

Con una extensión de 102,5 km<sup>2</sup>, cuenta con un clima templado húmedo, su fecha de Parroquialización es el 31 de marzo de 1942, esta parroquia se caracteriza por ser esencialmente ganadera. La cabecera parroquial aún mantiene viviendas y patios de tapia, verdaderas reliquias del pasado. La agricultura y la ganadería constituyen la principal ocupación de los habitantes de Gualel, utilizan el sistema de labranza de la tierra mediante arado y actividades manuales como hilar y tejer.

### **Taquil.**

Con una extensión de 85,3 km<sup>2</sup>, cuenta con un clima templado húmedo, su fecha de Parroquialización es el 10 de febrero del año de 1911, esta parroquia se caracteriza por tener un desarrollo extensivo de la ganadería y de cultivos de temporada, principalmente maíz. A poca distancia de la cabecera parroquial se encuentra el caserío de Cera, famoso por las artesanías de cerámica hechas a mano.

### **Chuquiribamba.**

Con una extensión de 71,9 km<sup>2</sup>, cuenta con un clima sub-templado, su fecha de Parroquialización es el 29 de mayo del año de 1861, esta

parroquia se caracteriza por ser abastecedora de hortalizas y cuyes para la ciudad de Loja para ser utilizados con una tecnología moderna.<sup>34</sup>

### **San Pedro de Vilcabamba.**

Con una extensión de 66,6 km<sup>2</sup>, cuenta con un clima subtropical seco, su fecha de Parroquialización es el 5 de Agosto del año 1987, esta parroquia se caracteriza por sus huertos compuestos de policultivos, donde se destaca el café de altura. Tiene un inicial desarrollo de la apicultura y fama por la crianza de gallos de pelea.

### **Chantaco.**

Con una extensión de 14,3 km<sup>2</sup>, cuenta con un clima templado subhúmedo, su fecha de Parroquialización es el 11 de marzo del año 1986, esta parroquia se caracteriza por ser productora de tomate riñón, pimiento y otros cultivos comerciales. Los pobladores de este lugar se dedican principalmente a la agricultura y ofrecen su producción a las ciudades de Loja, Guayaquil (Guayas) y Machala.

### **4.2.2. Ciudad de Loja**

La ciudad de Loja fue fundada por el capitán Alonso de Mercadillo el año 1548 en el valle de los ríos Zamora y Malacatos. No se ha encontrado el acta de fundación de la ciudad, pero como ella está consagrada a la Inmaculada Concepción se deduce que pudo ser el 8 de diciembre 1548.

Loja tiene características muy especiales que le dan su propia identidad, es una región de la patria ecuatoriana donde el desafío permanente con la naturaleza agreste y dura ha forjado un tipo de hombre abierto a la solidaridad, a la creatividad cultural y a la lucha encaminada a la supervivencia y al progreso; ser extranjero o forastero casi constituye un

---

<sup>34</sup> (Municipio de Loja, 2015)

privilegio, la hospitalidad y cordialidad del lojano resalta y enaltece sus mejores tradiciones.

Loja, ciudad dueña de innumerables atractivos, exuberante vegetación, abundante fauna y un sinnúmero de manifestaciones culturales en el campo de las artes y las letras, tradiciones y costumbres, arquitectura civil y religiosa, etnografía y gastronomía, consolidada con la tradicional hospitalidad de su gente para con el turista nacional y extranjero que busca la belleza en las pequeñas cosas; es propicia para realizar todo tipo de turismo, desde el urbano, cultural, religioso, de aventura, ecoturismo, gastronómico hasta de salud.<sup>35</sup>

#### ▪ **Datos Generales**

**Altitud:** 2100m.s.n.m

**Superficie:** 1923 km<sup>2</sup>

**Población:** 214 855 habitantes en la ciudad

**Temperatura Promedio:** 18°C

**Clima:** Templado Andino.

**Ubicación:** Sur – Oriente de la Provincia

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

#### **Temperatura.**

Cuenta con una temperatura promedio de 16° C.

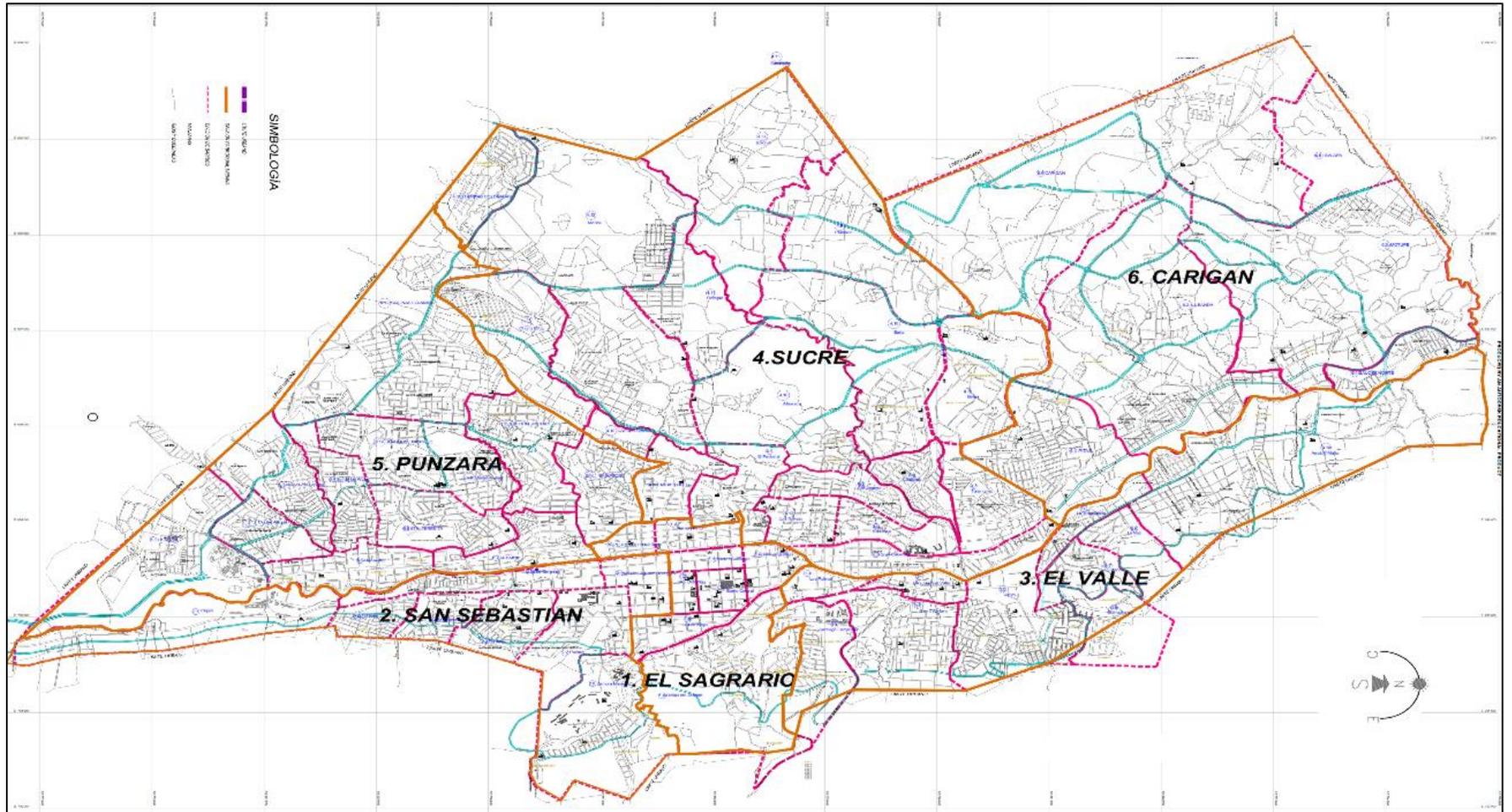
**Fecha de Independencia:** 18 de Noviembre de 1820 en la Plaza de San Sebastián. <sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> (Castillo, 2006)

<sup>36</sup> (Centro de Investigaciones Turísticas (CEITUR) UTPL, 2007)

**Gráfico 3: Mapa de las Parroquias Urbanas de la Ciudad de Loja**



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## ▪ **Limites**

La ciudad de Loja limita:

**Norte:** con las Parroquia de Santiago, Jimbilla y Taquil.

**Sur:** con la Parroquia de Malacatos.

**Este:** con la provincia de Zamora Chinchipe.

**Oeste:** Con las parroquias de Taquil y el Cantón Catamayo.<sup>37</sup>

## ▪ **División Política**

Según el nuevo plan de generación Urbana La Ciudad de Loja está dividido en 6 Parroquias que son:

### **Parroquia El Sagrario.**

Es parte del Patrimonio Histórico de Loja ha sido restaurado con el objetivo de brindar servicios culturales y educativos, esta parroquia está conformada por 8 barrios que son:

Barrio Orillas del Zamora.

Barrio 24 de Mayo.

Barrio Central.

Barrio Santo Domingo.

Barrio 18 de Noviembre.

Barrio Juan de Salinas.

Barrio Ramón Pinto.

Barrio Perpetuo Socorro.

---

<sup>37</sup> (Prefectura de Loja, 2015)

### **Parroquia San Sebastián.**

La conocida Calle Lourdes entre la Bolívar y Sucre, es considerada como uno de los principales atractivos de la Ciudad. Caminar por esta pequeña y angosta calle permite al visitante transportarse al pasado; las casas pintadas de llamativos y vistosos colores, con sus balcones de madera y faroles son una reliquia colonial, algunos dueños de las viviendas permiten al visitante conocer el interior de ellas, el adoquinado de esta calle complementa el escenario de Loja de antaño, esta Parroquia está conformada por 8 barrios que son:<sup>38</sup>

Barrio Capulí.

Barrio Los Rosales.

Barrio Yaguarcuna.

Barrio La Pradera.

Barrio Los Geranios.

Barrio Máximo Agustín Aguirre

Barrio Pucara.

Barrio Zamora Huayco.

### **Parroquia El Valle.**

Es definitivamente uno de los lugares más hermosos de Loja, una pequeña Plaza con su Glorieta e Iglesia Coloniales son el complemento para las viviendas tradicionales que las rodean, sin duda cuando llegue a la ciudad no debe dejar de visitar el lugar. Además en esta Parroquia se encuentra diversos restaurantes en donde puede disfrutar de la variedad de comida típica lojana, entre las que destacan el cuy asado con papas y ají de pepa de zambo. Cecina (carne de chancho fileteada, sazonada y secada al sol que luego se asa) que se la come con yuca cocinada. Gallina

---

<sup>38</sup> (Municipio de Loja, 2015)

cuyada (gallina sazonada con los mismos condimentos que el cuy) asada, servida con papa y mote, entre otros, esta Parroquia está conformada por 10 barrios que son:

Barrio Las Palmas.	Barrio Chinguilanchi.
Barrio Santiago Fernández.	Barrio La Estancia.
Barrio San Juan del Valle.	Barrio La Paz.
Barrio San Cayetano.	Barrio La Inmaculada.
Barrio Jipiro.	Barrio Amable Maria.

### **Parroquia Sucre.**

Parte del Patrimonio Histórico de Loja ha sido restaurado con el objetivo de brindar servicios culturales y educativos, esta Parroquia está conformada por 18 barrios que son:<sup>39</sup>

Barrio Celi Román.	Barrio El Pedestal.
Barrio Gran Colombia.	Barrio Miraflores.
Barrio San José.	Barrio Capuli Loma.
Barrio San Vicente.	Barrio El Plateado.
Barrio Clodoveo.	Barrio Obrapia.
Barrio Turunuma.	Barrio Chonta Cruz.
Barrio Belen.	Barrio Bolonia.
Barrio Borja.	Barrio Mefis.
Barrio Alborada.	Barrio Tierras Coloradas.

---

<sup>39</sup> (Municipio de Loja, 2015)

## **Parroquia Punzára.**

Esta es una de las nuevas Parroquias que se integraron a las 4 parroquias que ya existían, esta nueva parroquia está conformada por los siguientes Barrios:

Barrio Daniel Álvarez.

Barrio La Tebaida.

Barrio Santa Teresita.

Barrio San Isidro.

Barrio Sol de los Andes.

Barrio Héroes del Cenepa.

Barrio Ciudad Alegría.

Barrio La Argelia.

Barrio Juan José Castillo.

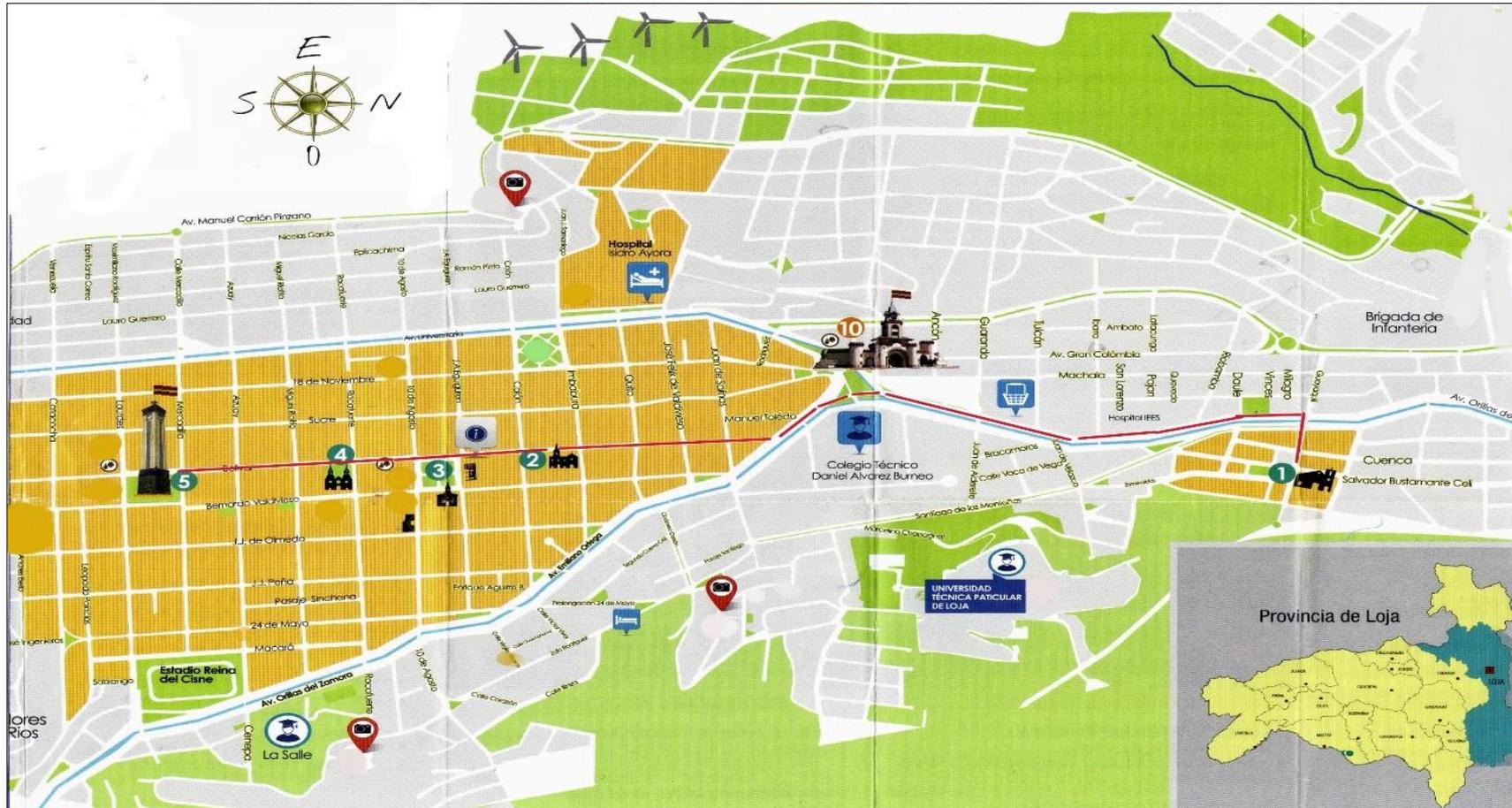
Barrio Isidro Ayora.

Barrio Colinas Lojanas.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> (Municipio de Loja, 2015)

Gráfico 4: Ruta de las Iglesias de la Ciudad de Loja



Fuente: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## ▪ **Actividad Económica.**

En el Cantón Loja existen actividades de ocupación y producción como la agricultura, ganadería, comercio, y pequeña industria.

## **Atractivos Turísticos**

### **Puerta de la Ciudad.**

Situada en la Av. Gran Colombia, e iluminada con lámparas tipo colonial, el turista puede visitar cuatro salas de exposiciones temporales, un almacén de publicaciones y artesanía lojana, una cafetería y un mirador desde donde se puede observar parte de la zona céntrica de la ciudad de Loja.

### **Plaza San Francisco**

Esta pequeña plaza está rodeada por la iglesia y Convento de los Franciscanos, en el centro de la plaza esta un monumento en honor al Capitán Alonso de Mercadillo, fundador de la ciudad de Loja, en el vértice sur oriental de la plaza.

### **Plaza Central**

Se encuentra rodeada por la Iglesia Catedral, el edificio del Consejo Provincial, la casa Episcopal, el Palacio Municipal, la casa de la Gobernación y el Museo del Banco Central. En su parte central se levanta el monumento en honor al benefactor del colegio que lleva su nombre, Bernardo Valdivieso.

### **Plaza San Sebastián.**

Sin duda, es uno de los elementos más atractivos de la ciudad de Loja. En el centro de esta plaza se levanta una torre de 32 m de altura, en cuya cumbre se encuentra un reloj de cuatro esferas y en su base encontramos cuatro relieves que indican los hechos más sobresalientes en la historia de Loja.

Rodean a la plaza, construcciones de estilo antiguo, con amplios portales, balcones de madera tallada y aleros. En el lado sur se encuentra la iglesia de San Sebastián, la casa conventual y el mercado sur, lugar en el que se realiza la feria semanal de productos agrícolas todos los domingos.

La iglesia de San Sebastián fue levantada en el año 1900 y remodelado en el año 1979, la iglesia está conformada por tres naves, un retablo en cada una de ellas, en la parte superior existen dos pasamanos que rodean la parte interna de la iglesia y se sostienen con arquería de medio punto.<sup>41</sup>

### **Plaza de El Valle.**

Al norte de la ciudad encontramos la Plaza de “El Valle” sitio de gran atracción turística por su ambiente y la gastronomía típica lojana que ofrecen los numerosos salones en sus cercanías. Aquí se encuentra la Iglesia colonial de San Juan Bautista de El Valle y el monumento al insigne músico de Loja, el maestro Salvador Bustamante Celi.

### **Iglesia de Santo Domingo**

La iglesia de Santo Domingo fue construida en el año 1557; Fray Enrique Mideros realizó la pintura y decoración interior; este fraile pinto las iglesias de Ibarra, Latacunga y Baños. Se encuentra ubicada en la parte central de la ciudad, junto a la iglesia encontramos una plazoleta y el monumento a Manuel Carrión Pinzano; también llamada como plaza de la Federación. Este ilustre lojano fue autor del movimiento Federalista lojano en el año 1853.

### **Iglesia de El Pedestal**

Está ubicada sobre una colina en la parte occidental de la ciudad de Loja, en el sector conocido como el Pedestal, lleva este nombre en honor de la Inmaculada Concepción, cuya estatua de bronce negro se encuentra

---

<sup>41</sup> (Catillo, 2006)

ubicada en el centro de la Plaza, adornada por un vistoso mirador que permite apreciar gran parte de la ciudad de Loja.

### **Iglesia Catedral**

Está ubicada en el centro de la ciudad frente al parque Central, es de estilo ecléctico, con elementos historicistas, neoclásicos y corintios; es una de las iglesias más grandes del Ecuador. Ha sido restaurada en tres ocasiones, la última en el año 2004.

### **Calle Lourdes**

La calle Lourdes, construida en piedra, adornada con faroles de hierro forjado y rodeada de casas de coloridas fachadas en donde funcionan tiendas de artesanías y cafeterías, es un sector obligado de visita.

### **Parque Recreacional Jipiro**

El Parque Jipiro tiene más de 10 hectáreas y se integra con el Complejo Ferial Internacional. Forma parte también de este conjunto, el conservatorio Nacional de Música Salvador Bustamante Celi.

Entre sus atractivos tenemos el parque náutico en la laguna de Jipiro, con su “Venus” en el centro de la isla, áreas deportivas, piscinas, juegos infantiles, concha acústica, bares de comida típica, área de camping, y juegos extremos etc.

Una de las características principales del parque son las réplicas de las más destacadas expresiones de la arquitectura de cada uno de los grandes troncos etno-culturales de la humanidad.

Así la Pagoda Oriental perteneciente a la escultura de los troncos mongólicos, es el muelle bar de la laguna; la mezquita árabe da cabida al planetario; la réplica de la Catedral de San Basilo en la Plaza Roja de Moscú, es un conjunto de toboganes que descienden entre las torres de cúpula en forma de cebolla; el portón y el puente de entrada, son

expresiones de la arquitectura Ibérica; el castillo medieval de tipo euro-latino, está destinado a la biblioteca y videoteca infantil, los chozones que dan albergue a los comedores , representan la cultura bantú – africana.

En la orilla del Río Zamora y dentro del mismo parque, están las expresiones de las culturas prehispánicas incas, aymara, azteca y maya conjunto que son completamente con un imponente número de saraguros.

El campamento para turismo infantil binacional, construido en el marco de la firma de la paz entre los pueblos hermanos de Ecuador y Perú, constituyen otros de los atractivos que el parque posee.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> (Catillo, 2006)

## **5. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **5.1. Materiales**

Se hizo uso de los siguientes materiales:

- Computadora
- Impresora
- Hojas de papel bond
- Esferográficos
- Impresiones
- Borradores
- Carpetas
- Memory flash
- Cámara fotográfica
- Vehículo
- InFocus

### **5.2. Métodos**

Para el presente proyecto de tesis, se utilizó diferentes métodos, y técnicas, los cuales ayudaron a realizar el trabajo investigativo, de acuerdo a cada objetivo entre los cuales tenemos:

- Método Deductivo
- Método Inductivo
- Método Descriptivo
- Método Histórico

#### **Método deductivo.**

Este método se lo realizó para obtener los datos de las fiestas que se celebran en la ciudad de Loja, y se lo utilizó como una herramienta de análisis para poder identificar las fiestas, de esta manera se pudo certificar la información obtenida.

### **Método Inductivo.**

Se lo utilizó para poder conocer cuál es la realidad actual de las fiestas religiosas de la ciudad de Loja, ya que se investigó cada uno de los elementos que forman parte de las festividades como sus tradiciones, la organización, su desarrollo y la promoción actual que tiene, donde se pudo observar, la situación real de las festividades religiosas a promocionarse con la finalidad de desarrollar la propuesta.

### **Método Descriptivo.**

Se utilizó para poder obtener la descripción y características de cada una de las fiestas religiosas que se desarrollan en la ciudad de Loja, en donde se aplicó las encuestas que fueron realizadas a los habitantes de la ciudad, estas ayudan a obtener datos objetivos de las festividades.

### **Método Histórico.**

Permitió conocer datos referenciales de las festividades religiosas de la ciudad de Loja, de las tradiciones y costumbres que posee cada una de ellas, mediante la recopilación de información obtenida por medio de entrevistas que se las realizó a los padres de las principales parroquias urbanas de la Ciudad de Loja.

### **Análisis FODA.**

Se determinó las fortalezas, oportunidades y amenazas de las fiestas religiosas de la Ciudad de Loja para la elaboración de la propuesta.

### **5.3. Técnicas**

De igual manera se utilizó las siguientes técnicas:

- Técnica de la Entrevista
- Técnica de la Encuesta

**La Entrevista:** la misma que se la aplicó a los Párrocos de las principales Iglesias de la Ciudad de Loja, las cuales estuvieron dirigidas al Sr. Walter Eduardo Ramírez Cueva (Párroco de la Iglesia El Valle), al Sr. Eugenio

Idrovo (Párroco de la Iglesia San Sebastián), al Sr. Carlos Jiménez (Párroco de la Iglesia La Catedral), al Sr. Segundo Luis Cuenca Morocho (Párroco de la Iglesia San Francisco), y al Sr. Julio Agüero Gonzales (Párroco de la Iglesia Santo Domingo).

**La Encuesta:** se las aplicó a las familias de la Ciudad de Loja, fueron un total de 383 encuestas aplicadas, las mismas que fueron de vital importancia para tener una fuente de información directa por parte de la ciudadanía de Loja.

### Cálculo de la muestra

La muestra fue necesaria para obtener el número exacto de encuestas que fueron aplicadas a la población de la Ciudad de Loja. Para la recopilación de la información se consideró a la población total de la Ciudad que es de 170.616 personas de acuerdo al censo del INEC realizado en el año 2010. Para lo cual fue necesario proyectar la población hasta el año 2015 para obtener el número exactas que hay en la actualidad.

De esta manera podemos determinar que en la ciudad de Loja la población en el año 2015 ha tenido un incremento de 172 269 habitantes con un incremento poblacional del 1,1%.

De la muestra se tomó encuesta los siguientes datos y se aplicó la siguiente formula.

### **Datos**

n= tamaño de la muestra

z= nivel de confianza (1.96)<sup>2</sup>

p= probabilidad a favor (0.5)

q= probabilidad en contra (0.5)

e= margen de error de estimación (0.005)<sup>2</sup> =0.0025

N= Universo proyectado

Fórmula de Muestra:

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

Cálculo de muestra:

$$N = \frac{(1.96) \times 0.5 \times 34.643}{34.643 \times 0.0025 + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

Tamaño de muestra

$$n = 383$$

Como resultado se aplicaron 383 encuestas que fueron dirigidas a las familias de la ciudad de Loja, trabajo que se lo realizó durante el mes de Mayo del 2015 en puntos estratégicos.

**Metodología por objetivos.**

**Primer objetivo.**

Para el cumplimiento del primer objetivo “Realizar un Diagnóstico de la situación actual de las fiestas religiosas de la ciudad de Loja” Se utilizó el método deductivo, descriptivo e histórico, los mismos que sirvieron para el levantamiento de la información y análisis para lograr determinar con precisión la situación actual de la Ciudad, además se utilizó la matriz FODA para obtener una fuente de información directa de las fiestas.

**Segundo Objetivo.**

Para el cumplimiento del segundo objetivo “Proponer un Plan de Marketing para las fiestas de la ciudad para posicionarlas como un atractivo turístico a visitar” Se aplicó el método inductivo y descriptivo, para lograr identificar describir, difundir todas las festividades religiosas de la ciudad y lograr de

esta manera obtener datos importantes de las festividades para desarrollar el presente trabajo.

### **Tercer Objetivo.**

Para el cumplimiento del tercer objetivo “Socializar la propuesta del plan de marketing con las autoridades del ITUR de la ciudad de Loja” se aplicó la socialización la cual se realizara en tres fases:

Primera: Inicial (previa) convocatoria, orden del día, presentación hacia los funcionarios de Turismo del Ilustre Municipio de Loja.

Segunda: (Ejecución) desarrollo, presentación de la temática, con el apoyo del material audiovisual.

Tercero: (Resultados) donde los Funcionarios de Turismo dieron a conocer sus conclusiones y recomendaciones sobre el plan de trabajo realizado en donde supieron manifestar que es un trabajo importante para lograr desarrollar el turismo religioso en la Ciudad.

## 6. RESULTADOS

### 6.1. Objetivo N° 1

En el desarrollo del Objetivo número uno, se realizó un diagnóstico para conocer cuál es la realidad actual que está viviendo el País y la Ciudad de Loja en los diferentes factores sociales.

#### 6.1.1. Análisis Externo

##### a) Factor Demográfico

##### Población del Ecuador

Según datos del INEC el Ecuador en el año 2010 tiene una población de 14,483.499, con una tasa de crecimiento de 1,95%, las mujeres ocupan el (50.44%) los hombres ocupan el (46.56%).<sup>43</sup>

La edad media que tiene el Ecuador es de 28,4 años.

La población se auto identifica como:

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

**Cuadro 4: Proyección de la población del Ecuador**

AÑO	POBLACION	IP	POBLACION PROYECTADA
2010	14 483 499	1,95%	14 484 087
2011	14 484 087	1,95%	14 484 674
2012	14 484 674	1,95%	14 485 262
2013	14 485 262	1,95%	14 485 850
2014	14 485 850	1,95%	14 486 437
2015	14 486 437	1,95%	14 487 025

Fuente: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

<sup>43</sup> (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC))

## **Población de la Ciudad de Loja**

Según datos del INEC la ciudad de Loja en el año 2010 tiene una población de 170.612, con una tasa de crecimiento de 1.1%, las mujeres ocupan el (48,8%) los hombres el (46,9%).<sup>44</sup>

La edad promedio de la ciudad de Loja es de 29 años.

La población se auto-identifica como:

- Mestizo – 90,2%
- Blanco – 3,5%
- Indigna – 2,6
- Afro-ecuatoriana – 2,5
- Montubio – 1,1
- Otro – 0,1

Proyección de la población de la Ciudad de Loja al año 2015.

**Cuadro 5: Proyección de la Población de Loja**

<b>AÑO</b>	<b>POBLACION</b>	<b>IP</b>	<b>POBLACION PROYECTADA</b>
2010	170.280	1.1%	170.612
2011	170.612	1.1%	170.943
2012	170.943	1.1%	171.275
2013	171.275	1.1%	171.606
2014	171.606	1.1%	171.938
2015	171.938	1.1%	172.269

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

De esta manera podemos determinar que en la ciudad de Loja la población en el año 2015 ha tenido un incremento de 172 269 habitantes con un incremento poblacional de 1,95% cada año.

---

<sup>44</sup> (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC))

## **b) Factor Económico**

### **PIB Turístico del Ecuador**

Según fuentes del Ministerio de Turismo, en total en el año 2013, el ingreso económico fue de 1251,2 millones de dólares en el ingresos de divisas en cuanto al turismo, dando un porcentaje de 5.2% del PIB turístico.<sup>45</sup>

Por otro lado también mediante fuentes del Ministerio de Turismo los ingresos económicos generados por el turismo receptor en el año 2014 fueron de 400,6 millones de dólares.<sup>46</sup>

En total en el año 2014 el ingreso económico generado por el turismo es de 1, 487,3 millones de dólares, con un porcentaje de 6.0% del PIB turístico.

En lo que va del presente año 2015, en el primer trimestre el ingreso de divisas por el turismo fue de 338 millones de dólares que representa el 6,4% en comparación con el primer trimestre del 2014.

De esta manera en el Ecuador la actividad turística representa el 4,2% del PIB, que equivale a 680 millones de dólares al año.

En conclusión podemos mencionar que el ingreso económico generado por el turismo, cada año ha ido creciendo generando de esta manera expectativas para un futuro prometedor para el turismo en el Ecuador ya que genera una fuente de ingresos muy importantes para el país.

### **Tasa de Inflación**

Mediante datos obtenidos del INEC, en Enero del 2015 el índice de precios al consumidor registro las siguientes variaciones: 0,59% la inflación mensual y acumulada; y de 3,53% la anual.

---

<sup>45</sup> (MINTUR)

<sup>46</sup> (Ministerio de turismo (MINTUR))

Mientras que para el año en el 2014 fue 0,72% la inflación mensual y acumulada; y 2,92% la anual.<sup>47</sup>

A continuación se muestra los cuadros con la inflación de años anteriores y la inflación de algunos productos.

**Cuadro 6: Inflación de años anteriores**

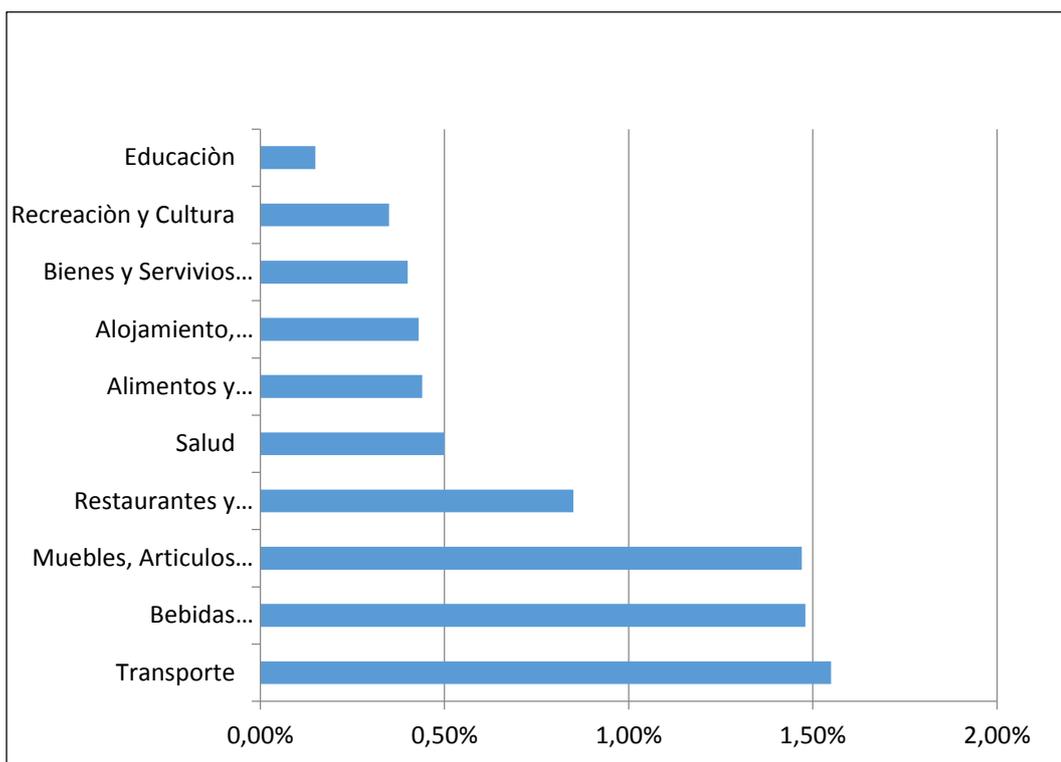
FECHA	VALOR
Abril-30-2015	4.32 %
Marzo-31-2015	3.76 %
Febrero-28-2015	4.05 %
Enero-31-2015	3.53 %
Diciembre-31-2014	3.67 %
Noviembre-30-2014	3.76 %
Octubre-31-2014	3.98 %
Septiembre 30- 2014	4.19 %
Agosto-31-2014	4.15 %
Julio-31-2014	4.11 %
Junio-30-2014	3.67 %
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %
Diciembre-31-2013	2.70 %
Noviembre-30-2013	2.30 %
Octubre-31-2013	2.04 %
Septiembre-30-2013	1.71 %

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

<sup>47</sup> (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC))

**Gráfico 5: Inflación de productos**



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

De esta manera podemos determinar que la tasa de inflación se ha ido incrementada en el transcurso de los años, las divisiones de transporte, las de alimentos y bebidas no alcohólicas fueron las que más contribuyeran a la variación del Índice de Precios al Consumidor (IPC).

### **c) Factor Político**

#### **Plan del Buen Vivir**

El Plan del Buen Vivir es un factor importante en el tema político, este es un Plan Nacional que se basa firmemente en reconocer la capacidad productiva en el proceso del desarrollo económico, el Plan tiene una visión mucho más amplia en donde la naturaleza, la cultura y la evolución social desempeñan un factor clave.

El Plan del Buen Vivir está conformado por doce objetivos, los cuales constituyen el corazón del Plan Nacional.

De estos doce objetivos se nombran los que tengan relación con el proyecto de tesis, el mismo que trata sobre las culturas y tradiciones que tiene la Ciudad de Loja con relación a las fiestas religiosas que se celebran, y de esta manera poder generar una mejor calidad de vida a los ciudadanos con la generación de nuevas fuentes de empleo.

### *Objetivo 3*

“Mejorar la calidad de vida de la población”

En art. 394 establece que el Programa de Gobierno 2013 – 2017 plantea la des-mercantilización del bienestar, la universalización de derechos, la recuperación del vínculo entre lo social y lo económico con la corresponsabilidad social, familiar sobre la calidad de vida de las personas.<sup>48</sup>

Este objetivo indica que mejorar la calidad de vida mediante el fortalecimiento de políticas intersectoriales, la consolidación del sistema nacional de industrias y equidad social.

Este objetivo tiene relación con el tema de investigación que se está realizando debido a que este proyecto puede generar nuevas formas de empleo a través del plan de marketing turístico que se está ejecutando para las fiestas religiosas de la ciudad para generar una mayor afluencia de personas al sector ayudando con ello el desarrollo de la ciudad.

### *Objetivo 5*

“Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas la plurinacionalidad y la interculturalidad”

El compromiso del estado es promover políticas que aseguren las condiciones para la expresión igualitaria de la diversidad.<sup>49</sup>

---

<sup>48</sup> (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo)

<sup>49</sup> (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo)

Con este objetivo lo que se pretende es la construcción colectiva del espacio público como lugar de encuentro común, y sustituyendo a las formas de convivencia autoritarias y violentas por formas de cohabitación, que puedan dirimir la conflictividad social, construir una cultura libre y pacífica de diálogo intercultural.

Este proyecto de tesis está enmarcado en estrategias para fortalecer la identidad, mediante la preservación y revitalización del patrimonio y de las diversas memorias colectivas e individuales.

Para fomentar la apropiación de espacios públicos y la libre expresión, se introducen estrategias para la democratización y el control de los espacios donde se realizan actividades culturales y artísticas para el disfrute y participación de la comunidad.

#### **d) Factor Socio-Cultural**

##### **Factor social**

Loja tiene características muy especiales que le dan su propia identidad, es una región de la patria ecuatoriana donde el desafío permanente con la naturaleza ha forjado un tipo de hombre abierto a la solidaridad, a la creatividad cultural y a la lucha encaminada, a la supervivencia y al progreso; ser extranjero o forastero casi constituye un privilegio, la hospitalidad, cordialidad del lojano resalta y enaltece sus mejores tradiciones. Siendo distinguida por una definida vocación por la música de sus habitantes, cultivando el género musical, entre hombres y mujeres de todos los estratos sociales. De esta manera, podemos decir que la música es para el lojano un lenguaje, una forma de expresión natural, profundamente ligada a su existencia.

- ***Escenario social***

La delincuencia social y la inadaptación, principalmente de los infantes y adolescentes, son un problema social y científico-pedagógico que genera

sería preocupación en nuestra sociedad actual. La delincuencia en nuestra ciudad ha incrementado significativamente en los últimos años, y cada vez en mayor medida, fuera de control, por lo que puede llegar a ser una amenaza directa para el normal desarrollo de la convivencia de la propia sociedad.<sup>50</sup>

Según el diagnóstico cantonal es, que en la ciudad y en las parroquias urbanas existen diferentes sitios socialmente identificados como lugares donde se trafica y se venden drogas ilícitas, de esta manera se estable diversos lugares calificados como sitios de esparcimiento, lo que ha generado frecuentes asaltos y otro tipo de delitos que están asociados al consumo de drogas.

- ***Infraestructura Turística***

#### Red de carreteras

La red de carreteras que conectan al cantón Loja con otras ciudades y provincias se encuentran en buen estado, gracias al gobierno que avanzado con la construcción, reconstrucción y mantenimientos de los proyectos viales.

Hay situaciones en las cuales el factor meteorológico como son las lluvias afectan a algunas carreteras como es el caso de la vía Loja –Zamora la cual es afectada por los constantes derrumbes.

Servicios para el automotor como:

#### Gasolineras

El servicio de gasolineras en la ciudad es muy bueno; además, estas se encuentran ubicadas estratégicamente dentro de la ciudad para poder brindar un servicio rápido al cliente.

---

<sup>50</sup> (Alcaldía de Loja)

### Talleres Mecánicos

La ciudad cuenta con una amplia variedad de talleres mecánicos, los cuales se encuentran preparados para prestar sus servicios brindando un servicio que sea del agrado del cliente.

- **Servicios Turísticos**

### Cafeterías

Loja cuenta con un sin número de cafeterías las cuales cuentan con el personal capacitado para poder brindar una buena atención, con la infraestructura necesaria para brindar un servicio de calidad y con las normas de seguridad que son necesarias.

### Restaurantes

Se pueden encontrar varios restaurantes tanto de primera categoría como de baja categoría los cuales ofrecen una gran variedad de platos para que el cliente pueda elegir a su gusto y a la exigencia de su paladar.

### Señalización

La señalización con la que cuenta la ciudad de Loja hoy en día se encuentra deteriorada por la falta de atención por parte del municipio y por los actos impúdicos por parte de unos ciudadanos los cuales no ayudan a preservar estas señalizaciones.

- **Servicios de transporte**

Los servicios de Transporte con los que cuenta la ciudad de Loja son:

### Servicios de Taxis:

Cuentan con un gran número de unidades que son nuevas y semi-nuevas, pero el personal de trabajo no se encuentra debidamente capacitados para poder brindar información a turistas.

### Servicios de transporte público (SITU):

Este tipo de servicio necesita un cambio importante ya que el servicio que prestan no es bueno, tanto de las unidades de transporte como las del personal que las operan.

### Terminal de autobuses

El Terminal Terrestre Reina del Cisne brinda los servicios de desplazamiento a cualquier parte de país. Y la atención a los usuarios es las 24 horas del día, los 365 días del año.

Lo que le hace falta al terminal terrestre es una remodelación de todas sus instalaciones ya que estas han cumplido su ciclo de funcionamiento.

- **Red de calles**

La red de calles con las que cuenta la ciudad de Loja en los últimos años han sido defectuosas, tanto en la zona céntrica como en las áreas periféricas de la ciudad, esto debido a la falta de mantenimiento por parte de las Autoridades Municipales, lo cual ha ocasionado el malestar de la ciudadanía y de los turistas que visitan la ciudad.

Hoy en día, la nueva administración del Municipio de Loja, se encuentran trabajando para tomando las medidas necesarias para solucionar estos problemas, por lo que piensan ejecutar con el desarrollo del Plan de Regeneración Urbana, el mismo que dará una nueva y mejorada imagen para la ciudad.

- **Comunicaciones**

### Postales

La Ciudad si cuenta con comunicaciones postales por medio de las diferentes empresas públicas o privadas como Correos del Ecuador, Servientrega, Western Union, etc.

### Telefónicas

La Ciudad cuenta con una buena disponibilidad de comunicaciones telefónicas, por medio de las diferentes empresas de telecomunicaciones como son: Claro, Movistar y CNT.

- **Sanidad**

### Red de agua

La ciudad de Loja cuenta con las redes de agua necesarias para poder abastecer a toda la ciudad a través de la UMAPAL la cual es la que brinda los servicios de agua potable por medio de las cinco plantas de tratamiento de agua.

### Red de desagües

La red de desagües de la ciudad de Loja no es la más óptima ya que en época invernal la ciudad recibe graves estragos por aguas lluvias ocasionando inundaciones en algunas partes de la ciudad.

### Recolección de basura

La recolección de basura en la Ciudad es aceptable, ya que la recolección es de lunes a domingo a través de los camiones recolectores que pasa por los hogares de las familias, además esta se la clasifica en desechos orgánicos e inorgánicos:

Los días lunes, miércoles y viernes se recolecta en el tacho verde la basura que se pudre (cortezas, cáscaras, huesos, desperdicios de cocina, hierbas, hojas de árboles); los martes y jueves se recoge en el tacho negro lo que no se pudre (latas, cartón, papel, plásticos, vidrios y más).

- **Salud**

La Ciudad de Loja brinda todos los servicios de primeros auxilios ya que cuenta con la infraestructura necesaria como son los Centros de Salud,

Hospitales y Clínicas las mismas que son administradas por los organismos públicos y privados.

- **Energía**

Red Eléctrica

La ciudad de Loja cuenta con los servicios de red eléctrica a través de la Empresa regional del Sur S.A (EERSSA).

La cual se encarga de dotar del servicio eléctrico a toda la ciudad, como son el alumbrado público y el servicio eléctrico domiciliario.

Parque Eólico Villonaco

El parque Eólico que se encuentra ubicado entre los Cantones Loja y Catamayo es considerado como uno de los proyectos emblemáticos y estratégicos del Gobierno, que este contribuirá con la diversificación de la matriz energética por medio de la utilización de un recurso renovable e inagotable que generara energía limpia.

- **Características generales de Loja y su sociedad**

El estado conyugal que tienen los lojanos es:

- El 41,7% casados
- El 41.1% solteros
- El 8.8% Unidos
- El 4.4% Viudo
- El 2.1% separado
- El 1.9% divorciado

La mayoría de los Lojanos no aporta al seguro ya que más del 50% de la población no se encuentra afiliada.

En que trabajan los lojanos:

- El 38,2% trabajan por cuenta propia

- El 19,9% son empleados entidades privados
- El 16,0% son empleados de entidades públicas
- El 13,3 % son jornaleros o peones
- El 3,9 % son trabajadores no declarados
- El 2,6% son empleadas domesticas
- El 2,7% son patronos
- El 2,1% son trabajadores no remunerados
- El 1,2% son socios

El analfabetismo que tiene Loja es del 3,2%

La tendencia de la vivienda en Loja es:

- El 48,9% Propia y totalmente pagada
- El 21,4% Arrendada
- El 13,1% Prestada o cedida (no pagada)
- El 9,2% Propia (regalada, o por posesión)
- El 6,1% Propia y la está pagando
- El 1,2% Por servicios
- El 0,1% Anticresis

Lo que la población utiliza para cocinar en sus hogares es:

- El 81,7% Gas
- El 17,2% leña
- El 1,1% Electricidad

Como toman el agua en los hogares es:

- El 58,4% la beben tal como llega al hogar
- El 30,2% la hierven
- El 9,2% compran agua purificada
- El 1,3% le ponen cloro
- El 0,9% la filtran

Los servicios básicos en Loja están de la siguiente manera:

- El 94,6% con servicio eléctrico público
- El 28,6% con servicio telefónico
- El 70,9% con servicio de abastecimiento de agua potable
- El 60,3% con servicio de eliminación de basura por carro recolector
- El 53,7% con servicio de red pública de alcantarillado

Qué tipo de vivienda tiene la población de Loja

- El 78,6% de la población tienen casa/villa.
- El 8,1% de la población tienen departamento.
- El 5,2% de la población tiene mediagua.
- El 4,8% de la población tiene cuarto.
- El 1,0% de la población tiene covacha.
- El 0,9% de la población tiene Choza <sup>51</sup>

### **Factor Cultural**

La ciudad de Loja, dueña de innumerables atractivos y un sinnúmero de manifestaciones culturales en el campo de las artes, las tradiciones y costumbres, su arquitectura civil, religiosa y su gastronomía, la Ciudad se la consolidada como la ciudad con la belleza en las pequeñas cosas, Loja es el lugar propicio para realizar todo tipo de turismo.

---

<sup>51</sup> (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC))

## Fichas de Resumen de los Atractivos de la ciudad de Loja

### Cuadro 7: Ficha de resumen “Puerta de la Ciudad”

<b>Nombre del Atractivo:</b> “Puerta de la Ciudad”		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo:</b> Históricas	<b>Subtipo:</b> Arquitectura
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Loja	<b>Localidad:</b> Loja
		<p><b>Ubicación:</b> Av. Universitaria intersección 18 de Noviembre y Sucre</p>
<p><b>Fotografía 1:</b> "Puerta de la Ciudad"  <b>Fuente:</b> Observación directa  <b>Elaboración:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca</p>		
<p><b>DESCRIPCIÓN</b></p> <p>Situada en la Av. Gran Colombia, e iluminada con lámparas tipo colonial, el turista puede visitar cuatro salas de exposiciones temporales, un almacén de publicaciones y artesanía lojana, una cafetería y un mirador desde donde se puede observar parte de la zona céntrica de la ciudad de Loja.</p>		
<p><b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se puede observar una gran galería de Arte al interior del castillo</li> <li>• Tienda de artesanías donde los visitantes pueden adquirir recuerdos de la ciudad</li> <li>• Admirar la ciudad desde su mirador</li> <li>• Degustación de apetitivos típicos de la Ciudad gracias a la cafetería en la parte interior del castillo.</li> </ul>		
<p><b>RECOMENDACIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se recomienda llevar cámara fotográfica para poder capturar fotos de esta obra arquitectónica.</li> <li>• Ser cultos en seguir las indicaciones que se encuentran en el sitio.</li> <li>• Tener las debidas precauciones de seguridad al momento de visitar este atractivo en altas horas de la noche ya que el lugar se torna un poco inseguro.</li> </ul>		

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Cuadro 8: Ficha de Resumen "Iglesia de San Francisco"

<b>Nombre del Atractivo:</b> "Iglesia de San Francisco"		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo:</b> Históricas	<b>Subtipo:</b> Arquitectura religiosa
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Loja	<b>Localidad:</b> Loja
		<p style="text-align: center;"><b>Ubicación:</b> Calles Bolívar y Colón</p>
<p><b>Fotografía 2:</b> "Iglesia de San Francisco"  <b>Fuente:</b> Observación directa  <b>Elaboración:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca</p>		
<p><b>DESCRIPCIÓN</b>  Época de construcción: Según varios autores citados por Pío Jaramillo Alvarado, la definitiva fundación de Loja se llevó a cabo en 1548, por lo tanto la edificación del convento Franciscano, construido de adobe data de ese mismo año. En la actualidad el gran conjunto franciscano se encuentra integrado por los siguientes espacios: Convento antiguo y convento nuevo; Iglesia San Francisco, capilla de la Virgen de Fátima, arcos de medio punto, las columnas de estilo dórico y una de las torres es original.  Estilo: Renacentista y neogriego.</p>		
<p><b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomar fotos en frente de la Iglesia</li> <li>• Observación del arte religioso con el que cuenta la iglesia en su parte interna.</li> <li>• Disfrutar de las manifestaciones culturales religiosas que se celebran en la iglesia como es la fiesta en honor al Divino Niño y la fiesta en honor a San Francisco</li> </ul>		
<p><b>RECOMENDACIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se recomienda llevar cámara fotográfica.</li> <li>• Para obtener unas imágenes más increíbles se recomienda tomar fotografías en la noche.</li> <li>• Para poder llegar a este atractivo se puede tomar cualquier tipo de transporte público sea colectivo o taxi.</li> </ul>		

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Cuadro 9: Ficha De Resumen "Iglesia San Sebastián"

<b>Nombre del Atractivo:</b> "Iglesia de San Sebastián"		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo:</b> Históricas	<b>Subtipo:</b> Arquitectura religiosa
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Loja	<b>Localidad:</b> Loja
 <p><b>Fotografía 3:</b> "Iglesia de San Sebastián"  <b>Fuente:</b> Observación directa  <b>Elaboración:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca</p>		<p><b>Ubicación:</b>  Bolívar y Mercadillo</p>
<p><b>DESCRIPCIÓN</b></p> <p>El Santuario fue levantado en 1900 y remodelado en 1979.  Estilo: Tradicional republicano. La fachada principal de la iglesia posee molduras, que fueron empleadas en la arquitectura griega. El acceso principal es de estilo gótico. Las 2 puertas laterales son de estilo ojival. El campanario de la iglesia alberga las campanas y la imagen de la Virgen de Lourdes en una hornacina de la época colonial. En el interior de la iglesia se diferencian tres elementos: pedestal, base y columnas; la arquería de la iglesia es de madera y ha sido trabajada con la técnica pan de oro. La parte alta de la iglesia está adornada por pasamanos realizados en madera que mantienen el cañón del pedestal de las columnas de madera de la planta baja, y el coro es de madera</p>		
<p><b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomar fotografías frente a la iglesia para poder capturar excelentes imágenes.</li> <li>• Observación del arte religioso que posee la iglesia en su parte interna.</li> <li>• Disfrutar de las manifestaciones culturales religiosas que celebran en la Iglesia En honor a San Sebastián y la fiesta de Corpus Cristi</li> <li>• Se puede degustar de comida típica gracias al mercado que se encuentra ubicado junto a la Iglesia</li> </ul>		
<p><b>RECOMENDACIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se recomienda llevar cámara fotográfica</li> <li>• Para obtener unas imágenes más increíbles se recomienda tomar fotografías en la noche.</li> <li>• Para poder llegar a este atractivo se puede tomar cualquier tipo de transporte público sea colectivo o taxi.</li> </ul>		

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Cuadro 10: Ficha De Resumen "Iglesia Catedral"

<b>Nombre del Atractivo: "Iglesia Catedral"</b>		<b>Jerarquía: I</b>
<b>Categoría</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo:</b> Históricas	<b>Subtipo:</b> Arquitectura religiosa
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Loja	<b>Localidad:</b> Loja
		<b>Ubicación:</b> Calles Bernardo Valdivieso entre 10 De Agosto Y José A. Eguiguren.
<p><b>Fotografía 4:</b> "Iglesia Catedral"  <b>Fuente:</b> Observación directa  <b>Elaboración:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca</p>		
<p><b>DESCRIPCIÓN</b></p> <p>La iglesia ha tenido dos importantes restauraciones en 1929-1930 con motivo de la Coronación de la Virgen de El Cisne, además la coronación pictórica de la iglesia por parte de Juan Bautista Aguirre.</p> <p>En 1988-1989 se hizo una restauración arquitectónica y pictórica bajo la dirección del obispo Hugolino Cerasuolo y en el 2004 se hizo una última restauración al altar mayor de madera que se cambió por uno de pan de oro, el piso de madera por baldosa; no hay retablos en las naves laterales.</p>		
<p><b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar fotografías frente a la iglesia para poder capturar excelentes imágenes.</li> <li>• Observación del arte religioso que posee la iglesia en su parte interna.</li> <li>• Observación del arte religioso que posee la iglesia en su parte interna.</li> <li>• Disfrutar de una de las más grandes manifestaciones culturales religiosas en honor a la Sagrada Imagen de la Virgen del Cisne.</li> <li>• Adquirir artesanías en los almacenes que se encuentran cerca de este lugar.</li> </ul>		
<p><b>RECOMENDACIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se recomienda llevar cámara fotográfica.</li> <li>• Para obtener unas imágenes más increíbles se recomienda tomar fotografías en la noche.</li> <li>• Para poder llegar a este atractivo se puede tomar cualquier tipo de transporte público sea colectivo o taxi.</li> <li>• Puede visitar atractivos que se encuentran cercanos a la Iglesia como museos y parques</li> </ul>		

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Cuadro 11: Ficha De Resumen "Iglesia Santo Domingo"

<b>Nombre del Atractivo:</b> "Iglesia Santo Domingo"		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo:</b> Históricas	<b>Subtipo:</b> Arquitectura religiosa
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Loja	<b>Localidad:</b> Loja
 <p><b>Fotografía 5:</b> "Iglesia de Santo Domingo"  <b>Fuente:</b> Observación directa  <b>Elaboración:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca</p>		<p><b>Ubicación</b>  Calle Bolívar entre Rocafuerte y Miguel Riofrio</p>
<p><b>DESCRIPCION:</b></p> <p>La primera iglesia fue la actual capilla de la Virgen del Rosario, estilo colonial popular, construido desde 1557 hasta 1600; posteriormente en 1850 empieza la edificación de las torres y parte de una nueva iglesia.</p> <p>En 1909 se inicia la construcción del templo actual de tres naves, cuyas torres se terminaron en 1938, el capitel norte de la torre se terminó de construir en 1987. Estilo: Las torres tienen estilo gótico; el rosetón dispuesto en la fachada de la iglesia constituye un elemento importante y típico de la arquitectura gótica</p>		
<p><b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar fotografías frente a la iglesia y a sus alrededores para poder capturar excelentes fotos de la iglesia y de su parque.</li> <li>• Observación del arte arquitectónico que posee la Iglesia.</li> <li>• Disfrutar del Arte religioso que posee la Iglesia en su interior.</li> <li>• Disfrutar de las manifestaciones culturales religiosas que se realizan en este lugar como son las fiestas en Honor a San Judas Tadeo y San Martín de Porras.</li> <li>• Adquirir artesanías en los almacenes que se encuentran cerca de este lugar.</li> </ul>		
<p><b>RECOMENDACIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se recomienda llevar cámara fotográfica.</li> <li>• Para obtener unas imágenes más increíbles se recomienda tomar fotografías en la noche.</li> <li>• Para poder llegar a este atractivo se puede tomar cualquier tipo de transporte público sea colectivo o taxi.</li> <li>• Al momento de estar en la iglesia se recomienda cuidar las instalaciones ya que forman parte del patrimonio cultural de la Ciudad.</li> </ul>		

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Cuadro 4: Ficha De Resumen "Iglesia De San Juan De El Valle"

<b>Nombre del Atractivo:</b> "Iglesia De San Juan De El Valle"		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo:</b> Históricas	<b>Subtipo:</b> Arquitectura religiosa
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Loja	<b>Localidad:</b> Loja
		<p style="text-align: center;"><b>Ubicación</b> Calle Guayaquil y Av. Salvador Bustamante Celi</p>
<p><b>Fotografía 6:</b> "Iglesia de San Juan de el Valle"  <b>Fuente:</b> Observación directa  <b>Elaboración:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca</p>		
<p><b>DESCRIPCION:</b>                  Estilo: colonial                  Conservación del estilo: Ha sido reconstruido varias veces, el estilo actual es colonial. Desde 1953 hasta 2002 se han realizado cambios (Vial, Yajaira).                  Estilo del entorno: Existen conjuntos parciales de estilo tradicional, republicano y moderno.                  Época de construcción: En el siglo XVII bajo la dirección de los padres Jesuitas                  Materiales utilizados: Nave central de tapia, las remodelaciones son hechas con cemento; tiene 2 naves laterales con altares pequeños.</p>		
<p><b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar fotografías frente a la iglesia y a sus alrededores para poder capturar excelentes fotos de la iglesia y de su parque.</li> <li>• Disfrutar del Museo de Arte religioso que posee la Iglesia en su interior.</li> <li>• Disfrutar de las manifestaciones culturales religiosas que con frecuencia se realizan en este lugar como son las fiestas en Honor a la Virgen de Guadalupe, Santa Rita, San Juan Bautista, Señor de la Agonía y la gran procesión que se da en el lugar por Semana Santa.</li> <li>• Degustar de la variada gastronomía típica que posee la ciudad gracias a la variedad de restaurantes de comida tradicional que se ubican en el lugar.</li> </ul>		
<p><b>RECOMENDACIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se recomienda llevar cámara fotográfica.</li> <li>• Para poder llegar a este atractivo se puede tomar cualquier tipo de transporte público sea colectivo o taxi.</li> <li>• Al momento de estar en la iglesia se recomienda cuidar las instalaciones ya que forman parte del patrimonio cultural de la Ciudad.</li> <li>• Visitar los Restaurants de comida típica que se encuentran en el lugar.</li> </ul>		

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Cuadro 13: Ficha De Resumen " Parque Recreacional Jipiro"

<b>Nombre del Atractivo:</b> " Parque Recreacional Jipiro"		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo:</b> Obras Técnicas	<b>Subtipo:</b> Parque Recreativo
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Loja	<b>Localidad:</b> Loja
		<p><b>Ubicación</b> Av. Salvador Bustamante Celi</p>
<p><b>Fotografía 7:</b>"Parque Recreacional Jipiro"  <b>Fuente:</b> Observación directa  <b>Elaboración:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca</p>		
<p><b>DESCRIPCION:</b>  Clase de obra: Recreación y servicio para todo nivel social y diferentes edades.  Utilidad: Para recreación, deportes y cultura.  Estilo de construcción: Combinación de estilos según las muestras arquitectónicas de las culturas más representativas del mundo.  Distribución espacial: tiene una extensión de 10 has. Se encuentra constituido por áreas deportivas, piscina con tobogán cubierto, juegos infantiles, laguna con la venus, mini zoológico, pistas de bicicletas, sendero de bicicleta y paseo a caballo, oficina administrativa, maqueta, bar.</p>		
<p><b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar Actividades deportivas</li> <li>• Dar paseo en caballos</li> <li>• Realizar paseos por senderos que están debidamente señalados.</li> <li>• Disfrutar de paseos en canoa</li> <li>• Realizar fotografía</li> <li>• Disfrutar de la variedad de juegos infantiles que existe en el lugar.</li> </ul>		
<p><b>RECOMENDACIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar cámara fotográfica.</li> <li>• Usar ropa cómoda.</li> <li>• Hacer el uso adecuado de los recipientes de basura.</li> <li>• Utilizar protector solar.</li> <li>• Para poder llegar a este atractivo se puede tomar cualquier tipo de transporte público sea colectivo o taxi.</li> </ul>		

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Cuadro 14: Ficha De Resumen "Jardín Botánico Reinaldo Espinoza"

<b>Nombre del Atractivo:</b> " Jardín Botánico Reinaldo Espinoza"		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo:</b> Obras Técnicas	<b>Subtipo:</b> Centros Científicos y Técnicos
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Loja	<b>Localidad:</b> Loja
		<p><b>Ubicación</b> Se ubica a 5km del centro de Loja en la vía que se dirige a Vilcabamba</p>
<p><b>Fotografía 8:</b>"Jardín Botánico Reinaldo Espinoza" <b>Fuente:</b> Observación directa <b>Elaboración:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca</p>		
<p><b>DESCRIPCION:</b> Fundado en 1949 por el ilustre botánico Reinaldo Espinosa; tiene una extensión de 6 hectáreas. Objetivos: Complementan la enseñanza, investigación en conservación: recolección, conservación e intercambio de germoplasma; interpretación y educación ambiental. Existen 400 especies vegetales entre nativas y exóticas, también se puede apreciar variedad de aves a tempranas horas, 6 - 9 am.</p>		
<p><b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar Fotografía</li> <li>• Realizar caminatas por la naturaleza a través de los senderos debidamente señalados</li> <li>• Realizar picnics en las cabañas con las que cuenta el Jardín Botánico.</li> </ul>		
<p><b>RECOMENDACIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar cámara fotográfica</li> <li>• Hacer el uso adecuado de los recipientes de basura.</li> <li>• Para poder llegar a este atractivo se puede tomar cualquier tipo de transporte público sea colectivo o taxi.</li> <li>• No tocar las plantas ya que son delicadas y se pueden dañar.</li> </ul>		

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Cuadro 15: Ficha De Resumen “Centro Histórico De La Ciudad De Loja”

<b>Nombre del Atractivo:</b> " Centro Histórico De La Ciudad De Loja"		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo:</b> Históricas	<b>Subtipo:</b> Zonas Históricas, Conjuntos Parciales
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Loja	<b>Localidad:</b> Loja
		<b>Ubicación:</b> Parte céntrica de la ciudad de Loja
<p><b>Fotografía 9:</b> "Centro Histórico de la Ciudad de Loja"  <b>Fuente:</b> Observación directa  <b>Elaboración:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca</p>		
<p><b>DESCRIPCION:</b>                  Los estilos de la mayoría de edificaciones del centro histórico son de estilo tradicional republicano. Las épocas de construcción fluctúan entre el siglo XV y el siglo XVII.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- La calle Lourdes se mantiene adoquinada.</li> <li>2.- El conjunto que rodea a la plaza de San Sebastián.</li> <li>3.- Conjunto Casona Universitaria, Colegio Bernardo Valdivieso.</li> <li>4.- Teatro Bolívar tiene construcciones tradicionales.</li> </ol>		
<p><b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar Fotografías de las edificaciones del forman parte del centro Histórico</li> <li>• Caminar por la ciudad para conocer su cultura y la amabilidad de su gente.</li> <li>• Realizar compras en los diferentes centros comerciales que posee la ciudad</li> <li>• Disfrutas de la gastronomía que tiene la ciudad en los diferentes restaurantes que hay.</li> </ul>		
<p><b>RECOMENDACIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar cámara fotográfica</li> <li>• Hacer el uso adecuado de los recipientes de basura.</li> <li>• Para conocer mejor este atractivo se puede caminar para disfrutar mejor del paisaje de la Ciudad.</li> <li>• Puede visitar atractivos que se encuentran cercanos como museos y parques.</li> </ul>		

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Cuadro 16: Ficha De Resumen "Museo Banco Central Del Ecuador"

<b>Nombre del Atractivo:</b> " Museo del Banco Central"		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo:</b> Históricas	<b>Subtipo:</b> Museo
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Loja	<b>Localidad:</b> Loja
 <p><b>Fotografía 10:</b>"Museo del Banco Central del Ecuador"  <b>Fuente:</b> Observación directa  <b>Elaboración:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca</p>		<p><b>Ubicación:</b>  Calle 10 de Agosto  entre Bolívar y  Bernardo Valdivieso</p>
<p><b>DESCRIPCION:</b>  Llamada también Casa de los Servicios Culturales, es una casa que fue construida en 1731. De estilo tradicional republicano, se encuentra organizada en dos plantas. La primera planta tiene: biblioteca, galería Eduardo Kingman, oficina de administración, auditorio, musicoteca, videoteca y cafetería. La segunda planta tiene el Museo del Banco Central del Ecuador.</p>		
<p><b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se observar Obras de Arte con una gran galería de exposición.</li> <li>• Conocer la parte arqueológica del Ecuador.</li> <li>• Observación del arte religioso</li> <li>• Conocer personajes ilustres de la Ciudad</li> <li>• Degustación de apetitivos típicos de la Ciudad gracias a la cafetería con la que cuenta</li> </ul>		
<p><b>RECOMENDACIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• No usar cámara fotográfica dentro del museo.</li> <li>• Seguir las indicaciones que se den en el museo.</li> <li>• Puede visitar atractivos que se encuentran cercanos como museos y parques.</li> <li>• Para poder llegar a este atractivo se puede tomar cualquier tipo de transporte público sea colectivo o taxi.</li> </ul>		

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Cuadro 17: Ficha De Jerarquización De Atractivos Turísticos**

Provincia: Loja			Cantón: Loja			Ciudad de Loja			Fecha: 28/06/2015					
Ord	Nombre del Atractivo.	Calidad.				Apoyo.			Significado.				Suma	Jerarquía I,II,III,IV
		Valor intrínseco	Valor extrínseco	Entorno	Estado de conservación	Acceso	Servicios	Asociación atractivos	Local	Reg.	Nac.	Inter.		
		Max. 15	Max. 15	Max. 10	Max. 10	Max. 10	Max. 10	Max. 5	Max. 2	Max. 4	Max. 7	Max. 12		
01	Puerta de la Ciudad	3	3	2	3	8	2	3	2	1	0	0	25	I
02	Iglesia de San Francisco	3	3	2	2	7	0	3	1	0	0	0	21	I
03	Iglesia San Sebastián	2	2	2	2	7	2	3	2	0	0	0	22	I
04	Iglesia la Catedral	2	3	2	1	7	2	2	2	0	0	0	22	I
05	Iglesia Santo Domingo	2	2	2	2	7	2	2	2	0	0	0	21	I
06	Iglesia San Juan del Valle	1	2	1	2	7	2	1	1	0	0	0	17	I
07	Parque recreacional Jipiro	3	3	2	2	6	2	3	2	1	1	0	25	I
08	Jardín Botánico Reinaldo Espinosa	2	2	1	2	6	1	1	1	0	0	0	16	I
09	Centro Histórico	1	1	1	2	2	0	0	1	0	0	0	8	I
10	Museo del Banco Central	1	1	1	2	2	0	0	1	0	0	0	8	I

**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Oferta de servicios

**Alojamiento.**-En la Ciudad de Loja se pudo determinar que existe el servicio de alojamiento, donde funcionan 212 establecimientos de alojamiento.

**Alimentación.**- Se pudo determinar que existe la prestación de este servicio de Alimentación, donde funcionan 262 servicios de alimentación.

**Esparcimiento.**- La Ciudad de Loja si cuenta con servicios de esparcimiento, cuenta con un total de 38 servicios de esparcimiento.

**Otros Servicios.**- La Ciudad de Loja existen otros servicios destinados para el turismo, cuenta con 66 servicios destinados para el servicio turístico

**Cuadro 18: Establecimientos De Servicios**

Nº	SERVICIO	TIPO	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS
01	ALOJAMIENTO	Hoteles	28
		Hosterías	25
		Hostales	114
		Pensiones	34
		Moteles	11
02	ALIMENTACIÓN	Restaurantes	97
		Caferías	44
		Fuentes de Soda	57
		Bares	53
03	ESPARCIMIENTO	discotecas	27
		Salas de Recepciones y banquetes	9
		Organizadores de eventos	1
		Centros de recreación turístico	1
04	OTROS SERVICIOS	Agencia de Viaje	50
		Trasporte terrestre	16
<b>TOTAL NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS</b>			<b>567</b>

Fuente: Catastro de la Ciudad de Loja

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## **e) Factor Tecnológico**

El factor tecnológico es un factor muy importante ya que nos indica que tipo de tecnología está utilizando la sociedad en la actualidad:

De esta manera se puede indicar que las tecnologías que se están utilizando para la información y la comunicación son:

- Telefonía celular (smartphones, tablets)
- Internet (con acceso a redes inalámbricas wifi)
- Computadora (ordenadores personales y de escritorio)
- Televisión por cable

Un dato importante a destacar es que cada año la tecnología sigue creciendo, estas cinco categorías de dispositivos eléctricos para la población están estrechamente relacionados en sentido de que en la actualidad estos cinco dispositivos son los más importantes debido a su multifuncionalidad ya que cada uno de ellos desempeña un papel clave en el consumo de ocio y medios.

De esta manera es importante indicar que el analfabetismo digital se encuentra en un 29,2% en toda la población, de los cuales los hombres tienen un analfabetismo digital del 27,2% y las mujeres tienen un analfabetismo digital del 31,1%<sup>52</sup>

---

<sup>52</sup> (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC))

### **6.1.2. Análisis Interno**

El análisis interno servirá para obtener información primaria sobre el tema de investigación, en el análisis interno colocaremos la información obtenida de las entrevistas realizadas a los párrocos de las principales Iglesias de la Ciudad de Loja, el resultado obtenido de la aplicación de las encuestas las cuales fueron dirigidas hacia las familias de la ciudad de Loja, también se colocará los resultados obtenidos de la matriz FODA donde se podrá obtener las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del tema de investigación

### **6.1.3. Reseña Histórica de las Fiestas Religiosas de la Ciudad de Loja**

#### **Fiesta del Señor de la Agonía (días de fiesta del 3 al 10 de Julio)**

El sacerdote resalta que la imagen del Señor de la Agonía es algo particular, “siempre estamos acostumbrados a un Cristo muerto en la cruz, pero éste está representado aún vivo”, de donde proviene su nombre.

Resalta que es precisamente el momento de agonía cuando nuestros seres queridos aprovechan para pedir perdón, reconciliarse, dejar un testamento, una palabra de ánimo, tal cual lo realizó Jesús en la cruz.

La devoción al Señor de la Agonía se remota a más de 100 años con una imagen que fue labrada mucho tiempo atrás. En un inicio la fiesta central se daba en las famosas “chamizas”, fogatas inmensas que se realizaban en las cercanías de la iglesia en la víspera.

En ese entonces no existía como hoy los castillos ni las vacas locas que los aportan los modernos coheteros que están ubicados en la parroquia, antes el único experto en el manejo de la pólvora venía de Virgen Pamba; tampoco existían las bandas, y las fiestas eran acompañadas tan solo por bombos y flautas.

El tiempo logró cambiar un poco las tradiciones pero la devoción no ha cambiado siendo ésta la fiesta más grande de la parroquia a la que acuden cientos de personas de todos sus barrios.

### **Fiesta de Semana Santa (3 de abril)**

La Semana Santa o Semana Mayor es uno de los acontecimientos más importantes del mundo cristiano, cuando se conmemora la muerte y la resurrección de Jesucristo. Inicia el Domingo de Ramos con una original manifestación que representa la entrada triunfal de Jesús a Jerusalén. Los fieles acuden a las iglesias llevando palmas que serán bendecidas en la misa. Existe la creencia que estos ramos benditos traen protección a los hogares, de modo que se conservan durante todo el año. Semana Santa, llenas de colorido y fervor, donde se mezclan elementos del cristianismo con paganismo, cada ciudad se convierte en el centro de atención de nacionales y extranjeros

Una de las actividades más importantes es la procesión tradicional del vía crucis en vivo, donde participan más de doscientos actores poniendo es escena las estaciones del vía crucis. Comienza desde la plazoleta del Valle y va avanzando por las principales calles de la ciudad. Acompañando siempre con la procesión de las portentosas imágenes que se tiene aquí del señor de la Agonía que se lo coloca en el féretro, la imagen de San Juan y la imagen de la Dolorosa. Es una actividad religiosa espiritual, que convoca a todos los fieles de la parroquia y de todo Loja.

Esta procesión según fuentes de los moradores se la realiza hace más de 100 años.

### **Fiesta en honor a Santa Rita (22 de mayo)**

Santa Rita (nombre abreviado de Margarita), nació en 1381 en Rocaporrana, muy cerca de Cascia (Italia). Fue hija única, y desde muy joven sintió un aprecio muy especial hacia el Evangelio y a la naturaleza. Sintió

el deseo de consagrarse a Dios y hacerse religiosa, pero sus padres se negaron y le obligaron a la edad de 16 años a casarse y tuvo dos hijos.

El 22 de mayo de 1457, a sus 76 años de edad, Santa Rita fallece en medio de una gran conmoción. Se afirma que las campanas del templo parroquial de Cascia tocaron por si solas. Fue beatificada en 1628 por el Papa Urbano VIII y canonizada por el Papa León XIII el 24 de mayo de 1900.

El 22 del mes de Mayo, se celebra la gran fiesta en honor a Santa Rita de Casia. Es la patrona de los casos imposibles, Santa Italiana de los años 1300 -1400 fue esposa, madre, viuda y después entro al convento. Hace 52 años llego la imagen de Santa Rita aquí a Ecuador, concretamente a Loja, a la Parroquia del Valle porque en el año de 1963 llegaron los padres Agustinos a la parroquia y con ellos la imagen de Santa Rita. Por ello son 52 años de devoción y de amor que convoca cada 22 de mayo a los fieles devotos, de toda la ciudad

### **Fiesta en honor a San Juan Bautista del Valle (24 de junio)**

Juan el Bautista, o simplemente el Bautista o San Juan, fue un predicador judío, considerado como uno de sus profetas por tres religiones: Cristianismo, Islam y la Fe Bahá'í.

Considerado también mesías por el Mazdeísmo. Se ha especulado con que Juan el Bautista e incluso Jesús de Nazaret tenían relación con el movimiento judío de los esenios o incluso pertenecían a la secta: "parece que Juan el Bautista y tal vez también Jesús y su familia fueron cercanos a esta comunidad"

En Junio se celebra la fiesta en honor al patrono de la Parroquia, San Juan Bautista del Valle. Se celebra con una novena, con una noche de víspera y la misa del día de fiesta, durante toda la festividad está.

En todas las festividades colaboran los devotos, priostes, síndicos aquellos que coordinan todo anticipadamente, con cohetes, artistas...es todo socio-

cultural, inclusive en la tarde de las festividades hay programas deportivos fiestas maravillosas en las que hace años ya no existe

### **Fiestas de la virgen de Guadalupe (12 de Diciembre)**

De acuerdo a la tradición mexicana, y los múltiples documentos históricos encontrados alrededor del mundo en distintos archivos, la Virgen María se apareció en cuatro ocasiones a san Juan Diego Cuauhtlatoatzin en el cerro del Tepeyac, y una quinta ocasión en el pueblo de San María, Tulpetlac en el Estado de México en la cual dio la salud a Juan Bernardino.

El 12 diciembre, hay la fiesta en honor a la Virgen de Guadalupe, la cual se celebra en la Parroquia el Valle, donde hay novena, síndicos, sacerdotes. Después de la novena hay la víspera con mariachis ya que representa al país de México en donde la Virgen de Guadalupe es muy venerada.

### **Fiesta en honor al Divino Niño Jesús (20 de julio)**

Comienza la devoción al Divino Niño en Colombia en el año 1907, primero entre los carmelitas y después en la Comunidad Salesiana. Fueron tantos los favores concedidos que los devotos agradecidos propagaron la devoción por todas partes

Como parte de la devoción a la infancia de Jesús está la Novena de los nueve primeros domingos de mes de septiembre.

Esta Novena refleja los tres grandes aspectos que deben vivir los que son devotos al Niño Jesús: "La conversión, vivida desde el Sacramento de la Confesión; la celebración de la Eucaristía, comulgando; y la solidaridad, el apoyo desde las ofrendas ya sea económica o en alimentos, vestidos o medicinas para los más necesitados.

En el Santuario Eucarístico de San Sebastián cada miércoles se realiza una misa en honor al divino niño.

De todas estas manifestaciones religiosas tradicionales del Santuario, también se realizan otros actos simbólicos como: Los signos eficaces de Salvación que vienen a ser los sacramentos de Salvación.

- Bautizo
- Comunión
- Confirmación
- Penitencia
- Unción de los enfermos
- Orden Sacerdotal
- Matrimonio

### **Fiesta en honor a San Francisco de Asís (4 de octubre)**

Francisco de Asís fue canonizado el 16 de julio de 1228, un año después de su muerte, Francisco fundó la orden franciscana en 1221 tras tener una audiencia con el Papa en Roma, en Egipto, intentó infructuosamente la conversión de musulmanes al cristianismo. Su vida religiosa fue austera y simple, por lo que animaba a sus seguidores a hacerlo de igual manera, su festividad se celebra el 4 de octubre.

En la fiesta de San Francisco se realizan actividades diferentes ya que en este día de fiesta se comparte con los más pobres: brindándoles comida y ropa que la gente dona para este día de fiesta.

### **Fiesta religiosa en honor a la Virgen Del Cisne (20 de agosto – 8 de septiembre)**

La Virgen María del Cisne recibe su nombre como parte de la tradición que comenzó en Europa con miembros de la denominada 'Orden de los Caballeros del Cisne' que elevaban templos en honor a la Virgen María en la cima de las montañas especialmente en Francia, Alemania y España, bajo el cuidado de los padres Franciscanos.

Fueron los padres franciscanos quienes acompañaron a Alonso de Mercadillo en la Fundación de Loja, por lo que crearon el culto a la virgen en El Cisne.

La devoción a la Virgen del Cisne fue creciendo gracias a las peregrinaciones que la gente realizaba para ver y rezar frente a la imagen de la Virgen, hasta que en 18 mediante decreto de Simón Bolívar, se establece la visita de la imagen de la Virgen del Cisne a la ciudad de Loja, cuya llegada es el 20 de agosto de cada año, permaneciendo en la ciudad hasta el 3 de noviembre.

El mes de Septiembre es un mes de fiesta en la ciudad de Loja, donde se dan un gran número de eventos culturales. Estas fiestas son en honor de la Virgen del Cisne.

La virgen del cisne o "churona", como se la apoda popularmente, sale el día 17 de Agosto de su santuario y recorre en 3 días los 75 kilómetros que separan el pueblo de El Cisne de la ciudad de Loja, donde queda alojada en la Catedral.

Esta romería agrega entre un millón y medio y dos millones de personas, que hacen el recorrido al lado de la virgen. Una vez la churonita ha llegado a Loja empiezan un seguido de actos festivos que se dan principalmente en el mes de septiembre, aunque desde el día 20 de Agosto ya se respira el aire festivo en la ciudad.

Uno de los actos más populares es la quema de castillos que se hace entre los días 3 y 8 de Septiembre. Los castillos son unas estructuras de madera de hasta 11 metros de altura que tienen diversos pisos, todos cargados de pirotecnia. No hay dos castillos iguales y cada noche se queman unos cuantos.

Los castillos se ponen y queman delante de la catedral. El ambiente de la plaza es impresionante con todos los romeriantes (muchos vienen de

Cuenca, con sus trajes tradicionales y muchos con una esterilla de paja en la espalda que es la que usan para dormir)

Los castillos los hacen los devotos de las provincias de Azuay y de Cañar (principalmente), y pueden valer entre 600 y 5.000 dólares, siendo financiados por las donaciones de los devotos para agradecer los favores que le ha dado la virgen. Normalmente los castillos se empiezan a quemar entre las 20:00 y las 21:00.

### **Fiesta en honor a San Judas Tadeo (28 de octubre)**

San Judas Tadeo es uno de los Santos más populares, a causa de los numerosos favores celestiales que consigue a sus devotos que le rezan con FE.

San Judas Tadeo estaba íntimamente relacionado con nuestro Señor por su parentesco con San Joaquín y Santa Ana, padres de la Santísima Virgen. Sobrino nieto de estos dos santos, es a la vez sobrino de María y José, de donde resulta ser primo de nuestro Señor Jesucristo.

San Judas es conocido principalmente como autor de la Carta de su nombre en el Nuevo Testamento. Carta probablemente escrita antes de la caída de Jerusalén, por los años 62 al 65. En ella, San Judas denuncia las herejías de aquellos primeros tiempos y pone en guardia a los cristianos contra la seducción de las falsas doctrinas. Anima a los cristianos a permanecer firmes en la fe.

La fiesta de San Judas Tadeo es una de las más importantes de la iglesia de Santo Domingo en la cual se realiza la novena, noche de vísperas, la misa en honor al santo y terminando con una procesión alrededor de la iglesia, que inicia por la calle Rocafuerte, subiendo por la calle Bolívar, cruzando en la calle, Miguel Riofrío y bajando por la calle Bernardo Valdivieso. Esta fiesta atrae a más de 4000 devotos a las fiestas.

### **Fiesta en honor a San Martín de Porras (3 de noviembre)**

San Martín de Porras (Lima, 9 de Diciembre de 1579 - 3 de Noviembre de 1639) fue un santo peruano de la Orden de los Dominicos y el primero de raza negra en América.

Lo que más se recuerda de San Martín de Porras en la Ciudad de Lima son sus numerosos milagros. Según los testimonios de la época, a veces se trataba de curaciones instantáneas, en otras bastaba tan sólo su presencia para que el enfermo desahuciado iniciara un sorprendente y firme proceso de recuperación. Muchos lo vieron entrar y salir de recintos estando las puertas cerradas.

Todos, grandes señores y hombres sencillos, no tardaban en recurrir al socorro del santo mulato: "yo te curo, Dios te sana" decía San Martín. Sin moverse de Lima, fue visto sin embargo en China y en Japón animando a los misioneros que estaban desanimados.

El 3 de noviembre de 1639 falleció en la Ciudad de los Reyes, capital del Virreinato del Perú. Su muerte causó aún más conmoción en la ciudad.

El santo de la escoba fue declarado Beato en 1837 por Gregorio XVI y canonizado por el Papa Juan XXIII en 1962

En esta festividad se realiza la novena, noche de vísperas, la misa en honor al santo y terminando con una procesión alrededor de la iglesia de Santo Domingo, que inicia por la calle Rocafuerte, subiendo por la calle Bolívar, cruzando en la calle, Miguel Riofrío y bajando por la calle Bernardo Valdivieso.

### **Fiesta en honor al Patrono Jurado de Loja, San Sebastián (19- 20 de enero)**

Sebastián, fue hijo de familia militar y noble, era oriundo de Narbona, pero se había educado en Milán. Llegó a ser capitán de la primera corte de la

guardia pretoriana. Era respetado por todos y apreciado por el emperador, que desconocía su cualidad de cristiano. Cumplía con la disciplina militar, pero no participaba en los sacrificios idolátricos. Además, como buen cristiano, ejercitaba el apostolado entre sus compañeros, visitaba y alentaba a los cristianos encarcelados por causa de Cristo. Esta situación no podía durar mucho, y fue denunciado al emperador Maximino quien lo obligó a escoger entre ser su soldado o seguir a Jesucristo.

El santo escogió la milicia de Cristo; desairado el Emperador, lo amenazó de muerte, pero San Sebastián, convertido en soldado de Cristo por la confirmación, se mantuvo firme en su fe. Enfurecido Maximino, lo condenó a morir asaeteado: los soldados del emperador lo llevaron al estadio, lo desnudaron, lo ataron a un poste y lanzaron sobre él una lluvia de saetas, dándolo por muerto. Sin embargo, sus amigos que estaban al acecho, se acercaron, y al verlo todavía con vida, lo llevaron a casa de una noble cristiana romana, llamada Irene, que lo mantuvo escondido en su casa y le curó las heridas hasta que quedó restablecido.

Las fiestas del patrono Jurado de Loja, San Sebastián desde este año fueron incluidas dentro de las seis principales de la región sur del país. No está de más, pues si bien la mayor celebración religiosa y popular gira en torno a la Virgen del Cisne, el homenaje a San Sebastián data de 1748 y tiene como principal objetivo el rescate de nuestras tradiciones.

Esto se resalta en el mes de Enero cuando tenga lugar una nueva edición del festejo que está organizado por la Fundación Cívica San Sebastián con el apoyo del Municipio de Loja, las Cooperativa de Ahorro y Créditos, el Ministerio de Cultura.

En la fiesta de San Sebastián se realizan las Novenas, con las instituciones y el día 19 día de Vísperas la procesión hasta la Iglesia Catedral y el 20 sube a la Iglesia de San Sebastián para tener a la fiesta de fiestas el municipio colabora en todas las vísperas, danzas, banda. Los priostes principales colaboran con ello.

### **Fiesta de corpus Cristi (22 DE JUNIO)**

La fiesta de Corpus Cristi comenzó a celebrarse en Lieja (Bélgica) en 1246, siendo extendida a toda la Iglesia Occidental por el Papa Urbano IV en 1264, se instituyó con motivo del milagro por el cual, mientras un sacerdote celebraba la misa en la iglesia de Bolsena (Italia), al romper la hostia consagrada, brotó sangre. La Octava de Corpus Cristi, que es una pública demostración de fe y Amor a Jesús Sacramentado, se realiza entre los meses de Junio o Julio, se ejecuta la víspera, la misa de fiesta y la procesión por la plaza de San Sebastián, teniendo como finalidad proclamar la fe en la presencia real de Jesucristo en la Eucarística.

Es una pública demostración de fe y Amor a Jesús Sacramentado, la misma se realiza entre los meses de Junio o Julio, se ejecuta la víspera, la misa de fiesta y la procesión por la plaza de San Sebastián

### **Fiesta de la Virgen de la Inmaculada Concepción (15 de Mayo)**

La Iglesia Católica recuerda el dogma de la Inmaculada Concepción, resaltando el pasaje bíblico de la anunciación, cuando María recibe la visita del ángel Gabriel, quien le dice que Dios la ha escogido a ella para ser la madre del Mesías prometido al pueblo hebreo.

En el Barrio pedestal se ubica una estatua de la Virgen de la Inmaculada Concepción, la imagen de bronce Sostiene que en la década de los cincuenta fue la última vez que el pueblo afro ecuatoriano, radicado en el Valle de Catamayo, rindió tributo a la venerada imagen a la que llamaban Virgen Morena o Negra, los moradores del barrio son quienes contribuyeron económicamente al desarrollo de las festividades, donde se realiza comida típica, noche de luces, ronda de juegos populares donde intervendrán niños, jóvenes y adultos de la zona, la ceremonia eucarística en honor a la Virgen.

### **Fiesta en Honor al Patrono San José (19 De Marzo)**

Modelo de padre y esposo, patrón de la Iglesia universal, de los trabajadores, de infinidad de comunidades religiosas y de la buena muerte.

A San José Dios le encomendó la inmensa responsabilidad y privilegio de ser esposo de la Virgen María y custodio de la Sagrada Familia. Es por eso el santo que más cerca está de Jesús y de la Stma. Virgen María.

San José es llamado el "Santo del silencio" No conocemos palabras expresadas por él, tan solo conocemos sus obras, sus actos de fe, amor y de protección como padre responsable del bienestar de su amadísima esposa y de su excepcional Hijo. José fue "santo" desde antes de los desposorios. Un "escogido" de Dios. Desde el principio recibió la gracia de discernir los mandatos del Señor.

Las fiestas del en Honor a San José se inician con la novena junto con clara muestra de unión, los moradores del barrio San José y sectores aledaños.

Las actividades iniciaron el 6 de marzo con la novena en el templo de la parroquia eclesiástica con la presencia masiva de los devotos,

Se hace un festejo a los adultos mayores con presentaciones de danzas y música, se desarrolló el baile popular con vaca loca, castillos, noche de luces con nutrida presencia de gente, además se realiza la eucaristía de acción de gracias y una procesión con la imagen por la calle Gran Colombia, van por la Machala y regresan al templo.

“Para preparar esta fiesta es necesaria la presencia de los moradores, quienes son muy católicos y colaboradores”

### **Fiestas del Santísimo Redentor (Perpetuo Socorro 25 de marzo)**

La Imagen del Perpetuo Socorro, muestra a la Madre con el Niño Jesús. El Niño observa a dos ángeles que le muestran los instrumentos de su futura pasión. Se agarra fuerte con las dos manos de su Madre Santísima quien

lo sostiene en sus brazos. El cuadro nos recuerda la maternidad divina de la Virgen y su cuidado por Jesús desde su concepción hasta su muerte.

Hoy la Virgen cuida de todos sus hijos que a ella acuden con plena confianza.

El entusiasmo a la celebración de los 50 años de presencia en la ciudad de Loja de los Misioneros Redentoristas que pertenecen a la Congregación del Santísimo Redentor empezó a vivirse con la realización de festividades en las inmediaciones de la iglesia Perpetuo Socorro.

En la iglesia, los padres redentoristas junto a los fieles rinden homenaje a la Santísima Virgen bajo su advocación de Nuestra Señora del Perpetuo Socorro. Después de la Eucaristía se realiza una procesión por las calles de la parroquia, motivando a los fieles con el rezo del Santo Rosario.

## Fichas de resumen de las fiestas religiosas de la ciudad de Loja

**Cuadro 5: Ficha de resumen de la fiesta del "Señor de la Agonía"**

<b>Nombre del Atractivo:</b> fiesta del "Señor de la Agonía"		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo Acontecimientos Programados:</b>	<b>Subtipo:</b> Fiestas Religiosas
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Loja	<b>Localidad:</b> Loja
 <p><b>Fotografía 11:</b> Fiesta del Señor de la Agonía  <b>Fuente:</b> Observación directa  <b>Elaboración:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca</p>		<p><b>Ubicación</b></p> <p>Calle  Guayaquil y Av.  Salvador  Bustamante  Celi</p>
<p><b>DESCRIPCIÓN</b></p> <p>La devoción al Señor de la Agonía se remota a más de 100 años con una imagen que fue labrada mucho tiempo atrás.</p> <p>La imagen del Señor de la Agonía es algo particular, vemos a Cristo muriendo, está representado aún vivo, de donde proviene su nombre.</p> <p>En un inicio la fiesta central se daba en las famosas "chamizas", fogatas inmensas que se realizaban en las cercanías de la iglesia en la víspera.</p> <p>La fiesta del señor de la agonía se la celebra del 3 al 10 Julio.</p>		
<p><b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Turismo religioso y cultural</li> <li>▪ Participar de los acontecimientos</li> </ul>		
<p><b>RECOMENDACIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ropa cómoda</li> <li>▪ Llevar gorra</li> <li>▪ Cámara</li> <li>▪ Precaución a la hora de hacer la procesión.</li> </ul>		

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Cuadro 60: Ficha de resumen “Fiesta de Semana Santa”**

<b>Nombre del Atractivo:</b> fiesta de Semana Santa		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo</b> Acontecimientos Programados:	<b>Subtipo:</b> Fiestas Religiosas
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Loja	<b>Localidad:</b> Loja
		<p align="center"><b>Ubicación:</b></p> <p>Calle Guayaquil y Av. Salvador Bustamante Celi</p>
<p><b>Fotografía 12:</b> Fiesta de Semana Santa  <b>Fuente:</b> Observación directa  <b>Elaboración:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca</p>		
<p><b>DESCRIPCIÓN</b></p> <p>La Semana Santa o Semana Mayor es uno de los acontecimientos más importantes del mundo cristiano, siendo una de las actividades más importantes es la procesión tradicional del vía crucis en vivo, en el que participan más de doscientos actores poniendo es escena las estaciones del vía crucis. Comienza desde la plazoleta del Valle y va avanzando por las principales calles de la ciudad. Acompañando siempre con la procesión de la las portentosas imágenes que se tiene aquí del señor de la Agonía que se lo coloca en el féretro, la imagen de San Juan y la imagen de la Dolorosa. Es una actividad religiosa espiritual, que convoca a todos los fieles de la parroquia y de todo Loja.</p> <p>Esta fiesta se la celebra el 3 de Abril y se la realiza hace más de 100 años.</p>		
<p><b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Turismo religioso y cultural</li> <li>▪ Participar de los acontecimientos</li> </ul>		
<p><b>RECOMENDACIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ropa cómoda</li> <li>▪ Cámara</li> <li>▪ Precaución en la quema de los castillos</li> </ul>		

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Cuadro 21: Ficha De Resumen “Fiesta En Honor A Santa Rita”**

<b>Nombre del Atractivo:</b> Fiesta En Honor A Santa Rita”		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo Acontecimientos Programados:</b>	<b>Subtipo:</b> Fiestas Religiosas
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Loja	<b>Localidad:</b> Loja
		<p><b>Ubicación</b></p> <p>Calle Guayaquil y Av. Salvador Bustamante Celi</p>
<p><b>Fotografía 13:</b> Fiesta en Honor a Santa Rita  <b>Fuente:</b> Observación directa  <b>Elaboración:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca</p>		
<p><b>DESCRIPCIÓN</b></p> <p>El 22 del de Mayo, se celebra la gran fiesta en honor a Santa Rita de Casia. Es la patrona de los casos imposibles, Santa Italiana de los años 1300 -1400 fue esposa, madre, viuda. El 22 de mayo de 1457, a sus 76 años de edad, Santa Rita fallece y fue beatificada en 1628 por el Papa Urbano VIII y canonizada por el Papa León XIII el 24 de mayo de 1900. Hace 52 años llevo la imagen de Santa Rita aquí a Ecuador, concretamente a Loja, a la Parroquia del Valle porque en el año de 1963 llegaron los padres Agustinos a la parroquia y con ellos la imagen de Santa Rita.</p>		
<p><b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Turismo religioso y cultural</li> <li>▪ Participar de los acontecimientos</li> </ul>		
<p><b>RECOMENDACIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ropa cómoda</li> <li>• Ser precavido en las fiestas</li> <li>• Cámara</li> </ul>		

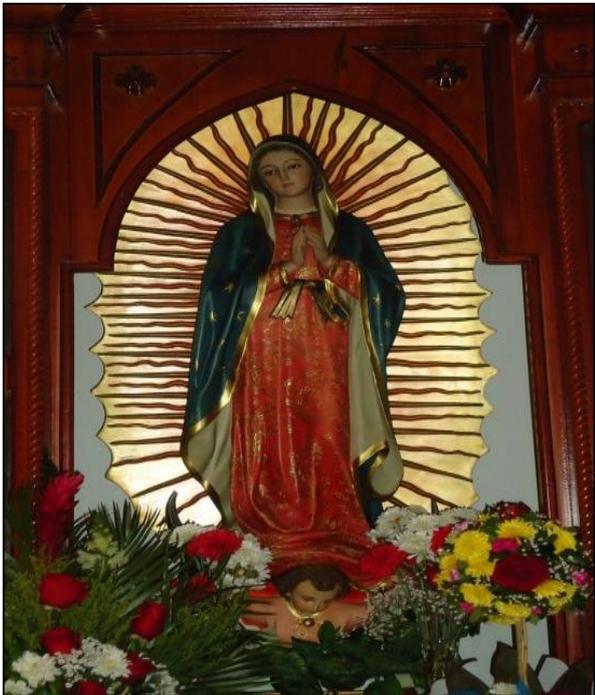
**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Cuadro 22: Ficha De Resumen "Fiesta De San Juan Bautista"**

<b>Nombre del Atractivo:</b> Fiesta En Honor "Fiesta De San Juan Bautista"		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo Acontecimientos Programados:</b>	<b>Subtipo:</b> Fiestas Religiosas
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Loja	<b>Localidad:</b> Loja
		<p><b>Ubicación</b></p> <p>Calle Guayaquil y Av. Salvador Bustamante Celi</p>
<p><b>Fotografía 14:</b> Fiesta de San Juan Bautista  <b>Fuente:</b> Observación directa  <b>Elaboración:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca</p>		
<p><b>DESCRIPCIÓN</b></p> <p>Juan el Bautista, o simplemente el Bautista o San Juan, fue un predicador judío, considerado como uno de sus profetas por tres religiones: Cristianismo, Islam y la Fe Bahá'í.</p> <p>El 24 Junio se celebra la fiesta en honor al patrono de la Parroquia, San Juan Bautista del Valle. Se celebra con una novena, con una noche de víspera y la misa del día de fiesta, durante toda la festividad.</p> <p>En todas las festividades colaboran los devotos, priostes, síndicos que coordinan todo anticipadamente</p>		
<p><b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Turismo religioso y cultural</li> <li>▪ Participar de los acontecimientos</li> </ul>		
<p><b>RECOMENDACIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Llevar cámara</li> </ul>		

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Cuadro 23: Ficha De Resumen "Fiesta De La Virgen De Guadalupe"**

<b>Nombre del Atractivo:</b> Fiesta En Honor "Fiesta de la Virgen de Guadalupe"		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo Acontecimientos Programados:</b>	<b>Subtipo:</b> Fiestas Religiosas
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Loja	<b>Localidad:</b> Loja
 <p><b>Fotografía 15:</b> Fiesta de la Virgen de Guadalupe  <b>Fuente:</b> Observación Directa  <b>Elaboración:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca</p>		<p><b>Ubicación</b></p> <p>Calle Guayaquil y  Av. Salvador  Bustamante Celi</p>
<p><b>DESCRIPCIÓN</b></p> <p>De acuerdo a la tradición mexicana, y los múltiples documentos históricos encontrados alrededor del mundo en distintos archivos, la Virgen María se apareció en cuatro ocasiones a san <u>Juan Diego Cuauhtlatotzin</u> en el cerro del <u>Tepeyac</u>, y una quinta ocasión en el pueblo de San María, Tulpetlac en el Estado de México en la cual dio la salud a <u>Juan Bernardino</u>.</p> <p>El 12 diciembre, hay la fiesta en honor a la Virgen de Guadalupe, la cual se celebra en la Parroquia el Valle, donde hay novena, síndicos, priostes. Después de la novena hay la víspera con mariachis ya que representa al país de México en donde la Virgen de Guadalupe es muy venerada.</p>		
<p><b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Turismo religioso</li> <li>▪ Turismo cultural</li> </ul>		
<p><b>RECOMENDACIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Llevar cámara</li> </ul>		

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Cuadro 24: Ficha De Resumen "Fiesta en Honor al Divino Niño"**

<b>Nombre del Atractivo:</b> Fiesta En Honor "Fiesta del Divino Nino"		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo Acontecimientos Programados:</b>	<b>Subtipo:</b> Fiestas Religiosas
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Loja	<b>Localidad:</b> Loja
 <p><b>Fotografía 16:</b> Fiesta en Honor al Divino Niño  <b>Fuente:</b> Observación directa  <b>Elaboración:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca</p>		<p><b>Ubicación</b></p> <p>Calles Bolívar y Colón</p>
<p><b>DESCRIPCIÓN</b></p> <p>Comienza la devoción al Divino Niño en Colombia en el año 1907, primero entre los carmelitas y después en la Comunidad Salesiana. Fueron tantos los favores concedidos que los devotos agradecidos propagaron la devoción por todas partes. Como parte de la devoción a la infancia de Jesús está la Novena de los nueve primeros domingos de mes de septiembre. Esta Novena refleja los tres grandes aspectos que deben vivir los que son devotos al Niño Jesús: "La conversión, vivida desde el Sacramento de la Confesión; la celebración de la Eucaristía, comulgando; y la solidaridad, el apoyo desde las ofrendas ya sea económica o en alimentos, vestidos o medicinas para los más necesitados.</p>		
<p><b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Turismo religioso y cultural</li> <li>▪ Participación en la novena</li> </ul>		
<p><b>RECOMENDACIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ayudar a conservar el patrimonio cultural de la Ciudad de Loja</li> </ul>		

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Cuadro 25: Ficha De Resumen "Fiesta En Honor A San Francisco"**

<b>Nombre del Atractivo:</b> Fiesta En Honor "Fiesta De San Francisco"		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo Acontecimientos Programados:</b>	<b>Subtipo:</b> Fiestas Religiosas
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Loja	<b>Localidad:</b> Loja
		<p><b>Ubicación</b></p> <p>Calles Bolívar y Colón</p>
<p><b>Fotografía 17:</b> Fiesta en Honor a San Francisco  <b>Fuente:</b> Observación directa  <b>Elaboración:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca</p>		
<p><b>DESCRIPCIÓN</b></p> <p>Francisco de Asís fue canonizado el 16 de julio de 1228, un año después de su muerte, Francisco fundo la orden franciscana en 1221 tras tener una audiencia con el Papa en Roma, en Egipto, intentó infructuosamente la conversión de musulmanes al cristianismo. Su vida religiosa fue austera y simple, por lo que animaba a sus seguidores a hacerlo de igual manera, su festividad se celebra el 4 de octubre.</p> <p>En la fiesta de San Francisco se realiza actividades diferentes ya que en este día de fiesta se comparte con los más pobres: brindándoles comida y ropa que la gente dona para este día de fiesta</p>		
<p><b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Turismo religioso y cultural</li> <li>▪ Ayudar a la preparación de la festividad</li> </ul>		
<p><b>RECOMENDACIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cuidar las imágenes, quitando el flash a la cámara para no deteriorar las imágenes</li> </ul>		

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Cuadro 26: Ficha De Resumen "Fiesta En Honor A La Virgen Del Cisne"

<b>Nombre del Atractivo:</b> Fiesta En Honor "Fiesta de la Virgen del Cisne"		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo Acontecimientos Programados:</b>	<b>Subtipo:</b> Fiestas Religiosas
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Loja	<b>Localidad:</b> Loja
		<p><b>Ubicación</b> Calles Bernardo Valdivieso entre 10 De Agosto Y José A. Eguiguren.</p>
<p><b>Fotografía 17:</b> Fiesta de la Virgen del Cisne <b>Fuente:</b> Observación directa <b>Elaboración:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca</p>		
<p><b>DESCRIPCIÓN</b></p> <p>Fueron los padres franciscanos quienes acompañaron a Alonso de Mercadillo en la Fundación de Loja, por lo que crearon el culto a la virgen en El Cisne. La virgen del cisne o "churona", como se la apoda popularmente, sale el día 17 de Agosto de su santuario y recorre en 3 días los 75 kilómetros que separan el pueblo de El Cisne de la ciudad de Loja, donde queda alojada en la catedral</p> <p>Esta romería agrega entre un millón y medio y dos millones de personas, que hacen el recorrido al lado de la virgen. Una vez la churona ha llegado a Loja empiezan un seguido de actos festivos que se dan principalmente en el mes de septiembre, desde el día 20 de Agosto ya se respira el aire festivo en la ciudad.</p>		
<p><b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Participación en la peregrinación de la Virgen</li> <li>▪ Colaborar en los actos culturales</li> </ul>		
<p><b>RECOMENDACIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ En la peregrinación hidratarse bien, llevar gorras, buena alimentación.</li> <li>▪ No estar cerca de los castillos</li> <li>▪ Cámara</li> </ul>		

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Cuadro 27: Ficha De Resumen Fiesta En Honor A San Judas Tadeo

<b>Nombre del Atractivo:</b> Fiesta En Honor "Fiesta De San Judas Tadeo "		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo Acontecimientos Programados:</b>	<b>Subtipo:</b> Fiestas Religiosas
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Loja	<b>Localidad:</b> Loja
		<p><b>Ubicación</b> Calles Bernardo Valdivieso entre 10 De Agosto Y José A. Eguiguren.</p>
<p><b>Fotografía 18:</b> Fiesta en Honor a San Judas Tadeo  <b>Fuente:</b> Observacion directa  <b>Elaboración:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca</p>		
<p><b>DESCRIPCIÓN</b></p> <p>San Judas Tadeo es uno de los Santos más populares, a causa de los numerosos favores celestiales que consigue a sus devotos que le rezan con FE. San Judas es conocido principalmente como autor de la Carta de su nombre en el Nuevo Testamento. Carta probablemente escrita antes de la caída de Jerusalén, por los años 62 al 65. La fiesta de San Judas Tadeo es una de las más importantes de la iglesias de Santo domingo en la cual se realiza la novena, noche de vísperas, la misa en honor al santo y terminando con una procesión alrededor de la iglesia, que inicia por la calle Rocafuerte, subiendo por la calle Bolívar, cruzando en la calle, Miguel Riofrío y bajando por la calle Bernardo Valdivieso. Esta fiesta atrae a más de 4000 devotos a las fiestas.</p>		
<p><b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Turismo cultural y religioso</li> <li>2. Peregrinación y Actos culturales</li> </ol>		
<p><b>RECOMENDACIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tener siempre la cámara</li> <li>▪ No utilizar flash dentro de la iglesia</li> </ul>		

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Cuadro 28: Ficha De Resumen Fiesta En Honor A San Martin De Porras”**

<b>Nombre del Atractivo:</b> Fiesta En Honor "Fiesta De San Martin de Porras"		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo Acontecimientos Programados:</b>	<b>Subtipo:</b> Fiestas Religiosas
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Loja	<b>Localidad:</b> Loja
		<p><b>Ubicación</b> Calles Bernardo Valdivieso entre 10 De Agosto Y José A. Eguiguren.</p>
<p><b>Fotografía 20:</b> Fiesta en Honor a San Martin de Porres  <b>Observacion</b> directa  <b>Elaboración:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca</p>		
<p><b>DESCRIPCIÓN</b></p> <p>San Martín de Porres (Lima, 9 de diciembre de 1579 - 3 de noviembre de 1639) fue un santo peruano de la orden de los dominicos y el primero de raza negra en América.</p> <p>Lo que más se recuerda de San Martín de Porres en la Ciudad de Lima son sus numerosos milagros. Según los testimonios de la época, a veces se trataba de curaciones instantáneas, en otras bastaba tan sólo su presencia para que el enfermo desahuciado iniciara un sorprendente y firme proceso de recuperación.</p>		
<p><b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Participación en eventos culturales como procesión, novena</li> <li>▪ Turismo religioso y cultural</li> </ul>		
<p><b>RECOMENDACIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Llevar cámara</li> </ul>		

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Cuadro29: Ficha De Resumen “Fiesta En Honor Al Patrono Jurado De Loja, San Sebastián”**

<b>Nombre del Atractivo:</b> Fiesta En Honor "Fiesta De San Sebastián"		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo Acontecimientos Programados:</b>	<b>Subtipo:</b> Fiestas Religiosas
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Loja	<b>Localidad:</b> Loja
 <p><b>Fotografía 19:</b> Fiesta en Honor A San Sebastián  <b>Fuente</b> Observacion directa  <b>Elaboración:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca</p>		<b>Ubicación</b> Bolívar y Mercadillo
<p><b>DESCRIPCIÓN</b></p> <p>Las fiestas del patrono Jurado de Loja, San Sebastián desde este año fueron incluidas dentro de las seis principales de la región sur del país. El homenaje a San Sebastián data de 1748 y tiene como principal objetivo el rescate de nuestras tradiciones.</p> <p>En la fiesta de San Sebastián se realizan las Novenas, con las instituciones y el día 19 día de Vísperas la procesión hasta la Iglesia Catedral y el 20 sube a la Iglesia de San Sebastián para tener a la fiesta de fiestas el municipio colabora en todas las vísperas, danzas, banda. Los sacerdotes principales colaboran con ello.</p>		
<p><b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Turismo religioso y cultural</li> <li>▪ Actos culturales</li> <li>▪ Actos pirotécnicos</li> </ul>		
<p><b>RECOMENDACIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Llevar cámara</li> </ul>		

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

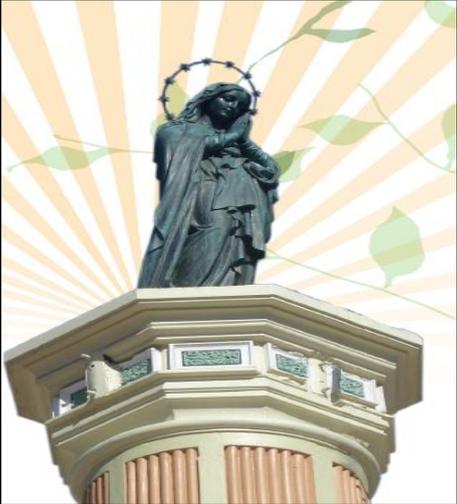
**Cuadro 30: Ficha De Resumen “Fiesta de Corpus Cristi”**

<b>Nombre del Atractivo:</b> Fiesta En Honor "Fiesta De Corpus Cristi"		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo Acontecimientos Programados</b>	<b>Subtipo:</b> Fiestas Religiosas
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Loja	<b>Localidad:</b> Loja
 <p><b>Fotografía 22:</b>Fiesta de Corpus Cristi"  <b>Fuente:</b> Observación directa  <b>Elaboración:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca</p>		<p align="center"><b>Ubicación</b> Barrio el Pedestal</p>
<p><b>DESCRIPCIÓN</b></p> <p>La fiesta de Corpus Cristi comenzó a celebrarse en Lieja (Bélgica) en 1246, siendo extendida a toda la Iglesia Occidental por el Papa Urbano IV en 1264, se instituyó con motivo del milagro por el cual, mientras un sacerdote celebraba la misa en la iglesia de Bolsena (Italia), al romper la hostia consagrada, brotó sangre. La Octava de Corpus Cristi, que es una pública demostración de fe y Amor a Jesús Sacramentado, se realiza entre los meses de Junio o Julio, se ejecuta la víspera, la misa de fiesta y la procesión por la plaza de San Sebastián, teniendo como finalidad proclamar la fe en la presencia real de Jesucristo en la Eucarística.</p> <p>Es una pública demostración de fe y Amor a Jesús Sacramentado, la misma se realiza entre los meses de Junio o Julio, se ejecuta la víspera, la misa de fiesta y la procesión por la plaza de San Sebastián</p>		
<p><b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Turismo Cultural y Religioso</li> </ul>		
<p><b>RECOMENDACIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Observar la ciudad, en el mirador y su vista panorámica de la Ciudad de Loja</li> </ul>		

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Cuadro 31: Ficha De Resumen “Fiesta En Honor A La Inmaculada Concepción”**

<b>Nombre del Atractivo:</b> Fiesta En Honor "Fiesta De la Inmaculada Concepción"		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo Acontecimientos Programados:</b>	<b>Subtipo:</b> Fiestas Religiosas
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Loja	<b>Localidad:</b> Loja
 <p><b>Fotografía 23:</b> Fiesta Inmaculada Concepción"  <b>Fuente:</b> Observación directa  <b>Elaboración:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca</p>		<p><b>Ubicación</b> Barrio el Pedestal</p>
<p><b>DESCRIPCIÓN</b></p> <p>Las fiestas en honor a la Virgen de La Inmaculada Concepción, En el barrio Pedestal “Está situada la imagen de bronce de la Virgen de la Inmaculada Concepción de Loja”. Sostiene que en la década de los cincuenta fue la última vez que el pueblo afro ecuatoriano, radicado en el Valle de Catamayo, rindió tributo a la venerada imagen a la que llamaban Virgen Morena o Negra.</p> <p>Los fieles se trasladaban en acémila y a pie cargados de productos agrícolas. Durante las noches, alrededor de la fogata, bailaban danzas al ritmo de la banda mocha y vestían atractivos y coloridos atuendos. Castro comenta que las familias lojanas acudían a esta fiesta llevando alimentos y ropa para la comunidad afrodescendiente durante su permanencia de una semana.</p>		
<p><b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Turismo Cultural y Religioso</li> </ul>		
<p><b>RECOMENDACIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Observar la ciudad, en el mirador y su vista panorámica de la Ciudad de Loja</li> </ul>		

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Cuadro 32: Ficha de Resumen “Fiesta de San José”**

<b>Nombre del Atractivo:</b> Fiesta En Honor "Fiesta De San José "		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo Acontecimientos Programados:</b>	<b>Subtipo:</b> Fiestas Religiosas
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Loja	<b>Localidad:</b> Loja
 <p><b>Fotografía 20:</b> Fiesta de San José  <b>Fuente:</b> Observacion directa  <b>Elaboración:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca</p>		<p><b>Ubicación</b> Barrio el pedestal</p>
<p><b>DESCRIPCIÓN</b></p> <p>San José es llamado el "Santo del silencio" No conocemos palabras expresadas por él, tan solo conocemos sus obras, sus actos de fe, amor y de protección como padre responsable del bienestar de su amadísima esposa y de su excepcional Hijo. José fue "santo" desde antes de los desposorios. Un "escogido" de Dios. Desde el principio recibió la gracia de discernir los mandatos del Señor.</p> <p>Las fiestas del en Honor a San José se inician con la novena junto con clara muestra de unión, los moradores del barrio San José y sectores aledaños.</p>		
<p><b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Turismo Cultural y Religioso</li> </ul>		
<p><b>RECOMENDACIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Observar la ciudad, en el mirador y su vista panorámica de la Ciudad de Loja</li> </ul>		

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Cuadro 33: Ficha de Resumen "Fiesta de la Virgen del Perpetuo Socorro"**

<b>Nombre del Atractivo:</b> Fiesta En Honor "Fiesta De La Virgen del Perpetuo Socorro"		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo</b> Acontecimientos Programados:	<b>Subtipo:</b> Fiestas Religiosas
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Loja	<b>Localidad:</b> Loja
 <p><b>Fotografía 21:</b> Fiesta de la Virgen del Perpetuo Socorro  <b>Fuente:</b> Observación directa  <b>Elaboración:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca</p>		<p align="center"><b>Ubicación</b> Barrio el pedestal</p>
<p><b>DESCRIPCIÓN</b></p> <p>La Imagen del Perpetuo Socorro, muestra a la Madre con el Niño Jesús. El Niño observa a dos ángeles que le muestran los instrumentos de su futura pasión. Se agarra fuerte con las dos manos de su Madre Santísima quien lo sostiene en sus brazos. El cuadro nos recuerda la maternidad divina de la Virgen y su cuidado por Jesús desde su concepción hasta su muerte. Hoy la Virgen cuida de todos sus hijos que a ella acuden con plena confianza.</p> <p>El entusiasmo a la celebración de los 50 años de presencia en la ciudad de Loja de los Misioneros Redentoristas que pertenecen a la Congregación del Santísimo Redentor empezó a vivirse con la realización de festividades en las inmediaciones de la iglesia Perpetuo Socorro</p>		
<p><b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Turismo religioso y cultural</li> <li>▪ Participar en el acto solemne</li> </ul>		
<p><b>RECOMENDACIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ayudar a la preservación de las esculturas</li> <li>▪ No tomar fotos con flash</li> </ul>		

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Cuadro 34: Ficha De Jerarquización De Atractivos Turísticos**

Provincia: Loja		Cantón: Loja				Ciudad de Loja			Fecha: 28/06/2015					
Ord	Nombre del Atractivo	Calidad.				Apoyo.			Significado.				Suma	Jerarquía I,II,III,IV
		Valor intrínseco	Valor extrínseco	Entorno	Estado de conservación	Acceso	Servicios	Asociación atractivos	Local	Reg.	Mac.	Inter.		
		Max. 15	Max. 15	Max. 10	Max. 10	Max. 10	Max. 10	Max. 5	Max. 2	Max. 4	Max. 7	Max. 12		
01	Fiesta del Señor de la Agonía	3	3	2	3	8	2	3	2	1	0	0	25	I
02	Fiesta de Semana Santa	3	3	2	2	7	0	3	1	0	0	0	21	I
03	Sesta de Santa	2	2	2	2	7	2	3	2	0	0	0	22	I
04	Fiesta de San Juan el Valle	2	3	2	1	7	2	2	2	0	0	0	22	I
05	Fiesta de la Virgen de Guadalupe	2	2	2	2	7	2	2	2	0	0	0	21	I

Fuente: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

06	Fiesta del Divino Niño	1	2	1	2	7	2	1	1	0	0	0	17	I
07	Fiesta de San Francisco	2	2	1	2	6	1	1	1	0	0	0	16	I
08	Fiesta de la Virgen del Cisne	3	4	5	5	6	4	4	1	1	1	0	35	II
09	Fiesta de San Judas T	1	1	1	2	2	0	0	1	0	0	0	8	I
10	Fiesta de San Martin	1	1	1	2	2	0	0	1	0	0	0	8	I
11	Fiesta de San Sebastián	2	1	5	5	4	2	2	2	0	0	0	23	I
12	Fiesta de la Virgen de la Inmaculada Concepción	2	1	5	5	4	3	2	2	0	0	0	24	I
13	Fiesta de Corpus Cristi	2	1	5	5	3	3	1	2	0	0	0	22	I
14	Fiesta de San José	2	2	2	2	5	4	4	1	0	0	0	22	I
15	Fiesta de la Virgen de la Inmaculada Concepción	2	3	1	4	5	1	1	2	0	0	0	19	I

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisac

## Tabulación de encuestas

### DATOS GENERALES

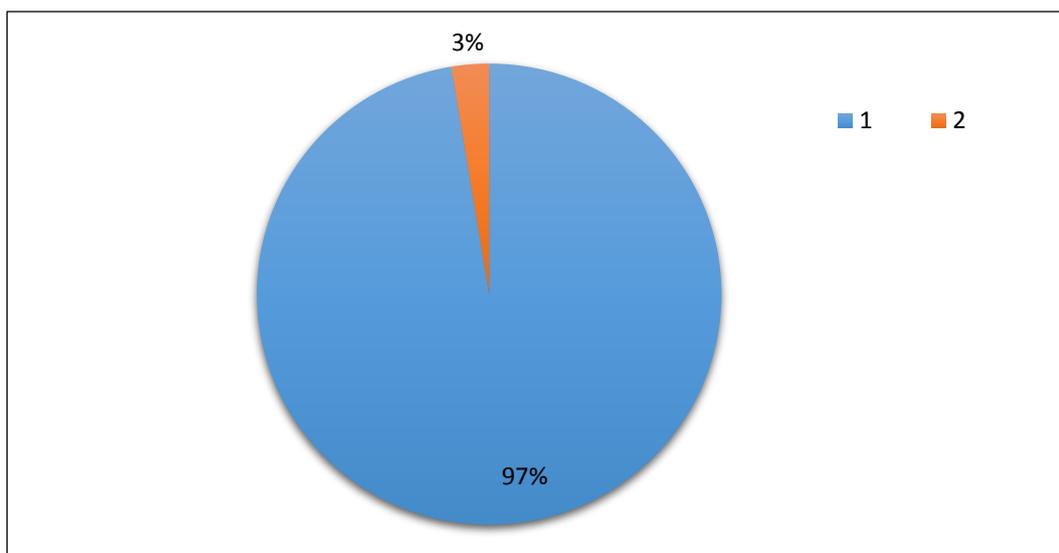
**Cuadro 35: Nacionalidad**

Variable	Frecuencia	%
Ecuatoriano	371	97%
Extranjero	12	3%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Gráfico 1: Nacionalidad**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Análisis

De las 383 encuestas aplicadas en la Ciudad de Loja, pudimos comprobar que el 97% corresponde a personas que residen en la ciudad de Loja y el 3% restante corresponde a personas con residencia en otro lugar. De esta manera pudimos determinar que la mayor parte de las personas con un 97% corresponden a personas que residen en la Ciudad de Loja.

## Género

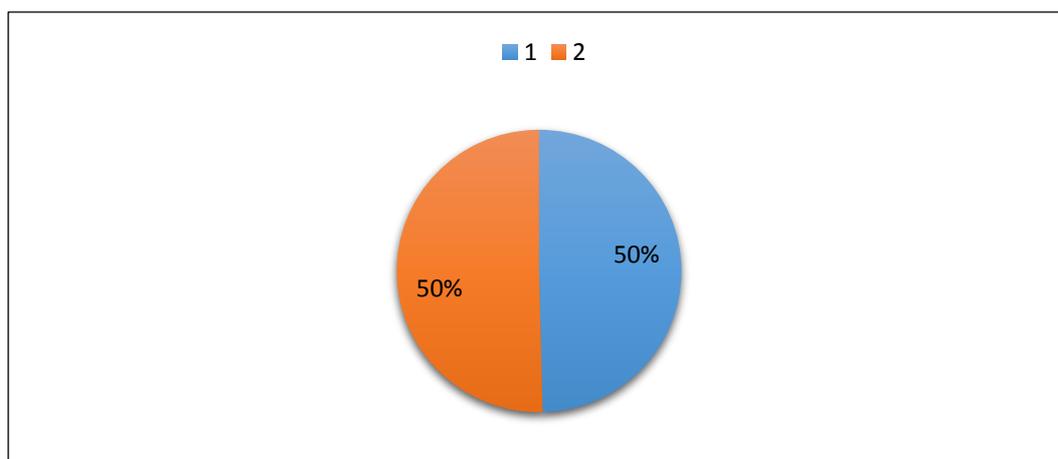
**Cuadro 36: Género**

Variable	Frecuencia
Masculino	190
Femenino	193
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>

Fuente: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Gráfico 2: Género**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Análisis

De las 383 encuestas aplicadas en la Ciudad de Loja, el 50% corresponde a personas del sexo masculino y el 50% restante corresponde a personas del sexo femenino. De esta manera se pudo comprobar que hay una igualdad de género con un 50% para cada género.

## Edad

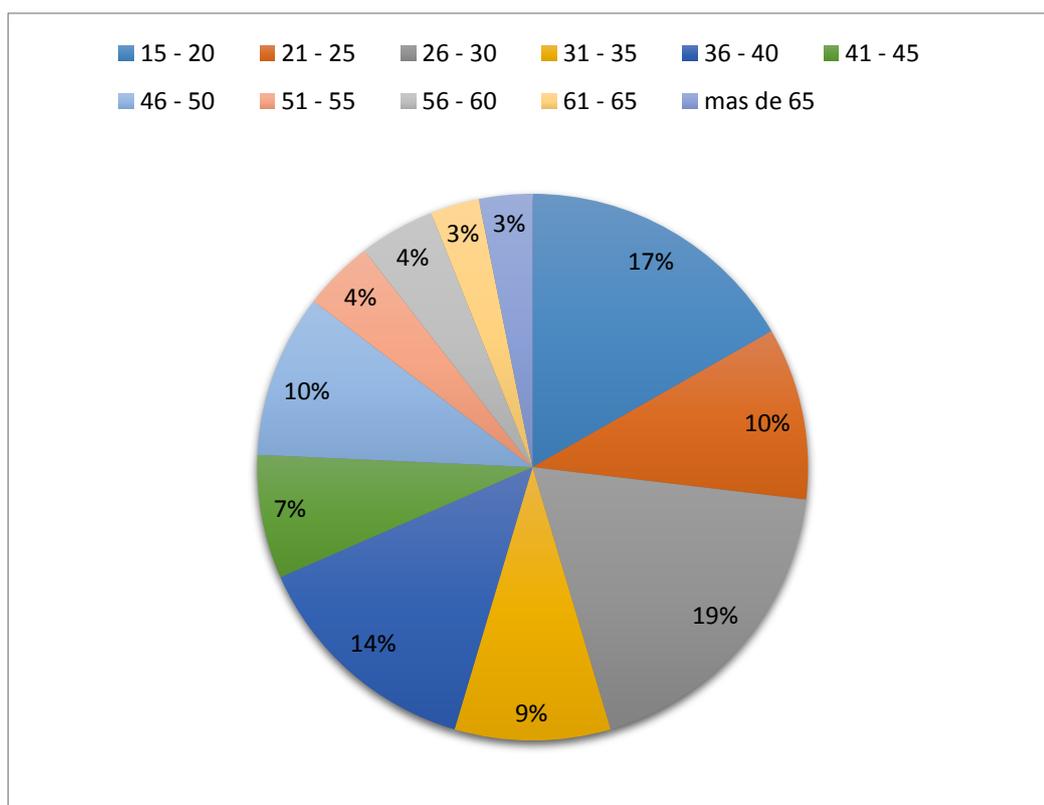
**Cuadro 37: Edad**

Variable	Frecuencia	%
15 – 20	64	17%
21 – 25	39	10%
26 – 30	71	19%
31 – 35	35	9%
36 – 40	53	14%
41 – 45	28	7%
46 – 50	37	10%
51 – 55	16	4%
56 – 60	17	4%
61 – 65	11	3%
más de 65	12	3%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Gráfico 3: Edad**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## **Análisis**

De las 384 encuestas aplicada en la Ciudad de Loja, el 19% corresponde a personas que tienen edades de 26 a 30 años, el 17% corresponde a personas con edades de 15 a 20 años, el 14% corresponde a edades de 36 a 40 años, el 10% corresponde a edades de 21 a 25 años y de 46 a 50 años, el 9% corresponde a edades de 31 a 35 años, el 7% que corresponde a edades de 41 a 45 años y el porcentaje restante corresponde a personas con edades que superan los 51 años. De esta manera se pudo comprobar que las mayorías de personas que asisten a las festividades tienen una edad de 26 a 30 años.

## Nivel de Estudios

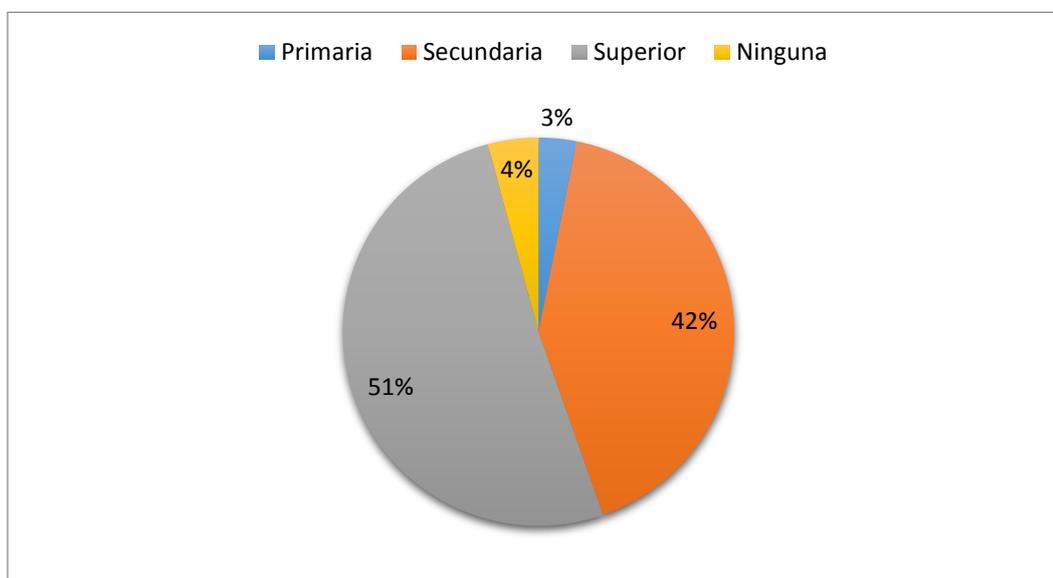
**Cuadro 38: Nivel de Estudios**

Variable	Frecuencia	%
Primaria	12	3%
Secundaria	159	42%
Superior	196	51%
Ninguna	16	4%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Gráfico 4: Nivel de Estudios**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Análisis

De las 384 encuestas aplicadas en la Ciudad de Loja, el 51% corresponde a personas que tienen un nivel de estudio superior, el 42% corresponde a personas con un nivel de estudio de secundaria, el 4% corresponde a personas que no tienen ni un nivel de educación y el 3% corresponde a personas con un nivel de estudios de primaria. De esta manera se pudo comprobar que la mayoría de persona con un 51% tiene un nivel de estudio superior.

## Ocupación

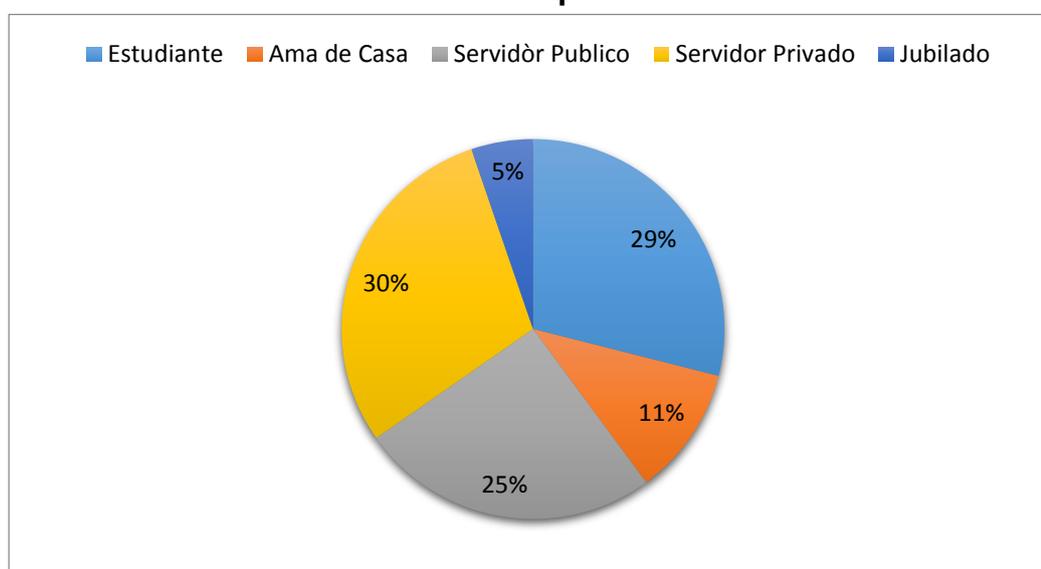
**Cuadro 39: Ocupación**

Variable	Frecuencia	%
Estudiante	111	29%
Ama de Casa	42	11%
Servidor Publico	97	25%
Servidor Privado	113	30%
Jubilado	20	5%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Gráfico 5: Ocupación**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Análisis

De las 383 encuestas aplicadas en la Ciudad de Loja, el 30% corresponden a personas que son servidores privados, el 29% corresponde a estudiantes, el 25% corresponde a personas que son servidores públicos, el 11% corresponde a amas de casa y el 5% restante corresponde a personas jubiladas. De esta manera se pudo comprobar que la mayor parte con un 30% corresponde a personas que trabajan en una institución privada.

## 1. ¿Qué fiestas religiosa de la Ciudad de Loja conoce Usted?

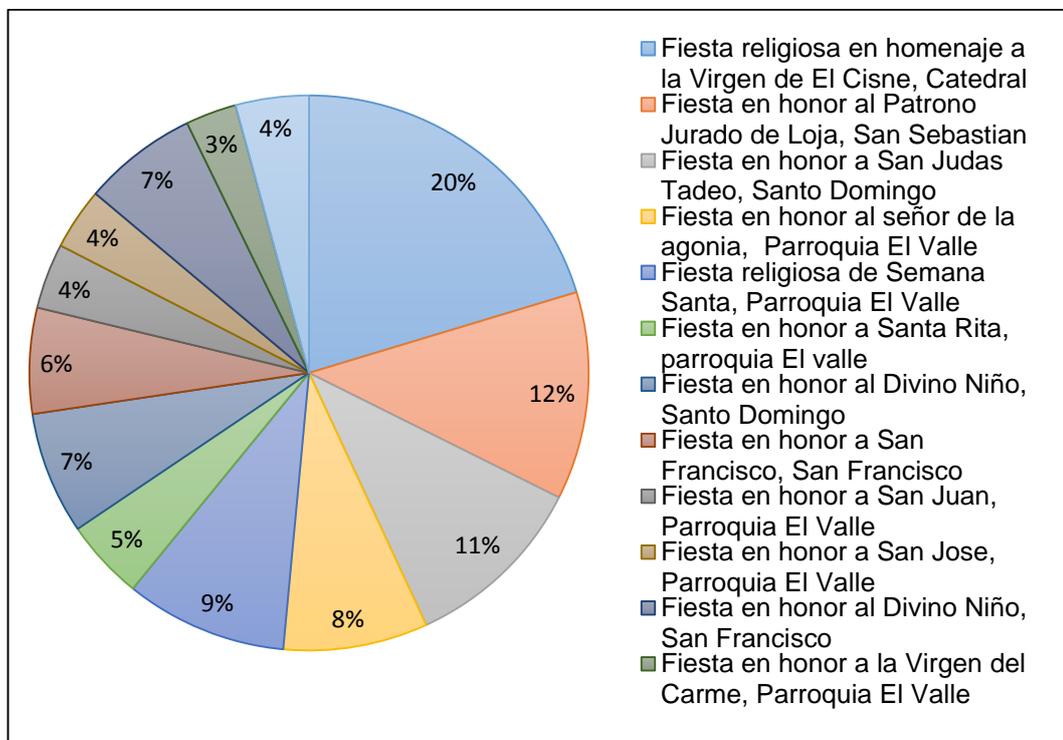
**Cuadro 40: Que Fiestas Religiosas Conoce**

Variable	Frecuencia	%
Fiesta religiosa en homenaje a la Virgen de El Cisne, Catedral	379	20%
Fiesta en honor al Patrono Jurado de Loja, San Sebastián	226	12%
Fiesta en honor a San Judas Tadeo, Santo Domingo	200	11%
Fiesta en honor al señor de la agonía, Parroquia El Valle	156	8%
Fiesta religiosa de Semana Santa, Parroquia El Valle	175	9%
Fiesta en honor a Santa Rita, parroquia El valle	87	5%
Fiesta en honor al Divino Niño, Santo Domingo	133	7%
Fiesta en honor a San Francisco, San Francisco	115	6%
Fiesta en honor a San Juan, Parroquia El Valle	71	4%
Fiesta en honor a San José, Parroquia El Valle	67	4%
Fiesta en honor al Divino Niño, San Francisco	124	7%
Fiesta en honor a la Virgen del Carme, Parroquia El Valle	55	3%
Fiesta de Corpus Cristi, parroquia El Valle	79	4%
<b>TOTAL</b>	<b>1867</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Gráfico 6. Que Fiestas Religiosas Conoce Usted**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## **Análisis**

De la 383 encuestas aplicadas a la población de la Ciudad de Loja, el 99% de las personas indicaron que conocen las fiestas de la Virgen del Cisne, un 59% indico conocer las fiestas de San Sebastián, el 52% conoce a las fiestas de San Judas Tadeo, el 46% indico conocer las fiestas de Semana Santa, el 41% mostró conoce las fiestas del Señor de la Agonía, el 35% indico conoce las fiestas en honor al Divino Niño las mismas que se celebran en El Valle y san Francisco, el 30% señaló conocer las fiestas en honor a San Francisco, el 23% enseñó a conocer las fiestas de Santa Rita y solo el 21% de las personas indico conocer las fiesta de Corpus Christi. De esta manera se puedo comprobar que la mayor parte de la población de la ciudad de Loja conoce más sobre las fiestas en honor a la Virgen de Cisne lo que la convierte en una de las fiestas más representativas dentro de la Ciudad de Loja.

## 2. ¿Con quién acude a las fiestas religiosas de la ciudad de Loja?

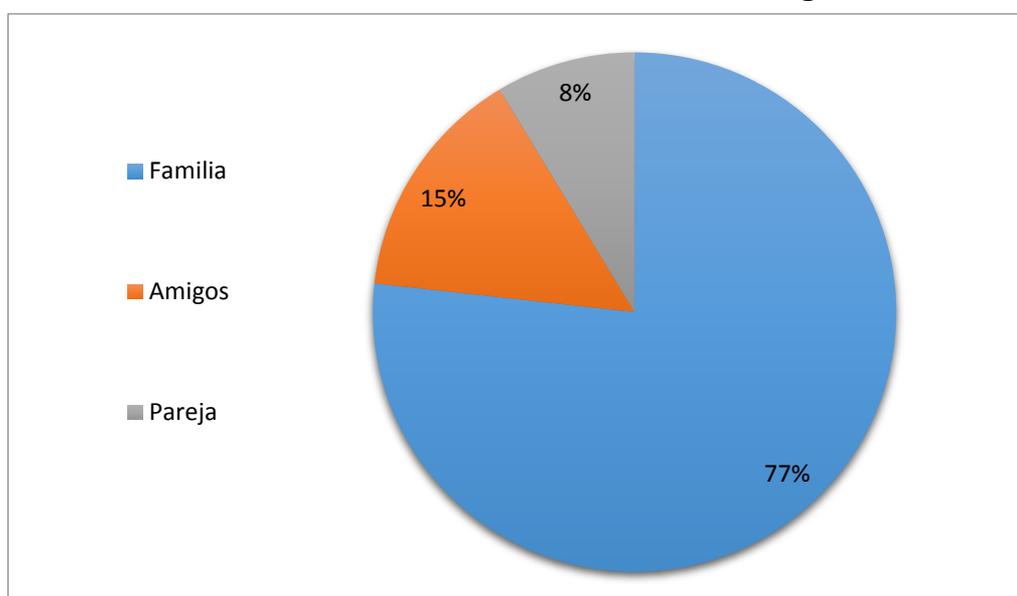
**Cuadro 41: Con Quién Acude a las Fiestas Religiosas**

Variable	Frecuencia	%
Familia	294	77%
Amigos	56	15%
Pareja	33	9%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Gráfico 7: Con Quién Acude a las Fiestas Religiosas**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Análisis

De las 383 encuestas aplicadas a la población de la Ciudad de Loja, el 77% de las personas manifestaron que acude a las fiestas religiosas en compañía de la familia, el 15% de las personas manifestó que acude a las fiestas en compañía de amigos y solo el 8% de las personas acude a las fiestas en pareja. De esta manera se pudo comprobar que la mayoría de las personas con un porcentaje del 77% acuden a la celebración de las fiestas en Familia

### 3. ¿Qué servicios turísticos utiliza cuando va a las fiestas religiosas de la ciudad de Loja?

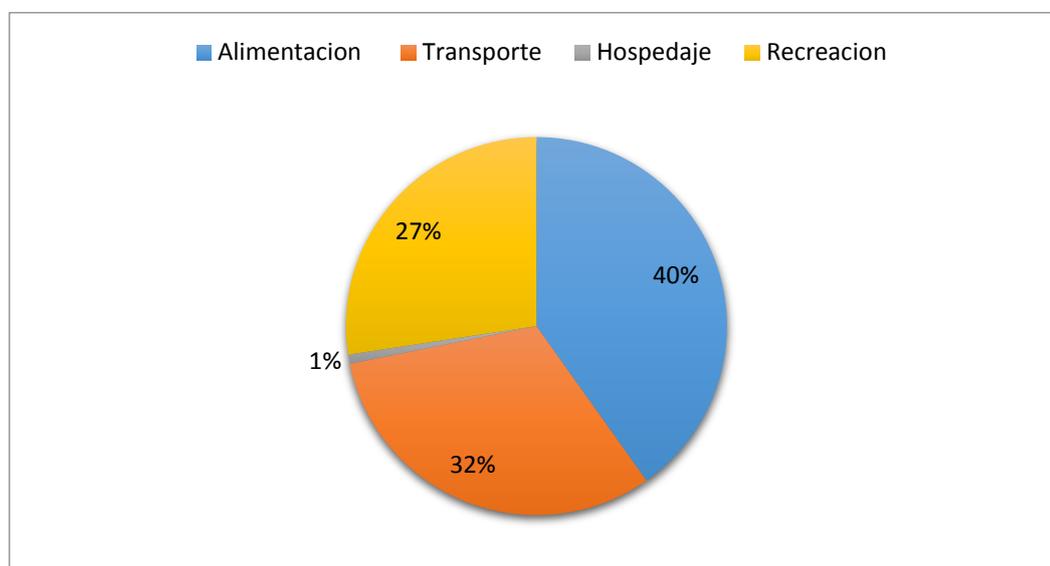
**Cuadro 42: Que Servicios Utiliza Cuando Va a las Fiestas**

Variable	Frecuencia	%
Alimentación	154	40%
Transporte	121	32%
Hospedaje	3	1%
Recreación	105	27%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Gráfico 8: Que Servicios Utiliza Cuando Va a las Fiestas**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Análisis

De las 383 encuestas aplicadas a la población de la ciudad de Loja, el 40% de las personas manifestó que hace uso de los servicios de alimentación, el 32% de las personas indicó hacer uso de los servicios de transporte, el 27% de las personas indicó hacer uso de servicios de recreación y solo el 1% de las personas manifestó hacer uso de hospedaje. De esta manera se ha podido comprobar que el 40% de las personas hacen uso de los servicios de alimentación cuando acuden a las fiestas.

#### 4. ¿Qué servicios le gustaría recibir al momento de visitar las fiestas religiosas de la ciudad de Loja?

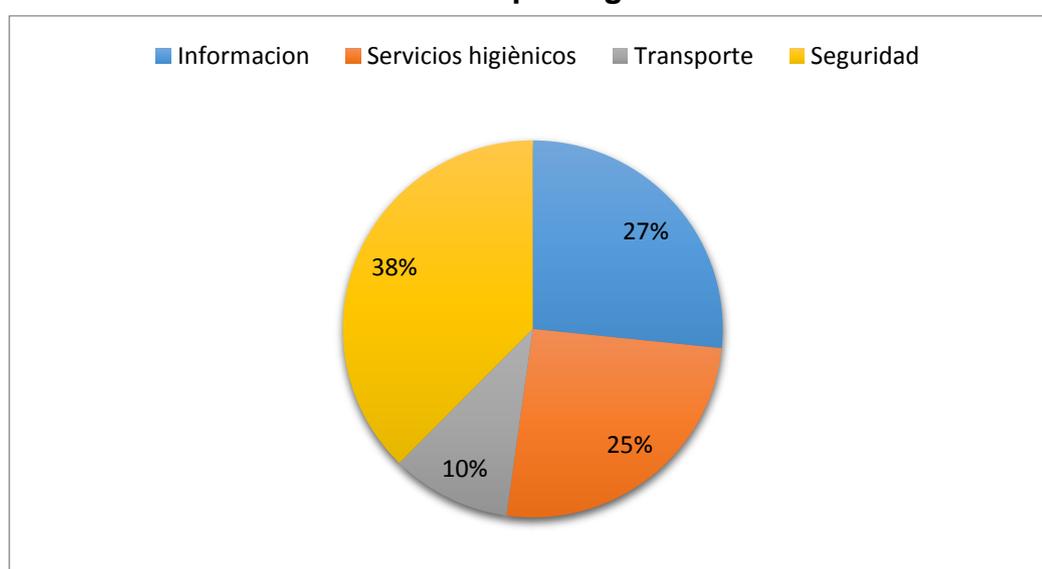
**Cuadro 73: Servicios Que Le Gustaría Recibir**

Variable	Frecuencia	%
Información	102	27%
Servicios higiénicos	98	26%
Transporte	39	10%
Seguridad	144	38%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Gráfico 9: Servicios que le gustaría recibir**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

#### **Análisis**

De las 383 encuestas aplicadas a la población de la ciudad de Loja, el 38% de las personas indicó que le gustaría contar con el servicio de seguridad al momento de acudir a las fiestas, 27% de las personas manifestó que le gustaría recibir el servicio de Información para poder obtener una mayor información sobre las fiestas, el 25% de las personas indicó que le gustaría que hayan servicios higiénicos en la zona y solo el 10% de la población de Loja indicó que le gustaría recibir el servicio de transporte. De esta manera se ha podido comprobar que la mayoría de las personas con un porcentaje del 38% le gustaría recibir el servicio de seguridad en el transcurso de las festividades.

## 5. ¿Qué lugar recomendaría para el servicio de alimenticio?

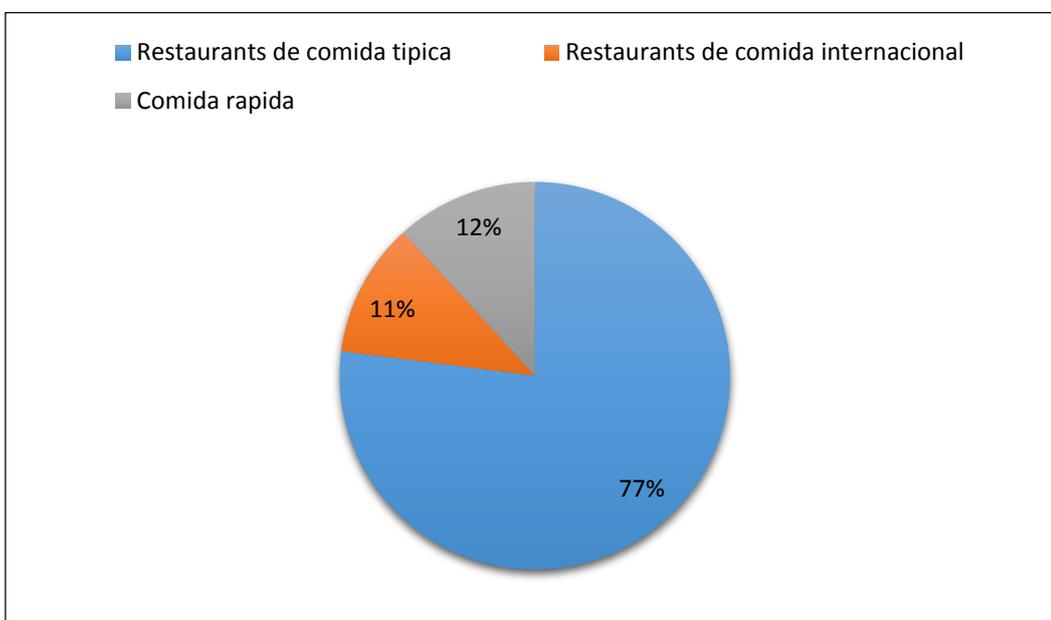
**Cuadro 44: Servicios de Alimentación**

Variable	Frecuencia	%
Restaurants de comida típica	295	77%
Restaurants de comida internacional	43	11%
Comida rápida	45	12%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Gráfico 10: Servicios de Alimentación**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Análisis

De las 383 encuestas aplicadas a la población de la Ciudad de Loja, el 77% de las personas recomendó restaurantes de comida típica por su exquisitez, el 12% de las personas recomendó restaurantes de comida rápida y mientras tanto el 11% de las personas recomendó restaurantes de comida internacional. DE esta manera se pudo determinar que el 72 % de las personas opta por restaurantes de comida típica por la excelente gastronomía local.

## 6. ¿Dónde recomendaría alojarse durante su visita a la ciudad de Loja?

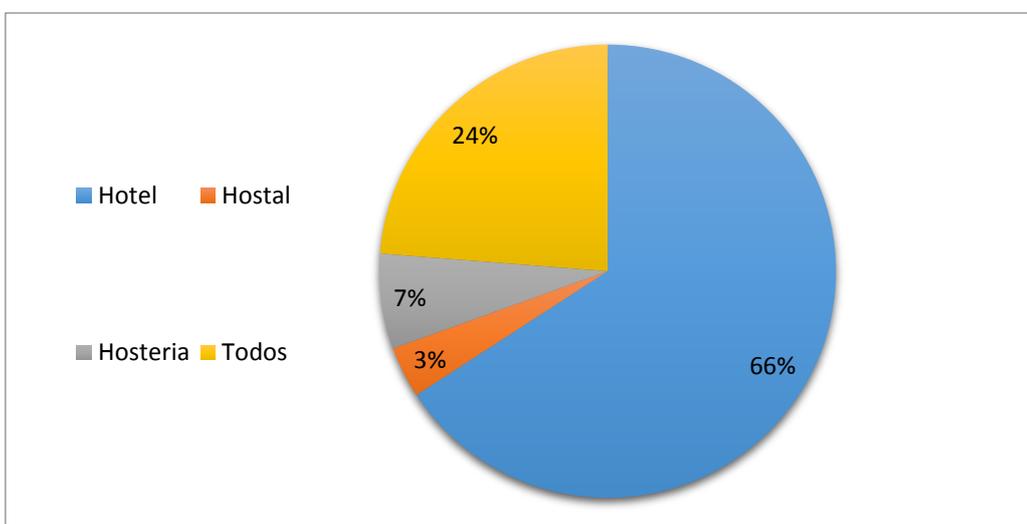
**Cuadro 45: Alojamiento en su visita:**

Variable	Frecuencia	%
Hotel	252	66%
Hostal	14	4%
Hostería	26	7%
Todos	91	24%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Gráfico 11: Lugares De Alojamiento**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### **Análisis**

De las 383 encuestas aplicadas a la población de la Ciudad de Loja, el 66% de las personas recomendó alojarse en hoteles, el 24% de las personas manifestó que podrían alojarse en cualquier establecimiento de hospedaje, el 7% de las personas indicaron alojarse en hosterías y solo el 3% de las personas recomendó alojarse en hostales. De esta manera se ha podido determinar que el 66% de las personas recomienda hospedarse en Hoteles gracias a la excelente planta hotelera con la que cuenta la ciudad.

## 7. ¿Qué lugares de entretenimiento visita usted cuando va a las fiestas?

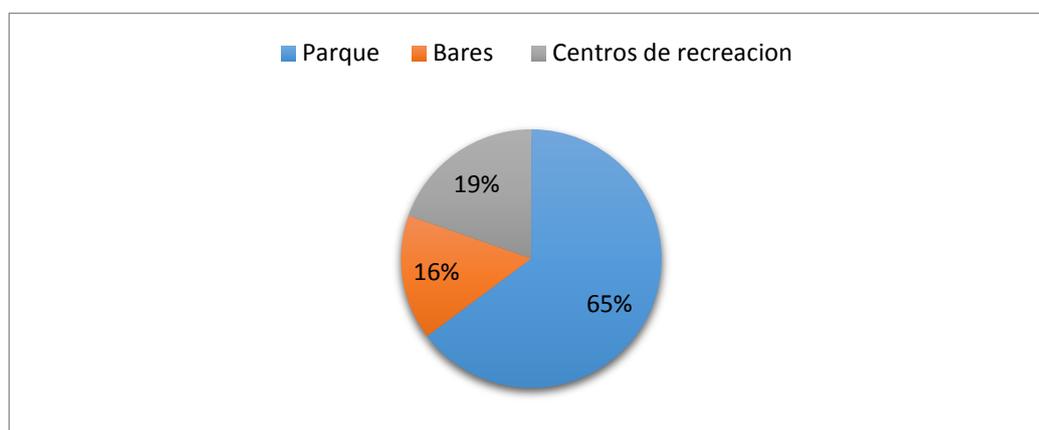
**Cuadro 46: Lugares De Entretenimiento A Visitar**

Variable	Frecuencia	%
Parque	248	65%
Bares	60	16%
Centros de recreación	75	20%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Cuadro 17: Lugares De Entretenimiento A Visitar**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Análisis

De las 383 encuestas aplicadas a la población de la Ciudad de Loja, el 65% de las personas manifestó que visita los parques, el 19% de las personas indicó que visitan centros de recreación y el 16% de personas supo manifestar que visitan Bares. De esta manera se ha podido determinar que el 65% de las personas de la Ciudad de Loja visita los parques en el desarrollo de las festividades.

## 8. ¿Cómo califica usted los servicios encontrados en la zona?

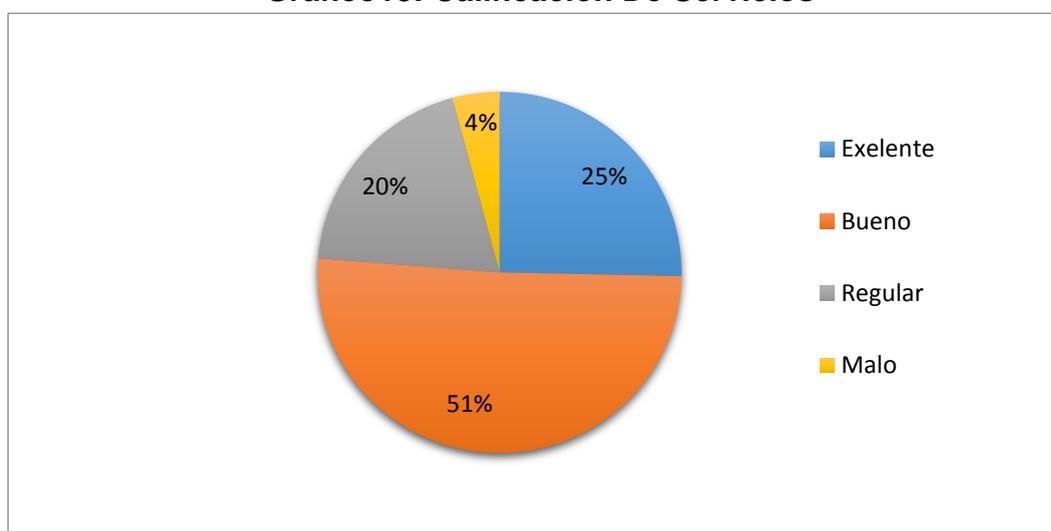
**Cuadro 47: Calificación De Servicios**

Variable	Frecuencia	%
Excelente	97	25%
Bueno	195	51%
Regular	75	20%
Malo	16	4%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Gráfico18: Calificación De Servicios**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### **Análisis**

De las 383 encuestas aplicadas a la población de la Ciudad de Loja, el 51% de las personas manifestó que los servicios encontrados en la zona son buenos, el 25% de las personas indicó que el servicio encontrado en la zona es excelente, el 20% de las personas manifestó que el servicio encontrado en la zona es regular y el 4% de las personas manifestó que el servicio encontrado en la zona es malo. De esta manera se ha podido determinar que el 51% de las personas califica a los servicios que se brindan en el desarrollo de las fiestas como buenos.

## 9. ¿Al momento de estar en las fiestas que es lo que más le gusta?

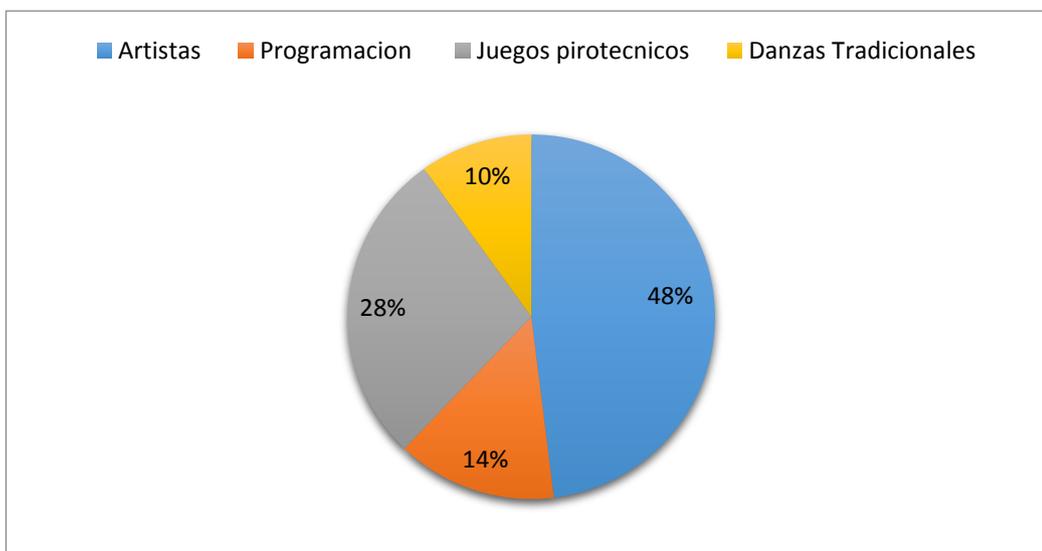
**Cuadro 48: Actividades Que Más Le Gusta De Las Fiestas**

Variable	Frecuencia	%
Artistas	184	48%
Programación	54	14%
Juegos pirotécnicos	107	28%
Danzas Tradicionales	38	10%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Gráfico 19: Actividades Que Más Le Gusta De Las Fiestas**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Análisis

De las 383 encuestas aplicadas a la población de la Ciudad de Loja, el 48% de las personas manifestó que lo que más le gusta de las fiestas son los artistas, el 28% de las personas indicó que lo que más le gusta de las fiestas son los juegos pirotécnicos, el 14% de las personas señaló que lo que más le gusta de las fiestas son las danzas tradicionales y el 10% manifestó que lo que más le gusta de las fiestas es la programación. De esta manera se ha podido determinar que la mayor parte de las personas con un porcentaje del 48% le gusta la presentación artística.

## 10. ¿Qué es lo que menos le gusta de las fiestas?

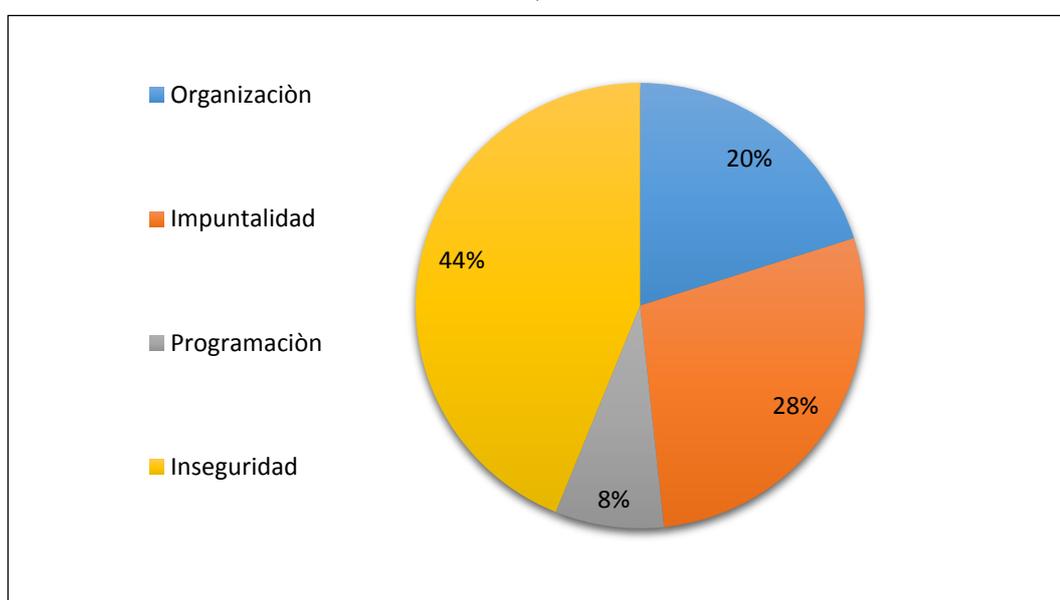
**Cuadro 49: Actividades Que Menos Gusta De Las Fiestas**

Variable	Frecuencia	%
Organización	77	20%
Impuntualidad	108	28%
Programación	30	8%
Inseguridad	168	44%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Gráfico 20: Actividades Que Menos Gusta De Las Fiestas**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Análisis

De las 384 encuestas aplicadas a la Población de la Ciudad de Loja, el 44% de las personas manifestó que es la inseguridad, el 28% de las personas manifestó que la impuntualidad, el 20% de las personas indicó que la organización y el 8% de las personas manifestó que lo que menos le gusta de las fiestas es la programación. De esta manera se ha podido determinar que a la mayor parte de las personas con un porcentaje del 44% lo que menos les gusta es la inseguridad que hay en las fiestas.

## 11. ¿Cuál es el gasto promedio que utiliza en las fiestas religiosas de la ciudad de Loja?

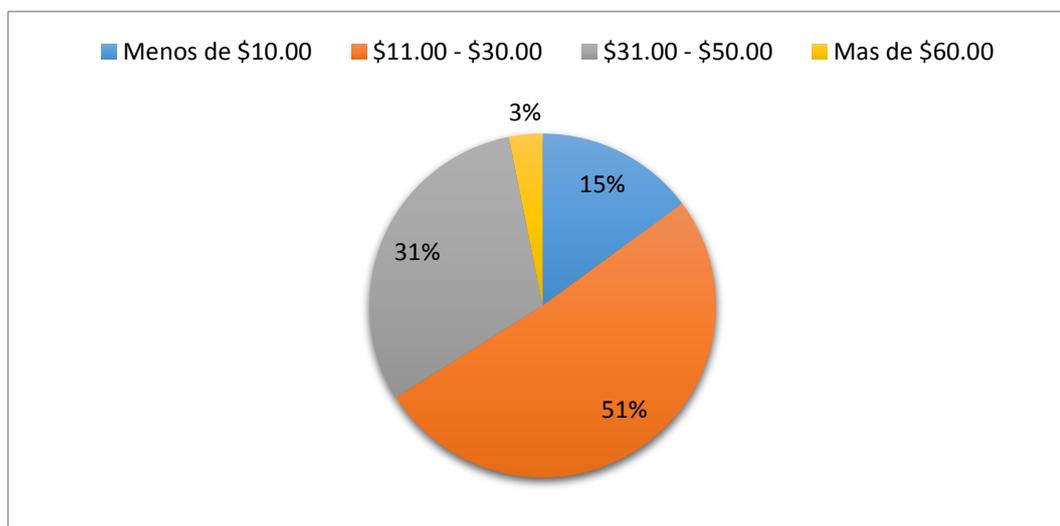
**Cuadro 50: Gasto Promedio Que Se Utiliza En Las Fiestas**

Variable	Frecuencia	%
Menos de \$10.00	57	15%
\$11.00 - \$30.00	196	51%
\$31.00 - \$50.00	118	31%
Más de \$60.00	12	3%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Gráfico 21: Gasto Promedio Que Se Utiliza En Las Fiestas**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Análisis

De las 383 encuestas aplicadas a la población de la Ciudad de Loja, el 51% de las personas realiza un gasto promedio de \$11.00 - \$30.00 en las fiestas, el 31% de las personas realiza un gasto promedio de \$31.00 - \$50.00 en las fiestas, el 15% de las personas realiza un gasto promedio de menos de \$10.00 en las fiesta y solo el 3% de las personas realiza un gasto promedio de más de \$60.00 en la celebración de las fiestas religiosas. De esta manera se ha podido determinar que la mayor parte de las personas con un 51% tiene un gasto promedio de entre \$11.00 y \$30.00 dólares.

## 12. ¿Está de acuerdo en el lugar donde se realizan las fiestas?

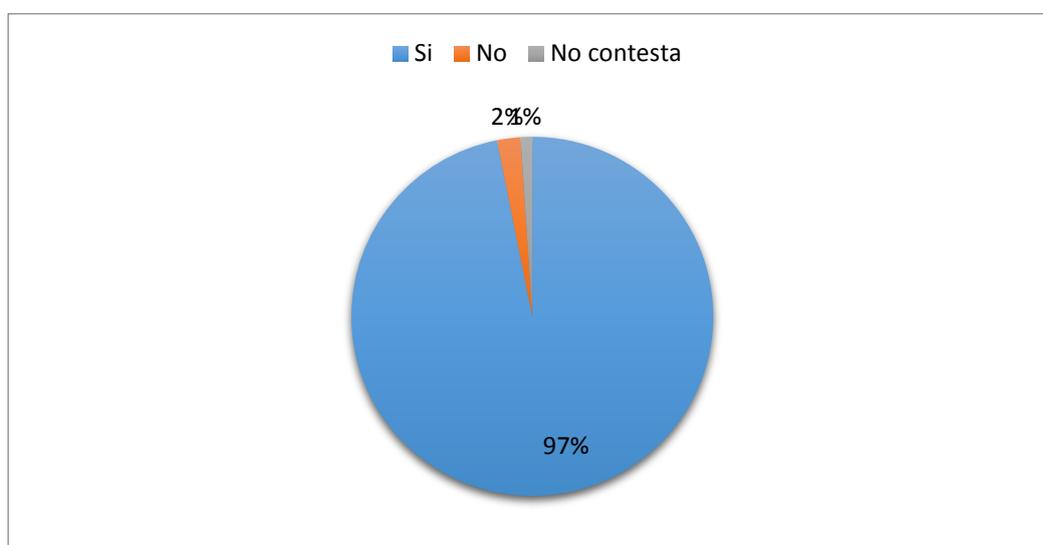
**Cuadro 51: Favorable El Lugar Donde Se Realizan Las Fiestas**

Variable	Frecuencia	%
Si	371	97%
No	8	2%
No contesta	4	1%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Gráfico 22: Favorable El Lugar Donde Se Realizan Las Fiestas**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Análisis

De las 384 encuestas aplicadas a la población de la Ciudad de Loja el 97% de las personas se encuentra de acuerdo en el lugar en donde se realizan las fiestas religiosas, el 2% de las personas no está de acuerdo en el lugar donde se celebran las fiestas religiosas y solo el 1% de las personas no contesta. De esta manera se ha podido determinar que la mayoría de las personas con un 97% está de acuerdo en el lugar donde se realizan las fiestas.

### 13. ¿Mencione que actividades, se realizan en las fiestas?

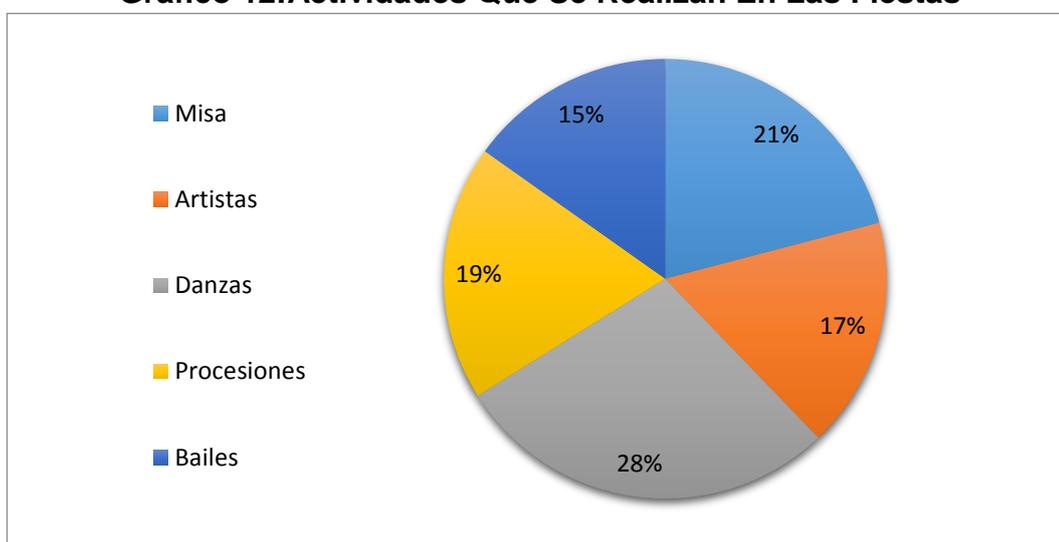
**Cuadro 52: Actividades Que Se Realizan En Las Fiestas**

Variable	Frecuencia	%
Misa	80	21%
Artistas	65	17%
Danzas	108	28%
Procesiones	72	19%
Bailes	58	15%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Gráfico 12: Actividades Que Se Realizan En Las Fiestas**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Análisis

De las 383 encuestas aplicadas a la población de la Ciudad de Loja, el 28% de las personas menciona las danzas, el 21% menciona la misa de celebración de fiesta, el 19% menciona las procesiones, el 17% menciona los artistas y el 15% menciona los bailes. De esta manera se ha podido determinar que lo que más se realiza en el desarrollo de las festividades son las danzas con un 28%.

## 14. ¿Qué actividades se podrían implementar en las fiestas?

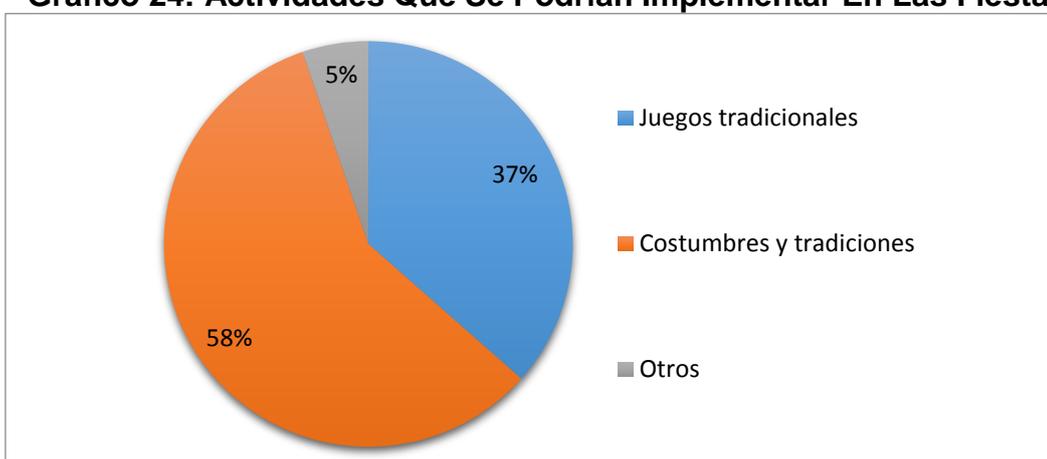
**Cuadro53: Actividades Que Se Podrían Implementar En Las Fiestas**

Variable	Frecuencia	%
Juegos tradicionales	140	37%
Costumbres y tradiciones	223	58%
Otros	20	5%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Gráfico 24: Actividades Que Se Podrían Implementar En Las Fiestas**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Análisis

De las 384 encuestas aplicadas a la población de la Ciudad de Loja, el 58% de las personas manifestaron costumbres y traiciones, el 37% manifestó que serían juegos tradicionales y el 5% indicó que otros. De esta manera se ha podido determinar que lo que más le gustaría a las personas que se implemente en las fiestas son las costumbres y tradiciones que se han ido perdiendo cada año.

## 15. ¿Qué medio de transporte utilizo para su traslado a las fiestas religiosas de la ciudad de Loja?

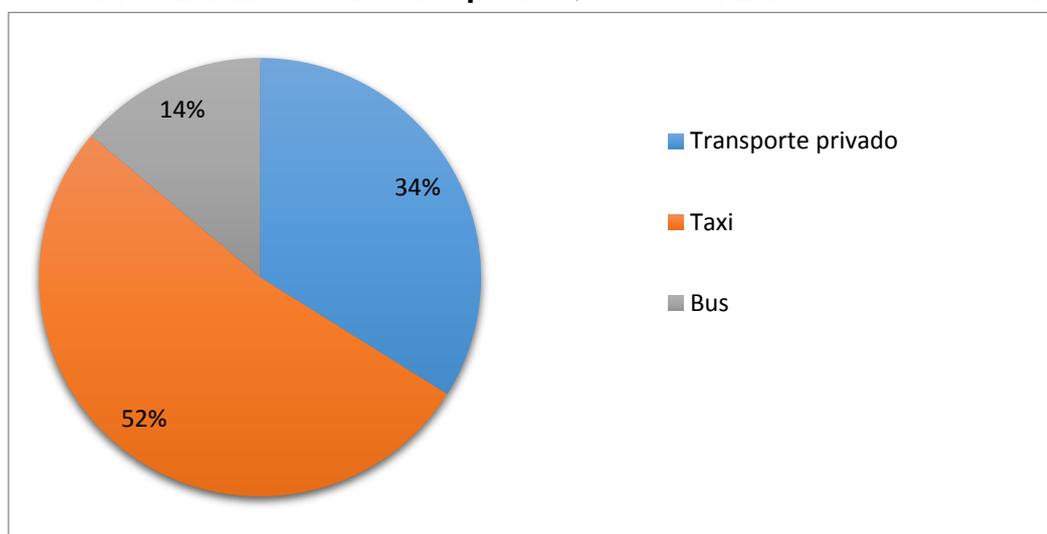
**Cuadro 54: Medios De Transporte Que Se Utilizan Para Su Traslado**

Variable	Frecuencia	%
Transporte privado	130	34%
Taxi	200	52%
Bus	53	14%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Gráfico 25: Medios De Transporte Que Se Utilizan Para Su Traslado**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Análisis

De las 383 encuestas aplicadas a la población de la Ciudad de Loja, el 52% de las personas utiliza taxi, el 34% utiliza transporte privado y el 14% de las personas utiliza Bus. De esta manera se ha podido determinar que la mayoría de las personas con un porcentaje del 52% utiliza el taxi como medio de transporte para su traslado.

## 16. ¿Cómo califica usted la accesibilidad a la hora de ir a las fiestas?

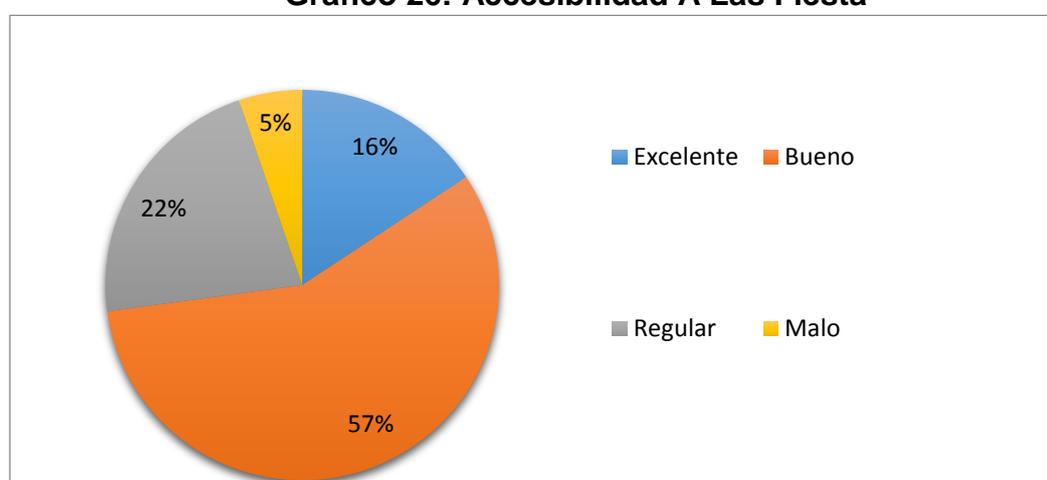
**Cuadro 55: Accesibilidad A Las Fiesta**

Variable	Frecuencia	%
Excelente	60	16%
Bueno	219	57%
Regular	84	22%
Malo	20	5%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Gráfico 26: Accesibilidad A Las Fiesta**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Análisis

De las 383 encuestas aplicadas a la población de la Ciudad de Loja, el 57% de las personas califico como bueno el acceso para ir a las fiestas, el 22% califico como regular el acceso para poder ir a las fiestas, el 165 califico como excelente el acceso para poder ir a las fiestas y solo el 5% de las personas califico como malo el acceso para poder ir a las fiestas. De esta manera se ha podido determinar que la mayoría de las personas califica como buna la accesibilidad a las fiestas con un 57%.

## 17. ¿Considera usted que se le ha dado la importancia a las fiestas?

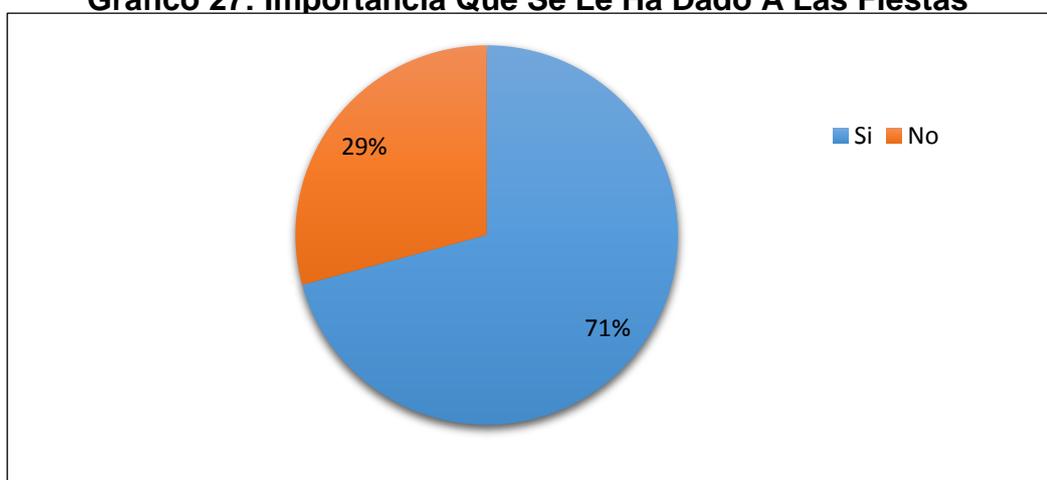
**Cuadro 56: Importancia Que Se Le Ha Dado A Las Fiestas**

Variable	Frecuencia	%
Si	271	71%
No	112	29%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Gráfico 27: Importancia Que Se Le Ha Dado A Las Fiestas**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Análisis

De las 383 encuestas aplicadas a la población de la Ciudad de Loja, el 71% de las personas manifestó que si se le da importancia a las fiestas y el 29% manifestó que ya no se le da la importancia a las fiestas como años anteriores. De esta manera se ha podido determinar que la mayoría de las personas con un 71% manifiesta que si se le da la debida importancia a las fiestas.

## 18. ¿Por qué medio de comunicación se enteró de la existencia de las fiestas religiosas?

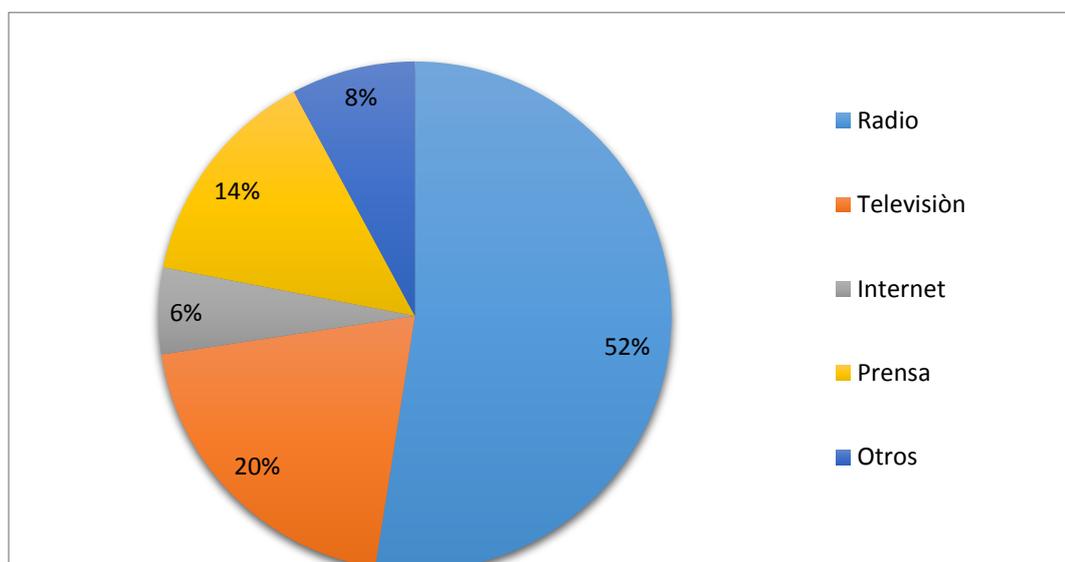
**Cuadro 57: Medios De Comunicación Por Donde Se Enteró De Las Fiestas**

Variable	Frecuencia	%
Radio	201	52%
Televisión	77	20%
Internet	21	5%
Prensa	54	14%
Otros	30	8%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Gráfico 28: Medios De Comunicación Por Donde Se Enteró De Las Fiestas**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Análisis discusión

De las 383 encuestas aplicadas a la población de la Ciudad de Loja, el 52% de las personas indicó que se enteró de las fiestas por radio, el 20% se enteró por televisión, el 14% se enteró por medio de la prensa, el 8% se enteró por otros medios y solo el 6% de las personas se enteró de las fiestas por internet. De esta manera se ha podido determinar que la mayoría de las personas con un 52% se enteró de la celebración de las fiestas por medio de las radios de la ciudad.

## 19 ¿Cómo le gustaría enterarse de las fiestas religiosas?

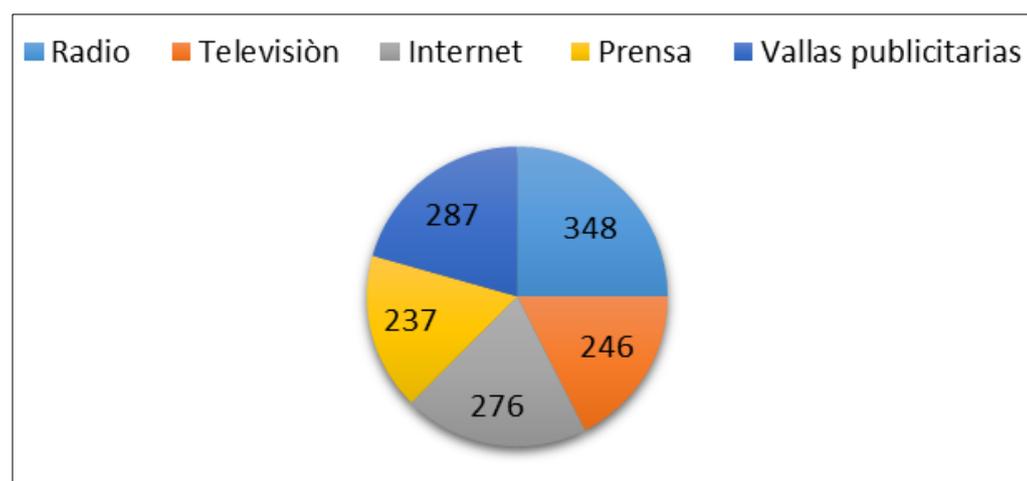
**Cuadro 8: Medios De Comunicación Por Donde Los Cuales Le Gustaría Enterarse De Las Fiestas**

Variable	Frecuencia	%
Vallas Publicitarias	287	75%
Radio	348	91%
Televisión	246	64%
Prensa escrita	237	62%
Internet	276	72%
<b>Total encuestas aplicadas</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Gráfico 29: medios de comunicación por donde los cuales le gustaría enterarse de las fiestas**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Análisis

De las 383 encuestas aplicadas a la población de la Ciudad de Loja, el 91% de las personas le gustaría enterarse de las fiestas por medio de la radio, el 75% por medio de vallas publicitarias, el 72% por medio de internet, el 64% por medio de la televisión y el 62% de las personas por medio la prensa escrita. De esta manera se ha podido determinar que la mayoría de las personas con un 91% le gustaría enterarse de las fiestas por medio de la radio como el medio de comunicación más apropiado.

## 20 ¿Cómo le gustaría que se promocióne las fiestas religiosas de la ciudad de Loja?

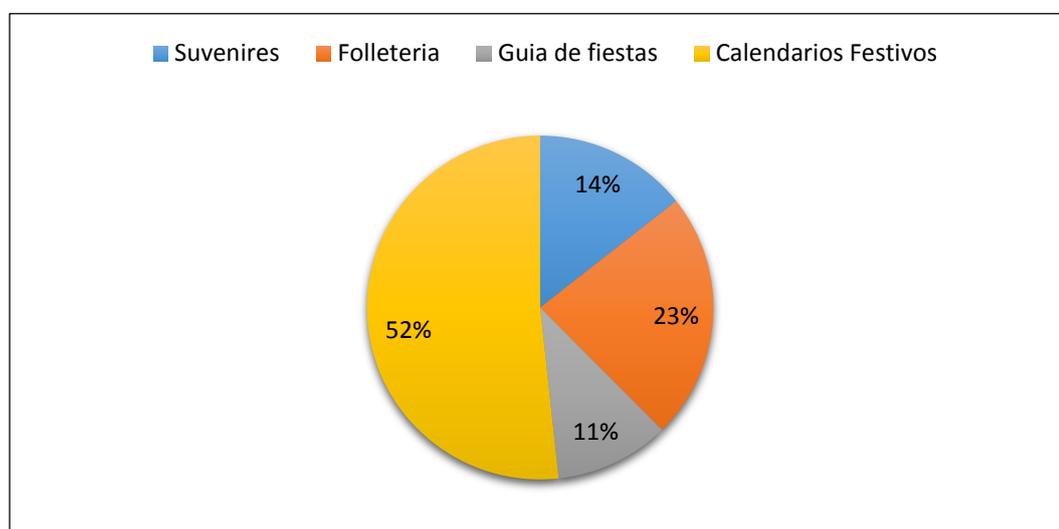
**Cuadro 59: Como Le Gustaría Que Se Promocióne Las Fiestas**

Variable	Frecuencia	%
Suvenires	55	14%
Folletería	89	23%
Guía de fiestas	41	11%
Calendarios Festivos	198	52%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Gráfico 30: Como Le Gustaría Que Se Promocióne Las Fiestas**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Análisis

De las 383 encuestas aplicadas a la Población de La ciudad de Loja, el 52% de las personas manifestó que le gustaría que se promocióne las fiestas por medio de un calendario festivo, el 23% por medio de folletería que promocióne las fiestas, el 14% por medio de suvenires y el 11% por medio de una guía de fiestas. De esta manera se ha podido determinar que el 52% de las personas le gustaría que se promocióne las fiestas por medio de un calendario festivo.

## FODA

La importancia de realizar un análisis interno y externo, se realice un diagnostico posterior. Los resultados de dichos análisis se suelen presentar de forma resumida en lo que se denomina matriz FODA, que no es más que una recopilación de las Debilidades (D), Amenazas (A), Fortalezas (F) y Oportunidades(O). Con el análisis FODA obtenemos una visión global de la situación real de la empresa, permitiendo maximizar y aprovechar nuestras oportunidades y fortalezas, y minimizar o eliminar las amenazas y debilidades de la empresa.

**Cuadro 60: Cuadro N°44 FODA**

FACTORES INTERNOS	
FACTORES EXTERNOS	<p><b>FORTALEZAS (F)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Variedad de fiestas religiosas en todo el año.</li> <li>• Ubicación estratégica de las fiestas religiosas</li> <li>• Disposición por parte de los párrocos para realizar Guianza.</li> <li>• Gran devoción de las personas hacia las fiestas.</li> <li>• Conocimiento de las fiestas más trascendentales por parte de la población.</li> <li>• Las fiestas religiosas cuentan con una buena planta turística en sus alrededores</li> <li>• La accesibilidad para acudir a las fiestas es óptima.</li> </ul>
	<p><b>OPORTUNIDADES (O)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento Turístico</li> <li>• La actividad económica más alta es el comercio</li> <li>• Variedad de flora y fauna</li> <li>• Construcción de espacios públicos para fortalecer la identidad cultural nacional</li> <li>• La ciudad de Loja se caracteriza por ser una ciudad cultural</li> </ul>
	<p><b>DEBILIDADES (D)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inseguridad que se genera en las fiestas</li> <li>• Venta de bebidas alcohólicas en las fiestas.</li> <li>• Limitada difusión de las fiestas religiosas</li> <li>• No hay un presupuesto designado para la realización de las fiestas.</li> <li>• Poca colaboración por parte de las instituciones públicas como privadas</li> <li>• Pérdida de costumbres y tradiciones en los últimos años</li> <li>• Hay poca importancia a las fiestas religiosas</li> </ul>
	<p><b>AMENAZAS (A)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento en tasas de inflación</li> <li>• El turismo religioso es limitado</li> <li>• Problemas sociales (delincuencia)</li> <li>• Contaminación de atractivos turísticos</li> <li>• Deterioros de atractivos turísticos a los alrededores</li> </ul>

Fuente: Observación directa

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## **Matriz de factores externos**

Un análisis externo consiste en detectar y evaluar acontecimientos y la situación actual que sucede en la Ciudad, que están más allá de su control y que podrían beneficiar o perjudicarla significativamente. La razón de hacer un análisis externo es la de detectar oportunidades y amenazas, de manera que se puedan formular estrategias para aprovechar las oportunidades, y estrategias para eludir las amenazas o en todo caso, reducir sus consecuencias

Oportunidades.- Son cualquier circunstancia del ambiente externo que, a pesar de no estar bajo el control directo de la Ciudad, pueden constituirse en una contribución para alguna de sus actividades importantes. Las oportunidades deben ser conocidas para ser aprovechadas estratégicamente.

Amenazas.- Se refiere a los factores externos que los miembros de la empresa sienten que les puede afectar negativamente los cuales pueden ser de tipo político, económico, tecnológico; pueden llegar a tentar incluso contra la permanencia de la organización

Una vez identificados los factores externos relacionados al análisis del entorno se ha procedido a realizar la Matriz de Evaluación de Factores Externos, para lo cual se ha seguido el siguiente proceso:

- Se identifican las oportunidades y amenazas.
- Asignamos una ponderación a cada factor: los valores oscilan entre 0,01 – 0,09, cuyo resultado total es 1 (uno), de estas ponderaciones.
- La clasificación de uno a cuatro para indicar si dicha variable presenta:  
Amenaza Mayor 1  
Amenaza Menor 2  
Oportunidad Menor 3  
Oportunidad Mayor 4
- Multiplicar la ponderación de cada factor por su clasificación para establecer el resultado ponderado para cada variable.

- Sumar los resultados ponderados para cada variable con el fin de determinar el resultado total ponderado para una organización que varían entre 1 y 4. 95, si la sumatoria de los resultados ponderados da un valor mayor a 2,5 hay predominio de las oportunidades sobre las amenazas y no tiene problemas externos, si es menor a 2,5 indica que existe predominio de las amenazas sobre las oportunidades y que si tiene problemas externos; si es igual a 2,5 quiere decir que en la empresa hay estabilidad y equilibrio.

**Cuadro 61: MEFE**

<b>MATRIZ DE FACTORES EXTERNOS</b>			
<b>FACTORES EXTERNOS</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>RESULTADOS</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>			
Crecimiento Turístico	0,060	4	0,24
Ubicación estratégica	0,060	4	0,24
Planta Turística de calidad	0,060	4	0,24
La actividad económica más alta es el comercio	0,060	3	0,18
Proyectos de inversión turística de acuerdo al plan del buen vivir	0,060	3	0,18
Variedad de flora y fauna	0,060	3	0,18
Construcción de espacios públicos para fortalecer la identidad cultural nacional	0,060	4	0,24
La ciudad de Loja se caracteriza por ser una ciudad cultural	0,060	3	0,18
Crecimiento tecnológico, acceso inalámbrico a internet en todas las plazas de la ciudad	0,060	4	0,24
Disponibilidad de Agencias de viajes	0,060	3	0,18
<b>AMENAZAS</b>			
Incremento en tasas de inflación	0,04	2	0,09
No cuenta con una red de desagües óptima para aguas lluvias en época invernal	0,04	2	0,09
La actividad turística es ilimitada	0,04	1	0,04
Problemas sociales (delincuencia)	0,04	2	0,09
Contaminación de atractivos turísticos	0,04	2	0,09
Deterioros de atractivos turísticos a los alrededores	0,04	2	0,09
Vías de acceso limitadas en invierno	0,04	2	0,09
Incremento en la venta de drogas	0,04	2	0,09
La señalética turística de los alrededores es escasa	0,04	1	0,04
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>2,81</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## **Resultados**

Una vez analizado y calificado la matriz de factores externos se obtuvo como resultado 2,78 lo que significa que las oportunidades son superiores a las amenazas, por lo tanto se debe proponer estrategias para aprovechar las oportunidades y evitar las amenazas.

## **Matriz de factores internos**

Una vez identificados los factores internos de la empresa, se procede a realizar la matriz de evaluación de factores internos para lo cual es necesario seguir los siguientes pasos:

- Identificar las Fortalezas y Debilidades de la empresa.
- Asignamos una ponderación a cada factor: los valores oscilan entre 0,01 – 0,09 cuyo resultado es 1 (uno), de estas ponderaciones.
- Hacer una clasificación de uno a cuatro para indicar si dicha variable presenta

Debilidad Mayor 1

Debilidad Menor 2

Fortaleza Menor 3

Fortaleza Mayor 4

- Multiplicar la ponderación de cada factor por su clasificación para establecer el resultado ponderado para cada variable.
- Sumar los resultados ponderados para cada variable con el fin de determinar el resultado total ponderado para una organización que varían entre 1 y 4.

Si la sumatoria de los resultados ponderados da un valor mayor a 2,5 hay predominio de las fortalezas sobre las debilidades no tiene problemas internos, si es menor a 2,5 indica que existe predominio de las debilidades sobre las fortalezas y que si tiene problemas internos; si es igual a 2,5 quiere decir que en la empresa hay estabilidad y equilibrio

**Cuadro 62: MEFI**

<b>MATRIZ DE FACTORES INTERNOS</b>			
<b>FACTORES INTERNOS</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>RESULTADOS</b>
<b>FORTALEZA</b>			
Variedad de fiestas religiosas en todo el año	0,07	4	0,28
Ubicación estratégica de las fiestas religiosas	0,07	4	0,28
Disposición por parte de los párrocos para realizar Guíanzas	0,07	3	0,21
Gran devoción de las personas hacia las fiestas	0,07	4	0,28
Personas de todas las edades tienen el conocimiento de las fiestas	0,07	3	0,21
La mayoría de personas acude a las fiestas religiosas en familia	0,07	4	0,28
Las personas hacen uso de múltiples servicios	0,07	3	0,21
Las fiestas religiosas cuentan con una buena planta turística en sus alrededores	0,07	4	0,28
Las fiestas cuentan con buena programación artística	0,07	3	0,21
La accesibilidad para acudir a las fiestas es óptima	0,07	4	0,28
<b>DEBILIDADES</b>			
Inseguridad que se genera en las fiestas	0,03		0,00
Venta de bebidas alcohol en las fiestas	0,03	1	0,03
Falta de señalética turística	0,03	1	0,03
Falta de capacitación a los guías turísticos	0,03	1	0,03
Limitada difusión de las fiestas religiosas	0,03	2	0,06
No hay un presupuesto designado para la realización de las fiestas	0,03	2	0,06
Poca colaboración por parte de las instituciones públicas como privadas	0,03	2	0,06
Falta de baterías sanitarias para el uso público en la zona	0,03	2	0,06
Perdida de costumbres y tradiciones en los últimos años	0,03	1	0,03
Hay poca importancia a las fiestas religiosas	0,03	1	0,03
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>2,91</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Resultados

Una vez evaluada y analizado la matriz MEFI. Obteniendo el resultado de 2,91 las Fortalezas están sobre las Debilidades por lo tanto se deben eliminar las debilidades.

## **Matriz de estrategias**

Identifica un conjunto de factores internos y externos relacionados y que inciden en la Ciudad de Loja; de esta forma se podrá definir y diseñar objetivos y estrategias para fortalecer el conocimiento de las fiestas de la Ciudad.

Sirve para ordenar el procesamiento y presentación del medio interno y externo, es de mucha utilidad al momento de identificar estrategias alternativas de cambio. El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual y así, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados

La estrategia FO: surge una combinación de fortalezas con oportunidades; para potenciar las potencialidades.

La estrategia DA: determinada por una combinación de debilidades y amenazas, pone al descubierto una seria advertencia, pues se trata de minimizar tanto debilidades como amenazas y tal vez requiera estrategias de contratación o incluso el cierre de la misma.

La estrategia DO: Intenta minimizar las debilidades y maximizar las oportunidades. Así, una organización con ciertas debilidades en algunas áreas puede desarrollarlas internamente o adquirir esa capacidad necesaria del exterior, lo cual hace posible aprovechar las oportunidades del ambiente externo.

La estrategia FA (riesgos): se basa en las fuerzas de la organización para afrontar las amenazas. Así, una organización puede usar sus fuerzas tecnológicas, financieras, administrativas, etc. Para enfrentar las amenazas de un programa nuevo lanzado por la competencia

**Cuadro 63: Matriz De Estrategias**

<p style="text-align: center;"><b>INTERNO</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Externo</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Variedad de fiestas religiosas en todo el año</li> <li>• Ubicación estratégica de las fiestas religiosas</li> <li>• Disposición por parte de los párrocos para realizar Guianza</li> <li>• Gran devoción de las personas hacia las fiestas</li> <li>• Conocimiento de las fiestas por parte de la población</li> <li>• Las fiestas religiosas cuentan con una buena planta turística en sus alrededores</li> <li>• La accesibilidad para acudir a las fiestas es optima</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Limitada difusión de las fiestas religiosas</li> <li>• No hay un presupuesto designado para la realización de las fiestas</li> <li>• Poca colaboración por parte de las instituciones públicas como privadas</li> <li>• Pérdida de costumbres y tradiciones en los últimos años</li> <li>• Hay poca importancia a las fiestas religiosas</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento Turístico</li> <li>• La actividad económica más alta es el comercio</li> <li>• Variedad de flora y fauna</li> <li>• Construcción de espacios públicos para fortalecer la identidad cultural nacional</li> <li>• La ciudad de Loja se caracteriza por ser una ciudad cultural</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>FO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar un calendario festivo para promocionar las festividades religiosas de la ciudad de Loja.</li> <li>• Realizar recuerdos temáticos de las fiestas religiosas para promocionar las fiestas y generar ingresos al sector.</li> <li>• Realizar cuñas radiales para la difusión de las fiestas religiosas</li> <li>• Realizar trípticos de las festividades para difundir las fiestas que se realizan en la ciudad.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>DO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar un tótem turístico en cada plaza de las iglesia en la cual se colocara una reseña histórica de la iglesia y las festividades religiosas que se realizan en cada una de ellas, con el fin de brindar información a los turistas y peregrinos que visitan las iglesias.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento en tasas de inflación</li> <li>• El turismo religioso es limitado</li> <li>• Problemas sociales (delincuencia)</li> <li>• Contaminación de atractivos turísticos</li> <li>• Deterioros de atractivos turísticos a los alrededores</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>FA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar una marca turística de las fiestas religiosas</li> <li>• Realizar una valla publicitaria con el tema de las fiestas religiosas de la ciudad</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>DA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar capacitación por parte del ITUR a guías para un mejor desarrollo turístico religioso.</li> </ul>

Fuente: Observación directa

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## **6.1. Objetivo N°2**

### **Propuesta**

Proponer un plan de marketing para las fiestas religiosas de la ciudad para posicionarlas como un atractivo turístico a visitar.

### **INTRODUCCIÓN**

Para dar el cumplimiento al Plan de Marketing Turístico de las Fiestas Religiosas de la Ciudad de Loja, se hizo un diagnóstico de la situación actual de la Urbe en el que se procedió a realizar encuestas que estuvieron destinadas a la población de Loja y turistas que visitan la Ciudad, se aplicaron entrevistas que fueron exclusivamente destinadas al párroco de las iglesias más relevantes de la ciudad de Loja, para conocer cuáles eran sus opiniones acerca de realizar un plan de marketing, obteniendo como resultado datos muy significativos para plantear la propuesta.

Además se realizó un análisis FODA a cerca de las Fiestas Religiosas en la Ciudad de Loja, identificando las fortalezas y debilidades, que posee la Urbe y sus fiestas.

De esta manera se pudo obtener la información necesaria para analizar y determinar las estrategias, que se utilizará para llevar a cabo en el desarrollo del Plan de Marketing Turístico para las Fiestas Religiosas, aprovechando el entorno que le rodea para mejorar el desarrollo de las festividades y aportar al progreso del sector.

### **MISIÓN**

Que las fiestas religiosas de la Ciudad de Loja, promuevan el fortalecimiento del Turismo Religioso, con el propósito de contribuir al desarrollo económico y social de la Ciudad, junto con la ayuda de los Organismos Encargados d promover las fiestas.

## **VISIÓN**

Posesionar a la Ciudad de Loja, como un destino turístico religioso a visitar, por su diversidad Cultural que ha alcanzado su mayor esplendor en las Fiestas Religiosas que posee la Ciudad, gracias a sus costumbres, tradiciones y devoción de sus habitantes.

## **VALORES**

Los valores fundamentales que se han tomado para el desarrollo de este proyecto son:

**Humildad:** Para tener la capacidad de restar importancia a los propios logros y virtudes y la de reconocer sus defectos y errores.

**Honestidad:** Para tener el valor de decir la verdad de una manera justa, recta e íntegra.

**Pasión:** Para tener un sentimiento y una admiración muy fuerte por el trabajo que se esté realizando.

**Emprendimiento:** Para poner el esfuerzo y trabajo a la actividad que estamos realizando.

**Creatividad:** Para tener la capacidad de crear nuevas ideas para producir nuevas originalidades.

**Solidaridad:** Para brindar nuestra ayuda a la persona que lo necesita.

## **Objetivos Estratégicos**

Para el presente proyecto de publicidad y promoción, se procedió a realizar los objetivos estratégicos, con la finalidad de alcanzar las metas planificadas para el desarrollo y cumplimiento del presente trabajo.

### **6.1.1. Objetivo estratégico N° 1**

“Realizar un Plan de Publicidad y Promoción, que permita posicionar a las Fiestas Religiosas de la Ciudad de Loja, como un lugar turístico a visitar con la finalidad de aumentar el número de visitantes”

#### **a) Meta**

Realizar un Plan de Publicidad y Promoción, que permita posicionar a las Fiestas Religiosas de la Ciudad de Loja, como un lugar de turístico a visitar.

#### **b) Estrategia**

- Proponer una marca, para la promoción de las Fiestas Religiosas de la Ciudad.
- Escoger la publicidad adecuada para la promoción de las Fiestas usando los materiales, diseños y colores adecuados para llegar a la población.
- Ubicar la publicidad en puntos estratégicos de la ciudad para una buena difusión de las fiestas.
- Elegir los medios de comunicación apropiados para difusión de las fiestas religiosas.

#### **c) Políticas**

- Se desarrollará una campaña publicitaria cada año para promocionar las fiestas.
- La información que se presente para promocionar las fiestas tiene que ser precisa y clara, además de ser información actualizada y sobre las festividades de la Ciudad.

- La elección de los medios de comunicación radiales se realiza de acuerdo a la que tenga más alto nivel de difusión y aceptación del público.

#### **d) Tácticas**

- Entregar trípticos para brindar información de las festividades religiosas que se desarrollan en la Ciudad.
- Contratar espacios en los medios de comunicación (radio), para la difusión de la cuña radial de las fiestas de la ciudad, la misma que será transmitida en horarios de mayor audiencia.
- Elaborar vallas publicitarias que se colocarán en dos partes estratégicas de la ciudad
- Elaborar tótems publicitarios de las fiestas que se colocarán en las iglesias de la ciudad.
- Se realizara la promoción de las fiestas por medio de calendarios, suvenires y camisetas que se ofrecerán a las personas como un recuerdo de las festividades.

#### **e) Responsables**

Sr. Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

#### **f) Tiempo**

- Dada la importancia de realizar un plan de marketing para las Fiestas Religiosas de la Ciudad de Loja su planificación será para un año, con la posibilidad de ampliarlo de acuerdo a la acogía que haya generado en la población mediante la promoción realizada.
- La publicidad que se realizará a través de vallas publicitarias, rotará cada seis meses, en las cuales se cambiara de portada y de ubicación.

- La difusión de la cuña radial en las emisoras de la ciudad, se las realizar de acuerdo al día en que se celebren las fiestas.

#### **g) Recursos**

##### **Recursos Humanos**

Diseñador Grafico

##### **Recursos Materiales**

- Materiales de oficina (hojas, esferos)
- Equipos de computo

##### **Materiales de promoción**

- Calendarios
- Trípticos
- Camisetas
- Vallas
- Tótem
- Gorras
- Llaveros
- Suvenires

##### **Recursos Económicos**

- Costos de publicidad \$8 385,00

#### **h) Resultados Esperados**

- Aumentar el número de visitantes a las fiestas.
- Posicionar las Fiestas Religiosas como un atractivo turístico a visitar
- Dar una mejorar la imagen de la celebración de las fiestas

#### **i) Indicadores**

- Trípticos entregados / Total de trípticos realizados

- Aumento de turistas a las fiestas/ Total de publicidad realizada

**j) Presupuesto.**

**Cuadro 64: Presupuesto De La Publicidad**

CANTIDADES	DETALLE	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Diseños		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Logotipo</li> <li>• Tríptico</li> <li>• Tótem</li> <li>• Valla publicitaria</li> </ul>	\$60,00 \$70,00 \$150,00 \$600,00	\$60,00 \$70,00 \$150,00 \$600,00
1000	Trípticos	\$0,20	\$200,00
2	Publicidad en Radio Súper laser	\$125,00	\$250,00
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una cuña por la mañana</li> <li>• Dos cuñas por la tarde</li> <li>• Una cuña por la noche</li> </ul>		
2	Publicidad en Cocodrilo Radio	\$125,00	\$250,00
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una cuña por la mañana</li> <li>• Dos cuñas por la tarde</li> <li>• Una cuña por la noche</li> </ul>		
2	Valla publicitaria	\$2,000,00	\$4000,00
5	Tótems	\$300,00	\$1500,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$7 080,00</b>

Fuente: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**k) Presupuesto promoción.**

**Cuadro 65: Presupuesto De La Promoción**

CANTIDAD	DETALLE	PRECIO UNITARIO	TOTAL
100	Calendarios	\$5,40	\$540,00
100	Llaveros	\$3,50	\$350,00
50	Camisetas, gorras	\$18,00	\$900
<b>TOTAL</b>			<b>\$1790,00</b>

Fuente: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Marca Turística para las fiestas de la Ciudad de Loja

Se eligió realizar una marca turística para las Fiestas Religiosas De La Ciudad para lograr desarrollar la actividad turística en la ciudad.

### Logotipo.

- El logotipo que tiene las fiestas religiosas de la ciudad de Loja, está representado por una imagen en forma de engranaje con la imagen de una iglesia dentro, la misma que representa el trabajo, la unión, la religión y la cultura, característico de las fiestas.
- Los colores que tiene el logotipo son muy variados, debido a que simbolizan el colorido que tienen las fiestas religiosas de la ciudad y la alegría que transmiten a su gente.

**Gráfico 31: Logotipo**



Fuente: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Slogan

Para el slogan se escogió una breve pero expresiva frase que identifique las fiestas de la ciudad de Loja, se eligió este eslogan debido a que la ciudad es conocida como ciudad cultural, la devoción es por la gran devoción que tienen los devotos hacia los santos y la tradición por las fiestas que han venido celebrándose desde años remotos.

*“Loja, Ciudad de cultura, devoción y tradición”*

## **Publicidad**

### **Calendario Festivo**

Se realizará un calendario festivo para promocionar las festividades religiosas de la ciudad de Loja, para lograr de esta manera difundir las fechas en las que se realizan las celebraciones religiosas con el objetivo de logra una mayor afluencia de personas a las festividades.

### **Descripción**

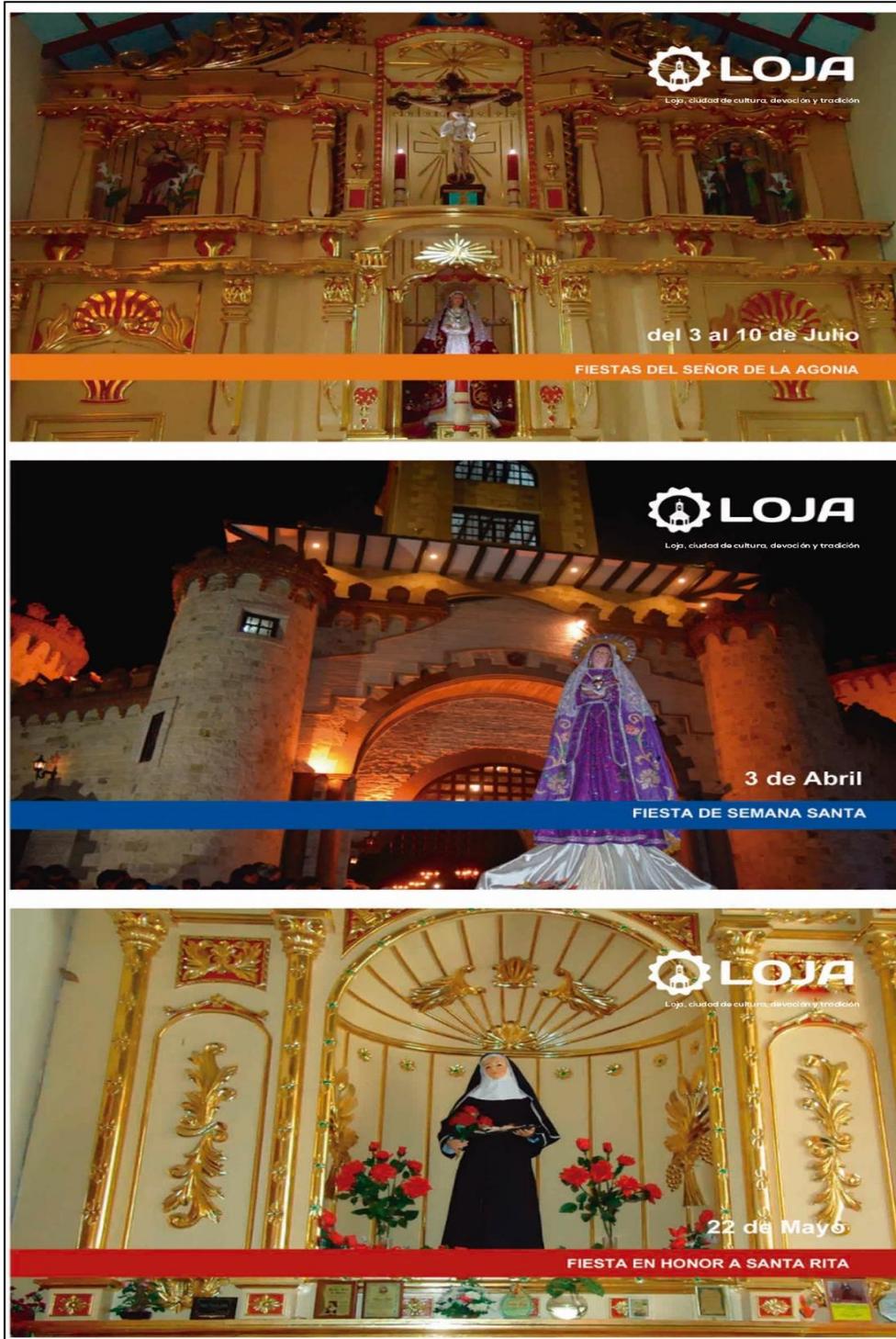
- Los calendarios tienen un diseño innovador ya rompe lo cotidiano, ya que se presentan nuevas ideas.
- El calendario es de tipo escritorio, en el cual se destaca por presentar las Imágenes de las Fiestas en honor a los Santos y junto con ellos una breve reseña histórica de la Imagen.
- Los colores que representa el calendario son colores vivos, los mismos que reflejan lo colorido de las fiestas de la ciudad.

Gráfico 32: portada del calendario festivo



Fuente: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Gráfico 33: Calendario Parte 1



Fuente: Ricardo Jiménez  
Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez

## Gráfico 34: Calendario Parte 2




**ENERO**

D	L	M	M	J	V	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

El sacerdote revisa que la imagen del Señor de la Agrícola en algo particular, después estamos acostumbrados a un Cristo muerto en la cruz, que éste está representado sin ningún dolor provisto su cuerpo.

Resalta que es precisamente el momento de agracia cuando nuestros seres queridos aparecen para poder pedir perdón, reconciliarse, dejar un momento, una palabra de amor, tal cual lo realizó Jesús en la cruz.

La devoción al Señor de la Agrícola se remonta a más de 100 años con una imagen que fue fabricada muchos tiempo atrás. En su inicio la fiesta central se daba en las fincas "Cherribas", fincas enormes que se realizaban en los corrales de la iglesia en la vigilia.

En ese entonces no existía como hoy los castillos ni las vallas locas que los aportan los modernos cuentos que están ubicadas en el parroquia, antes el único aspecto en el momento de la procesion venia de Virgen Purisima; siempre estaban las bandos, y los Bamos eran acompañadas tan solo por bombos y flautas.

El tiempo logró cambiar un poco las tradiciones pero la devoción no ha cambiado siendo ésta la fiesta más grande de la parroquia a la que asisten cientos de personas de toda la finca.




**FEBRERO**

D	L	M	M	J	V	S	
		1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13	
14	15	16	17	18	19	20	
21	22	23	24	25	26	27	
28	29						

La Semana Santa o Semana Mayor es uno de los acontecimientos más importantes del mundo cristiano, cuando se conmemora la muerte y la resurrección de Jesucristo. Inicia el Domingo de Ramos con una original manifestación que representa la entrada triunfal de Jesús a Jerusalén. Los fieles acuden a los lugares llevando palmas, que serán bendecidas en la misa. Es esta la creencia que estos ramos benditos tienen protección a los fieles, de modo que se conservan durante todo el año. Semana Santa. Es una de colectiva y fervor, donde se mezclan elementos del cristianismo con paganismo, cada ciudad se convierte en el centro de atención de nacional e extranjeros.

Una de las actividades más importantes es la procesion tradicional del vía crucis en vivo, donde participan más de diez miles actores portando en suena las estaciones del vía crucis. Comienza desde la plaza del Sol y se acompaña por los principales calles de la ciudad. Acompañado durante en la procesion de los portadores que se dice que viene aquí del Señor de la Agrícola que se lo coloca en el feretro. la imagen de San Juan y la imagen de la Dolorosa. Es una actividad religiosa espiritual, que convoca a todos los fieles de la parroquia y de toda Loja.




**MARZO**

D	L	M	M	J	V	S	
			1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12	
13	14	15	16	17	18	19	
20	21	22	23	24	25	26	
27	28	29	30	31			

Santa Rita (nombre abreviado de Margarita), nació en 1381 en Rocca Parvosa, un ya enca de Cascia Italia. Fue hija única y desde muy joven sintió un amor muy especial hacia el Evangelio y a la marianitas, sintió el deseo de consagrarse a Dios y hacerse religiosa, pero sus padres se negaron y le obligaron a la edad de 16 años a casarse y tuvo dos hijos el 22 de mayo de 1417, a sus 15 años de edad, Santa Rita fallece en medio de una gran convulsión. Se afirma que las campanas del templo parroquial de Cascia tocaron por sí solas. Fue beatificada en 1626 por el Papa Urbano VIII y canonizada por el Papa León XIII el 24 de mayo de 1900.

El 22 del mes de Mayo se celebra la gran fiesta en honor a Santa Rita de Cascia. Es la patrona de los casos imposibles, Santa Rita una de los santos 1200-1400 fue esposa, madre, viuda y después entró al convento. Hace 22 años bajo la imagen de Santa Rita aquí a Ecuador concretamente a Loja, a la Parroquia del Sol por que en el año 1963 llegaron los padres Agustinos a la parroquia y con ellos la imagen de Santa Rita, Don ellos son 22 años de devoción y de amor que convoca cada 22 de mayo a los fieles devotos de toda la ciudad.

Fuente: Ricardo Jiménez  
Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez

157

### Gráfico 35: Calendario Parte 3



Fuente: Ricardo Jiménez

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez

## Gráfico 36: Calendario Parte 4




ABRIL

D	L	M	M	J	V	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

Juan el Bautista, o simplemente el bautista o San Juan, fue un predicador judío, considerado como uno de sus profetas por investigadores cristianos, islámicos y la fe Bahá'í. Considerado también mesías por el Mandaeísmo. Se ha especulado con que Juan el Bautista e incluso Jesús de Nazaret tenían relación con el movimiento judío de los tiempos o incluso pertenecían a la secta "puerto que Juan el Bautista y tal vez también Jesús y su familia fueron circuncidados en su comunidad. En Jan o se celebra la Fiesta en honor al patrono de la Parroquia, San Juan Bautista del Valle. Se celebra con una novena, con una noche de vigilia y la misa del día de fiesta, durante toda la festividad está. En todas las festividades colaboran los devotos, priores, sacerdotes aquellos que coordina todo anticipadamente, con cohetes, artífices... en todo socio-cultural, incluye en la tarde de las festividades hay programas deportivos fiestas maravillosas en las que hace años ya no existe.




MAYO

D	L	M	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

De acuerdo a la tradición oral mexicana 2 y los múltiples documentos históricos encontrados alrededor del mundo en distintos archivos, la Virgen María se apareció en cuatro ocasiones a San Juan Diego Cuatlatlacoahuac en el cerro del Tepeyac, y una quinta ocasión en el pueblo de San María, Toluca en el Estado de México en la cual dio la salutación Juan Bernardino. El 12 de este mes, hay la fiesta en honor a la Virgen de Guadalupe, donde hay novena, ardidos, priores. Después de la novena hay la vigilia con mancha y que la virgen en de Guadalupe.




JUNIO

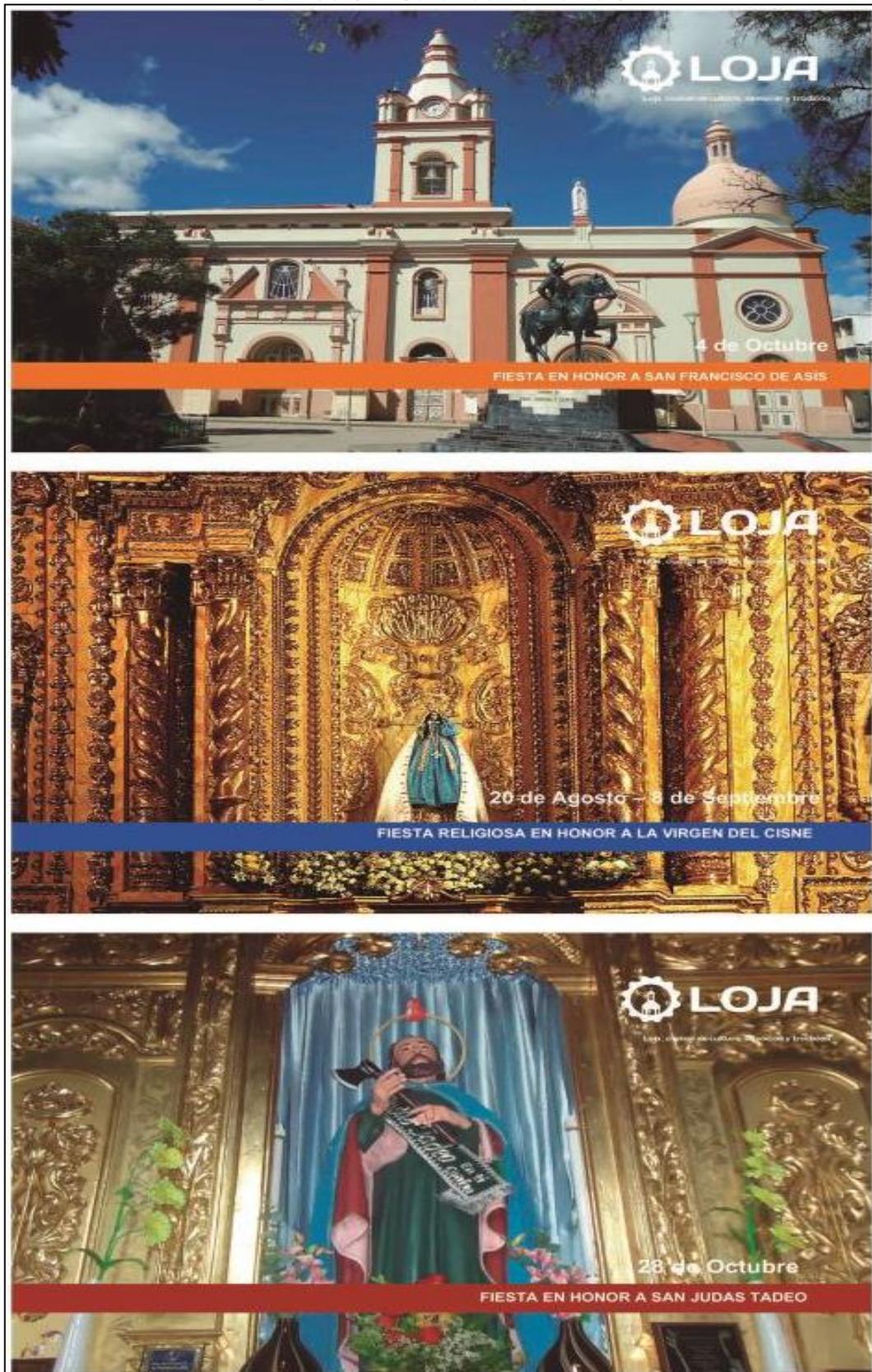
D	L	M	M	J	V	S	
				1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11	
12	13	14	15	16	17	18	
19	20	21	22	23	24	25	
26	27	28	29	30			

Comienza la devoción al Divino Niño en Colombia en el año 1907, primero entre los campesinos y después en la Comunidad Salobrena. Poco a poco, los fieles consiguieron que los devotos agradecidos propusieran la devoción por todos partes. Como parte de la devoción a la infancia de Jesús esta la Novena de los nueve primarios discípulos de más de seis años. Esta Novena refleja los tres grandes aspectos que deben vivirlos que son devotos al Niño Jesús: La comunión, vivida desde el Sacramento de la Eucaristía la celebración de la Eucaristía, con alegría y la solidaridad, el apoyo de todos los sufridos y sus correspondientes alimentos, vestidos o medicinas de la los más necesitados. En el Santuario de San Sebastián cada mes se realiza una misa en honor al Divino Niño. De todas estas manifestaciones religiosas tradicionales del Santuario, también se realizan otras como simonías como los signos eficaces de Salvación que vienen a ser los sacramentos de Salvación: -Bautismo -Cruzamiento -Confirmación -Eucaristía -Peregrinación -Liturgia de los enfermos -Círculo de oración -Madrugada

Fuente: Ricardo Jiménez  
Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez

159

Gráfico 37: Calendario Parte 5



Fuente: Encuesta  
Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Gráfico 38: Calendario Parte 6



**LOJA**  
Ciudad de Cultura, Devoción y Tradición



**JULIO**

D	L	M	M	J	V	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Francisco de Asís fue canonizado el 16 de julio de 1228, un año después de su muerte. Francisco fundó la orden franciscana en 1211 tras tener una audiencia con el Papa en Roma, en la que, sintiendo ineficazmente la conversión de musulmanes al cristianismo, se vio religiosa tan austera y simple, por lo que animaba a sus seguidores a hacerlo de igual manera, su festividad se celebra el 4 de octubre.

En la fiesta de San Francisco se realizan actividades diferentes ya que en este día de fiesta se comparte con los más pobres: brindarles su comida y rogar que la gente coma para entrar a fiesta.

---



**LOJA**  
Ciudad de Cultura, Devoción y Tradición



**AGOSTO**

D	L	M	M	J	V	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

La Virgen María del Cajas recibe su nombre como parte de la tradición que comenzó en Europa con miembros de la denominada "Orden de los Caballeros del Cajas" que elevaban templos en honor a la Virgen María en la cima de las montañas especialmente en Francia, Alemania y España, bajo el cuidado de los padres Franciscanos. Fueron los padres franciscanos quienes acompañaron a Alonso de Mercadillo en la fundación de Loja, por lo que crearon el culto a la Virgen en El Cajas.

La devoción a la Virgen del Cajas fue creciendo gracias a las peregrinaciones que la gente realizaba para ver y besar frente a la imagen de la Virgen, hasta que en 18 mediante decreto de Simón Bolívar se establece la visita de la imagen de la Virgen del Cajas a la ciudad de Loja, cuya legación es el 20 de agosto de cada año permaneciendo en la ciudad hasta el 3 de noviembre.

El mes de Septiembre es un mes de fiesta en la ciudad de Loja donde se dan un gran número de eventos culturales. Estas fiestas son en honor de la Virgen del Cajas. La Virgen de Cajas o "chunara", como se la apoda popularmente, sale el día 17 de Agosto de su santuario y recorre en 3 días los 75 kilómetros que separan el pueblo de El Cajas de la ciudad de Loja donde queda alojada en la catedral. Esta romería agrega entre un millón y medio y dos millones de personas, que hacen el recorrido al lado de la Virgen. Una vez la chunara ha llegado a Loja empieza un segundo día de actos festivos que se dan por el resto del mes de septiembre, aunque desde el día 20 de Agosto ya se respira el aire festivo en la ciudad.

---



**LOJA**  
Ciudad de Cultura, Devoción y Tradición



**SEPTIEMBRE**

D	L	M	M	J	V	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

San Judas Tadeo es uno de los santos más populares, a causa de los numerosos favores que se le atribuyen y que con que a sus devotos que le rezan con fe. San Judas Tadeo es un santo indistintamente relacionado con nuestro Señor por su parentesco con San Joaquín y Santa Ana, padres de la Santísima Virgen. Sobrino nieto de estos dos santos, es a la vez sobrino de María y José, de donde resulta ser primo de nuestro Señor Jesucristo. San Judas es conocido principalmente como autor de la Carta de su nombre en el Nuevo Testamento. Carta probablemente escrita antes de la caída de Jerusalén, por los años 62 al 66. En ella, San Judas denuncia las herejías de aquellos primeros tiempos y pide en guardia a los cristianos contra la herejía de los falsos doctores. Anima a los cristianos a permanecer firmes en la fe. La fiesta de San Judas Tadeo es una de las más importantes de la Iglesia de Santo Domingo en la cual se realiza la novena, noche de vigilia, la misa en honor al santo y terminando con una procesión alrededor de la iglesia, que se va por la calle Bolívar, saliendo por la calle Bolívar, cruzando en la calle Miguel Roldán y bajando por la calle Bernardo Villeda. Esta fiesta atrae a más de 4000 devotos a las fiestas.

Fuente: Ricardo Jiménez  
Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez

Gráfico 39: Calendario Parte 7



Fuente: Ricardo Jiménez  
Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez

## Gráfico 40: Calendario Parte 8




### OCTUBRE

D	L	M	M	J	V	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

San Martín de Porres (Lima). El 3 de diciembre de 1579 - 3 de noviembre de 1639 fue un santo peruano de la orden de los dominicos y el primero de raza india en América. Lo que más se recuerda de San Martín de Porres en la Ciudad de Loja son sus numerosos milagros. Según los testimonios de la época a veces se trataba de curaciones instantáneas, en otras bastaba tan sólo su presencia para que el enfermo convaleciera incluso un sorprendente y firme proceso de recuperación. Muchos lo vieron entrar y salir de recintos estando las puertas cerradas. Todos, grandes señores y nobles sencillos, lo cobraban en respeto al sacramento del santo milagro: "yo ve curar, Dios te sanar" decía San Martín. De momento de Loja, fue visto sin embargo en China y en Japón en tránsito a los misioneros que estaban desanimados. El 9 de noviembre del 1639 falleció en la Ciudad de los Reyes, capital del Virreinato del Perú. Su muerte causó aún más conmoción en la ciudad. El santo de la escuela fue declarado Beato en 1837 por Gregorio XVI y canonizado por el Papa Juan XXIII en 1962.

En esta festividad se realiza la novena, noche de víperas, la misa en honor al santo y terminando con una procesión alrededor de la iglesia de Santo Domingo, que inicia por la calle Rocafuerte, subiendo por la calle Bolívar, cruzando en la calle Miguel R. Oñofre y bajando por la calle Bernardo Valdivia.

Esta festividad atrae a más de 4000 devotos a las fiestas.

---




### NOVIEMBRE

D	L	M	M	J	V	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Sebastián, fue hijo de familia militar y noble, era oriundo de Narbonne, pero se había educado en Milán. Llegó a ser capitán de la primera cohorte de la guardia pretoriana. Fue respetado por todos y apreciado por el emperador, que desconocía su condición de cristiano. Cumplió con la vida plena militar, pero no compartaba con los sacrificios del ejército. Además, como buen cristiano, ejerció su apostolado entre sus compañeros, de tal forma que a los cristianos encarcelados por causa de Cristo, esta situación no podía durar mucho y fue denunciado al emperador Maximino quien lo obligó a manejar entre sus soldados a seguidores de Jesucristo.

El santo sacudió la milicia de Cristo durante el Emperador, lo empujó de nuevo, pero San Sebastián, convertido en soldado de Cristo por la confesión, se mantuvo firme en su fe. Confundido Maximino, lo condenó a morir asado: los soldados del emperador lo llevaron al mercado, lo colocaron en un poste y lo quemaron sobre él una lluvia de saetas, cuando por nuevo. Sin embargo, sus heridas que estaban al alcance de la curación, y al verlo todavía con vida lo llevaron a casa de una madre cristiana romana, llamada Irene, que lo resucitó con sus oraciones y lo curó las heridas hasta que quedó resucitado.

---




### DICIEMBRE

D	L	M	M	J	V	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

La Fiesta de Corpus Christi comenzó a celebrarse en Liège (Bélgica) en 1266, siendo extendida a toda la Iglesia Occidental por el Papa Urbano IV en 1264, se instituyó con motivo del milagro por el cual mientras un sacerdote celebraba la misa en la iglesia de Bolsena (Italia), al romper la hostia consagrada, tanta sangre. La Octava de Corpus Christi, que es una pública demostración de fe y amor a Jesús Sacramentado, se realiza entre los meses de junio o julio, se ejecuta la víperas, la misa de fiesta y la procesión por la plaza de San Sebastián, teniendo como finalidad promover la fe en la presencia real de Jesucristo en la Eucaristía.

Es una pública demostración de fe y amor a Jesús Sacramentado, la misa se realiza entre los meses de junio o julio, se ejecuta la víperas, la misa de fiesta y la procesión por la plaza de San Sebastián.

Fuente: Ricardo Jiménez  
 Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez

## Tríptico

Se decidió realizar trípticos de las festividades para lograr difundir las fiestas religiosas que se realizan en la ciudad de Loja.

El tríptico contará con las festividades religiosas de la ciudad de Loja que se realizan en la ciudad

## Panel Exterior

**Gráfico 41: Tríptico Panel Exterior**



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

Panel Interior.

Gráfico 42: Tríptico Panel Interior

## FIESTAS RELIGIOSAS DE LA CIUDAD DE LOJA

 <p>Fiesta del Divino Niño (20 de Jul)</p>	<p>FIESTAS DE LA IGLESIA SAN JUAN DE EL VALLE</p> <p>Fiesta del Señor de la Agonía (del 3 al 10 de Jul).</p> <p>Fiesta de Semana Santa (3 de Abr)</p> <p>Fiesta de Santa Rita (22 de My)</p> <p>Fiesta de San Juan Bautista (24 de Jun)</p> <p>Fiesta de la Virgen de Guadalupe (12 Dic)</p> <p>FIESTAS DE LA IGLESIA SAN FRANCISCO</p> <p>Fiestas del Divino Niño (20 de Jul)</p> <p>Fiesta de San Francisco (4 de Oct)</p> <p>FIESTAS DE LA IGLESIA LA CATEDRAL</p> <p>Fiesta de la Virgen del Cisne (del 20 al 8 de Set)</p> <p>FIESTAS DE LA IGLESIA SANTO DOMINGO</p> <p>Fiesta de San Judas Tadeo (28 de Oct)</p> <p>Fiesta de San Martín (3 de nov)</p> <p>FIESTAS DE LA IGLESIA SAN SEBASTIÁN</p> <p>fiesta de san Sebastián (de 19 al 20 de En)</p> <p>Fiesta de Corpus Cristi (22 de Jun)</p>	 <p>Fiesta de la Virgen del Cisne (20 al 8 de Set)</p>
 <p>Fiesta del Señor de la Aaonía (20 de Jul)</p>		 <p>Fiesta de Corpus Cristi (22 de Jun)</p>
 <p>Fiesta de Santa Rita (23 de My)</p>		 <p>Fiesta de San Judas Tadeo (28 de Oct)</p>
 <p>Fiesta del Señor de la Aaonía (20 de Jul)</p>		 <p>Fiesta de San Sebastian (20 de Jul)</p>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

Para promocionar las Festividades Religiosas de la ciudad de Loja se realizaron algunos productos como son:

### **Camisetas y gorras**

Las cuales contaran con la marca de las festividades en las prendas para promocionar las fiestas.

**Gráfico 43: Publicidad en Camisetas y Gorras**



Fuente: Ricardo Jiménez

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez

### **Llaveros y Souvenir**

Se realizó suvenires sobre las Fiestas Religiosas, con la finalidad de que las personas tengan un recuerdo que puedan atesorar en su memoria, y a la vez que funcione como una manera de promocionar las fiestas y generar fuentes de ingresos

Los recuerdos que se realizaron fueron un llavero y una caja de madera adornada con una hermosa pintura de las iglesias de la ciudad, en su interior se localiza información de las fiestas, además de contar como ador con productos propios de la provincia De Loja

**Gráfico 44: Suvenires**



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## **Ubicación de publicidad**

### **Vallas**

Las vallas Publicitaria estarán dirigidas a las Fiestas Religiosas de la Ciudad, las cuales servirán para promoción y difusión hacia los turistas que visitan la Ciudad, las vallas estarán ubicadas en dos lugares estratégicos de la ciudad.

**Descripción.** La valla publicitaria se la realizar en material de vinilo en dimensiones de 8 x 3 metros con dos reflectores

**Gráfico 13: Valla Publicitaria**



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Tótem

Con el fin de brindar información a los turistas y peregrinos que visitan las iglesias.

## Descripción

El tótem estará elaborado en acero inoxidable el cual se utiliza por su alta condición de conservación e intemperie y contara con cristal serigrafiado.

**Gráfico 47: Tótem Publicitario**



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Medios de Difusión

### Radios

Se eligió los medios radiales ya que por medio de estos se piensa dar la difusión de las fiestas religiosas, para lograr de esta manera llegar a toda la población.

Las Radios que se han elegido son dos que son:

- Radio Súper Láser: su cobertura es en toda la provincia de Loja y parte de la región sur, su frecuencia 104.9 FM

**Gráfico 48: Radio Súper Láser**



Fuente: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

- Kocodrilo Radio: su cobertura es toda la provincia de Loja, su frecuencia 98.1FM.

Estos medios radiales que se indicaron son los que tienen más cobertura y mayor número de oyentes por parte de la población de Loja.

**Gráfico 49: Radio Kocodrilo**



Fuente: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Formato de Cuña Radial N°1

Gráfico 50: Cuña Radial N°1

**Loja conocida como la capital cultural del Ecuador,  
te invita a formar parte de sus festividades las cuales  
estarán llenas de sorpresas y actividades culturales.**

**Ven y disfruta las fiestas en familia o con amigos y  
forma parte de la gran devoción que tenemos los  
lojanos y las tradiciones que poseemos**

**No faltes la Ciudad de Loja de espera!!**

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Formato de Cuña Radial N°2

Gráfico 14: Cuña Radial N°2

**Loja celebra sus fiestas religiosas y te invita a  
participar de ellas.**

**Ven con tu familia, amigos y vive los actos culturales  
que se tienen preparados.**

**Por qué Loja es una ciudad llena de cultura devoción  
y tradición.**

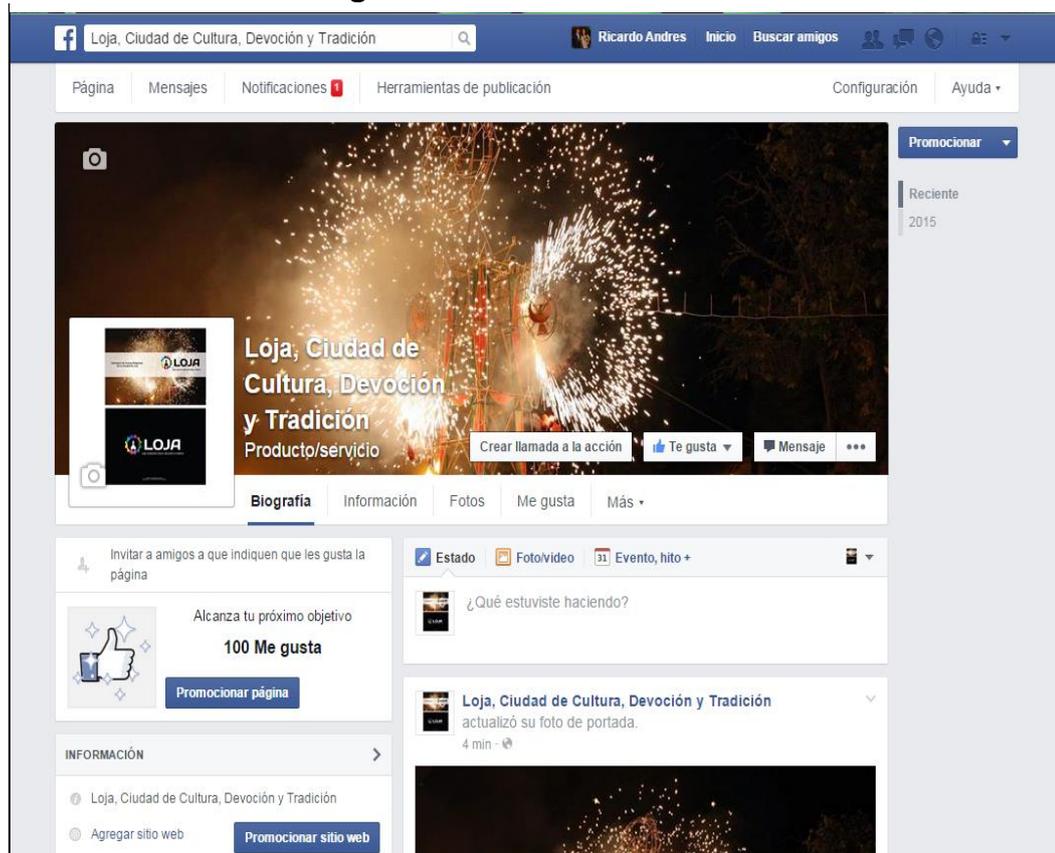
**Te esperamos**

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Red social

Se realizó una página web en Facebook, donde se podrá brindar información de las Festividades Religiosas que se realizan en la Ciudad de Loja y para dar a conocer los acontecimientos culturales que se tengan programados desarrollar en la ciudad.

**Gráfico 52: Pagina de Información en Red Social Facebook**



**Fuente:** Ricardo Jiménez

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez

### **6.1.2. Objetivo Estratégico N°2:**

“Desarrollar un Programa de Capacitación hacia los prestadores de servicios del sector Turístico, con la finalidad de generar un mejor nivel de prestación que beneficiará a la Ciudad para el desarrollo del Turismo”.

#### **1. Meta**

- Desarrollar programas de capacitación para mejorar el desarrollo del turismo en la ciudad.

#### **2. Estrategias**

- Diseñar las capacitaciones de acuerdo a los propósitos establecidos dentro del objetivo.
- La capacitación no estará solo dirigida a los trabajadores de las empresas, sino también a los altos cargos para lograr un mayor compromiso por parte de todos los trabajadores.
- La capacitación estará dirigida para lograr desarrollar conocimientos y potenciar los puntos débiles de los servidores.
- Estimar el tiempo que tendrá la capacitación de acuerdo al desempeño laboral de los participantes.

#### **3. Políticas**

- La institución desarrollará las charlas de capacitación de acuerdo a los tiempos planificado.
- La elección de los temas a tratar en las charlas de capacitación se lo realizará de acuerdo al objetivo planteado para el desarrollo de este taller.
- La información que se dicte para el desarrollo de las charlas estará dictada por personas capacitadas y acreditadas para brindar dichas capacitaciones en los temas planteados.

#### **4. Tácticas**

- Aplicar una metodología interactiva y participativa durante el proceso.
- Optimizar tiempo y recursos de materiales.
- Determinar el número de profesionales capacitadores que actuarán como instructores del proceso de capacitación.

#### **5. Responsable**

- Sr. Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca
- Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP)

#### **6. Tiempo**

- Debido a la importancia que es la realización de un plan de capacitación, su programación está planificada para un año, las charlas de capacitación se dictaran los fines de semana para una mejor facilidad para los participantes.
- Las inscripciones para el taller de capacitación se realizarán con dos meses de antelación para conocer el número de participantes que se tendrá.
- Cada temática que se tratara en el taller tendrá un periodo de duración de un mes para poder cumplir con el calendario planificado.
- La entrega de certificados a los participantes se los entregará en el periodo de dos meses en los cuales se detallará el tema del taller y el número de horas que duró el taller de capacitación.

#### **7. Recursos**

##### Recursos Humanos

- Expositores

##### Recursos Materiales

- Material de oficina
- Equipos de computación

## Recursos económicos

- Costo que tendrá el taller de capacitación

### **8. Resultados esperados**

- Mejorar la prestación de servicios turísticos.
- Mejorar el desarrollo y el crecimiento del turismo en la ciudad.
- Que el plan de capacitación pueda cumplir con su meta planteada.

### **9. Indicadores**

- Total número temáticas / Numero de temáticas dictadas
- Número de horas que tendrá el plan de capacitación / Total de horas dictadas
- Número de participantes / Total número de participantes inscritos

## 10. Estructura del Programa Anual de Capacitación y Formación

### Específica.

**Cuadro 66: Programa De Formación Para Las Buenas Prácticas Del Servicio Turístico**

Curso de Formación	Acción formativa	Objetivo	Periodo de tiempo	Responsable
Conocer al cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quien es el cliente.</li> <li>• Como armar una base de datos.</li> <li>• Clasificación de los clientes: la segmentación.</li> </ul>	Conocer quién es el cliente y como satisfacerlo	(1 mes) Fines de semana 32h	SECAP
Ofrecer servicios de calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Componentes del servicio.</li> <li>• El programa del servicio de calidad.</li> <li>• Calidad en los servicios de calidad</li> </ul>	Ofrecer servicios de calidad.	(1 mes) Fines de semana 32h	SECAP
La comunicación y manejo de quejas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La Comunicación</li> <li>• El plan de contactos</li> <li>• El manejo de quejas</li> </ul>	Lograr una comunicación y manejo de quejas eficiente.	(1 mes) Fines de semana 32h	SECAP
Técnicas de selección y capacitación de personal para atención al público	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consideraciones generales</li> <li>• Herramientas para la contratación y retención del personal.</li> <li>• Diseño de sistemas y puestos de trabajo.</li> <li>• Involucrar a los empleados.</li> <li>• Capacitación y entrenamientos.</li> <li>• Motivación del personal</li> </ul>	Conocer las técnicas de selección y capacitación de personal para la atención al público.	(1 mes) Fines de semana 32h	SECAP
El liderazgo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué es el liderazgo?</li> <li>• Enfoque de liderazgo</li> </ul>	Implementar un sistema de liderazgo	(1 mes) Fines de semana 32h	SECAP
El Trabajo en equipo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Como conformar equipos de trabajo</li> <li>• Clasificación de los equipos de trabajo.</li> <li>• Ventajas de los equipos de trabajo.</li> </ul>	Trabajar en equipo.	(1 mes) Fines de semana 32h	SECAP
La mejora en los procesos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prácticas para desarrollar procesos.</li> <li>• Pasos para diseñar un proceso para conseguir la satisfacción de los clientes</li> <li>• Como controlar los procesos críticos.</li> </ul>	Lograr una mejora en los procesos para atender mejor al cliente.	(1 mes) Fines de semana 32h	SECAP
La promoción de técnicas de negociación y resolución de conflictos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué es la negociación?</li> <li>• El proceso y la metodología de una buena negociación.</li> <li>• Características del buen negociador.</li> </ul>	Aplicar técnicas de negociación y resolución de conflictos del personal.	(1 mes) Fines de semana 32h	SECAP

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## 11. Presupuesto para el desarrollo de capacitación.

**Cuadro 67: Presupuesto del Programa de Capacitación**

Producto	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Tripticos	250	\$1,00	\$250,00
Impresiones	250	\$0,30	\$75,00
Refrigerios	300	\$3,00	\$900,00
Resmas de papel	5	\$30,00	\$150,00
Bolígrafos	250	\$0,25	\$62,50
Block de notas	150	\$1,00	\$150,00
Carpetas	150	\$1,00	\$150,00
Manillas	200	\$0,25	\$50,00
<b>Total</b>			<b>\$3 125,00</b>

Fuente: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## 12. Modelo de certificado



Fuente: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

El certificado tendrá una duración de 250 horas y la entidad que lo certifica es el “SECAP”

## **6.2. Objetivo N°3**

“Socializar la propuesta del plan de marketing con las autoridades del ITUR de la ciudad de Loja.”

### **Informe de la socialización**

Con la finalidad de cumplir el tercer objetivo, se procedió a realizar la socialización de la propuesta de un Plan de Marketing para las Fiestas Religiosas de la Ciudad de Loja, la socialización conto con la participación de los Funcionarios de Turismo y público en general, esta socialización se la realizó en el Municipio de Loja y conto con los siguientes temas:

1. Tema
2. Problema
3. Justificación
4. Objetivos estratégicos
5. Propuesta

Para la socialización de este objetivo se realizaron los procedimientos pertinentes que fueron, la realización de un oficio dirigida al Gerente de Inclusión Económica del Municipio de la Ciudad de Loja, el mismo que fue entregado el día viernes 17 de Julio con la finalidad de que se autorice los recursos necesarios para la socialización de la propuesta el día 21 de Julio del 2015 a las 10h00 en las instalaciones del Municipio

Para el desarrollo de la socialización se lo realizo en tres fases el cual se trata de un proceso de aprendizaje interactivo y rápido, el cual es esencial para intercambiar ideas entre el público y el expositor además permitiéndonos usar las técnicas y herramienta necesarias para obtener información.

Esta técnica de socialización por faces, fue de gran ayuda ya que nos permitió conocer las opiniones y recomendaciones de los Funcionarios de Turismo durante el desarrollo de la socialización.

## Fase 1: Previa

Actividades que se desarrollaron previo al desarrollo de la Socialización

**Cuadro 68: Desarrollo De Actividades Previo A La Socialización**

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES PREVIO A LA SOCIALIZACIÓN</b>	
<b>ACTIVIDAD</b>	<b>DESARROLLO</b>
Realización del oficio para solicitar los recursos necesarios para la socialización	Se entregó el oficio dirigido a • Ing. Ximena Aguirre
Entrega de invitaciones a los Funcionarios de Turismo y Párrocos de las iglesias	Invitaciones dirigidas a • Ing. Ximena Aguirre • Ing. Rocky Armijos • Ing. Renato Reyes • Ing. Jackson Román • Lic. Alexandra Romero • Ing. Silvana Carrión • Padre Eugenio Idrovo • Padre Carlos Jiménez • Padre Segundo Luis Cuenca • Padre Julio Agüero Gonzales
Hoja de registro	La hoja de registro servirá para para verificar los asistentes que estuvieron en la socialización.
Programa	Se realizó un programa para organizar las actividades que se realizaran el día de la socialización

Fuente: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Fase 2: Desarrollo

Para efectuar la Socialización del Proyecto se tuvo que realizar algunas actividades con antelación como fueron:

- Alquilar un infocus para poder realizar las presentaciones en PowerPoint para la Socialización.
- Arreglar y poner en orden la sala de juntas donde se realizó la socialización
- Preparar las presentación de las diapositivas con los temas idóneos para la socialización de la propuesta

- Armar y montar el lugar donde se brindara un Coffee Break para los asistentes a la socialización.
- Socialización del proyecto

Durante la socialización del proyecto, que duró aproximadamente 40 minutos, se pudo explicar todas las actividades que se realizaron para desarrollar el trabajo de la Propuesta de un Plan de Marketing Turístico para las Fiestas Religiosas de la Ciudad de Loja, donde pudimos contar con la presencia de Funcionarios de Turismo y público en general, para lo cual se efectuó la siguiente agenda:

**Cuadro 69: Agenda de Socialización**

AGENDA DE SOCIALIZACIÓN		
<b>Lugar:</b> Ilustre Municipio de Loja (sala de Gerencia de Inclusión Económica y Social)		
<b>Fecha:</b> Martes 21 de Julio del 2015		
HORA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
09h50	Registro de Participantes	Srta. Gabriela Martínez Ortega
10h00	Bienvenida a cargo del Gerente de Inclusión Económica.	Ing. Ximena Aguirre Granda
10h15	Socialización de La Investigación	Sr. Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca
10h55	Discusión de Resultados Conclusiones y Recomendaciones	Ricardo Jiménez
11h00	Agradecimiento y Cierre	Ricardo Jiménez
11h15	Coffee Break	Grupo Organizador

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Cuadro 70: Desarrollo De Actividades Previo A La Socialización**

CRONOGRAMA DE LA SOCIALIZACIÓN DE LA PROPUESTA			
DÍA	ACTIVIDAD	DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD	ASISTENTES
Viernes 17 de Julio del 2015	Entrega de la solicitud e invitaciones para la Socialización	Se procedió a entregar el oficio y las invitaciones a la Ing. Ximena Aguirre, Gerente de Inclusión Económica y Social del GAD Municipal de Loja: y, a los Funcionarios del Departamento de Turismo. También se invitó a los Párrocos de las principales Iglesias de la Ciudad de Loja.	Se convocó a 12 personal, de los cuales asistieron 8
Martes 25 de Julio del 2015	Socialización de la propuesta	Se desarrolló en la sala de Gerencia de Inclusión Económica del Municipio de La ciudad de Loja	A la Socialización del Proyecto asistieron las siguientes Autoridades: Ing. Ximena Aguirre (Gerente de Inclusión Económica) Ing. Rocky Armijos (Promotor Turístico) Ing. Renato Reyes Vásquez (Jefe de Turismo) Ing. Jackson Román Hidalgo (Responsable de Proyectos U.T.) Lic. Alexandra Romero (Promotor Turístico) Ing. Silvana Carrión (Promotor Turístico) Srta. Karla Ojeda (Estudiante de la Carrera de Administración Turista) Srta. Gabriela Martínez Ortega ( Estudiante de la Carrera de Administración Turista)

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### **Fase 3: Conclusiones de la socialización.**

Una vez que se realizó la Socialización de la Propuesta, se pudo conocer cuáles eran las opiniones que tenían las autoridades que asistieron a la socialización, dichas opiniones fueron muy importantes para poder tomarlas en cuenta para el desarrollo del trabajo final del proyecto de tesis.

De esta manera se pudo llegar a la conclusión que la socialización del trabajo fue de interés para los Funcionarios de Turismo del Municipio de Loja ya que supieron manifestar que la propuesta si puede ejecutarse para desarrollar el Turismo Religioso de las festividades.

### **Recomendaciones de la socialización**

La socialización de la propuesta de un Plan de Marketing Turístico para las Fiestas religiosas de la Ciudad de Loja fue interesante, las autoridades del municipio nos supieron manifestar que debe desarrollarse una propuesta valiosa para desarrollar también el Turismo Religioso, en donde se pueda mostrar todas las Virtudes Religiosas que tiene la Ciudad de Loja y sus Iglesias.

## 7. DISCUSIÓN

El marketing turístico es una actividad encargada de guiar la comercialización de los productos o servicios de las empresas y organizaciones que integran el sector turístico, para lo cual se debe estudiar al consumidor turístico sus necesidades y deseos, además de conocer las características de los mercados que rodean a las empresas del sector turístico y las estrategias de marketing a aplicar para aprovechar el diseño, creación y comunicación de los productos y servicios turísticos para satisfacer al turista.

Con la aplicación de los sondeos, entrevistas y la validación de la información que se obtuvo de los principales representantes, la utilización de la matriz FODA, se evidencia que en la ciudad de Loja, la población tiene poco interés por el turismo cultural religioso y de la conservación e identidad de sus costumbres y tradiciones de estos eventos festivos que son las fiestas religiosas.

Con el trabajo de investigación se pudo evidenciar el alto valor turístico que posee la Ciudad de Loja debido a que posee un alto valor cultural vinculado a eventos festivos de carácter religioso, por esta razón se decidió tomar como objeto de estudio la festividades religiosas que se celebran en la Ciudad de Loja las cuales forman parte de un tradición histórica que con el pasar del tiempo y la modernidad del día a día estas celebración han ido disminuyendo.

Con el estudio realizado se pudo verificar que las festividades religiosas no cuentan con la difusión necesaria y es por esta razón que se planteó como solución al problema evidenciado, la creación de un plan de Marketing, para lograr de esta manera difundir las festividades y de esta manera mitigar los problemas y revalorizar las festividades religiosas.

La importancia de desarrollar alternativas que influyan directamente con el rescate de las fiestas religiosas de la ciudad de Loja minimizando los fenómenos negativos y maximizando los beneficios de la actividad turística

en el entorno sociocultural, ambiental, económico y empresarial, con la creación de material publicitario con el fin de promocionar de forma directa las festividades religiosas de la Ciudad de Loja, con el fin de que los asistentes y turistas puedan llevarse una experiencia y un lindo recuerdo de las festividades plasmadas en el desarrollo de las actividades.

En lo referente al ámbito social, la ciudad de Loja serán beneficiarias directas con el trabajo de investigación ya que servirá como un importante aporte y fuente de consulta para quienes tengan interés en promover las festividades en el ámbito económico, en el material audiovisual y la defunción de la cultura de la Ciudad para incentivar a los turistas locales, nacionales y también internacionales a visitar y conocer más sobre la manifestación cultural que posee las fiestas religiosas de la Ciudad de Loja, aumentando económicamente el turismo y mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

## **8. CONCLUSIONES**

Una vez obtenidos los resultados del desarrollo del tema de Tesis: La Propuesta de un Plan de Marketing Turístico para las Fiestas Religiosas de la Ciudad de Loja, fue importante para conocer la importancia que tiene la planificación del desarrollo del plan de marketing para las festividades.

Se concluye que las festividades religiosas de la Ciudad de Loja son muy importantes ya que permiten a que la sociedad se integre, interactúe y participe en el desarrollo de las actividades festivas.

Se concluye que las festividades generan fondos económicos los mismos que se emplean en la realización de obras sociales benéficas y dar el mantenimiento de las iglesias el cual es muy necesario para poder preservar la infraestructura de estas obras arquitectónicas que son parte del patrimonio cultural de la ciudad.

Se conoció el alto valor turístico que posee las festividades gracias a la riqueza cultural que poseen y junto a la investigación que se realizó puede alcanzar una buena promoción y difusión.

La población de la Ciudad de Loja tiene muy adaptadas sus creencias religiosas, su fé latente y sus dogmas hacia las distintas imágenes religiosas, permiten que dichas creencias sean manifestadas a través del desarrollo de las fiestas religiosas en honor a los diferentes santos, permitiendo mantener a lo largo del tiempo su religiosidad, sus costumbres y tradiciones gracias al amor profundo que tienen los fieles a las distintas imágenes religiosas.

Se concluye que con el análisis FODA, los resultados de las encuestas y las entrevistas realizadas, sea necesario el diseño realización de un plan de marketing el cual aporta de manera influyente en la promoción y difusión de las festividades religiosas de la ciudad con la finalidad de posicionarlas como un producto turístico a nivel nacional.

## 9. RECOMENDACIONES

Se Recomienda:

A que la ciudadanía siga cultivando las costumbres y tradiciones, mediante la participación en las actividades, la organización y la ejecución de las festividades religiosas de la Ciudad de Loja.

A las autoridades municipales y ministerios de turismo y cultura que utilicen los resultados de la presente investigación para lograr de esta manera que este trabajo sirva como un instrumento útil para la difusión cultural y la planificación de las fiestas religiosas.

A las personas organizadoras de las festividades para que puedan llevar a cabo una reunión anticipada con la finalidad de ajustar detalles en cuanto a lo que tiene que ver con la programación que se desarrollan en las festividades.

A las autoridades de turismo de la ciudad para que ayuden a efectuar y organizar la promoción y difusión de las fiestas, para lograr de esta manera atraer a más turista a disfrutar de las actividades que se realizan.

Que las autoridades aporten económicamente para costear los gastos para la promoción, difusión y desarrollo de las festividades religiosas de la ciudad de Loja.

Se recomienda a las instituciones gubernamentales como el ITUR, el Ministerio de Turismo y el SECAP el apoyen con planes de capacitación en el sector turístico para mejorar el desarrollo del turismo en la Ciudad de Loja.

## 10. BIBLIORAFIA

- Antonio Serra, *Plan de marketing*, Madrid España, Esic pirámide 2011 ISBN:978-84-368-2474-2
- Arromolinos, Móstoles, España *Técnico en Hotelería y Turismo*. Cultural S.A
- Bernal, Cesar A. *Metodología de la investigación*, tercera edición, Colombia, Pearson Education 2010 ISBN10:978-958-699-128-5
- Carmen Delia Ojeda y Patricia Mármol Sinclair, *Marketing Turístico*, Madrid España Edicion Paraninfo, Copyright primera edición ISBN: 978 – 84 – 9732-878-4
- David Jobber y Jhon Fohy *Fundamentos Del Marketing*, 2007 Foundations of marketing ISBN: 07-710818-X
- Escobar Antonio y Yolanda Gonzales, *Marketing Turistico*, Editorial Síntesis 2011 ISBN: 978-84-9756- 751-0
- Martínez Ruiz, Héctor y Elizabeth Ávila Reyes, *Metodología de la Investigación*, México, Cengage Learning Edidates S.A 2010 ISBN10:607-481.024-9
- Perla Guerrero, Gonzales y Roberto Ramos Mendoza, *Intro5ducción al Turismo*, Patria S.A, México 2011.
- UTPL (Abril, 2014). *Una mirada de Loja* Editorial Universitaria UTPL.: ISBN978-9942-00-543-4.
- UTPL, Ministerio de Turismo Gerencia Regional Frontera Sur, *Guía turística de Loja y su provincia*

- Valarezo, García R. Loja, problemática actual Editorial Universitaria.  
UNL
- <http://www.loja.gob.ec/contenido/ubicacion-geografica>
- <http://www.prefectura.loja.gob.ec/?p=659>
- <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- <http://www.turismo.gob.ec/all-you-need-is-ecuador-es-la-campana-que-estara-en-el-mundo/>
- [http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/10/201\\_Turismo.pdf](http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/10/201_Turismo.pdf)
- <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- <http://www.importancia.org/turismo.php>
- <http://www.turismo.gob.ec/all-you-need-is-ecuador-es-la-campana-que-estara-en-el-mundo/>
- [http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/10/201\\_Turismo.pdf](http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/10/201_Turismo.pdf)
- [http://www.metropolitantouring.com/content.asp?id\\_page=1431](http://www.metropolitantouring.com/content.asp?id_page=1431)
- <http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/2014-ano-clave-para-potenciar-el-turismo.html>
- <http://www.prefectura.loja.gob.ec/?p=633>
- <http://www.ecuale.com/loja/>
- <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/>

# 11. ANEXOS

## **11.1. Anteproyecto**

### **1. TEMA:**

**“PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING TURÍSTICO PARA LAS FIESTAS RELIGIOSAS DE LA CIUDAD DE LOJA”**

## 2. PROBLEMATIZACIÓN.

La Organización Mundial Del Turismo menciona que durante décadas el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una gran diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que más crece en todo el mundo. El turismo tiene una estrecha relación con el desarrollo a nivel mundial ya que siempre está en constante evolución mediante el gran crecimiento de nuevos destinos considerados turísticos, permitiendo convertir al turismo en un factor clave para el crecimiento de un mejor desarrollo socioeconómico.

Para el desarrollo del turismo a gran escala se está utilizando diferentes estrategias orientadas a la publicidad y creatividad como es el marketing turístico, con la finalidad de llegar a mayor número de personas para dar a conocer los atractivos turísticos que posee cada país y de esta manera llegar directamente a los clientes potenciales, para satisfacer sus necesidades, deseos de recreación y placer.

El Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador esta implementado por el Ministerio de Turismo, que proyecta un crecimiento promedio del 10% anual en el ingreso de dólares por el turismo hasta el año 2014. Es un escenario optimista ya que este ingreso podría crecer hasta un 16% por turista. Se prevé que también incrementara su estadía y el gasto promedio que este realiza, que son unos los objetivos de mayor relevancia que maneja el plan de Marketing Turístico del país.

El Ecuador no se ha quedado al margen impulsando el marketing turístico. Una de sus estrategias que lanzó fue la campaña “All You Need is Ecuador” para consolidar al país como un destino de clase mundial, la campaña fue construida para invitar a los turistas internacionales a visitar Ecuador, para que descubran nuevos lugares,

entrar en sincronía con la naturaleza, escapar de la rutina, compartir el tiempo con más personas.

La campaña de “All You Need Is Ecuador” gira en torno al concepto de poseer una gran variedad de ofertas turísticas en sus cuatro regiones como son: Costa, Andes, Amazonia y Galápagos, destacando en cada una de ellas lo que es la cultura, patrimonio, naturaleza, aventura, gastronomía, paisaje entre otros.

Para fomentar el turismo internacional, el ministerio está desarrollando 4 campañas adicionales a “All you need is Ecuador”. Estas buscan incentivar al público a buscar paquetes turísticos para que visiten el país, a través de diversos medios de comunicación como ferias y lugares turísticos estratégicos.

De otro lado el Ministerio de Turismo a nivel nacional están impulsando las campañas “Ecuador Potencia Turística” y “Viaja Primero Ecuador”, ambas buscan incentivar a los ecuatorianos a visitar destinos turísticos dentro del país, para conseguir que los ecuatorianos conozcan el potencial turístico que se posee, antes de salir a conocer atractivos turísticos en el exterior.

La revista gestión en su edición N° 250, nos habla que en el Ecuador se desarrollan diferentes modalidades de turismo, ya que tiene una gran riqueza de atractivos tanto naturales como culturales, es un país mágico donde se pueden encontrar escenarios sorprendentes de naturaleza y de cultura con costumbres muy diversas.

Un factor importante a destacar de Ecuador es que es uno de los países más mega diversos del mundo en relación a su tamaño, es decir es uno de los países que tiene mayor diversidad de fauna y flora por área.

El Ministerio de Turismo informa que la región sur del Ecuador conformada por la coordinación zonal 7 integradas por las provincias de Loja, El Oro y Zamora Chinchipe conforman una sola comunidad socioeconómica, siendo la provincia de Loja el núcleo histórico y cultural de la región.

El libro de guía turística de “Loja y su Provincia” menciona, que Loja está llena de hermosos atractivos con bellezas naturales y culturales acompañados de una gente hospitalaria, estos son unos de los principales factores que se le atribuyen a la provincia en uno de los destinos más interesantes a visitar.

La Provincia de Loja llamada la “Centinela del Sur” por sus bellezas singulares y tradiciones culturales, es uno de los principales atractivos que tiene el país, ya que en cada rincón de su provincia tiene características especiales que la diferencian del resto de las provincias del Ecuador.

Llegar al sur del Ecuador donde se encuentra la Provincia de Loja, nos da la posibilidad de conocer lugares increíbles y llenos de historia como son: el valle sagrado de Vilcabamba, la tierra de los Paltas y milenarios bosques, todos con una belleza natural que los rodea.

Dentro de la provincia, se destaca la ciudad de Loja como destino turístico la cual forma parte del cantón que lleva su mismo nombre.

El libro de guía turística de Loja y su provincia revela que la ciudad es dueña de innumerables atractivos, destacando los culturales ya que se caracterizan por sus artes, tradiciones, costumbres, arquitectura y una gastronomía que es única, además de contar con la hospitalidad que tiene su gente para hacerles pasar un momento muy ameno a los turistas que visitan la ciudad.

La ciudad de Loja se caracteriza mucho por sus manifestaciones culturales, como es el caso de las fiestas religiosas, que se celebran cada año en las iglesias de cada parroquia de la urbe, las mismas que tienen una gran importancia en la cultura de la ciudad.

Es preciso mencionar que mediante la aplicación de un plan de marketing para las fiestas religiosas de la ciudad, puede llegar a generar un factor muy importante para el desarrollo socioeconómico de la ciudad ya que si la promoción está bien dirigida hacia los turistas puede generar grandes beneficios en la localidad.

Lamentablemente según acotaciones por parte de los habitantes de la ciudad, estas fiestas no cuentan con la promoción adecuada para motivar un impacto turístico en la sociedad, generando una pérdida económica en el sector lo cual no permite impulsar el desarrollo del turismo en la localidad, todo por el desconocimiento que se tiene sobre la celebración de las fiestas en la ciudad.

De esta manera se ha podido delimitar el problema:

**“LA FALTA DE UN PLAN DE MARKETING TURÍSTICO PARA POSICIONAR A LAS FIESTAS RELIGIOSAS COMO UN ATRACTIVO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE LOJA”**

### **3. JUSTIFICACIÓN.**

Como futuros profesionales en la carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja, nos permite poner en marcha todos los conocimientos adquiridos en nuestra formación académica universitaria, lo que nos lleva a aplicar toda nuestra instrucción adquirida a favor de la sociedad.

Para lograr aportar al crecimiento de la ciudad, para el presente trabajo se desarrolla un plan de marketing turístico el mismo que tendrá como finalidad contribuir al desarrollo del turismo en la ciudad, permitiendo enriquecer la cultura de nuestra ciudad logrando un mejor crecimiento económico a través de la generación de nuevas fuentes de empleo y una mejor calidad de vida de la población, además este trabajo que se realiza es un requisito importante para obtener el título profesional de Ingeniero en Administración Turística.

Debido al poco conocimiento que se tiene sobre las fiestas religiosas por parte de la ciudadanía en general, el presente proyecto permitirá dar a conocer las festividades que se celebran en la ciudad, y así poder atraer a más turistas los cuales generen nuevas fuentes de ingresos en el desarrollo de empleos y de negocios para la ciudad.

El proyecto de plan de marketing tiene como fin posicionar a las fiestas religiosas como atractivos turísticos de la ciudad, para lograr de esta manera un mejor desarrollo y crecimiento sociocultural dentro de la ciudad de Loja.

## 4. OBJETIVOS

### **Objetivo General**

- ✓ Elaborar un Plan de Marketing para las fiestas religiosas de la ciudad al de Loja, contribuyendo así al desarrollo turístico y socioeconómico del cantón.

### **Objetivos Específicos.**

- ✓ Realizar un Diagnóstico de la situación actual de las fiestas religiosas de la ciudad de Loja.
- ✓ Proponer un plan de marketing para las fiestas religiosas de la ciudad para posicionarlas como un atractivo turístico a visitar.
- ✓ Socializar la propuesta del plan de marketing con las autoridades del ITUR de la ciudad de Loja.

## **5. MARCO TEÓRICO**

### **5.1. MARCO CONCEPTUAL.**

#### **5.1.1. TURISMO**

#### **5.1.2. RECURSOS TURÍSTICOS**

**Clasificación de recursos turísticos**

#### **5.1.3. ATRACTIVO TURÍSTICO**

#### **5.1.4. CLASIFICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS**

#### **5.1.5. DESTINO TURÍSTICO**

#### **5.1.6. OFERTA TURÍSTICA**

**Características de la oferta turística**

**Factores que influyen en la oferta turística**

#### **5.1.7. PRODUCTO TURÍSTICO**

**Componentes del producto**

**Características particulares del producto**

#### **5.1.8. Demanda Turística**

**Características de la demanda**

**Factores económicos de la demanda**

**División o distribución de la demanda turística**

**Tipos de la demanda turística**

#### **5.1.9. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

#### **5.1.10. MARKETING**

**Concepto de Marketing**

#### **5.1.11. MARKETING TURÍSTICO**

**Instrumentos del marketing turístico**

#### **5.1.12. MARKETING MIX**

**Elementos del Marketing**

#### **5.1.13. PLAN DE MARKETING**

**Elementos del Plan de Marketing**

**Finalidades del Plan de Marketing**

**Propósito de un Plan de Marketing**

**Faces del plan de Marketing**

- **Análisis y Diagnóstico de la situación**
- **Análisis Interno**
- **Análisis Externo**
- **Análisis FODA**
- **Segmentación y Fijación de objetivos**
- **Estrategias y tácticas**

#### **5.1.14. PRESENTACIÓN Y PROMOCIÓN**

### **5.2. MARCO REFERENCIAL**

#### **5.2.1. CIUDAD DE LOJA**

#### **5.2.2. DATOS GENERALES**

#### **5.2.3. LIMITES**

#### **5.2.4. DIVISIÓN POLÍTICA**

**Parroquias Urbanas**

**Parroquias Rurales**

#### **5.2.5. ACTIVIDAD ECONÓMICA**

#### **5.2.6. ATRACTIVOS TURÍSTICOS CULTURALES**

#### **5.2.7. FESTIVIDADES**

#### **5.2.8. GASTRONOMÍA**

## **6. METODOLOGÍA**

### **6.1. Métodos**

#### **6.1.1. Método deductivo.**

Este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares, se utilizara el método deductivo en el desarrollo del diagnóstico de las fiestas.

#### **6.1.2. Método Inductivo.**

Este método utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general, se utilizara el método inductivo para obtener información general de las fiestas.

#### **6.1.3. Método Descriptivo.**

El Método descriptivo consiste en desarrollar una caracterización de las situaciones y eventos de cómo se manifiestan, se utilizara el método descriptivo para identificar y describir cada fiesta de la ciudad.

#### **6.1.4. Método histórico.**

Es el procedimiento de investigación y esclarecimiento de los fenómenos culturales que consisten en establecer la semejanza de su origen común, se utilizara el método histórico para obtener información secundaria.

## **6.2. Técnicas.**

### **6.2.1. Encuesta**

Es una de las técnicas que sirve para la recolección de información y es una de las más utilizadas la encuesta se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas, esta técnica se la utilizara para aplicar a las familias de la ciudad de Loja

### **6.2.2. Entrevista**

Técnica orientada a establecer un contacto directo con las personas que se consideran fuente de información. esta técnica se la utilizara para entrevistar a los párrocos de cada parroquia para obtener información de interés.

### **6.2.3. Observación Directa**

Esta técnica cada día cobra mayor credibilidad y su uso tiende a generalizarse, debido a que permite obtener información directa y confiable. esta técnica se la utilizara para conocer si las personas tienen conocimiento de las fiestas.

## **6.3. Muestra**

La muestra es una técnica necesaria que sirve para poder obtener la cantidad exacta de encuestas que se aplicara a la población seleccionada, esta técnica se la utilizara para determinar el número de encuestas a aplicar a las familias de religión católica del cantón Loja.

## CUADRO N° 1

### PROYECCIÓN DE LA CIUDAD DE LOJA

Año	Población	IP	POBLACION DEL PROYECTO
2010	170.280	1.1%	170.612
2011	170.612	1.1%	170.943
2012	170.943	1.1%	171.275
2013	171.275	1.1%	171.606
2014	171.606	1.1%	171.938
2015	171.938	1.1%	172.269

**Fuente:** Instituto Nacional De Estadística y Censo.

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## CUADRO N° 2

### DATOS DE INTERÉS DE LA CIUDAD DE LOJA

Porcentaje de Católicos	80.44%
Número de personas de religión católica	138.573
Número de Integrantes por familia	4 personas
Número de habitantes por familia	34.643

**Fuente:** Instituto Nacional De Estadística Y censo

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez

### 6.3.1. Muestra:

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

n= tamaño de la muestra

z= nivel de confianza (1.96)<sup>2</sup>

p= probabilidad a favor (0.5)

q= probabilidad en contra (0.5)

e= margen de error de estimación (0.005)<sup>2</sup> =0.0025

N= Universo proyectado

### 6.3.2. Calculo de muestra:

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 34.643}{34.643 \times 0.0025 + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

### 6.3.3. Tamaño de muestra

$$n = 383$$

### 6.3.4. Conclusión:

Para el cantón Loja se aplicara 383 encuestas que estarán dirigidas a las familias de la ciudad de Loja.

### 6.4. Metodología por Objetivos.

Para el cumplimiento del primer objetivo "**Realizar un Diagnóstico de la situación actual de las fiestas religiosas de la ciudad de Loja**" Se utilizara el método deductivo, descriptivo e histórico, también se aplicara las técnicas de la entrevista y la encuesta, dirigidas a cada párroco y

familias de la ciudad, además se utilizara la matriz FODA para obtener una fuente de información directa de las fiestas.

Para el cumplimiento del segundo objetivo **“Proponer un plan de marketing para las fiestas de la ciudad para posicionarlas como un atractivo turístico a visitar”** Se aplicara el método inductivo y descriptivo, para identificar describir y difundir todas las festividades religiosas de la ciudad.

Para el cumplimiento del tercer objetivo **“Socializar la propuesta del plan de marketing con las autoridades del ITUR de la ciudad de Loja”** se aplicara la socialización la cual se realizara en tres fases:

Primera: Inicial (previa) convocatoria, orden del día, presentación.

Segunda: (Ejecución) desarrollo, presentación de la temática, con el apoyo del material audiovisual.

Tercero: (Resultados) conclusiones y sugerencias, la comunidad a la que se socialice esté interesada por comunicar la tesis.

## 7. CRONOGRAMA

CUADRO N°3																													
Tiempo	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				Mes 6				Mes 7				
Actividades																													
Proyecto de tesis		X	X	X	X																								
Revisión de literatura					X	X	X	X																					
Realizar un diagnóstico de la situación actual									X	X	X	X																	
Propuesta del Plan de Marketing Turístico										X	X	X	X																
Socializar el plan de marketing															X														
Impresión del documento																X													
Preparación para la audiencia reservada																	X	X	X	X									
Sustentación de la audiencia reservada																					X	X							
Impresión tesis																											X		
Empastado tesis																											X		
Sustentación pública																												X	

**Fuente:** Observación Directa.

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## 8. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO.

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se utilizarán los siguientes recursos que permitirán el desarrollo de las actividades de estudio.

### 8.1. Recursos Humanos

La investigación estará a cargo de, Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca aspirante a la Ingeniería en Administración Turística.

### 8.2. Recursos Materiales y Técnicos

<b>CUADRO N° 4</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Insumos</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
500	Copias	\$0.5	\$25.00
300	Impresiones b/n	\$0.10	\$30.00
200	Impresiones c/r	\$0.20	\$40.00
2	USB	\$15.00	\$30.00
2	Cuaderno	\$2.50	\$5.00
4	Empastados	\$20.00	\$80.00
5	Anillados de copias	\$1.50	\$7.50
1	Computadora	\$1.800.00	\$1 800.00
1	Cámara	\$200.00	\$200.00
1	Celular	\$600.00	\$600.00
-	Gastos de Internet	-	\$70.00
-	Gastos de Transporte	-	\$70.00
-	Gastos de Alimentación	-	\$70.00
	Imprevistos		\$100.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$3 127.50</b>
<b>Fuente:</b> Observación Directa.			
<b>Elaboración:</b> Ricardo Andrés Jiménez			

## 9. BIBLIOGRAFÍA.

- Antonio Serra, *Plan de marketing*, Madrid España, Esic pirámide 2011  
ISBN:978-84-368-2474-2
- Arromolinos, Móstoles, España *Técnico en Hotelería y Turismo*. Cultural S.A
- Bernal, Cesar A. *Metodología de la investigación*, tercera edición, Colombia, Pearson Education 2010 ISBN10:978-958-699-128-5
- Carmen Delia Ojeda y Patricia Mármol Sinclair, *Marketing Turístico*, Madrid España Edicion Paraninfo, Copyright primera edición ISBN: 978 – 84 – 9732-878-4
- David Jobber y Jhon Fohy *Fundamentos Del Marketing*, 2007  
Foundations of marketing ISBN: 07-710818-X
- Escobar Antonio y Yolanda Gonzales, *Marketing Turistico*, Editorial Síntesis 2011 ISBN: 978-84-9756- 751-0
- Martínez Ruiz, Héctor y Elizabeth Ávila Reyes, *Metodología de la Investigación*, México, Cengage Learning Edidates S.A 2010  
ISBN10:607-481.024-9
- Perla Guerrero, Gonzales y Roberto Ramos Mendoza, *Intro5ducción al Turismo*, Patria S.A, México 2011.
- UTPL (Abril, 2014). *Una mirada de Loja* Editorial Universitaria UTPL.:  
ISBN978-9942-00-543-4.
- UTPL, Ministerio de Turismo Gerencia Regional Frontera Sur, *Guía turística de Loja y su provincia*

- Valarezo, García R. Loja, problemática actual Editorial Universitaria.  
UNL
- <http://www.loja.gob.ec/contenido/ubicacion-geografica>
- <http://www.prefectura.loja.gob.ec/?p=659>
- <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- <http://www.turismo.gob.ec/all-you-need-is-ecuador-es-la-campana-que-estara-en-el-mundo/>
- [http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/10/201\\_Turismo.pdf](http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/10/201_Turismo.pdf)
- <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- <http://www.importancia.org/turismo.php>
- <http://www.turismo.gob.ec/all-you-need-is-ecuador-es-la-campana-que-estara-en-el-mundo/>
- [http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/10/201\\_Turismo.pdf](http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/10/201_Turismo.pdf)
- [http://www.metropolitantouring.com/content.asp?id\\_page=1431](http://www.metropolitantouring.com/content.asp?id_page=1431)
- <http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/2014-ano-clave-para-potenciar-el-turismo.html>
- <http://www.prefectura.loja.gob.ec/?p=633>
- <http://www.ecuale.com/loja/>
- <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/>

## 11.2. Encuestas

### Encuesta Piloto

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

Como estudiante de la Universidad Nacional de Loja de la carrera de Ingeniería en Administración Turística, pido a usted muy comedidamente se digne responder el presente cuestionario que está dirigido a los turistas y moradores acerca de las fiestas que se desarrollan en la Ciudad de Loja. Esta información será útil para elaborar un plan de marketing, para la difusión de las fiestas.

#### **DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO**

**Nacionalidad:** .....

**Residencia:** .....

**Género:**            Masculino ( )            Femenino ( )

**Edad:** .....

**Nivel de estudios:**        Primaria ( ) Secundaria ( ) superior ( )

**Ocupación:** .....

1. ¿Qué fiestas religiosas conoce de la ciudad de Loja

\_\_\_\_\_

2. ¿Cuáles son las razones por las que acude a las fiestas religiosas de la ciudad?

\_\_\_\_\_

¿Cuáles son las fiestas religiosas, de mayor relevancia para usted?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3. ¿Con quién acude a las fiestas religiosas, que se celebran en la ciudad de Loja?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4. ¿Qué actividades que le llaman más la atención?

---

---

5. ¿Al momento de estar en las fiestas que es lo que más le disgusta?

---

---

6. ¿Qué actividades cree usted que se podrían implementar en las fiestas?

---

---

7. ¿Qué servicios utiliza cuando acude a las fiestas religiosas de la ciudad?

---

---

8. ¿Qué servicios le gustaría recibir al momento de visitar las fiestas?

---

---

9. ¿Cuándo visita las fiestas de la ciudad donde se hospeda?

---

---

10. ¿A qué restaurants va usted cuando visita las fiestas religiosas?

---

---

11. ¿A qué lugares de entretenimiento acude cuando visita la ciudad de Loja, por las fiestas?

---

---

12. ¿Cuál es el gasto promedio que realiza al acudir a las fiestas religiosas de la ciudad de Loja?

---

13. ¿Está usted de acuerdo el lugar donde se celebran las fiestas religiosas, y en el caso de no ser así donde le gustaría que se celebren?

---

---

14. ¿Cómo califica la accesibilidad para acudir a las fiestas religiosas de la ciudad?

---

---

15. ¿Por qué medio de comunicación se enteró de la celebración de las fiestas religiosas?

---

---

16. ¿Cuáles son los medios de comunicación por los que le gustaría que se difundan las fiestas religiosas de la ciudad de Loja?

Radio ( )

Televisión ( )

Prensa ( )

Otros ( )

Cuales

---

17. ¿Cómo le gustaría que se promocióne las fiestas religiosas de la ciudad de Loja?

---

---

18. ¿Está de acuerdo en cómo se han ido desarrollando las fiestas religiosas en la ciudad de Loja?

---

---

19. ¿Qué sugerencias puede aportar para el mejor desarrollo de las fiestas religiosas de la ciudad de Loja?

---

---

## Encuesta aplicada



### UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

#### ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

#### ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

Como estudiante de la Universidad Nacional de Loja de la carrera de Ingeniería en Administración Turística, pido a usted muy comedidamente se digne responder el presente cuestionario que está dirigido a los turistas y ciudadanos acerca de las fiestas que se desarrollan en la Ciudad de Loja.

Esta información será útil para elaborar un plan de marketing, para la difusión de las fiestas.

#### DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO

**Nacionalidad:** Ecuatoriano ( ) Extranjero ( )

**Residencia:** Loja ( ) Otros ( )

**Género:** Masculino ( ) Femenino ( )

#### Edad

15 – 20 ( ) 21- 25 ( ) 26-30 ( ) 31-35 ( ) 36-40 ( )

41- 4 ( ) 46-50 ( ) 56-60 ( ) 21-21 ( ) 51-55 ( )

+65 ( )

#### Nivel de estudios:

Primaria ( ) Secundaria ( ) Superior ( ) Ninguna ( )

#### Ocupación:

Estudiante ( ) Ama de Casa ( ) Servidor Público ( )

Jubilado ( ) Servidor Privado ( )

## DATOS ESPECÍFICOS

### 1. ¿Qué fiestas de la Ciudad de Loja conoce Usted?

- Fiesta Religiosa en homenaje a la Virgen de El Cisne, Catedral
- Fiestas en honor al Patrono Jurado de Loja, San Sebastián
- Fiesta en honor a San Judas Tadeo, Santo Domingo
- Fiesta en honor al Señor de la Agonía, Parroquia El Valle
- Fiesta Religiosa de Semana Santa, Parroquia El Valle
- Fiesta en honor a Santa Rita, Parroquia El Valle
- Fiesta en honor al Divino Niño, Santo Domingo
- Fiesta en honor a San Francisco, San Francisco
- Fiesta en honor a San Juan, Parroquia el Valle
- Fiesta en honor a San José, Parroquia el Valle
- Fiesta en honor al Divino Niño, San Francisco
- Fiesta en honor a la virgen del Carmen, Parroquia El Valle
- Fiesta de Corpus Christi

### 2. ¿Con quién acude a las fiestas religiosas de la ciudad de Loja?

- Familia
- Amigos
- Pareja

### 3. ¿Qué servicios turísticos utiliza cuando va a las fiestas religiosas de la ciudad de Loja?

- Alimentación
- Hospedaje
- Transporte
- Otros

### 4. ¿Qué servicios le gustaría recibir al momento de visitar las fiestas religiosas de la ciudad de Loja?

- Información
- Servicios higiénicos
- Transporte
- Seguridad

**5. ¿Qué lugar recomendaría para el servicio de alimentación?**

- Restaurants de comida típica
- Restaurants de comida internacional
- Comida rápida

**6. ¿Dónde recomendaría alojarse durante su visita a la ciudad de Loja?**

- Hotel
- Hostal
- Hostería
- Otros:

**7. ¿Qué lugares de entretenimiento visita usted cuando va a las fiestas?**

- Parque
- Bares
- Discoteca
- Centro recreacional

**8. ¿Cómo califica usted los servicios encontrados en la zona?**

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

**9. ¿Al momento de estar en las fiestas que es lo que más le gusta?**

- Artistas
- Programación
- Juegos pirotécnicos
- Danzas tradicionales
- Rodeo

**10. ¿Qué es lo que menos le gusta de las fiestas?**

- Organización
- Puntualidad

Programación

Inseguridad

**11. ¿Cuál fue el gasto promedio que utiliza en las fiestas religiosas de la ciudad de Loja?**

Menos de 10

11 - 30

31 – 50

Más de 60

**12. Está de acuerdo, en el lugar donde se realizan las fiestas**

Si

No

No contestan

**13. Mencione que actividades, se realizan en las fiestas**

Misa

Artistas

Danzas

Procesiones

Bailes

Motocross

**14. ¿Qué actividades se podrían implementar en las fiestas?**

Juegos tradicionales

Costumbres y tradiciones

Otros

**15. ¿Qué medio de transporte utilizó para su traslado a las fiestas religiosas de la ciudad de Loja?**

Transporte privado

Transporte público

Otros.....

**16. ¿Cómo califica usted la accesibilidad a la hora de ir a las fiestas?**

Excelente  Regular   
Bueno  Malo

**17. Considera usted que se le ha dado la importancia necesaria a las fiestas.**

Si   
No   
No contesta

**18. ¿Por qué medio de comunicación se enteró de las existencia de las fiestas?**

Radio   
Televisión   
Internet   
Prensa   
Otros

**19. ¿Cómo le gustaría enterarse de las fiestas?**

Radio  Prensa   
Televisión  Vallas   
Internet

**¿Cómo le gustaría que se promocioe las fiestas de la Ciudad de Loja?**

Suvenires  Vallas publicitarias   
Folleterías  Redes sociales

**20. Le gustaría que se haga un plan de marketing, para difundir las fiestas de la parroquia.**

Si   
No   
No contesta

### 11.3. Entrevista

#### Formato entrevista

#### ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

#### ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

**Entrevista dirigida hacia los párrocos de las principales Iglesias de la Ciudad de Loja**

**Nombre:**

---

**Edad:**

---

**Ciudad de Origen:**

---

**Cargo que ocupa:**

---

¿Cuáles son las fiestas religiosas con una reseña histórica de las más importantes que se celebran en la parroquia? y ¿Qué actividades son la que se desarrollan en la celebración de las fiestas religiosas?

¿Qué actividades son la que se desarrollan en la celebración de las fiestas religiosas?

¿Cuál es la época más alta donde acuden mayor cantidad de personas a las fiestas?

¿Existen organizaciones sociales que brinden ayuda para impulsar la celebración de las fiestas religiosas?

¿Existe un presupuesto designado para el desarrollo de las fiestas?

¿Cree usted que el turismo religioso podría contribuir en el desarrollo de la Parroquia?

¿Qué necesidades cree usted que existe en la Parroquia, que podrían afectar al desarrollo de las fiestas?

¿Cuáles son las fortalezas que tienes las fiestas?

¿Los espacios, en los que se desarrollan las fiestas cuentan con las condiciones necesarias para ser visitadas?

¿Qué tipo de apoyo se podría brindar para el desarrollo de las fiestas?

¿Qué actividades de turismo religioso se podrían desarrollar para fortalecer la economía del lugar?

¿Existe algún proyecto que se esté ejecutando o que se piense ejecutar el cual ayude a mejorar el turismo religioso del sector?

¿Considera usted que se le ha dado la importancia necesaria a las fiestas religiosas que se celebran en la ciudad?

¿Cree usted que la Parroquia cuenta con una planta turística adecuada para atender a los peregrinos que visitan la ciudad?

¿Habido capacitación por parte del ITUR para mejorar la atención de los turistas?

¿Qué actividades se podrían implementar para un mejor desarrollo de las fiestas religiosas?

¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se den a conocer las fiesta?

¿Qué organismos públicos y privados, le apoyan para el desarrollo de las fiestas?

¿Se ha realizado anterior mente planes de Márketing para promocionar las fiestas de la parroquia?

¿Cómo le gustaría que se promocioe las fiestas de la parroquia?

¡ ¡ Gracias Por Su Colaboración!!

## Entrevistas

### ENTREVISTA

**Sr. Walter Eduardo Ramírez Cueva**

#### **PARROCO DE LA PARROQUIA DEL VALLE**

- 1. ¿Cuáles son las fiestas religiosas con una reseña histórica de las más importantes que se celebran en la parroquia? y ¿Qué actividades son la que se desarrollan en la celebración de las fiestas religiosas?**

Las fiestas más representativas van desde el principio del año. Se prepara desde la Semana Santa, una de las actividades más importantes es la procesión tradicional del vía crucis en vivo, donde participan más de doscientos actores poniendo es escena las estaciones del vía crucis. Comienza desde la plazoleta del Valle y va avanzando por las principales calles de la ciudad. Acompañando siempre con la procesión de la las portentosas imágenes que se tiene aquí del señor de la Agonía que se lo coloca en el féretro, la imagen de San Juan y la imagen de la Dolorosa. Es una actividad religiosa espiritual, que convoca a todos los fieles de la parroquia y de todo Loja.

El 22 del mes de Mayo, se celebra la gran fiesta en honor a Santa Rita de Casia. Es la patrona de los casos imposibles, Santa Italiana de los años 1300 -1400 fue esposa, madre, viuda y después entro al convento. Hace 52 años llevo la imagen de Santa Rita aquí a Ecuador, concretamente a Loja, a la Parroquia del Valle porque en el año de 1963 llegaron los padres Agustinos a la parroquia y con ellos la imagen de Santa Rita. Por ello son 52 años de devoción y de amor que convoca cada 22 de mayo a los fieles devotos, de toda la ciudad, también tiene la cooperativa 24 de mayo, devotos de Zamora, Catamayo de la Costa entre otros lugares.

En Junio se celebra la fiesta en honor al patrono de la Parroquia, San Juan Bautista del Valle. Se celebra con una novena, con una noche de víspera y la misa del día de fiesta, durante toda la festividad está.

En todas las festividades colaboran los devotos, sacerdotes, síndicos aquellos que coordinan todo anticipadamente, con cohetes, artistas...es todo socio-cultural, inclusive en la tarde de las festividades hay programas deportivos fiestas maravillosas en las que hace años ya no existe a gran escala el consumo de alcohol en estas fiestas, muy al contrario que en otra comunidades.

Por ello como párroco, se gestiona contingente municipal, para que todas las fiestas estén protegidas, resguardadas.

Mes de Julio el 20, la fiesta del Divino Niño Jesús, son tres días de festividades con actividades que empiezan tres días antes.

El 12 diciembre, hay la fiesta en honor a la Virgen de Guadalupe, donde hay novena, síndicos, sacerdotes. Después de la novena hay la víspera con mariachis ya que la virgen es de Guadalupe.

La novena de Navidad, es la oportunidad para vivir en familia, unión de todas la comunidades a las que se las invita a cada una de las novenas, ya que novena es para integrarnos, para conocer la vida del Santo para interiorizarnos, prepararnos de manera espiritual para que no solo goce el cuerpo, sino también el espíritu.

Esta parroquia lidera a todas las demás Parroquias por las fiestas espirituales, no paganas. Para estar siempre activos espiritualmente, trabajando por nuestro bien espiritual.

## **2. ¿Cuál es la época más alta donde acuden mayor cantidad de personas a las fiestas?**

Una de las que han ido creciendo e incrementando devotos es la Fiesta de Santa Rita. Levantada por todos los devotos y sus donaciones (cohetes, flores, arreglos, telas, mariachis, la banda, artistas... etc.)

La más grande es la del Señor de la Agonía, se distingue por el bazar, el palo encebado pues es la única donde hay el bazar. Todos los fondos que se recaudan son para continuar con las obras que se hacen en la Parroquia, como un centro de atención integral para la familia, con equipo especializado en el campo de la psicología, psicología clínica, rehabilitación

para ayudar a las familias de terapia, ayudando a los problemas de matrimonios, de los jóvenes y niños.

**3. ¿Existen organizaciones sociales que brinden ayuda para impulsar la celebración de las fiestas religiosas?**

Las únicas organizaciones que existen son las que están conformadas por los habitantes del sector, ellos son los que realizan organizaciones para ayudar a impulsar el desarrollo de las fiestas.

**4. ¿Existe un presupuesto designado para el desarrollo de las fiestas?**

Cada fiesta tiene un grupo de priostes que reúnen fondos haciendo rifas, y entre todos ven en que se gasta, en disco móvil, en cohetes, con el aporte de cada uno de ellos para gastos. De allí la gente se va sumando y contribuye. Al final, se hace un informe, de lo que ha sobrado y dan para la obra que está en marcha.

**5. ¿Cree usted que el turismo religioso podría contribuir en el desarrollo de la Parroquia?**

Hay que difundirlo más, por ejemplo cuando se va a Tierra Santa, es porque es un lugar importantísimo, están la basílica de la Anunciación, la de la Aparición en general todo el lugar está rodeado de sitios importantes. Pues es un elemento espiritual, de difusión religiosa, detrás de eso hay historia, cultura hay sabiduría, todo va de la mano.

En el Ecuador, el 83% de la población es católica, y lo que sabemos y preguntamos, es “donde esta tal museo, donde esta Vilcabamba”, son sitios importantes, pero también lo religioso es cultura.

**6. ¿Qué necesidades cree usted que existen en la Parroquia, que podrían afectar al desarrollo de las fiestas**

Mas difusión es lo primordial, pues es una Parroquia grande, donde hay muchas alegrías y tristezas, donde no se avanza sino es trabajando dentro de esta parroquia hay mucha pobreza, tristezas, conflictos de alcoholismo son retos que tiene la iglesia ayudar y apoyarlos

### **7. ¿Cuáles son las fortalezas que tienes las fiestas?**

Un enganche, principalmente es la fe, a través de ella se ve una comunidad unida, una parroquia que celebra su imagen. Donde tal vez haya divisiones políticas, la ideología nos puede dividir. Pero cuando se habla del Señor de la Agonía, de Santa Rita y de los demás santos une la comunidad. La fe compartida nos une.

### **8. ¿Qué tipo de apoyo se podría brindar para el desarrollo de las fiestas?**

No debemos quedar solo en el folclor, en la costumbre, hay que evangelizar.

Cada festividad, es para evangelizar, ejemplo: la proyección de la película de Santa Rita conocer la vida, con la meditación e invitar a la población.

Hay que trabajar muchísimo, al terminar las fiestas, te vayas convertido, que tengas un cambio una conversión.

### **9. ¿Los espacios, en los que se desarrollan las fiestas cuentan con las condiciones necesarias para ser visitadas?**

Si cuenta con los espacios necesarios para que las personas puedan visitar este lugar que es muy tradicional de Loja, lo que sería mejor es que siempre se estén dando mantenimiento por parte de las autoridades para lograr que no se deteriore sus espacios y generar una buena impresión a las personas que nos visitan.

### **10. ¿Qué actividades de turismo religioso se podrían desarrollar para fortalecer la economía del lugar?**

Con el paso del tiempo el Valle está siendo un sector más popular, en la cuarta semana del próximo mes hay la feria agroecológica en la plazuela del Valle, este movimiento reúne a todos los Lojanos. También es conocida, por los platos típicos la gallina cayada, la cecina esto ya atrae a propios y a extraños, se ve que la parroquia va creciendo. La promoción que existe es la evangelización, el museo y debe crecer más pero la situación económica por la que estamos atravesando no es tan fácil

**11. ¿Existe algún proyecto que se esté ejecutando o que se piense ejecutar el cual ayude a mejorar el turismo religioso del sector?**

Desde el municipio, hay un proyecto que se va a poner en marcha. Que toda la vía Salvador Bustamante Celi esta gente que vive en la avenida, salga en un segundo piso hacia afuera, para que se cree portales haciendo de esta vía singular, única , como está la calle Lourdes, será la vía que nos lleva hacia el teatro que está en construcción. La ciudad de Loja, conocida como cuna de los artistas “Loja cultural y musical” es bueno que tenga un avenida con ese tono, contraste.

La población ganaría, pero hay que ver como las personas apoyarían y ver con que financiamiento se sale.

**12. ¿Considera usted que se le ha dado la importancia necesaria a las fiestas religiosas que se celebran en la ciudad?**

Si se le ha dado la importancia necesaria, pues han ido creciendo. Desde hace ocho años que estoy aquí, la fiesta de San José no se celebraba, después con mi presencia. Tampoco la del Divino Niño, tampoco la Imagen de la Virgen de Guadalupe si se han incrementado. Y esto ayuda hacia un fin que es el de ayudar a la obra social que se está ejecutando

**13. ¿Cree usted que la Parroquia cuenta con una planta turística adecuada para atender a los peregrinos que visitan la ciudad?**

Si, el valle cuenta con una gran cantidad de lugares para atender a los peregrinos que visitan la ciudad, como los restaurants de comida típica que existen en este sector de la ciudad los cuales ofrecen platos típicos de la ciudad como son la cecina, el cuy, la gallina cuyada, es por ello que opino que la parroquia si cuenta con una planta turística adecuada.

**14. ¿Habido capacitación por parte del ITUR para mejorar la atención de los turistas?**

No, en este tema no habido ninguna capacitación por parte del ITUR para poder atender a turista.

**15. ¿Qué actividades se podrían implementar para un mejor desarrollo de las fiestas religiosas?**

Se ha visto en otras comunidades que han motivado con la historia, con su pasado. Se ha querido hacer en las fiestas, las famosa y antiguas veladas que en las festividades religiosas ya no se hacen, una velada que debe un sabor para la vida. Tal vez el tema del amor, de la justicia, rectitud, que atreves de lo que se está viviendo en la situación cotidiana, de los conflictos y problemas se dé un mensaje para la vida. Habría que trabajar en las veladas, teatro, drama, ya que antiguamente se hacía así. Aunque ahora hay mucha tecnología y antes no había.

Hoy ya no se vive en comunidad como era antes, sonde habían las tarimas, los personajes que participaban dramatizaban y eso sería interesante volver a vivirlo y que vivan las nuevas generaciones. Motivando a los jóvenes, para que sean partícipes.

**16. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se den a conocer las fiesta?**

En realidad me gustaría que se dé a conocer por todos los medios posibles, para lograr de esta manera poder difundir las fiestas y que estas lleguen a oídos todos los ciudadanos.

**17. ¿Qué organismos públicos y privados, le apoyan para el desarrollo de las fiestas?**

No hay ningún organismo, que nos ayude. Todo es con las limosnas, donaciones, intenciones de los devotos para las obras que se tienen que hacer. Todo está registrado, hay un libro de contabilidad, donde se ingresan los gastos e ingresos.

Todo hay que canalizarlo para el mantenimiento del templo, secretaria, para trabajadores, etc. Siempre hay un gasto, para reponer telas, cuidar las imágenes para servicios básicos.

**18. ¿Se ha realizado anterior mente planes de marketing para promocionar las fiestas de la parroquia?**

No, la verdad es que no se realizado ningún plan de marketing para promocionar la fiestas de la ciudad.

### **19. ¿Cómo le gustaría que se promocione las fiestas de la parroquia?**

La gente ya conoce las fiestas que se celebran. Por ejemplo hay que hacer gestiones en los periódicos, difusión, promoción, los medios dan esa posibilidad para difundir las fiestas. Diario la Hora ha ayudado a promocionar el turismo religioso.

### **ANALISIS**

La parroquia del valle cuenta con un gran número de festividades religiosas, la cual se caracteriza por ser una de las parroquias de la urbe con más cantidad de fiestas religiosas, entre las que se destacan las fiestas de: Semana Santa, fiesta del señor de la Agonía, fiesta de Santa Rita, fiesta de San Juan Bautista y la fiesta de la Virgen de Guadalupe.

En el desarrollo de estas fiestas, concurre una gran cantidad de personas, en donde se realizan actividades comerciales las cuales están destinadas a obtener fondos para construir obras en la en la parroquia.

Los fondos económicos para desarrollar las festividades se los realiza netamente gracias a la colaboración de los moradores y de los priostes, es importante mencionar que estas fiestas no cuentan con la difusión necesaria y es una pena ya que en esta parroquia es un lugar lleno de cultura y tradición pero también con problemas sociales como es la pobreza y el alcoholismo, donde las autoridades deberían de poner un poco más de atención para poder ayudar a mejorar su desarrollo.

## ENTREVISTA

Sr. Eugenio Idrovo

### PÁRROCO DE LA PARROQUIA DE SAN SEBASTIÁN

**1. ¿Cuáles son las fiestas religiosas con una reseña histórica de las más importantes que se celebran en la parroquia? y ¿Qué actividades son la que se desarrollan en la celebración de las fiestas religiosas?**

El 19- 20 de Enero, fiesta en honor al patrono de Loja San Sebastián. En esta fiesta colabora el Municipio, gobernación y algunas instituciones privadas y públicas, en esta fiesta se realiza una novena el día 19 y además la procesión que se realiza en la catedral.

El 19 de marzo Fiesta en honor a San José, patrono universal de la Iglesia, patrono de la Buena Muerte, patrono de la vida anterior.

El 22 de Mayo, fiesta en honor a Santa Rita. Hay una novena preparatoria de los devotos y la misa solemne a las 20:00, hay catillos, vacas locas, procesión.

Junio en honor al Santísimo, la octava de Corpus.

Julio a la Virgen del Carmen, igual hay novena.

Septiembre, son los devotos del Cañar, Azuay tienen fe a San Isidro Labrador y a San Roque.

**2. ¿Qué actividades son la que se desarrollan en la celebración de las fiestas religiosas?**

Fiesta de San Sebastián se realizan las Novenas, con las instituciones. Procesión hasta la Catedral el 19. Vísperas y el 20 sube a la Iglesia de San Sebastián para tener a la fiesta de fiestas. Municipio colabora en todas las vísperas, danzas, banda. Los priostes principales colaboran con ello.

**3. ¿Cuál es la época más alta donde acuden mayor cantidad de personas a las fiestas?**

A la que acuden más personas es la de San Sebastián, Santa Rita y la Misa de Corpus.

**4. Existen organizaciones sociales que brinden ayuda para impulsar la celebración de las fiestas religiosas**

Se les invita a las instituciones educativas para que traigan a los niños en la mañana, donde se les da a conocer la vida de San Sebastián con la fundación Cívica, se hace un concurso de libro leído, con temáticas diferentes, ejemplo el año pasado fue la vida de Padre Julián Llorente y este año fue el tema de la Cascarilla, se hace el concurso el Teatro Alfredo Mora Reyes donde el municipio premia a los niños.

Se hace la noche cultural en las vísperas y lo solemne es la bajada de la Imagen de San Sebastián a la Catedral. Y su regreso el 20 a su iglesia.

**5. Existe un presupuesto designado para el desarrollo de las fiestas**

En la de San Sebastián si colabora el Municipio, en flores, La banda, el acto cultural esta fiesta es la única que cuenta con presupuesto. Las demás fiestas son los priostes.

**6. ¿Cree usted que el turismo religioso podría contribuir en el desarrollo de la Parroquia?**

Si, se deben aprovechar esos espacios por que no se pueden separar lo religioso, con lo cultural, el turismo debe estar en conjunto y puede ayudar. La virgen del cisne, la economía en Loja aumenta. Donde el Municipio hace su parte, la Iglesia y todos salen beneficiados.

**7. ¿Qué necesidades cree usted que existen en la Parroquia, que podrían afectar al desarrollo de las fiestas**

Lo que afecta es que hay varios actos culturales y en ocasiones interrumpen la Liturgia, alguna procesión, hay contaminación acústica.

**8. ¿Cuáles son las fortalezas que tienes las fiestas?**

No se debe dejar morir las fiestas, que se unan más devotos y priostes porque van muriendo. Se ha perdido la fiesta en honor a la Dolorosa, al Señor de la Buena Muerte que cada día se van perdiendo.

**9. ¿Los espacios, en los que se desarrollas las fiestas cuentan con las condiciones necesarias para ser visitadas?**

Si cuentan, porque la iglesia es amplia y a la plaza igual. Porque se desarrollan en un ambiente de amplitud y de acogida.

**10. ¿Qué tipo de apoyo se podría brindar para el desarrollo de las fiestas?**

Se está concienciando no solo a nivel económico, pues la iglesia tiene sus necesidades y mantener la infraestructura es muy costoso. Sería bueno dejar algo para los pobres, para conservar la infraestructura. Los devotos de Santa Rita si colaboran para los pobres.

**11. ¿Qué actividades de turismo religioso se podrían desarrollar para fortalecer la economía del lugar?**

Trabajando en unión con el Ministerio de Turismo, para que den algunas ideas.

**12. ¿Existe algún proyecto que se esté ejecutando o que se piense ejecutar el cual ayude a mejorar el turismo religioso del sector?**

La iglesia, esta arreglada porque estaba, un poco descuidada. Se ha cambiado el sistema de luces, se ha puesto en el retablo el pan de Oro, para que sea más atractivos. Cualquier proyecto, demanda de mucha inversión y el Ministerio de Turismo, tal vez pueda solventarla. Inclusive el Municipio, la fundación han pedido iluminación a la plaza, pero no hay apoyo. Tal vez con el plan de regeneración urbana se mejore.

**13. ¿Considera usted que se le ha dado la importancia necesaria a las fiestas religiosas que se celebran en la ciudad?**

A la fiesta de San Sebastián a la de Corpus Cristi, pero depende del espíritu religioso.

**14. ¿Cree usted que la Parroquia cuenta con una planta turística adecuada para atender a los peregrinos que visitan la ciudad?**

Si hay una buena planta turística

**15. ¿Habido capacitación por parte del ITUR para mejorar la atención de los turistas?**

No, no habido ninguna capacitación por parte del ITUR

**16. ¿Qué actividades se podrían implementar para un mejor desarrollo de las fiestas religiosas?**

Se podrían incluir visitas a los colegios, para motivar a los jóvenes, Municipio colaboro con la traída de las imágenes. La empresa pública y

privadas deben involucrarse de una mejor manera. Para que genere movimiento económico.

**17. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se den a conocer las fiestas?**

Por todos los medios, radio, televisión, prensa escrita redes sociales, todos son buenos.

**18. ¿Qué organismos públicos y privados, le apoyan para el desarrollo de las fiestas?**

En la fiesta de San Sebastián, organizaciones públicas y privadas. Ministerio de Turismo, la Cámara Provincial de Turismo, Cooperativa de crédito Padre Julián Llorente, Zonal de Educación de Loja, el Municipio, el resto de fiestas son los sacerdotes.

**19. ¿Se ha realizado anteriormente planes de Marketing para promocionar las fiestas de la parroquia?**

No se han realizado salvo en la de San Sebastián.

**20. ¿Cómo le gustaría que se promocio las fiestas de la parroquia?**

Pancartas, vallas pero implican costos que la iglesia no puede solventar.

**ANALISIS**

Las fiestas que se desarrollan en esta iglesia son pocas pero muy representativas como es La fiesta en honor al patrono jurado de Loja San Sebastián, donde participan las Instituciones Públicas como Privadas en el desarrollo de las festividades como los principales sacerdotes.

Estas fiestas son tan importantes que se debería aprovechar estos espacios para el desarrollo del turismo ya que es una combinación perfecta entre lo religioso y lo cultural. Un factor que afecta al desarrollo de las festividades religiosas es la realización de actos culturales no religiosos los mismos que en muchas de las ocasiones interrumpen los actos religiosos que se están desarrollando. Un tipo de apoyo que se podría brindar para este sector es el mantenimiento en la Infraestructura de la Iglesia por parte de las autoridades, debido a que no cuentan con un presupuesto y la única ayuda económica que reciben es gracias a las liturgias que pagan los devotos.

**ENTREVISTA**  
**Sr. Carlos Jiménez**  
**PÁRROCO DE LA IGLESIA LA CATEDRAL**

**1. ¿Cuáles son las fiestas religiosas más importantes que se celebran en la parroquia?**

Las fiestas que es la más representativas de esta iglesia es, la fiesta de la virgen del cisne

**2. Una reseña histórica de la más representativas que se celebren en la Parroquia**

Esta fiesta se celebra desde el 20 de agosto y terminan el 31 de octubre, dentro de esta fiesta también se encuentra el clero a la Virgen del Cisne la cual se celebra el 13 de septiembre, las fiestas que se realizan en esta parroquia tienen otro modo de celebrar que es diferente a las fiestas que se celebran en parroquias suburbanas

**3. ¿Qué actividades son la que se desarrollan en la celebración de las fiestas religiosas?**

Las actividades principales son la atención a los peregrinos en lo que es confesiones, la eucaristía, favores eclesiásticos bendiciones de artículos religiosos, publicación de milagros concebidos por la virgen.

**4. ¿Cuál es la época más alta donde acuden mayor cantidad de personas a las fiestas?**

La temporada más alta donde acuden mayor cantidad de personas es del 1 al 15 de septiembre.

**5. ¿Existen organizaciones sociales que brinden ayuda para impulsar la celebración de las fiestas religiosas?**

Si, las autoridades aquí colaboran el municipio, la prefectura, la gobernación, la diócesis la parroquia misma y además los sacerdotes que vienen desde la Provincia del Azuay y otros que son de la ciudad de Loja y además devotos que también colaboran.

**6. ¿Existe un presupuesto designado para el desarrollo de las fiestas?**

El presupuesto que se necesita para el desarrollar las fiestas sale de los donativos que la gente da, con este presupuesto se ayuda a los sacerdotes que van a confesar, celebran la eucaristía, se pagan trabajadores temporales para el mantenimiento de la iglesia.

**7. ¿Cree usted que el turismo religioso podría contribuir en el desarrollo de la Parroquia?**

Si, por supuesto ya que genera más afluencia de personas

**8. ¿Qué necesidades cree usted que existen en la Parroquia, que podrían afectar al desarrollo de las fiestas?**

Seguridad, sobretodo mayor adecuación de lo que es el parque central, las calles Bernardo Baldivieso, 10 de agosto y José Antonio Eguiguren deberían ser peatonizadas para evitar peligros de atropellos y más seguridad por parte de la policía para prevenir robos.

**9. ¿Cuáles son las fortalezas que tienes las fiestas?**

La unidad y la fe de las personas ya que estas fiestas se realizan por fe. Ya que les permite alcanzar cosas por medio de la virgen

**10. ¿Los espacios, en los que se desarrollas las fiestas cuentan con las condiciones necesarias para ser visitadas?**

Si, el lugar donde se celebran las fiestas si cuenta con los espacios necesarios para ser visitados, solo cuando hay quema de castillos se estrecha un poco los espacios.

**11. ¿Qué tipo de apoyo se podría brindar para el desarrollo de las fiestas?**

Cooperación de las empresas públicas y privadas con la iglesia, para el mantenimiento de la catedral ya que para esto se necesita de un rublo muy alto, ya que la iglesia es parte del patrimonio histórico de la ciudad.

**12. ¿Qué actividades de turismo religioso se podrían desarrollar para fortalecer la economía del lugar?**

Esto lo hace más el municipio y la prefectura pero lo que se podrá implementar desde mi punto de vista serian: deportes, carrera de pichirilos

(carros pequeños) los cuales fomentaban la diversión y también llamaban la atención a la gente y estas actividades son las que fomentan la unidad son cosas sencillas pero que te ayudan, también están las procesiones que me gustaría mucho que se vuelvan a dar los permisos para que estas actividades se puedan desarrollar.

**13. ¿Existe algún proyecto que se esté ejecutando o que se piense ejecutar el cual ayude a mejorar el turismo religioso del sector?**

Lo único proyecto que se piensa ejecutar y que puede dar un beneficio es el plan de regeneración urbana.

**14. ¿Considera usted que se le ha dado la importancia necesaria a las fiestas religiosas que se celebran en la ciudad?**

Si, pienso que si se le han dado la importancia necesaria tanto por las autoridades como por la propia iglesia.

**15. ¿Cree usted que la Parroquia cuenta con una planta turística adecuada para atender a los peregrinos que visitan la ciudad?**

Si porque alrededor se puede encontrar con servicios turísticos de calidad.

**16. ¿Habido capacitación por parte del ITUR para mejorar la atención de los turistas?**

Por parte del municipio no, por parte de la iglesia si

**17. ¿Qué actividades se podrían implementar para un mejor desarrollo de las fiestas religiosas?**

Puede implementarse exposiciones de pinturas, esculturas, obras literarias, exposiciones teatrales que manifiesten la realidad idiosincrasia religiosa del pueblo, además mejorar la estructura hotelera y de comidas y otorgar mayor seguridad para los peregrinos que visitan la ciudad.

**18. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se den a conocer las fiesta?**

Bueno por lo general por la radio y la televisión ya que estos medios siempre están constantemente entrevistándonos, también por medio de periódicos ya que estos medios de comunicación colaborar muy bien.

**19. ¿Qué organismos públicos y privados, le apoyan para el desarrollo de las fiestas?**

De los organismos públicos están: el municipio, la prefectura, el ministerio de turismo, los bomberos, la cruz roja, la defensa civil

**20. ¿Se ha realizado anterior mente planes de Márketing para promocionar las fiestas de la parroquia?**

Por parte de la iglesia no, por parte del municipio creo que se ha enviado invitaciones hacia otras provincias.

**21. ¿Cómo le gustaría que se promocione las fiestas de la parroquia?**

Por medio de afiches, por medios de comunicación a nivel de país y recuerdos de la imagen de la virgen del cisne que se le puede dar al turista.

**ANALISIS**

En este Sitio se celebra la fiesta más representativa del Cantón y se trata de la fiesta en honor a la virgen del Cisne, las festividades que se desarrollan en este lugar son diferentes a las festividades que se desarrollan en las parroquias suburbanas.

Para el impulso de estas festividades existe la colaboración por parte del municipio, la prefectura, la gobernación, la diócesis, la parroquia y los sacerdotes que son de la Provincia del Azuay. Esto es fundamental para lograr el crecimiento del turismo religioso ya que de esta manera ayuda al desarrollo socio económico de la localidad, aprovechando el impacto que generan estas festividades se podrían implementar más actividades que manifiesten la realidad religiosa del pueblo Lojano.

## ENTREVISTA

**Sr. Segundo Luis Cuenca Morocho**

**PÁRROCO DE LA IGLESIA SAN FRANCISCO**

### **1. ¿Cuáles son las fiestas religiosas más importantes que se celebran en la parroquia?**

Fiesta de la Virgen de Fátima que se celebra el día 13 de mayo

Fiesta de San Antonio que se celebra en el día 13 de Junio

Fiesta del Divino Niño Jesús que se celebra el día 20 de Julio

Fiesta de San Francisco de Asís que se celebra el 4 de octubre

### **2. Una reseña histórica de la más representativas que se celebren en la Parroquia**

La fiesta de la Virgen de Fátima se da porque un sacerdote tuvo la idea de compartir la gran devoción hacia la Virgen de Fátima, es por ello que la virgen tiene su propia capilla.

La fiesta del Divino Niño Jesús es una fiesta que tiene una gran acogida a nivel de todo el Ecuador y la iglesia de San Francisco fue una de las primeras en traer esta fiesta en la cual se celebra a Jesús en su etapa de niñez.

La fiesta de San Antonio es un santo que es muy importante para la vida del franciscano, fue un hombre que se dedicó a predicar un santo con una capacidad intelectual muy grande, fue un santo que inculco mucho en los jóvenes, algo interesante es que este santo lleva en sus brazos al niño Jesús y es porque cuando él escribía sus obras literarias el niño Jesús se le aparecía, este santo hizo muchos milagros durante toda su vida.

La fiesta de San Francisco, es porque se trata de nuestro patrono y fundador de la orden, toda la infraestructura fue construida en honor a San Francisco, es un santo que no ha pasado de moda.

**3. ¿Qué actividades son la que se desarrollan en la celebración de las fiestas religiosas?**

Lo principal y lo primero es la parte espiritual, las novenas dentro de las novenas se trata de recordar y explicar la vida del santo que se celebra sus acontecimientos y siempre de poner como modelo a seguir, en el caso de las fiestas del San Antonio y San Francisco se trata de compartir con los pobres lo que la misma gente nos da que es alimentación y ropa, todas estas fiestas se culminan con una procesión para poder decir a las personas lo que somos.

**4. ¿Cuál es la época más alta donde acuden mayor cantidad de personas a las fiestas?**

La época más grande donde hay mayor cantidad de personas son todos los días miércoles por la gran devoción al divino niño.

**5. ¿Existen organizaciones sociales que brinden ayuda para impulsar la celebración de las fiestas religiosas?**

Hay grupos apostolados en los cuales se reúnen para tener una formación ya que hay grupos que se han dedicado a formar grupos de San José, grupo de Divino Niño, estos grupos son conformados por devotos.

Otras organizaciones que brindan ayuda son en este caso las autoridades, organizaciones particulares las mismas que colaboran con danzas y otras actividades culturales pero ahora ya casi ninguna institución puede brindar ayuda por las nuevas leyes que se encuentran en ejecución.

**6. ¿Existe un presupuesto designado para el desarrollo de las fiestas?**

No, no existe ningún presupuesto, las fiestas se realizan de lo que la gente nos da y nos brinda, la gente se reúne por grupos para apoyar con cualquier actividad que se realiza.

**7. ¿Cree usted que el turismo religioso podría contribuir en el desarrollo de la Parroquia?**

Totalmente, ya que no solo genera beneficios para la iglesia sino también para sus alrededores, pero creo que nos falta mucho para poder estar a la

altura que otras ciudades como son Quito y Cuenca las cuales son ciudades que están más adelantadas en el turismo religioso.

**8. ¿Qué necesidades cree usted que existen en la Parroquia, que podrían afectar al desarrollo de las fiestas?**

Considero que lo único que nos puede afectar para el desarrollo de las fiestas en los meses de junio y julio es la situación climática, porque a veces se hacen programaciones artísticas y la lluvia no nos permite de una buena manera las actividades.

**9. ¿Cuáles son las fortalezas que tienes las fiestas?**

Las fortalezas que tienen las fiestas es la gran devoción por parte de los devotos, debido a la gran afluencia de personas hacia las fiestas, las cuales por medio de su generosidad permiten que la iglesia tenga recursos para su mantenimiento, ya que todo recurso que sea para Dios tiene que ser lo mejor y todo esto se logra gracias a la gente que colabora con la iglesia

**10. ¿Los espacios, en los que se desarrollas las fiestas cuentan con las condiciones necesarias para ser visitadas?**

Sí, pero si falta más adecuación de estos para poder crecer turísticamente.

**11. ¿Qué tipo de apoyo se podría brindar para el desarrollo de las fiestas?**

Mayor cooperación por parte de las autoridades para desarrollar las fiestas.

**12. ¿Qué actividades de turismo religioso se podrían desarrollar para fortalecer la economía del lugar?**

Se podría implementar recorridos como tienen otras grandes ciudades, desarrollando paquetes turísticos religiosos con servicios de guías para que puedan explicar la historia que tiene la ciudad y el de sus iglesias

**13. ¿Existe algún proyecto que se esté ejecutando o que se piense ejecutar el cual ayude a mejorar el turismo religioso del sector?**

No, no existe ningún proyecto que se esté ejecutando en la actualidad, pero podría implementarse un proyecto para cuidar los bienes que son históricos de la ciudad.

**14. ¿Considera usted que se le ha dado la importancia necesaria a las fiestas religiosas que se celebran en la ciudad?**

Sí, pero considero que hace falta un poco más de promoción y más colaboración por parte de las instituciones.

**15. ¿Cree usted que la Parroquia cuenta con una planta turística adecuada para atender a los peregrinos que visitan la ciudad?**

Considero que sí, ya que la ciudad hoy en día cuenta con una amplia red de servicios para poder atender a los turistas.

**16. ¿Habido capacitación por parte del ITUR para mejorar la atención de los turistas?**

No, ya que en ese tema no hemos tenido una propuesta para mejorar la atención a los turistas.

**17. ¿Qué actividades se podrían implementar para un mejor desarrollo de las fiestas religiosas?**

Se podrían realizar actividades colectivas con las comunidades como danzas, obras de teatro, revivir tradiciones ya que Loja es muy rica en tradiciones.

**18. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se den a conocer las fiesta?**

Por todos los medios de comunicación, radio, televisión, redes sociales son las que más se utilizan, pero lo más factible es por radio ya que todos pueden escucharla.

**19. ¿Qué organismos públicos y privados, le apoyan para el desarrollo de las fiestas?**

Si hemos tenido apoyo por parte de las instituciones gracias a la gran devoción que se tiene.

**20. ¿Se ha realizado anterior mente planes de marketing para promocionar las fiestas de la parroquia?**

Hace unos años si se realizó por medio de la prensa, pero en los últimos años ya no se ha realizado ningún plan para promocionar.

## **21. ¿Cómo le gustaría que se promocióne las fiestas de la parroquia?**

Creo que por los medios de comunicación sería más factible

### **ANALISIS**

Una de las manifestaciones culturales más representativas de esta iglesia es la fiesta honor al Divino Niño Jesús y La fiesta en honor al patrono San Francisco de Asís

Para impulsar el progreso de estas festividades existen grupos de devotos quienes se encargan de brindar su ayuda para lograr desarrollar las fiestas, cabe mencionar que antes existía el apoyo por parte de las instituciones privadas, las mismas que colaboraban con actividades culturales, pero ahora ya casi ninguna institución puede brindar su ayuda debido a las nuevas leyes que se encuentran en ejecución.

En la actualidad no existe ningún presupuesto, las fiestas se realizan gracias a la gente y al grupo de personas que brindan su ayuda para ejecutar las actividades de cada fiesta. Las fortalezas que tienen estas festividades es la gran devoción por parte de los devotos, debido a que gracias a su generosidad permiten que la iglesia tenga recursos para su mantenimiento.

## ENTREVISTA

Sr. Julio Agüero Gonzales

### PÁRROCO DE LA IGLESIA SANTO DOMINGO

**1. ¿Cuáles son las fiestas religiosas más importantes que se celebran en la parroquia?**

Fiesta de San Judas Tadeo que se celebra el 28 de octubre

Fiesta de San Martín de Porras que se celebra el 3 de noviembre

Fiesta de San Vicente Ferrer que se celebra en el 22 de abril

**2. Una reseña histórica de la más representativas que se celebren en la Parroquia**

En las fiestas que son más importantes se realiza la novena en cada una de ellas, las mismas que atraen más de 400 devotos a las fiestas.

**3. ¿Qué actividades son la que se desarrollan en la celebración de las fiestas religiosas?**

Se celebra con una novena, con una noche de víspera y la misa del día de fiesta, durante toda la festividad

En todas las festividades colaboran los devotos, sacerdotes, aquellos que coordinan todo anticipadamente, con cohetes, artistas...es todo socio-cultural

**4. ¿Cuál es la época más alta donde acuden mayor cantidad de personas a las fiestas?**

En el mes de octubre en la fiesta de San Judas Tadeo.

**5. ¿Existen organizaciones sociales que brinden ayuda para impulsar la celebración de las fiestas religiosas?**

La única ayuda que se recibe es por parte de los devotos y por alguna institución privada.

**6. ¿Existe un presupuesto designado para el desarrollo de las fiestas?**

No, no hay ningún presupuesto designado para el desarrollo de las fiestas ya que estas se realizan únicamente por la colaboración de los sacerdotes y devotos.

**7. ¿Cree usted que el turismo religioso podría contribuir en el desarrollo de la Parroquia?**

Claro, porque permitiría mejorar los ingresos económicos de la población.

**8. ¿Qué necesidades cree usted que existen en la Parroquia, que podrían afectar al desarrollo de las fiestas?**

Inseguridad y falta de colaboración por parte de las autoridades

**9. ¿Cuáles son las fortalezas que tienes las fiestas?**

Gran devoción por parte de ciudadanía en general ya que la mayoría acude a las fiestas en familia

**10. ¿Los espacios, en los que se desarrollan las fiestas cuentan con las condiciones necesarias para ser visitadas?**

A mi forma de ver como es el desarrollo de las fiestas la plaza si cuenta con los espacios necesarios para desarrollar las fiestas.

**11. ¿Qué tipo de apoyo se podría brindar para el desarrollo de las fiestas?**

Mayor colaboración por parte de las instituciones públicas.

**12. ¿Qué actividades de turismo religioso se podrían desarrollar para fortalecer la economía del lugar?**

Se podría desarrollar recorridos por las iglesias e implementar tiendas con recuerdos de la ciudad para que los turistas se puedan llevar.

**13. ¿Existe algún proyecto que se esté ejecutando o que se piense ejecutar el cual ayude a mejorar el turismo religioso del sector?**

El único proyecto que se piensa ejecutar es el plan de regeneración urbana que lo desarrollara el municipio.

**14. ¿Considera usted que se le ha dado la importancia necesaria a las fiestas religiosas que se celebran en la ciudad?**

Por parte de los devotos si, ya que estos le dan mucha importancia a la celebración de las fiestas, pero por parte de instituciones públicas no le han dado la importancia necesaria para desarrollar las fiestas.

**15. ¿Cree usted que la Parroquia cuenta con una planta turística adecuada para atender a los peregrinos que visitan la ciudad?**

Por supuesto en mi parecer la ciudad cuenta con una planta turística muy variada para poder atender a cualquier tipo de turista.

**16. ¿Habido capacitación por parte del ITUR para mejorar la atención de los turistas?**

No habido ningún tipo de capacitación por parte del municipio para mejorar el turismo.

**17. ¿Qué actividades se podrían implementar para un mejor desarrollo de las fiestas religiosas?**

Se podría implementar programas culturales como danzas, exposiciones, obras teatrales las cuales generen mayor atención por parte de los devotos.

**18. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se den a conocer las fiestas?**

Por la radio y televisión.

**19. ¿Qué organismos públicos y privados, le apoyan para el desarrollo de las fiestas?**

En la actualidad son pocas las instituciones que brindan ayuda para el desarrollo de las fiestas.

**20. ¿Se ha realizado anterior mente planes de marketing para promocionar las fiestas de la parroquia?**

No habido ningún plan de marketing para promocionar las fiestas.

**21. ¿Cómo le gustaría que se promocione las fiestas de la parroquia?**

Por medios de comunicación como radio y por calendarios festivos.

## **ANALISIS**

La fiesta más representativa que tiene este lugar es la fiesta de San Judas Tadeo y la de San Martín de Porrás, estas son fiestas muy importantes ya que atraen a más de 400 devotos que colaboran, impulsan y se encargan de coordinar anticipadamente todas las festividades, porque no existe ningún presupuesto designado para la realización de las fiestas, la falta de colaboración de parte de las autoridades no ha permitido desarrollar

proyectos para generar un mayor crecimiento en sector cultural y turístico que permitan el fortalecimiento de la economía en el sector.

Sería importante implementar programas culturales que generen mayor atención hacia los devotos logrando de esta manera mejorar el desarrollo de las festividades religiosas

### **Análisis General de las Entrevistas realizadas a los Párrocos de las Principales Iglesias de la Ciudad**

Una vez realizadas las entrevistas que estuvieron dirigidas a los Párrocos de las principales iglesias de la Ciudad. Se pudo obtener información valiosa sobre la realización de las Fiestas Religiosas, la información que nos brindó el padre fue de gran ayuda para conocer como es el desarrollo de las fiesta y de las actividades que se llevan a cabo durante su celebración, además de esta manera se pudo comprobar que no existe ni un Plan de Marketing para darle la difusión correcta a las festividades.

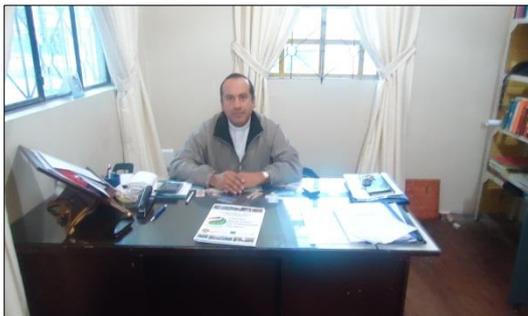
## Fotos de las encuestas y entrevistas



Fuente: Observación directa  
Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quitisaca



Fuente: Observación directa  
Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quitisaca



Fuente: Observación Directa  
Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quitisaca

## 11.4. Ficha de Resumen

**Cuadro:**

<b>Nombre del Atractivo:</b>		<b>Jerarquía:</b>
<b>Categoría</b>	<b>Tipo:</b>	<b>Subtipo:</b>
<b>Provincia:</b>	<b>Cantón:</b>	<b>Localidad:</b>
		<b>Ubicación:</b>
<b>Fotografía 22:</b> <b>Fuente:</b> Observación directa <b>Elaboración:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca		
<b>DESCRIPCION:</b>		
<b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS:</b>		
<b>RECOMENDACIONES:</b>		

**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## 11.5. Fotos Atractivos

### Puerta de La Ciudad



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Iglesia San Francisco



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Iglesia de San Sebastián



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Iglesia la Catedral



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

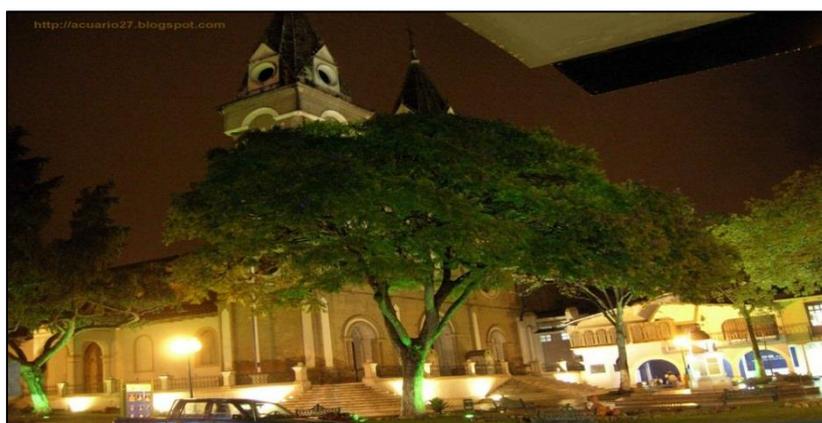
## Iglesia de Santo Domingo



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Iglesia del Valle



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Parque Recreacional Jipiro



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Jardín Botánico Reinaldo Espinosa



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Centro Histórico



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Museo Del Banco Central



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Fiesta del “ Señor de la Agonia”



**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Fiesta de “Inmaculada Concepción”



**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Fotos del Patrono Jurado de Loja "San Sebastián"



**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Fiesta del Divino Niño (Iglesia de San Francisco)



**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Fiesta de la “Semana Santa”



Fuente: Observación directa

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



Fuente: Observación directa

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



Fuente: Observación directa

Elaboración: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Fiesta de Santa Rita



**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Fiesta de San Juan del Valle



**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### Fiesta de la “Virgen de Guadalupe”



**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Fiesta de San Francisco de Asís



**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Fiesta de San Judas Tadeo



**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Fiesta de San José



**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Fiesta de Corpus Cristi



**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Fiesta de la Virgen del Perpetuo Socorro



**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## Fiesta de San Martín de Porres



**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## 11.6. Socialización

### 11.6.1. Oficio de Socialización *Modelo de oficio*



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
AREA JURÌDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÒN TURÌSTICA

---

Loja, 15 de Julio del 2015

Ingeniera

Ximena Aguirre Salinas

**GERENTA DE INCLUSIÒN ECONÒMICA Y SOCIAL DEL GAD MUNICIPAL DE LOJA**

Ciudad.-

De mis Consideraciones:

Por medio de la presente reciba un cordial saludo y a la vez los mejores deseos de su funciòn es al frente de tan prestigiosa Parroquia.

Yo, Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca, con CI # 110478458-0, alumno de Decimo Año de Ciclo de Evaluaciòn de Proyectos de Investigaciòn, comunico a su Autoridad, que una vez realizado la investigaciòn y propuesta del PLAN DE MARKETING PARA LAS FIESTAS RELIGIOSAS DE LA CIUDAD DE LOJA, CANTÒN LOJA, PROVINCIA DE LOJA.- cùmpleme en comunicar y por la misma invitar a la Unidad de Turismo a la socializaciòn de la investigaciòn para así cumplir con los objetivos propuestos de la misma.

Con estos antecedentes me permito en solicitar muy comedidamente se autorice a quien correspondan se me facilite la sala de sesiones de la gerencia de inclusiòn econòmica para el día Martes 21 de Julio del presente año a las 10h00am, de esta manera poder cumplir con la socializaciòn de los resultados a la Unidad de Turismo; y así efectivizar los productos de la investigaciòn a favor de la comunidad y sobretodo del Cantòn

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

Atentamente

-----

Sr. Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

**ESTUDIANTE DE LA UNL**

CI#110478458-0

## 11.6.2. Invitaciones de socialización

### Modelo de Invitaciones



**Fuente:** Observación Directa

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación Directa

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

### 11.6.3. Hoja de Registro



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



**REGISTRO DE PARTICIPANTES**

Nº	NOMBRE	Nº DE CEDULA	CARGO O FUNCIÓN	FIRMA
1	Diana Aguirre	1103194294	Coordinadora (a)	<i>[Firma]</i>
2	Jay Roccy Amijos	1104689173	Promotor Turístico	<i>[Firma]</i>
3	Ing. Renato Reyes Urquiza	1103132674	jefe (a) de turismo	<i>[Firma]</i>
4	Jackson Rojas Hidalgo	1103089938	Responsable Proyectos U.T.	<i>[Firma]</i>
5	Alexandra Romero	1102952999	alexromero0333@ulb.edu.ec	<i>[Firma]</i>
6	Silvana Carrion G.	1102840756	Promotor Turístico	<i>[Firma]</i>
7	Karla Ojeda	1105225343	Estudiante de la Carrera de Adm. Turística	<i>[Firma]</i>
8	Gabriel Matinez Ojeda	1100540657	Estudiante de la Carrera de Adm. Turística	<i>[Firma]</i>
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				

**Fuente:** Observación Directa

**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

#### 11.6.4. Fotos de Socialización



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaboración:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca

## 11.7. FICHAS MINTUR

 <b>MINISTERIO DE TURISMO</b> Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos 		
<b>1. DATOS GENERALES.</b>		
1.1. <b>ENCUESTADOR:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca	1.2. <b>FICHA N°:</b> 001	
1.3. <b>SUPERVISOR EVALUADOR:</b> Ing. Celia Jara. Mg. Sc.	1.4. <b>FECHA:</b> 14/06/2015	
1.5. <b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b> fiesta de Semana Santa	1.6. <b>PROPIETARIO:</b> Iglesia del Valle	
1.7. <b>CATEGORÍA:</b> Manifestación Cultural	1.9. <b>SUBTIPO:</b> Fiesta	
1.8. <b>TIPO:</b> Acontecimiento programado		
<b>2. UBICACIÓN</b>		
2.1. <b>PROVINCIA:</b> Loja	2.2. <b>CANTÓN:</b> Loja	2.3. <b>LOCALIDAD:</b> Ciudad de Loja
2.4. <b>CALLE:</b> Guayaquil y Av. Salvador Bustamante Celi	2.5. <b>NÚMERO:</b>	2.6. <b>TRANSVERSAL:</b>
2.7. <b>LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD:</b> 4°12'56.96"S		<b>LONGITUD:</b> 79°15'22.00"W
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>		
3.1. <b>NOMBRE DEL POBLADO:</b> Provincia de Zamora Chinchipe.	<b>DISTANCIA:</b> 60Km	
3.2. <b>NOMBRE DEL POBLADO:</b> Cantón Catamayo	<b>DISTANCIA:</b> 33 Km	
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>		
4.1. <b>ALTURA:</b> 1470 m.s.n.m.	4.2. <b>TEMPERATURA:</b> 20 °C	4.3. <b>PRECIPITACIÓN:</b> 669.5 mm/año
VALOR INTRÍN SECO	Una de las actividades más importantes es la procesión tradicional del vía crucis en vivo, donde participan más de doscientos actores poniendo es escena las estaciones del vía crucis. Comienza desde la plazoleta del Valle y va avanzando por las principales calles de la ciudad.	
CALIDAD EXTRINSECO	<b>USOS.</b>	<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>
	<p>La fiesta de Semana Santa se Celebra el 3 de Abril</p> <p>La Semana Santa o Semana Mayor es uno de los acontecimientos más importantes del mundo cristiano, cuando se conmemora la muerte y la resurrección de Jesucristo. Inicia el Domingo de Ramos con una original manifestación que representa la entrada triunfal de Jesús a Jerusalén. Los fieles acuden a las iglesias llevando palmas que serán bendecidas en la misa.</p>	<p>ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>CONSERVADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/></p> <p>EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/></p> <p><b>CAUSAS:</b></p>
	<b>6. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b>	<b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>
	<p><b>NOMBRE:</b></p> <p><b>FECHA DE DECLARACIÓN:</b></p> <p><b>CATEGORÍA:</b> Patrimonio Cultural</p> <p>Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/></p> <p>Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/></p>	<p>ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>CONSERVADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/></p> <p>EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/></p> <p><b>CAUSAS:</b></p>

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	<input checked="" type="checkbox"/>				Bus	<input checked="" type="checkbox"/>					Días al año 1
	Lastrado					Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Empedrado					4 x 4	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes 3 de Abril
						Bote						
	Fluvial					Canoa						
						Otros						
Aéreo						Avión						Horas al día
						Avioneta						
						Helicóptero						

Siglas: **BN**: bueno; **RG**: regular; **ML**: malo; **N**: ninguno; **DR**: diaria; **SM**: semanal; **MN**: mensual; **EV**: eventual; **N**: ninguna

### RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS

**NOMBRE DE LA RUTA:** Sistema Intermodal de Transporte Urbano (SITU)  
**DESDE:** Lunes **HASTA:** Domingo **FRECUENCIA:** Cada 4 minutos **DISTANCIA:**  
**OBSERVACIONES:** El costo del pasaje es de 0,30ctv

### 9. FACILIDADES TURÍSTICAS

SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	Nº estable.	Plazas									
ALOJAMIENTO	0	0	18	783	7	244	24	1059	1	40	
ALIMENTACION	0	0	9	454	27	1512	62	2011	8	336	
ESPARCIEMT.	0	4	292	18	76	10	675	0	0	0	

AGENCIAS DE VIAJES:  ALMACENES DE ARTESANÍAS:   
CORREOS:  TELÉFONOS. FAX.:   
Otros:

**OBSERVACIONES:**

### 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 SÉPTICO:  NO EXISTE:  OTROS: .....   
10.4. PRECIO  
SI:  NO:  ENTRADA LIBRE:  OTROS: .....

**OBSERVACIONES:**

### 11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRE	DISTANCIA
Parque Recreacional Jipiro Puerta de la Ciudad	50m 2km

### 12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL:  PROVINCIAL:  NACIONAL:  INTERNACIONAL:  OTROS:

*[Firma]*

Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos  
**Firma: SUPERVISOR EVALUADOR**



**MINISTERIO DE TURISMO**  
 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



<b>1. DATOS GENERALES.</b>	
1.1. ENCUESTADOR: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca	1.2. FICHA N°: 002
1.3. SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Celia Jara. Mg. Sc.	1.4. FECHA: 14/06/2015
1.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: fiesta del "Señor de la Agonía"	1.6. PROPIETARIO: Iglesia del Valle
1.7. CATEGORÍA: Manifestación Cultural	1.8. TIPO: Acontecimiento programado
	1.9. SUBTIPO: Fiesta
<b>2. UBICACIÓN</b>	
2.1. PROVINCIA: Loja	2.2. CANTÓN: Loja
	2.3. LOCALIDAD: Ciudad de Loja
2.4. CALLE: Av. Guayaquil y Av. Salvador Bustamante Celi	2.5. NÚMERO:
	2.6. TRANSVERSAL:
2.7. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD: 4°12'56.96"S	LONGITUD: 79°15'22.00"W
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Provincia de Zamora Chinchipe	DISTANCIA: 60 Km
3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Cantón Catamayo	DISTANCIA: 33 Km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
4.1. ALTURA: 1470 m.s.n.m.	4.2. TEMPERATURA: 20 °C
	4.3. PRECIPITACIÓN: 669.5 mm/año
VALOR INTRÍNSECO	<p>El sacerdote resalta que la imagen del Señor de la Agonía es algo particular, "siempre estamos acostumbrados a un Cristo muerto en la cruz, pero éste está representado aún vivo", de donde proviene su nombre.</p> <p>Resalta que es precisamente el momento de agonía cuando nuestros seres queridos aprovechan para pedir perdón, reconciliarse, dejar un testamento, una palabra de ánimo, tal cual lo realizó Jesús en la cruz.</p> <p>La devoción al Señor de la Agonía se remota a más de 100 años con una imagen que fue labrada mucho tiempo atrás. En un inicio la fiesta central se daba en las famosas "chamizas", fogatas inmensas que se realizaban en las cercanías de la iglesia en la víspera.</p>
	<p><b>USOS.</b></p> <p>La fiesta del señor de la agonía se la celebra del 3 al 10 Julio.</p> <p>En ese entonces no existía como hoy los castillos ni las vacas locas que los aportan los modernos coheteros que están ubicados en la parroquia, antes el único experto en el manejo de la pólvora venía de Virgen Pamba; tampoco existían las bandas, y las fiestas eran acompañadas tan solo por bombos y flautas.</p>
CALIDAD EXTRÍNSECO	<p><b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p> <p>ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>CONSERVADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/></p> <p>EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/></p> <p><b>CAUSAS:</b> Las festividades han tenido cambios a las que se realizaban en años anteriores</p>
	<p><b>5.3. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b></p> <p>NOMBRE:</p> <p>FECHA DE DECLARACIÓN:</p> <p>CATEGORÍA: Patrimonio Cultural</p> <p>Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/></p> <p>Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/></p>
	<p><b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b></p> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/></p> <p>EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/></p> <p><b>CAUSAS:</b></p>

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	<input checked="" type="checkbox"/>				Bus	<input checked="" type="checkbox"/>					Días al año 7
	Lastrado					Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Empedrado					4 x 4	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Del 3 al 10 de Julio
	Fluvial					Bote						
							Canoa					
Aéreo						Otros						Horas al día
						Avión						
						Avioneta						
						Helicóptero						

Siglas: **BN**: bueno; **RG**: regular; **ML**: malo; **N**: ninguno; **DR**: diaria; **SM**: semanal; **MN**: mensual; **EV**: eventual; **N**: ninguna

### RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS

**NOMBRE DE LA RUTA:** Sistema Intermodal de Transporte Urbano. (SITU)  
**DESDE:** Lunes **HASTA:** Domingo **FRECUENCIA:** 4m **DISTANCIA:**  
**OBSERVACIONES:** El costo del pasaje es de 0,30ctv

### 8. FACILIDADES TURÍSTICAS

SERVICIOS	CATEGORÍAS										OTROS
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	Nº estable.	Plazas									
ALOJAMIENTO	0	0	18	783	7	244	24	1059	1	40	
ALIMENTACION	0	0	9	454	27	1512	62	2011	8	336	
ESPARCIEMIENT.	0	4	292	18	76	10	675	0	0	0	

AGENCIAS DE VIAJES:  ALMACENES DE ARTESANÍAS:   
 CORREOS:  TELÉFONOS. FAX.:   
 Otros:

**OBSERVACIONES:**

### 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.

**10.1. AGUA:**  
 POTABLE:  TRATADA:  ENTUBADA:  DE POZO:  NO EXISTE:  OTROS: .....   
**10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:**  
 SISTEMA INTERCONECTADO:  GENERADOR:  NO EXISTE:  OTROS: .....   
**10.3. ALCANTARILLADO:**  
 RED PÚBLICA:  POZO CIEGO:  POZO SÉPTICO:  NO EXISTE:  OTROS: .....   
**10.4. PRECIO**  
 SI:  NO:  ENTRADA LIBRE:  OTROS: .....

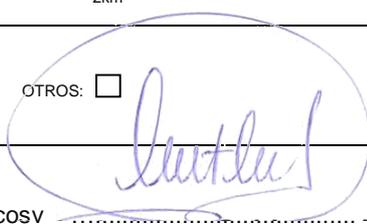
**OBSERVACIONES:**

### 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRE	DISTANCIA
Parque Recreacional Jipiro	50m
Puerta de la Ciudad	2km

### 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL:  PROVINCIAL:  NACIONAL:  INTERNACIONAL:  OTROS:

  
**Firma: SUPERVISOR EVALUADOR**

Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos



**MINISTERIO DE TURISMO**  
 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



<b>1. DATOS GENERALES.</b>		
1.1. ENCUESTADOR: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca	1.2. FICHA N°: 003	
1.3. SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Celia Jara. Mg. Sc.	1.4. FECHA: 14/06/2015	
1.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Fiesta en honor a Santa Rita	1.6. PROPIETARIO: Iglesia del Valle	
1.7. CATEGORÍA: Manifestación Cultural	1.8. TIPO: Acontecimiento programado	1.9. SUBTIPO: Fiesta

<b>12. UBICACIÓN</b>		
2.1. PROVINCIA: Loja	2.2. CANTÓN: Loja	2.3. LOCALIDAD: Ciudad de Loja
2.4. CALLE: Calle Guayaquil y Av. Salvador Bustamante Celi	2.5. NÚMERO:	2.6. TRANSVERSAL:
2.7. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD: 4°12'56.96"S		LONGITUD: 79°15'22.00"W

<b>13. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Provincia de Zamora Chinchipe	DISTANCIA: 60 Km
3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Cantón Catamayo	DISTANCIA: 30 Km

<b>14. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>		
4.1. ALTURA: 1470 m.s.n.m.	4.2. TEMPERATURA: 20 °C	4.3. PRECIPITACIÓN: 669.5 mm/año

VALOR INTRÍNSECO	<p>Santa Rita (nombre abreviado de Margarita), nació en 1381 en Roca-Porrena, muy cerca de Cascia (Italia). Fue hija única, y desde muy joven sintió un aprecio muy especial hacia el Evangelio y a la naturaleza, Sintió el deseo de consagrarse a Dios y hacerse religiosa, pero sus padres se negaron y le obligaron a la edad de 16 años a casarse y tuvo dos hijos.</p> <p>El 22 de mayo de 1457, a sus 76 años de edad, Santa Rita fallece en medio de una gran conmoción. Se afirma que las campanas del templo parroquial de Cascia tocaron por si solas. Fue beatificada en 1628 por el Papa Urbano VIII y canonizada por el Papa León XIII el 24 de mayo de 1900.</p>
------------------	---

VALOR EXTRÍNSECO	<p><b>USOS.</b></p> <p>El 22 del mes de Mayo, se celebra la gran fiesta en honor a Santa Rita de Casia. Es la patrona de los casos imposibles, Santa Italiana de los años 1300 -1400 fue esposa, madre, viuda y después entro al convento. Hace 52 años llego la imagen de Santa Rita aquí a Ecuador, concretamente a Loja, a la Parroquia del Valle porque en el año de 1963 llegaron los padres Agustinos a la parroquia y con ellos la imagen de Santa Rita. Por ello son 52 años de devoción y de amor que convoca cada 22 de mayo a los fieles devotos, de toda la ciudad.</p>	<p><b>15. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p> <table> <tr> <td>ALTERADO</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>NO ALTERADO</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>CONSERVADO</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>DETERIORADO</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="2">EN PROCESO DE DETERIORO:</td> <td colspan="2"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table> <p>CAUSAS:</p>	ALTERADO	<input checked="" type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>	CONSERVADO	<input type="checkbox"/>	DETERIORADO	<input type="checkbox"/>	EN PROCESO DE DETERIORO:		<input type="checkbox"/>	
	ALTERADO	<input checked="" type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>										
CONSERVADO	<input type="checkbox"/>	DETERIORADO	<input type="checkbox"/>											
EN PROCESO DE DETERIORO:		<input type="checkbox"/>												

VALOR EXTRÍNSECO	<p><b>15.3. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b></p> <p>NOMBRE:</p> <p>FECHA DE DECLARACIÓN:</p> <p>CATEGORÍA: Patrimonio Cultural</p> <p>Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/></p> <p>Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/></p>
------------------	--

VALOR EXTRÍNSECO	<p><b>16. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b></p> <table> <tr> <td>ALTERADO</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>NO ALTERADO</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>CONSERVADO</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>DETERIORADO</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="2">EN PROCESO DE DETERIORO:</td> <td colspan="2"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table> <p>CAUSAS:</p>	ALTERADO	<input checked="" type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>	CONSERVADO	<input type="checkbox"/>	DETERIORADO	<input type="checkbox"/>	EN PROCESO DE DETERIORO:		<input type="checkbox"/>	
	ALTERADO	<input checked="" type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>									
CONSERVADO	<input type="checkbox"/>	DETERIORADO	<input type="checkbox"/>										
EN PROCESO DE DETERIORO:		<input type="checkbox"/>											

17. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	<input checked="" type="checkbox"/>				Bus	<input checked="" type="checkbox"/>					Días al año 22 de Mayo
	Lastrado					Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Empedrado					4 x 4	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes
	Fluvial					Bote						
							Canoa					
Aéreo						Otros						Horas al día Culturales: Natural
						Avión						
						Avioneta						
						Helicóptero						

Siglas: **BN**: bueno; **RG**: regular; **ML**: malo; **N**: ninguno; **DR**: diaria; **SM**: semanal; **MN**: mensual; **EV**: eventual; **N**: ninguna

### RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS

**NOMBRE DE LA RUTA:** Sistema Intermodal de Transporte Urbano.  
**DESDE:** Lunes **HASTA:** Domingo **FRECUENCIA:** 4m **DISTANCIA:**  
**OBSERVACIONES:** El costo del pasaje es de 0,30ctv.

### 18. FACILIDADES TURÍSTICAS

SERVICIOS	CATEGORÍAS										OTROS
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	Nº estable.	Plazas									
ALOJAMIENTO	0	0	18	783	7	244	24	1059	1	40	
ALIMENTACION	0	0	9	454	27	1512	62	2011	8	336	
ESPARCIEMIENT.	0	4	292	18	76	10	675	0	0	0	

AGENCIAS DE VIAJES:  ALMACENES DE ARTESANÍAS:   
CORREOS:  TELÉFONOS. FAX.:   
Otros:

**OBSERVACIONES:**

### 19. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.

**10.1. AGUA:**  
POTABLE:  TRATADA:  ENTUBADA:  DE POZO:  NO EXISTE:  OTROS: .....

**10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:**  
SISTEMA INTERCONECTADO:  GENERADOR:  NO EXISTE:  OTROS: .....

**10.3. ALCANTARILLADO:**  
RED PÚBLICA:  POZO CIEGO:  POZO SÉPTICO:  NO EXISTE:  OTROS: .....

**10.4. PRECIO**  
SI:  NO:  ENTRADA LIBRE:  OTROS: .....

**OBSERVACIONES:**

### 20. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRE	DISTANCIA
Parque Recreacional Jipiro	50m
Puerta de la Ciudad	2km

### 21. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL:  PROVINCIAL:  NACIONAL:  INTERNACIONAL:  OTROS:

Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos

Firma: **SUPERVISOR EVALUADOR**



**MINISTERIO DE TURISMO**  
 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



<b>1. DATOS GENERALES.</b>	
1.1. ENCUESTADOR: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca	1.2. FICHA N°: 004
1.3. SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Celia Jara. Mg. Sc.	1.4. FECHA: 14/06/2015
1.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Fiesta en honor a San Juan Bautista	1.6. PROPIETARIO: Iglesia del Valle
1.7. CATEGORÍA: Manifestación Cultural	1.8. TIPO: Acontecimiento programado
	1.9. SUBTIPO: Fiesta
<b>2. UBICACIÓN</b>	
2.1. PROVINCIA: Loja	2.2. CANTÓN: Loja
	2.3. LOCALIDAD: Ciudad de Loja
2.4. CALLE: Calle Guayaquil y Av. Salvador Bustamante Celi	2.5. NÚMERO:
	2.6. TRANSVERSAL:
2.7. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD: 4°12'56.96"S	LONGITUD: 79°15'22.00"W
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Provincia de Zamora Chinchipe	DISTANCIA: 60 Km
3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Cantón Catamayo	DISTANCIA: 30 Km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
4.1. ALTURA: 1470 m.s.n.m.	4.2. TEMPERATURA: 20 °C
	4.3. PRECIPITACIÓN: 669.5 mm/año
VALOR INTRÍNSECO	Juan el Bautista, o simplemente el Bautista o San Juan, fue un predicador judío, considerado como uno de sus profetas por tres religiones: Cristianismo, Islam y la Fe Bahá'í.
	Considerado también mesías por el Mandeísmo. Se ha especulado con que Juan el Bautista e incluso Jesús de Nazaret tenían relación con el movimiento judío de los esenios o incluso pertenecían a la secta: "parece que Juan el Bautista y tal vez también Jesús y su familia fueron cercanos a esta comunidad.
VALOR EXTRÍNSECO	<b>USO.</b> En el 24 de Junio se celebra la fiesta en honor al patrono de la Parroquia, San Juan Bautista del Valle. Se celebra con una novena, con una noche de víspera y la misa del día de fiesta, durante toda la festividad está.  En todas las festividades colaboran los devotos, sacerdotes, síndicos aquellos que coordinan todo anticipadamente, con cohetes, artistas...es todo socio-cultural, inclusive en la tarde de las festividades hay programas deportivos fiestas maravillosas en las que hace años ya no existe
	<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b> ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> CAUSAS:
	<b>5.5. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b> NOMBRE: FECHA DE DECLARACIÓN: CATEGORÍA: Patrimonio Cultural Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/>
	<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b> ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/>  CAUSAS:

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	<input checked="" type="checkbox"/>				Bus	<input checked="" type="checkbox"/>					Días al año 24 de Junio
	Lastrado					Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Empedrado					4 x 4	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes
						Bote						
	Fluvial					Canoa						
						Otros						
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: Natural
						Avioneta						
						Helicóptero						
Siglas: <b>BN</b> : bueno; <b>RG</b> : regular; <b>ML</b> : malo; <b>N</b> : ninguno; <b>DR</b> : diaria; <b>SM</b> : semanal; <b>MN</b> : mensual; <b>EV</b> : eventual; <b>N</b> : ninguna												
<b>RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>												
<b>NOMBRE DE LA RUTA:</b> Sistema Intermodal de Transporte Urbano. <b>DESDE:</b> LUNES <b>HASTA:</b> Domingo <b>FRECUENCIA:</b> 4m <b>DISTANCIA:</b> <b>OBSERVACIONES:</b> El costo del pasaje es de 0,30ctv.												
APOYO	<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>											
	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	18	783	7	244	24	1059	1	40	
ALIMENTACION	0	0	9	454	27	1512	62	2011	8	336		
ESPARCIEMIENT.	0	4	292	18	76	10	675	0	0	0		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>												
<b>10.1. AGUA:</b> POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA: <input type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/> <b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:</b> SISTEMA INTERCONECTADO: <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/> <b>10.3. ALCANTARILLADO:</b> RED PÚBLICA: <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/> <b>10.4. PRECIO</b> SI: <input type="checkbox"/> NO: <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input checked="" type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>												
<b>OBSERVACIONES:</b>												
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>												
<b>NOMBRE</b>						<b>DISTANCIA</b>						
Parque Recreacional Jipiro						50m						
Puerta de la Ciudad						2km						
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>												
LOCAL: <input checked="" type="checkbox"/> PROVINCIAL: <input type="checkbox"/> NACIONAL: <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>												
 Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos <b>Firma: SUPERVISOR EVALUADOR</b>												



**MINISTERIO DE TURISMO**  
 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



<b>1. DATOS GENERALES.</b>	
1.1. ENCUESTADOR: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca	1.2. FICHA N°: 005
1.3. SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Celia Jara. Mg. Sc.	1.4. FECHA: 14/06/2015
1.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Fiestas de la virgen de Guadalupe	1.6. PROPIETARIO: Iglesia del Valle
1.7. CATEGORÍA: Manifestación Cultural    1.8. TIPO: Acontecimiento programado	1.9. SUBTIPO: Fiesta

<b>2. UBICACIÓN</b>		
2.1. PROVINCIA: Loja	2.2. CANTÓN: Loja	2.3. LOCALIDAD: Ciudad de Loja
2.4. CALLE: Calle Guayaquil y Av. Salvador Bustamante Celi	2.5. NÚMERO: n/a	
2.6. TRANSVERSAL:		
2.7. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD: 4°12'56.96"S	LONGITUD: 79°15'22.00"W	

<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Provincia de Zamora Chinchipe	DISTANCIA: 60 km
3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Catamayo	DISTANCIA: 30 Km

<b>VALOR INTRÍNSECO</b>	<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>
	4.1. ALTURA: 1470 m.s.n.m.      4.2. TEMPERATURA: 20 °C      4.3. PRECIPITACIÓN: 669.5 mm/año

De acuerdo a la tradición mexicana, y los múltiples documentos históricos encontrados alrededor del mundo en distintos archivos, la Virgen María se apareció en cuatro ocasiones a san Juan Diego Cuauhtlatoatzin en el cerro del Tepeyac.

<b>CALIDAD EXTRINSECA</b>	<b>5. USOS (SIMBOLISMO).</b>	<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>
	El 12 diciembre, hay la fiesta en honor a la Virgen de Guadalupe, la cual se celebra en la Parroquia el Valle, donde hay novena, síndicos, sacerdotes. Después de la novena hay la víspera con mariachis ya que representa al país de México en donde la Virgen de Guadalupe es muy venerada.	ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> <b>CAUSAS:</b>

<b>CALIDAD EXTRINSECA</b>	<b>6.5. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b>
	NOMBRE: FECHA DE DECLARACIÓN: CATEGORÍA: Patrimonio Cultural Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/>

<b>CALIDAD EXTRINSECA</b>	<b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>
	ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> <b>CAUSAS:</b>

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	<input checked="" type="checkbox"/>				Bus	<input checked="" type="checkbox"/>					Días al año
	Lastrado					Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Empedrado					4 x 4	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Naturales:
	Fluvial					Bote						
							Canoa					
Aéreo						Otros						Horas al día Culturales: Natural
						Avión						
						Avioneta						
						Helicóptero						

Siglas: **BN**: bueno; **RG**: regular; **ML**: malo; **N**: ninguno; **DR**: diaria; **SM**: semanal; **MN**: mensual; **EV**: eventual; **N**: ninguna

### RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS

**NOMBRE DE LA RUTA:** Sistema Intermodal de Transporte Urbano.  
**DESDE:** Lunes      **HASTA:** Domingo      **FRECUENCIA:** 4m      **DISTANCIA:**  
**OBSERVACIONES:** El costo del pasaje es de 0,30ctv

### 9. FACILIDADES TURÍSTICAS

SERVICIOS	CATEGORÍAS										OTROS
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	Nº estable.	Plazas									
ALOJAMIENTO	0	0	18	783	7	244	24	1059	1	40	
ALIMENTACION	0	0	9	454	27	1512	62	2011	8	336	
ESPARCIEMIENT.	0	4	292	18	76	10	675	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 SÉPTICO:       NO EXISTE:       OTROS: .....

**10.4. PRECIO**  
SI:       NO:       ENTRADA LIBRE:       OTROS: .....

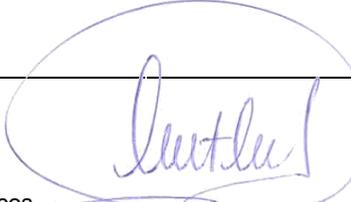
**OBSERVACIONES:**

### 11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRE	DISTANCIA
Parque Recreacional Jipiro	50m
Puerta de la Ciudad	2km

### 12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL:  PROVINCIAL:  NACIONAL:  INTERNACIONAL:  OTROS:

  
Firma: **SUPERVISOR EVALUADOR**

Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos



7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	<input checked="" type="checkbox"/>				Bus	<input checked="" type="checkbox"/>					Días al año
	Lastrado					Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Empedrado					4 x 4	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Naturales:
	Fluvial					Bote						
							Canoa					
Aéreo						Otros						Horas al día Culturales: Natural
						Avión						
						Avioneta						
						Helicóptero						

Siglas: **BN**: bueno; **RG**: regular; **ML**: malo; **N**: ninguno; **DR**: diaria; **SM**: semanal; **MN**: mensual; **EV**: eventual; **N**: ninguna

**RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS**

**NOMBRE DE LA RUTA:** Sistema Intermodal de Transporte Urbano (SITU)  
**DESDE:** Lunes **HASTA:** Domingo **FRECUENCIA:** 4m **DISTANCIA:**  
**OBSERVACIONES:** El costo del pasaje es de 0,30ctv.

**8. FACILIDADES TURÍSTICAS**

SERVICIOS	CATEGORÍAS										OTROS
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	Nº estable.	Plazas									
ALOJAMIENTO	0	0	18	783	7	244	24	1059	1	40	
ALIMENTACION	0	0	9	454	27	1512	62	2011	8	336	
ESPARCIEMIENT.	0	4	292	18	76	10	675	0	0	0	

**9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.**

**10.1. AGUA:**  
 POTABLE:  TRATADA:  ENTUBADA:  DE POZO:  NO EXISTE:  OTROS: .....

**10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:**  
 SISTEMA INTERCONECTADO:  GENERADOR:  NO EXISTE:  OTROS: .....

**10.3. ALCANTARILLADO:**  
 RED PÚBLICA:  POZO CIEGO:  POZO SÉPTICO:  NO EXISTE:  OTROS: .....

**10.4. PRECIO**  
 SI:  NO:  ENTRADA LIBRE:  OTROS: .....

**OBSERVACIONES:**

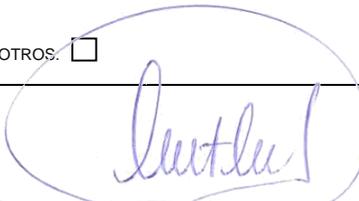
**10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS**

NOMBRE	DISTANCIA
Iglesia Catedral	250 metros
Museo Banco Central	200 metros

**11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO**

LOCAL:  PROVINCIAL:  NACIONAL:  INTERNACIONAL:  OTROS:

Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos

Firma:  **SUPERVISOR EVALUADOR**



**MINISTERIO DE TURISMO**  
 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



<b>1. DATOS GENERALES.</b>		
1.1. ENCUESTADOR: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca	1.2. FICHA N°: 007	
1.3. SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Celia Jara. Mg. Sc.	1.4. FECHA: 14/06/2015	
1.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Fiesta en honor a San Francisco de Asís	1.6. PROPIETARIO: Iglesia del San Francisco	
1.7. CATEGORÍA: Manifestación Cultural	1.8. TIPO: Acontecimiento programado	1.9. SUBTIPO: Fiestas

<b>2. UBICACIÓN</b>		
2.1. PROVINCIA: Loja	2.2. CANTÓN: Loja	2.3. LOCALIDAD: Ciudad de Loja
2.4. CALLE: Calles Bolívar y Colón	2.5. NÚMERO: n/a	2.6. TRANSVERSAL:
2.7. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD: 4°12'56.96"S		LONGITUD: 79°15'22.00"W

<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Provincia de Zamora Chinchipe	DISTANCIA: 60 km
3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Cantón Catamayo	DISTANCIA: 33 Km

<b>VALOR INTRÍNSECO</b>	<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>
	4.1. ALTURA: 1470 m.s.n.m.      4.2. TEMPERATURA: 20 °C      4.3. PRECIPITACIÓN: 669.5 mm/año

Francisco de Asís fue canonizado el 16 de julio de 1228, un año después de su muerte, Francisco fundo la orden franciscana en 1221 tras tener una audiencia con el Papa en Roma, en Egipto, intentó infructuosamente la conversión de musulmanes al cristianismo. Su vida religiosa fue austera y simple, por lo que animaba a sus seguidores a hacerlo de igual manera, su festividad se celebra el 4 de octubre.

<b>VALOR EXTRÍNSECO</b>	<b>5. USOS (SIMBOLISMO).</b>	<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>															
	En la fiesta de San Francisco se realiza actividades diferentes ya que en este día de fiesta se comparte con los más pobres: brindándoles comida y ropa que la gente dona para este día de fiesta.	<table border="0"> <tr> <td>ALTERADO</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>NO ALTERADO</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>CONSERVADO</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>DETERIORADO</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="4">EN PROCESO DE DETERIORO:</td> </tr> <tr> <td colspan="4">CAUSAS: Pérdida de tradiciones</td> </tr> </table>	ALTERADO	<input checked="" type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>	CONSERVADO	<input type="checkbox"/>	DETERIORADO	<input type="checkbox"/>	EN PROCESO DE DETERIORO:				CAUSAS: Pérdida de tradiciones		
ALTERADO	<input checked="" type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>														
CONSERVADO	<input type="checkbox"/>	DETERIORADO	<input type="checkbox"/>														
EN PROCESO DE DETERIORO:																	
CAUSAS: Pérdida de tradiciones																	

<b>VALOR EXTRÍNSECO</b>	<b>6.1. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b>
	NOMBRE: FECHA DE DECLARACIÓN: CATEGORÍA: Patrimonio Cultural Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/>

<b>VALOR EXTRÍNSECO</b>	<b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>															
	<table border="0"> <tr> <td>ALTERADO</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>NO ALTERADO</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>CONSERVADO</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>DETERIORADO</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="4">EN PROCESO DE DETERIORO:</td> </tr> <tr> <td colspan="4">CAUSAS:</td> </tr> </table>	ALTERADO	<input type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>	CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>	DETERIORADO	<input type="checkbox"/>	EN PROCESO DE DETERIORO:				CAUSAS:		
ALTERADO	<input type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>													
CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>	DETERIORADO	<input type="checkbox"/>													
EN PROCESO DE DETERIORO:																
CAUSAS:																

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	<input checked="" type="checkbox"/>				Bus	<input checked="" type="checkbox"/>					Días al año
	Lastrado					Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Empedrado					4 x 4	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Naturales:
	Fluvial					Bote						
							Canoa					
Aéreo						Otros						Horas al día Culturales: Natural
						Avión						
						Avioneta						
						Helicóptero						

Siglas: **BN**: bueno; **RG**: regular; **ML**: malo; **N**: ninguno; **DR**: diaria; **SM**: semanal; **MN**: mensual; **EV**: eventual; **N**: ninguna

**RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS**

**NOMBRE DE LA RUTA:** Sistema Intermodal de Transporte Urbano. (SITU)  
**DESDE:** Lunes **HASTA:** Domingo **FRECUENCIA:** 4m **DISTANCIA:**  
**OBSERVACIONES:** El costo del pasaje es de 0,30Ctv.

**9. FACILIDADES TURÍSTICAS**

SERVICIOS	CATEGORÍAS										OTROS
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	Nº estable.	Plazas									
ALOJAMIENTO	0	0	18	783	7	244	24	1059	1	40	
ALIMENTACION	0	0	9	454	27	1512	62	2011	8	336	
ESPARCIEMIENT.	0	4	292	18	76	10	675	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 SÉPTICO:  NO EXISTE:  OTROS: .....

**10.4. PRECIO**  
 SI:  NO:  ENTRADA LIBRE:  OTROS: .....

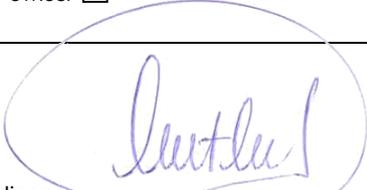
**OBSERVACIONES:**

**11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS**

NOMBRE	DISTANCIA
Iglesia Catedral	250 metros
Museo Banco Central	200 metros

**12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO**

LOCAL:  PROVINCIAL:  NACIONAL:  INTERNACIONAL:  OTROS:

  
 Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos  
 Firma: **SUPERVISOR EVALUADOR**



**MINISTERIO DE TURISMO**  
 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



<b>1. DATOS GENERALES.</b>	
1.1 ENCUESTADOR: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca	1.2 FICHA N°: 008
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Celia Mg. Sc.	1.4 FECHA: 14/06/2015
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO Fiesta religiosa en honor a la Virgen Del Cisne	1.6 PROPIETARIO: Iglesia la Catedral
1.7 CATEGORÍA: Manifestación Cultural 1.8 TIPO: Acontecimiento programado	1.9 SUBTIPO: Fiestas

<b>2 UBICACIÓN</b>		
2.1. PROVINCIA: Loja	2.2. CANTÓN: Loja	2.3. LOCALIDAD: Ciudad de Loja
2.4. CALLE: Bernardo Valdivieso entre 10 De Agosto Y José A. Eguiguren.	2.5. NÚMERO: n/a	
2.6. TRANSVERSAL:		
2.7. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD: 4°12'56.96"S LONGITUD: 79°15'22.00"W		

<b>3 CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
3.1. NOMBRE DEL POBLADO Provincia de Zamora Chinchipe	DISTANCIA: 60 km
3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Cantón Catamayo	DISTANCIA: 33 Km

<b>4 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>		
4.1. ALTURA: 1470 m.s.n.m.	4.2. TEMPERATURA: 20 °C	4.3. PRECIPITACIÓN: 669.5 mm/año

VALOR INTRÍNSECO	<p>El mes de Septiembre es un mes de fiesta en la ciudad de Loja, donde se dan un gran número de eventos culturales. Estas fiestas son en honor de la Virgen del Cisne.</p> <p>La virgen del cisne o "churona", como se la apoda popularmente, sale el día 17 de Agosto de su santuario y recorre en 3 días los 75 kilómetros que separan el pueblo de El Cisne de la ciudad de Loja, donde queda alojada en la catedral.</p> <p>Esta romería agrega entre un millón y medio y dos millones de personas, que hacen el recorrido al lado de la virgen. Una vez la churona ha llegado a Loja empiezan un seguido de actos festivos que se dan principalmente en el mes de septiembre, aunque desde el día 20 de Agosto ya se respira el aire festivo en la ciudad.</p> <p>Uno de los actos más populares es la quema de castillos que se hace entre los días 3 y 8 de Septiembre.</p>
------------------	---

CALIDAD	<b>5 USOS.</b>	<b>6 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>
	<p>Las fiestas se realizan del 20 de agosto al 8 de septiembre.</p> <p>La devoción a la Virgen del Cisne fue creciendo gracias a las peregrinaciones que la gente realizaba para ver y rezar frente a la imagen de la Virgen, hasta que en 18 mediante decreto de Simón Bolívar, se establece la visita de la imagen de la Virgen del Cisne a la ciudad de Loja, cuya llegada es el 20 de agosto de cada año, permaneciendo en la ciudad hasta el 3 de noviembre.</p>	<p>ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>CONSERVADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/></p> <p>EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS: Perdida de tradiciones con el paso de los años</p>

VALOR EXTRÍNSECO	<b>6.3 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b>
	<p>NOMBRE:</p> <p>FECHA DE DECLARACIÓN:</p> <p>CATEGORÍA: Patrimonio Cultural</p> <p>Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/></p> <p>Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/></p>

VALOR EXTRÍNSECO	<b>7 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>
	<p>ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/></p> <p>EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS:</p>

8 INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	<input checked="" type="checkbox"/>				Bus	<input checked="" type="checkbox"/>					Días al año Del 20 de agosto al 8 de septiembre
	Lastrado					Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Empedrado					4 x 4	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes
						Bote						
	Fluvial					Canoa						
Aéreo						Otros						Horas al día Culturales: Natural
						Avión						
						Avioneta						
						Helicóptero						

Siglas: **BN**: bueno; **RG**: regular; **ML**: malo; **N**: ninguno; **DR**: diaria; **SM**: semanal; **MN**: mensual; **EV**: eventual; **N**: ninguna

### RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS

**NOMBRE DE LA RUTA:** Sistema Intermodal de Transporte Urbano. (SITU)  
**DESDE:** Lunes **HASTA:** Domingo **FRECUENCIA:** 4m **DISTANCIA:**  
**OBSERVACIONES:** El costoso del pasaje es de 0,30ctv

### 9 FACILIDADES TURÍSTICAS

SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	Nº estable.	Plazas	Nº estable.	Plazas	Nº estable	Plazas	Nº estable	Plazas	Nº estable	Plazas	
ALOJAMIENTO	0	0	18	783	7	244	24	1059	1	40	
ALIMENTACION	0	0	9	454	27	1512	62	2011	8	336	
ESPARCIEMIENT.	0	4	292	18	76	10	675	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 SÉPTICO:  NO EXISTE:  OTROS: .....

**10.4. PRECIO**  
 SI:  NO:  ENTRADA LIBRE:  OTROS: .....

**OBSERVACIONES:**

### 11 ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRE	DISTANCIA
Iglesia Santo Domingo	200 metros
Museo Banco Central	100 metros
Iglesia San Francisco	200 metros

### 12 DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL:  PROVINCIAL:  NACIONAL:  INTERNACIONAL:  OTROS:

  
 Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos  
 Firma: **SUPERVISOR EVALUADOR**



**MINISTERIO DE TURISMO**  
 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



<b>1. DATOS GENERALES.</b>	
1.1. ENCUESTADOR: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca	1.2. FICHA N°: 009
1.3. SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Celia Jara Mg. Sc.	1.4. FECHA: 14/06/2015
1.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Fiesta en honor a San Judas Tadeo	1.6. PROPIETARIO: Iglesia de Santo Domingo
1.7. CATEGORÍA: Manifestación Cultural	1.8. TIPO: Acontecimiento programado
	1.9. SUBTIPO: Fiesta

<b>2 UBICACIÓN</b>		
2.1. PROVINCIA: Loja	2.2. CANTÓN: Loja	2.3. LOCALIDAD: Ciudad de Loja
2.4. CALLE: Bolívar entre Rocafuerte y Miguel Riofrio	2.5. NÚMERO: n/a	2.6. TRANSVERSAL:
2.7. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD: 4°12'56.96"S		LONGITUD: 79°15'22.00"W

<b>3 CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Provincia de Zamora Chinchipe	DISTANCIA: 60 km
3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Cantón Catamayo	DISTANCIA: 33 Km

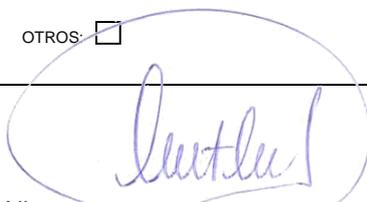
<b>4 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>		
4.1. ALTURA: 1470 m.s.n.m.	4.2. TEMPERATURA: 20 °C	4.3. PRECIPITACIÓN: 669.5 mm/año

VALOR INTRÍNSECO	<p>San Judas Tadeo estaba íntimamente relacionado con nuestro Señor por su parentesco con San Joaquín y Santa Ana, padres de la Santísima Virgen. Sobrino nieto de estos dos santos, es a la vez sobrino de María y José, de donde resulta ser primo de nuestro Señor Jesucristo.</p> <p>San Judas es conocido principalmente como autor de la Carta de su nombre en el Nuevo Testamento. Carta probablemente escrita antes de la caída de Jerusalén, por los años 62 al 65. En ella, San Judas denuncia las herejías de aquellos primeros tiempos y pone en guardia a los cristianos contra la seducción de las falsas doctrinas. Anima a los cristianos a permanecer firmes en la fe.</p>
------------------	---

CALIDAD	<table border="1"> <tr> <td colspan="2"><b>5 USOS (SIMBOLISMO).</b></td> <td colspan="2"><b>6 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2"> <p>San Judas Tadeo es uno de los Santos más populares, a causa de los numerosos favores celestiales que consigue a sus devotos que le rezan con FE.</p> <p>La fiesta de San judas Tadeo es una de las más importantes de la iglesias de Santo domingo en la cual se realiza la novena, noche de vísperas, la misa en honor al santo y terminando con una procesión alrededor de la iglesia, que inicia por la calle Rocafuerte, subiendo por la calle Bolívar, cruzando en la calle, Miguel Riofrio y bajando por la calle Bernardo Valdivieso. Esta fiesta atrae a más de 4000 devotos a las fiestas.</p> </td> <td colspan="2"> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>EN PROCESO DE DETERIORO:</p> <p><b>CAUSAS:</b> Falta de mantenimiento en la infraestructura donde se realiza la festividad</p> </td> </tr> </table>	<b>5 USOS (SIMBOLISMO).</b>		<b>6 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		<p>San Judas Tadeo es uno de los Santos más populares, a causa de los numerosos favores celestiales que consigue a sus devotos que le rezan con FE.</p> <p>La fiesta de San judas Tadeo es una de las más importantes de la iglesias de Santo domingo en la cual se realiza la novena, noche de vísperas, la misa en honor al santo y terminando con una procesión alrededor de la iglesia, que inicia por la calle Rocafuerte, subiendo por la calle Bolívar, cruzando en la calle, Miguel Riofrio y bajando por la calle Bernardo Valdivieso. Esta fiesta atrae a más de 4000 devotos a las fiestas.</p>		<p>ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>EN PROCESO DE DETERIORO:</p> <p><b>CAUSAS:</b> Falta de mantenimiento en la infraestructura donde se realiza la festividad</p>		<table border="1"> <tr> <td>NO ALTERADO <input type="checkbox"/></td> <td>DETERIORADO <input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> </table>	NO ALTERADO <input type="checkbox"/>	DETERIORADO <input checked="" type="checkbox"/>
	<b>5 USOS (SIMBOLISMO).</b>		<b>6 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>									
<p>San Judas Tadeo es uno de los Santos más populares, a causa de los numerosos favores celestiales que consigue a sus devotos que le rezan con FE.</p> <p>La fiesta de San judas Tadeo es una de las más importantes de la iglesias de Santo domingo en la cual se realiza la novena, noche de vísperas, la misa en honor al santo y terminando con una procesión alrededor de la iglesia, que inicia por la calle Rocafuerte, subiendo por la calle Bolívar, cruzando en la calle, Miguel Riofrio y bajando por la calle Bernardo Valdivieso. Esta fiesta atrae a más de 4000 devotos a las fiestas.</p>		<p>ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>EN PROCESO DE DETERIORO:</p> <p><b>CAUSAS:</b> Falta de mantenimiento en la infraestructura donde se realiza la festividad</p>										
NO ALTERADO <input type="checkbox"/>	DETERIORADO <input checked="" type="checkbox"/>											

VALOR EXTRÍNSECO	<p><b>6.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b></p> <p>NOMBRE:</p> <p>FECHA DE DECLARACIÓN:</p> <p>CATEGORÍA: Patrimonio Cultural</p> <p>Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/></p> <p>Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/></p>
------------------	--

VALOR EXTRÍNSECO	<table border="1"> <tr> <td colspan="2"><b>7 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b></td> </tr> <tr> <td> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>EN PROCESO DE DETERIORO:</p> <p><b>CAUSAS:</b></p> </td> <td> <p>NO ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>DETERIORADO <input type="checkbox"/></p> </td> </tr> </table>	<b>7 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>		<p>ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>EN PROCESO DE DETERIORO:</p> <p><b>CAUSAS:</b></p>	<p>NO ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>DETERIORADO <input type="checkbox"/></p>
	<b>7 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>				
<p>ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>EN PROCESO DE DETERIORO:</p> <p><b>CAUSAS:</b></p>	<p>NO ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>DETERIORADO <input type="checkbox"/></p>				

8 INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	<input checked="" type="checkbox"/>				Bus	<input checked="" type="checkbox"/>					Días al año 28 de Octubre
	Lastrado					Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Empedrado					4 x 4	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes
	Fluvial					Bote						
							Canoa					
Aéreo						Otros						Horas al día Culturales: Natural
						Avión						
						Avioneta						
						Helicóptero						
Siglas: <b>BN</b> : bueno; <b>RG</b> : regular; <b>ML</b> : malo; <b>N</b> : ninguno; <b>DR</b> : diaria; <b>SM</b> : semanal; <b>MN</b> : mensual; <b>EV</b> : eventual; <b>N</b> : ninguna												
<b>RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>												
<b>NOMBRE DE LA RUTA:</b> Sistema Intermodal de Transporte Urbano. (SITU) <b>DESDE:</b> Lunes <b>HASTA:</b> Domingo <b>FRECUENCIA:</b> 4m <b>DISTANCIA:</b> <b>OBSERVACIONES:</b> El costo del pasaje es de 0,30Ctv.												
APOYO	<b>9 FACILIDADES TURÍSTICAS</b>											
	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	18	783	7	244	24	1059	1	40	
ALIMENTACION	0	0	9	454	27	1512	62	2011	8	336		
ESPARCIEMIENT.	0	4	292	18	76	10	675	0	0	0		
<b>10 INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>												
<b>10.1. AGUA:</b> POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA: <input type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/> <b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:</b> SISTEMA INTERCONECTADO: <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/> <b>10.3. ALCANTARILLADO:</b> RED PÚBLICA: <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/> <b>10.4. PRECIO</b> SI: <input type="checkbox"/> NO: <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input checked="" type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>												
<b>OBSERVACIONES:</b>												
<b>11 ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>												
<b>NOMBRE</b>						<b>DISTANCIA</b>						
Museo del Banco Central						100 m.						
Iglesia Catedral						150 m.						
<b>12 DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>												
LOCAL: <input checked="" type="checkbox"/> PROVINCIAL: <input type="checkbox"/> NACIONAL: <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>												
												
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos <b>Firma: SUPERVISOR EVALUADOR</b>												

### 13 DATOS GENERALES.

1.1. **ENCUESTADOR:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
1.2. **FICHA N°:** 010  
1.3. **SUPERVISOR EVALUADOR:** Ing. Celia Jara Mg. Sc.  
1.4. **FECHA:** 14/06/2015  
1.5. **NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Fiesta en honor a San Martín de Porras  
1.6. **PROPIETARIO:** Iglesia de Santo Domingo  
1.7. **CATEGORÍA:** Manifestación Cultural 1.8. **TIPO:** Acontecimiento programado  
1.9. **SUBTIPO:** Fiesta

### 2 UBICACIÓN

2.1. **PROVINCIA:** Loja  
2.2. **CANTÓN:** Loja  
2.3. **LOCALIDAD:** Ciudad de Loja  
2.4. **CALLE:** Bolívar entre Rocafuerte y Miguel Riofrio  
2.5. **NÚMERO:** n/a  
2.6. **TRANSVERSAL:**  
2.7. **LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:** LATITUD: 4°12'56.96"S LONGITUD: 79°15'22.00"W

### 3 CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1. **NOMBRE DEL POBLADO:** Provincia de Zamora Chinchipe **DISTANCIA:** 60 km  
3.2. **NOMBRE DEL POBLADO:** Cantón Catamayo **DISTANCIA:** 30 Km

### 4 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

4.1. **ALTURA:** 1470 m.s.n.m. 4.2. **TEMPERATURA:** 20 °C 4.3. **PRECIPITACIÓN:** 669.5 mm/año

VALOR  
INTRÍNSECO

San Martín de Porres (Lima, 9 de diciembre de 1579 - 3 de noviembre de 1639) fue un santo peruano de la orden de los dominicos y el primero de raza negra en América.

Lo que más se recuerda de San Martín de Porres en la Ciudad de Lima son sus numerosos milagros. Según los testimonios de la época, a veces se trataba de curaciones instantáneas, en otras bastaba tan sólo su presencia para que el enfermo desahuciado iniciara un sorprendente y firme proceso de recuperación. Muchos lo vieron entrar y salir de recintos estando las puertas cerradas.

CALIDAD

VALOR  
EXTRÍNSECO

### 5 USOS (SIMBOLISMO).

El 3 de noviembre de 1639 falleció en la Ciudad de los Reyes, capital del Virreinato del Perú. Su muerte causó aún más conmoción en la ciudad.

El santo de la escoba fue declarado Beato en 1837 por Gregorio XVI y canonizado por el Papa Juan XXIII en 1962

### 6 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

ALTERADO  NO ALTERADO   
CONSERVADO  DETERIORADO

EN PROCESO DE DETERIORO:

**CAUSAS:** Falta de mantenimiento en la infraestructura donde se celebra la fiesta

### 6.3 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)

**NOMBRE:**

**FECHA DE DECLARACIÓN:**

**CATEGORÍA:** Patrimonio Cultural

Patrimonio de la Humanidad:

Patrimonio del Ecuador:

### 7 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO

ALTERADO  NO ALTERADO   
CONSERVADO  DETERIORADO

EN PROCESO DE DETERIORO:

**CAUSAS:**

8 INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	<input checked="" type="checkbox"/>				Bus	<input checked="" type="checkbox"/>					Días al año 3 de Noviembre
	Lastrado					Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Empedrado					4 x 4	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Naturales:
						Bote						
	Fluvial					Canoa						
						Otros						
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: Natural
						Avioneta						
						Helicóptero						
Siglas: <b>BN</b> : bueno; <b>RG</b> : regular; <b>ML</b> : malo; <b>N</b> : ninguno; <b>DR</b> : diaria; <b>SM</b> : semanal; <b>MN</b> : mensual; <b>EV</b> : eventual; <b>N</b> : ninguna												
<b>RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>												
<b>NOMBRE DE LA RUTA:</b> Sistema Intermodal de Transporte Urbano. (SITU) <b>DESDE:</b> Lunes <b>HASTA:</b> Domingo <b>FRECUENCIA:</b> 4m <b>DISTANCIA:</b> <b>OBSERVACIONES:</b> El costo del pasaje es de 0,30Ctv.												
APOYO	<b>9 FACILIDADES TURÍSTICAS</b>											
	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	18	783	7	244	24	1059	1	40	
	ALIMENTACION	0	0	9	454	27	1512	62	2011	8	336	
	ESPARCIEMIENT.	0	4	292	18	76	10	675	0	0	0	
	<b>10 INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>											
	<b>10.1. AGUA:</b> POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA: <input type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/> <b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:</b> SISTEMA INTERCONECTADO: <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/> <b>10.3. ALCANTARILLADO:</b> RED PÚBLICA: <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/> <b>10.4. PRECIO</b> SI: <input type="checkbox"/> NO: <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input checked="" type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>											
	OBSERVACIONES:											
<b>11 ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>												
<b>NOMBRE</b>						<b>DISTANCIA</b>						
Museo del Banco Central						100 m.						
Iglesia Catedral						150 m.						
<b>12 DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>												
LOCAL: <input checked="" type="checkbox"/> PROVINCIAL: <input type="checkbox"/> NACIONAL: <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>												
 Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos <b>Firma: SUPERVISOR EVALUADOR</b>												



**MINISTERIO DE TURISMO**  
 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



<b>1. DATOS GENERALES.</b>	
1.1. ENCUESTADOR: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca	1.2. FICHA N°: 011
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Celia Jara Mg. Sc.	1.4. FECHA: 14/06/2015
1.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO Fiesta de San Sebastián Patrono Jurado de Loja	1.6. PROPIETARIO: Iglesia de San Sebastián
1.7. CATEGORÍA: Manifestación Cultural 1.8. TIPO: Acontecimiento programado	1.9. SUBTIPO: Fiesta

<b>2 UBICACIÓN</b>		
2.1. PROVINCIA: Loja	2.2. CANTÓN: Loja	2.3. LOCALIDAD: Ciudad de Loja
2.4. CALLE: Bolívar y Mercadillo		
2.5. NÚMERO: n/a	2.6. TRANSVERSAL:	
2.7. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD: 4°12'56.96"S LONGITUD: 79°15'22.00"W		

<b>3 CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
3.1. NOMBRE DEL POBLADO Parroquia de Malacatos	DISTANCIA: 30 km
3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Cantón Catamayo	DISTANCIA: 36 Km

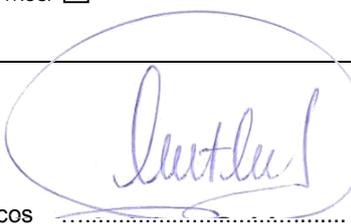
<b>4 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>		
4.1. ALTURA: 1470 m.s.n.m.	4.2. TEMPERATURA: 20 °C	4.3. PRECIPITACIÓN: 669.5 mm/año

VALOR INTRÍNSECO	<p>Sebastián, fue hijo de familia militar y noble, era oriundo de Narbona, pero se había educado en Milán. Llegó a ser capitán de la primera corte de la guardia pretoriana. Era respetado por todos y apreciado por el emperador, que desconocía su cualidad de cristiano. Cumplía con la disciplina militar, pero no participaba en los sacrificios idolátricos. Además, como buen cristiano, ejercitaba el apostolado entre sus compañeros, visitaba y alentaba a los cristianos encarcelados por causa de Cristo. Esta situación no podía durar mucho, y fue denunciado al emperador Maximino quien lo obligó a escoger entre ser su soldado o seguir a Jesucristo.</p>
------------------	---

VALOR EXTRÍNSECO	<p>Las fiestas del patrono Jurado de Loja, San Sebastián desde este año fueron incluidas dentro de las seis principales de la región sur del país. No está de más, pues si bien la mayor celebración religiosa y popular gira en torno a la Virgen del Cisne, el homenaje a San Sebastián data de 1748 y tiene como principal objetivo el rescate de nuestras tradiciones</p>	<table border="1"> <tr> <td colspan="2"><b>5 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></td> </tr> <tr> <td>ALTERADO <input type="checkbox"/></td> <td>NO ALTERADO <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/></td> <td>DETERIORADO <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="2">EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="2">CAUSAS:</td> </tr> </table>	<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"/>		CAUSAS:	
	<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"/>												
CAUSAS:												

CALIDAD	<p><b>5.3 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b></p> <p>NOMBRE:</p> <p>FECHA DE DECLARACIÓN:</p> <p>CATEGORÍA: Patrimonio Cultural</p> <p>Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/></p> <p>Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/></p>
---------	--

VALOR EXTRÍNSECO	<table border="1"> <tr> <td colspan="2"><b>6 ESTADO DE CONSERVACIÓN DE ENTORNO</b></td> </tr> <tr> <td>ALTERADO <input type="checkbox"/></td> <td>NO ALTERADO <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/></td> <td>DETERIORADO <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="2">EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="2">CAUSAS:</td> </tr> </table>	<b>6 ESTADO DE CONSERVACIÓN DE ENTORNO</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"/>		CAUSAS:	
	<b>6 ESTADO DE CONSERVACIÓN DE ENTORNO</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"/>											
CAUSAS:											

7 INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	<input checked="" type="checkbox"/>				Bus	<input checked="" type="checkbox"/>					Días al año 19 al 20 de Enero
	Lastrado					Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Empedrado					4 x 4	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes
						Bote						
	Fluvial					Canoa						
						Otros						
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: Natural
						Avioneta						
						Helicóptero						
Siglas: <b>BN</b> : bueno; <b>RG</b> : regular; <b>ML</b> : malo; <b>N</b> : ninguno; <b>DR</b> : diaria; <b>SM</b> : semanal; <b>MN</b> : mensual; <b>EV</b> : eventual; <b>N</b> : ninguna												
<b>RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>												
<b>NOMBRE DE LA RUTA:</b> Sistema Intermodal de Transporte Urbano. (SITU) <b>DESDE:</b> Lunes <b>HASTA:</b> Domingo <b>FRECUENCIA:</b> 4m <b>DISTANCIA:</b> <b>OBSERVACIONES:</b> El costo del pasaje es de 0,30Ctv.												
APOYO	<b>8 FACILIDADES TURÍSTICAS</b>											
	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	18	783	7	244	24	1059	1	40	
	ALIMENTACION	0	0	9	454	27	1512	62	2011	8	336	
	ESPARCIEMIENT.	0	4	292	18	76	10	675	0	0	0	
	<b>9 INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>											
	<b>10.1. AGUA:</b> POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA: <input type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/> <b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:</b> SISTEMA INTERCONECTADO: <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/> <b>10.3. ALCANTARILLADO:</b> RED PÚBLICA: <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/> <b>10.4. PRECIO</b> SI: <input type="checkbox"/> NO: <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input checked="" type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>											
	<b>OBSERVACIONES:</b>											
<b>10 ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>												
<b>NOMBRE</b>						<b>DISTANCIA</b>						
Pasaje de la Calle Lourdes						30m						
Iglesia de Santo Domingo						100m						
<b>11 DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>												
LOCAL: <input checked="" type="checkbox"/> PROVINCIAL: <input type="checkbox"/> NACIONAL: <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>												
 Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos <b>Firma: SUPERVISOR EVALUADOR</b>												



**MINISTERIO DE TURISMO**  
 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



<b>1. DATOS GENERALES.</b>		
1.1. <b>ENCUESTADOR:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca	1.2. <b>FICHA N°:</b> 012	
1.3. <b>SUPERVISOR EVALUADOR:</b> Ing. Celia Jara Mg. Sc.	1.4. <b>FECHA:</b> 14/06/2015	
1.5. <b>NOMBRE:</b> Fiesta de Corpus Cristi de San Sebastián	1.6. <b>PROPIETARIO:</b> Iglesia	
1.7. <b>CATEGORÍA:</b> Manifestación Cultural	1.8. <b>TIPO:</b> Acontecimiento programado	1.9. <b>SUBTIPO:</b> Fiestas

<b>2 UBICACIÓN</b>		
2.1. <b>PROVINCIA:</b> Loja	2.2. <b>CANTÓN:</b> Loja	2.3. <b>LOCALIDAD:</b> Ciudad de Loja
2.4. <b>CALLE:</b> Bolívar y Mercadillo	2.5. <b>NÚMERO:</b> n/a	2.6. <b>TRANSVERSAL:</b>
2.7. <b>LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD:</b> 4°12'56.96"S		<b>LONGITUD:</b> 79°15'22.00"W

<b>3 CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
3.1. <b>NOMBRE DEL POBLADO:</b> Parroquia de Malacatos	<b>DISTANCIA:</b> 30 km
3.2. <b>NOMBRE DEL POBLADO:</b> Cantón Catamayo	<b>DISTANCIA:</b> 30 Km

<b>4 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>		
4.1. <b>ALTURA:</b> 1470 m.s.n.m.	4.2. <b>TEMPERATURA:</b> 20 °C	4.3. <b>PRECIPITACIÓN:</b> 669.5 mm/año

<b>VALOR INTRÍNSECO</b>	<p>La fiesta de Corpus Cristi comenzó a celebrarse en Liega (Bélgica) en 1246, siendo extendida a toda la Iglesia Occidental por el Papa Urbano IV en 1264, se instituyó con motivo del milagro por el cual, mientras un sacerdote celebraba la misa en la iglesia de Bolsena (Italia), al romper la hostia consagrada, brotó sangre. La Octava de Corpus Cristi, que es una pública demostración de fe y Amor a Jesús Sacramentado, se realiza entre los meses de Junio o Julio, se ejecuta la víspera, la misa de fiesta y la procesión por la plaza de San Sebastián, teniendo como finalidad proclamar la fe en la presencia real de Jesucristo en la Eucarística.</p>
-------------------------	--

<b>CALIDAD VALOR EXTRÍNSECO</b>	<p>Es una pública demostración de fe y Amor a Jesús Sacramentado, la misma se realiza entre los meses de Junio o Julio, se ejecuta la víspera, la misa de fiesta y la procesión por la plaza de San Sebastián</p>	<table border="1"> <tr> <td colspan="2"><b>5 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></td> </tr> <tr> <td>ALTERADO <input type="checkbox"/></td> <td>NO ALTERADO <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/></td> <td>DETERIORADO <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="2">EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="2"><b>CAUSAS:</b></td> </tr> </table>	<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>	
	<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>												

<b>5.3 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b>	
<b>NOMBRE:</b>	
<b>FECHA DE DECLARACIÓN:</b>	
<b>CATEGORÍA:</b> Patrimonio Cultural	
Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/>	
Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/>	

<b>CALIDAD VALOR EXTRÍNSECO</b>	<p>Es una pública demostración de fe y Amor a Jesús Sacramentado, la misma se realiza entre los meses de Junio o Julio, se ejecuta la víspera, la misa de fiesta y la procesión por la plaza de San Sebastián</p>	<table border="1"> <tr> <td colspan="2"><b>6 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b></td> </tr> <tr> <td>ALTERADO <input type="checkbox"/></td> <td>NO ALTERADO <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/></td> <td>DETERIORADO <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="2">EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="2"><b>CAUSAS:</b></td> </tr> </table>	<b>6 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</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>	
	<b>6 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</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>												

7 INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	<input checked="" type="checkbox"/>				Bus	<input checked="" type="checkbox"/>					Días al año 22 de Junio
	Lastrado					Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Empedrado					4 x 4	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes
						Bote						
	Fluvial					Canoa						
						Otros						
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: Natural
						Avioneta						
						Helicóptero						

Siglas: **BN**: bueno; **RG**: regular; **ML**: malo; **N**: ninguno; **DR**: diaria; **SM**: semanal; **MN**: mensual; **EV**: eventual; **N**: ninguna

**APoyo**

**RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS**

**NOMBRE DE LA RUTA:** Sistema Intermodal de Transporte Urbano. (SITU)  
**DESDE:** Lunes **HASTA:** Domingo **FRECUENCIA:** 4m **DISTANCIA:**  
**OBSERVACIONES:** El costo del pasaje es de 0,30Ctv.

SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	Nº estable.	Plazas	Nº estable.	Plazas	Nº estable	Plazas	Nº estable	Plazas	Nº estable	Plazas	
ALOJAMIENTO	0	0	18	783	7	244	24	1059	1	40	
ALIMENTACION	0	0	9	454	27	1512	62	2011	8	336	
ESPARCIEMIENT.	0	4	292	18	76	10	675	0	0	0	

**9 INFRAESTRUCTURA BÁSICA.**

**10.1. AGUA:**  
 POTABLE:  TRATADA:  ENTUBADA:  DE POZO:  NO EXISTE:  OTROS: .....

**10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:**  
 SISTEMA INTERCONECTADO:  GENERADOR:  NO EXISTE:  OTROS: .....

**10.3. ALCANTARILLADO:**  
 RED PÚBLICA:  POZO CIEGO:  POZO SÉPTICO:  NO EXISTE:  OTROS: .....

**10.4. PRECIO**  
 SI:  NO:  ENTRADA LIBRE:  OTROS: .....

**OBSERVACIONES:**

**10 ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS**

NOMBRE	DISTANCIA
Pasaje de la Calle Lourdes	30m
Iglesia de Santo Domingo	100m

**11 DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO**

LOCAL:  PROVINCIAL:  NACIONAL:  INTERNACIONAL:  OTROS:

  
 Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos  
**Firma: SUPERVISOR EVALUADOR**



7 INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	<input checked="" type="checkbox"/>				Bus	<input checked="" type="checkbox"/>					Días al año
	Lastrado					Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Empedrado					4 x 4	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes
	Fluvial					Bote						
							Canoa					
Aéreo						Otros						Horas al día Culturales: Natural
						Avión						
						Avioneta						
						Helicóptero						

Siglas: **BN**: bueno; **RG**: regular; **ML**: malo; **N**: ninguno; **DR**: diaria; **SM**: semanal; **MN**: mensual; **EV**: eventual; **N**: ninguna

### RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS

**NOMBRE DE LA RUTA:** Sistema Intermodal de Transporte Urbano. (SITU)  
**DESDE:** Lunes      **HASTA:** Domingo      **FRECUENCIA:** 4m      **DISTANCIA:**  
**OBSERVACIONES:** El costo del pasaje e de 0,30Ctv.

### 8 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	18	783	7	244	24	1059	1	40	
ALIMENTACION	0	0	9	454	27	1512	62	2011	8	336	
ESPARCIEMIENT.	0	4	292	18	76	10	675	0	0	0	

### 9 INFRAESTRUCTURA BÁSICA.

**10.1. AGUA:**  
POTABLE:  TRATADA:  ENTUBADA:  DE POZO:  NO EXISTE:  OTROS: .....

**10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:**  
SISTEMA INTERCONECTADO:  GENERADOR:  NO EXISTE:  OTROS: .....

**10.3. ALCANTARILLADO:**  
RED PÚBLICA:  POZO CIEGO:  POZO SÉPTICO:  NO EXISTE:  OTROS: .....

**10.4. PRECIO**  
SI:  NO:  ENTRADA LIBRE:  OTROS: .....

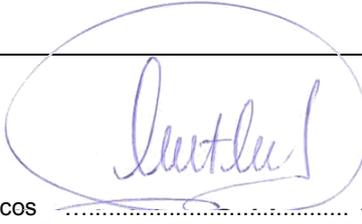
**OBSERVACIONES:**

### 10 ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRE	DISTANCIA
Iglesia Santo Domingo	3km
Museo Banco Central	3km
Iglesia San Francisco	2km
Iglesia la Catedral	3km

### 11 DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL:  PROVINCIAL:  NACIONAL:  INTERNACIONAL:  OTROS:

  
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos  
**Firma: SUPERVISOR EVALUADOR**



**MINISTERIO DE TURISMO**  
 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



<b>1. DATOS GENERALES.</b>	
1.1. ENCUESTADOR: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca	1.2. FICHA N°: 014
1.3. SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Celia Jara Mg. Sc.	1.4. FECHA: 14/06/2015
1.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Fiesta de San José	1.6. PROPIETARIO: Iglesia de San José
1.7. CATEGORÍA: Manifestación Cultural	1.8. TIPO: Acontecimiento programado
	1.9. SUBTIPO: Fiestas
<b>2 UBICACIÓN</b>	
2.1. PROVINCIA: Loja	2.2. CANTÓN: Loja
	2.3. LOCALIDAD: Barrio San José
2.4. Calles: Guaranda y Domingo de Arguto	2.5. NÚMERO: n/a
	2.6. TRANSVERSAL:
2.7. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD: 4°12'56.96"S	LONGITUD: 79°15'22.00"W
<b>3 CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Provincia de Zamora Ch	DISTANCIA: 64 km
3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Cantón Catamayo	DISTANCIA: 35 Km
<b>4 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
4.1. ALTURA: 1470 m.s.n.m.	4.2. TEMPERATURA: 20 °C
	4.3. PRECIPITACIÓN: 669.5 mm/año
VALOR INTRINSECO	<p>Modelo de padre y esposo, patrón de la Iglesia universal, de los trabajadores, de infinidad de comunidades religiosas y de la buena muerte.</p> <p>A San José Dios le encomendó la inmensa responsabilidad y privilegio de ser esposo de la Virgen María y custodio de la Sagrada Familia. Es por eso el santo que más cerca está de Jesús y de la Stma. Virgen María.</p> <p>San José es llamado el "Santo del silencio" No conocemos palabras expresadas por él, tan solo conocemos sus obras, sus actos de fe, amor y de protección como padre responsable del bienestar de su amadísima esposa y de su excepcional Hijo. José fue "santo" desde antes de los desposorios. Un "escogido" de Dios. Desde el principio recibió la gracia de discernir los mandatos del Señor.</p>
	<p>Las fiestas del en Honor a San José se inician con la novena junto con clara muestra de unión, los moradores del barrio San José y sectores aledaños.</p> <p>Las actividades iniciaron el 6 de marzo con la novena en el templo de la parroquia eclesiástica con la presencia masiva de los devotos,</p> <p>Se hace un festejo a los adultos mayores con presentaciones de danzas y música, se desarrolló el baile popular con vaca loca, castillos, noche de luces con nutrida presencia de gente, además se realiza la eucaristía de acción de gracias y una procesión con la imagen por la calle Gran Colombia, van por la Machala y regresan al templo.</p>
CALIDAD	<p><b>5 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p> <p>ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>CONSERVADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/></p> <p>EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/></p> <p><b>CAUSAS:</b></p>
	<p><b>5.3 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b></p> <p>NOMBRE:</p> <p>FECHA DE DECLARACIÓN:</p> <p>CATEGORÍA: Patrimonio Cultural</p> <p>Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/></p> <p>Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/></p>
VALOR EXTRINSECO	<p><b>6 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b></p> <p>ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>CONSERVADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/></p> <p>EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/></p> <p><b>CAUSAS:</b> Perdida de tradiciones</p>

7 INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	<input checked="" type="checkbox"/>				Bus	<input checked="" type="checkbox"/>					Días al año 19 de Marzo
	Lastrado					Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Empedrado					4 x 4	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes
	Fluvial					Bote						
							Canoa					
Aéreo						Otros						Horas al día Culturales: Natural
						Avión						
						Avioneta						
						Helicóptero						

Siglas: **BN**: bueno; **RG**: regular; **ML**: malo; **N**: ninguno; **DR**: diaria; **SM**: semanal; **MN**: mensual; **EV**: eventual; **N**: ninguna

**8 RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS**

**NOMBRE DE LA RUTA:** Sistema Intermodal de Transporte Urbano. (SITU)  
**DESDE:** Lunes **HASTA:** Domingo **FRECUENCIA:** 4m **DISTANCIA:**  
**OBSERVACIONES:** Sistema Intermodal de Transporte Urbano. (SITU)

**8 FACILIDADES TURÍSTICAS**

SERVICIOS	CATEGORÍAS										OTROS
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	Nº estable.	Plazas									
ALOJAMIENTO	0	0	18	783	7	244	24	1059	1	40	
ALIMENTACION	0	0	9	454	27	1512	62	2011	8	336	
ESPARCIEMIENT.	0	4	292	18	76	10	675	0	0	0	

**9 INFRAESTRUCTURA BÁSICA.**

**10.1. AGUA:**  
 POTABLE:  TRATADA:  ENTUBADA:  DE POZO:  NO EXISTE:  OTROS: .....

**10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:**  
 SISTEMA INTERCONECTADO:  GENERADOR:  NO EXISTE:  OTROS: .....

**10.3. ALCANTARILLADO:**  
 RED PÚBLICA:  POZO CIEGO:  POZO SÉPTICO:  NO EXISTE:  OTROS: .....

**10.4. PRECIO**  
 SI:  NO:  ENTRADA LIBRE:  OTROS: .....

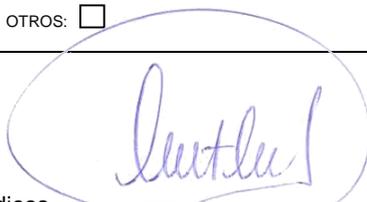
**OBSERVACIONES:**

**10 ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS**

NOMBRE	DISTANCIA
Puerta de la Ciudad	50m
Iglesia del Valle	2km

**11 DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO**

LOCAL:  PROVINCIAL:  NACIONAL:  INTERNACIONAL:  OTROS:

  
 Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos  
 Firma: **SUPERVISOR EVALUADOR**



7 INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	<input checked="" type="checkbox"/>				Bus	<input checked="" type="checkbox"/>					Días al año 25 de Marzo
	Lastrado					Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Empedrado					4 x 4	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes
						Bote						
	Fluvial					Canoa						
						Otros						
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: Natural
						Avioneta						
						Helicóptero						
Siglas: <b>BN</b> : bueno; <b>RG</b> : regular; <b>ML</b> : malo; <b>N</b> : ninguno; <b>DR</b> : diaria; <b>SM</b> : semanal; <b>MN</b> : mensual; <b>EV</b> : eventual; <b>N</b> : ninguna												
<b>RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>												
<b>NOMBRE DE LA RUTA:</b> Sistema Intermodal de Transporte Urbano. (SITU) <b>DESDE:</b> Lunes <b>HASTA:</b> Domingo <b>FRECUENCIA:</b> 4m <b>DISTANCIA:</b> <b>OBSERVACIONES:</b> El costo del pasaje es de 0,30Ctv.												
APOYO	<b>8 FACILIDADES TURÍSTICAS</b>											
	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	18	783	7	244	24	1059	1	40	
	ALIMENTACION	0	0	9	454	27	1512	62	2011	8	336	
	ESPARCIEMIENT.	0	4	292	18	76	10	675	0	0	0	
	<b>9 INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>											
	<b>10.1. AGUA:</b> POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA: <input type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/> <b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:</b> SISTEMA INTERCONECTADO: <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/> <b>10.3. ALCANTARILLADO:</b> RED PÚBLICA: <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/> <b>10.4. PRECIO</b> SI: <input type="checkbox"/> NO: <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input checked="" type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>											
	OBSERVACIONES:											
<b>10 ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>												
<b>NOMBRE</b>						<b>DISTANCIA</b>						
Parque Lineal La Argelia						2km						
Iglesia de San Sebastián						1km						
<b>11 DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>												
LOCAL: <input checked="" type="checkbox"/> PROVINCIAL: <input type="checkbox"/> NACIONAL: <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>												
 Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos <b>Firma: SUPERVISOR EVALUADOR</b>												



**MINISTERIO DE TURISMO**  
 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



<b>1. DATOS GENERALES.</b>	
1.1. ENCUESTADOR: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca	1.2. FICHA N°: 016
1.3. SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Celia Jara Mg. Sc.	1.4. FECHA: 14/06/2015
1.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO Puerta de la Ciudad	1.6. PROPIETARIO: Municipio de Loja
1.7. CATEGORÍA: Manifestación Cultural	
1.8. TIPO: Realizaciones técnicas y científicas contemporáneas	1.9. SUBTIPO: Obras Técnicas

<b>2. UBICACION</b>		
2.1. <b>PROVINCIA:</b> Loja	2.2. <b>CANTÓN:</b> Loja	2.3.
<b>LOCALIDAD:</b> Parroquia el Sagrario		
2.4. <b>Calles:</b> Av. Universitaria e intersección de las calles Sucre y 18 de Noviembre.		
2.5. <b>NÚMERO:</b> n/a		
2.6. <b>LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD:</b> 4°12'56.96"S <b>LONGITUD:</b> 79°15'22.00"W		

<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
3.1. <b>NOMBRE DEL POBLADO</b> Provincia de Zamora Chinchipe	<b>DISTANCIA:</b> 64 km
3.2. <b>NOMBRE DEL POBLADO:</b> Cantón Catamayo	<b>DISTANCIA:</b> 36 Km

<b>VALOR INTRÍNSECO</b>	<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
	4.1. <b>ALTURA:</b> 1470 m.s.n.m.	4.2. <b>TEMPERATURA:</b> 20 °C
	4.3. <b>PRECIPITACIÓN:</b> 669.5 mm/año	
	<p>La puerta de entrada de Loja es un monumento arquitectónico que constituye una réplica del Escudo de Loja enviado por el Rey Felipe II en 1571 a Loja, ciudad que era considerada como el punto de ingreso a la Amazonía y de vital importancia para la conquista de "El Dorado"</p> <p>La misma cuenta con cuatro salas de exposición temporales, un pequeño almacén de publicaciones y artesanías lojanas, cafetería y un mirador</p> <p>Cuenta con cuatro salas de exposición temporales, un pequeño almacén de publicaciones y artesanía lojana, una cafetería y los miradores.</p> <p>La infraestructura pretende simbolizar la puerta de la entrada de Loja hacia un futuro prometedor, la misma que es enfocada hacia un progreso, desarrollo integral, económico, cultural y artístico.</p>	
<b>VALOR EXTRÍNSECO</b>	<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
	<p>ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>CONSERVADO <input type="checkbox"/></p> <p>EN PROCESO DE DETERIORO:</p> <p><b>CAUSAS:</b> Daños en la infraestructura</p>	<p>NO ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>DETERIORADO <input checked="" type="checkbox"/></p>
	<b>11.3 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b>	
	<p><b>NOMBRE:</b></p> <p><b>FECHA DE DECLARACIÓN:</b></p> <p><b>CATEGORÍA:</b> Patrimonio Cultural</p> <p>Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/></p> <p>Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/></p>	
	<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>	
	<p>ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>CONSERVADO <input type="checkbox"/></p> <p>EN PROCESO DE DETERIORO:</p> <p><b>CAUSAS:</b></p>	<p>NO ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>DETERIORADO <input type="checkbox"/></p>

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	<input checked="" type="checkbox"/>				Bus	<input checked="" type="checkbox"/>					Días al año 365
	Lastrado					Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Empedrado					4 x 4	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Naturales:
	Fluvial					Bote						
							Canoa					
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: 08h00 a 20h00
						Avioneta						
						Helicóptero						

Siglas: **BN**: bueno; **RG**: regular; **ML**: malo; **N**: ninguno; **DR**: diaria; **SM**: semanal; **MN**: mensual; **EV**: eventual; **N**: ninguna

**RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS**

**NOMBRE DE LA RUTA:** Sistema Intermodal de Transporte Urbano. (SITU)  
**DESDE:** Lunes **HASTA:** Domingo **FRECUENCIA:** 4m **DISTANCIA:**  
**OBSERVACIONES:** El costo del pasaje es de 0,30Ctv.

**8. FACILIDADES TURISTICAS**

SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	Nº estable.	Plazas									
ALOJAMIENTO	0	0	18	783	7	244	24	1059	1	40	
ALIMENTACION	0	0	9	454	27	1512	62	2011	8	336	
ESPARCIEMT.	0	4	292	18	76	10	675	0	0	0	

**9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.**

**10.1. AGUA:**  
 POTABLE:  TRATADA:  ENTUBADA:  DE POZO:  NO EXISTE:  OTROS: .....

**10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:**  
 SISTEMA INTERCONECTADO:  GENERADOR:  NO EXISTE:  OTROS: .....

**10.3. ALCANTARILLADO:**  
 RED PÚBLICA:  POZO CIEGO:  POZO SÉPTICO:  NO EXISTE:  OTROS: .....

**10.4. PRECIO**  
 SI:  NO:  ENTRADA LIBRE:  OTROS: .....

**OBSERVACIONES:**

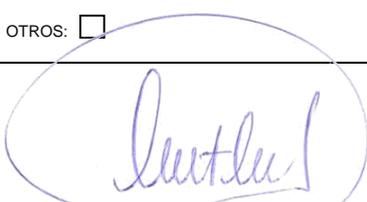
**10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS**

NOMBRE	DISTANCIA
Conjunto del Valle – Iglesia San Juan Bautista	1km
Iglesia San Francisco	400m

**11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO**

LOCAL:  PROVINCIAL:  NACIONAL:  INTERNACIONAL:  OTROS:

Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos

Firma:  SUPERVISOR EVALUADOR



**MINISTERIO DE TURISMO**  
 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



<b>1 DATOS GENERALES.</b>	
1.2. ENCUESTADOR: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca	1.2. FICHA N°: 017
1.4. SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Celia Jara Mg. Sc.	1.4. FECHA: 14/06/2015
11.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Iglesia de San Francisco	1.6. PROPIETARIO: Comunidad Franciscana
1.7. CATEGORÍA: Manifestación Cultural	
1.8. TIPO: Histórico	1.9. SUBTIPO: Arquitectura Religiosa
<b>2. UBICACIÓN</b>	
2.1. PROVINCIA: Loja	2.2. CANTÓN: Loja
2.3. LOCALIDAD: Parroquia el Sagrario	
2.4. Calles: Imbabura y Simón Bolívar	
2.5. NÚMERO: n/a	
2.6. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD: 4°12'56.96"S	
79°15'22.00"W	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Provincia de Zamora Ch	DISTANCIA: 64 km
3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Cantón Catamayo	DISTANCIA: 36 Km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
4.1. ALTURA: 1470 m.s.n.m.	4.2. TEMPERATURA: 20 °C
4.3. PRECIPITACIÓN: 669.5 mm/año	
VALOR INTRÍNSECO	<p>Estilo: Renacentista y neogriego.</p> <p>Época de construcción: Según Pío Jaramillo Alvarado, la definitiva fundación de Loja se llevó a cabo en 1548, por lo tanto la edificación del convento Franciscano, construido de adobe data de ese mismo año. Se encuentra integrado por los siguientes espacios: Convento antiguo y convento nuevo; Iglesia San Francisco, capilla de la Virgen de Fátima, arcos de medio punto, las columnas de estilo dórico y una de las torres es original.</p> <p>En el interior de la iglesia podemos encontrar un estilo ecléctico. Esculturas de la Virgen del Carmen, Señor del Cautivo, San Francisco, San Sebastián, Virgen Inmaculada, San José, Santa Rosa de Lima, San Diego.</p> <p>La capilla de Fátima tiene una nave y bóveda con arcos ojivales, tiene catacumbas. Las Esculturas: Santa Isabel, San Luis, Rey de Francia, Virgen de Fátima y los tres pastores. Mural y cuadro de San Antonio de Padua</p>
	<p>En la iglesia se celebran manifestaciones religiosas como es la Fiesta en honor al Divino Niño Jesús</p>
CALIDAD	<p><b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/></p> <p>EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS:</p>
	<p><b>1.3 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b></p> <p>NOMBRE:</p> <p>FECHA DE DECLARACIÓN:</p> <p>CATEGORÍA: Patrimonio Cultural</p> <p>Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/></p> <p>Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/></p>
	<p><b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b></p> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/></p> <p>EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS:</p>
VALOR EXTRÍNSECO	

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	<input checked="" type="checkbox"/>				Bus	<input checked="" type="checkbox"/>					Días al año 365
	Lastrado					Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Empedrado					4 x 4	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Naturales:
	Fluvial					Bote						
							Canoa					
Aéreo						Otros						Horas al día Culturales: 07h00 – 12h00 14h00 – 19h30
						Avión						
						Avioneta						
						Helicóptero						

Siglas: **BN**: bueno; **RG**: regular; **ML**: malo; **N**: ninguno; **DR**: diaria; **SM**: semanal; **MN**: mensual; **EV**: eventual; **N**: ninguna

**RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS**  
**NOMBRE DE LA RUTA:** Sistema Intermodal de Transporte Urbano. (SITU)  
**DESDE:** Lunes **HASTA:** Domingo **FRECUENCIA:** 4m **DISTANCIA:**  
**OBSERVACIONES:** El costo del pasaje es de 0,30Ctv.

**8. FACILIDADES TURISTICAS**

SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	Nº estable.	Plazas	Nº estable.	Plazas	Nº estable	Plazas	Nº estable	Plazas	Nº estable	Plazas	
ALOJAMIENTO	0	0	18	783	7	244	24	1059	1	0	
ALIMENTACION	0	0	9	454	27	1512	62	2011	8	0	
ESPARCIEMT.	0	0	4	292	18	76	10	675	0	0	

**9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.**

**10.1. AGUA:**  
 POTABLE:  TRATADA:  ENTUBADA:  DE POZO:  NO EXISTE:  OTROS: .....

**10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:**  
 SISTEMA INTERCONECTADO:  GENERADOR:  NO EXISTE:  OTROS: .....

**10.3. ALCANTARILLADO:**  
 RED PÚBLICA:  POZO CIEGO:  POZO SÉPTICO:  NO EXISTE:  OTROS: .....

**10.4. PRECIO**  
 SI:  NO:  ENTRADA LIBRE:  OTROS: .....

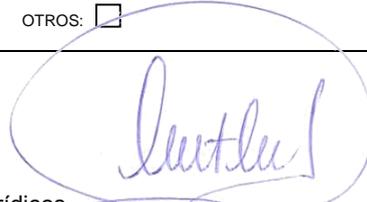
**OBSERVACIONES:**

**10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS**

NOMBRE	DISTANCIA
Iglesia Catedral	200m
Museo del Banco Central	250m

**11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO**

LOCAL:  PROVINCIAL:  NACIONAL:  INTERNACIONAL:  OTROS:

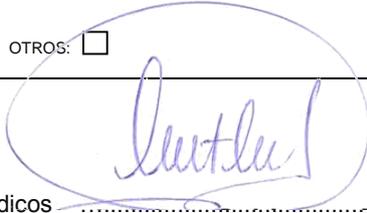
  
 Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos  
**Firma: SUPERVISOR EVALUADOR**



**MINISTERIO DE TURISMO**  
 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



<b>1 DATOS GENERALES.</b>									
1.1. ENCUESTADOR: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca	1.2. FICHA N°: 018								
1.3. SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Celia Jara Mg. Sc.									
1.4. FECHA: 14/06/2015									
1.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Iglesia Catedral de Loja	1.6. PROPIETARIO: Casa Episcopal								
1.7. CATEGORÍA: Manifestación Cultural									
1.8. TIPO: Histórico	1.9. SUBTIPO: Arquitectura Religiosa								
<b>2. UBICACIÓN</b>									
2.1. PROVINCIA: Loja	2.2. CANTÓN: Loja								
2.3. LOCALIDAD: Parroquia el Sagrario									
2.4. Calles: Bernardo Valdivieso entre 10 de Agosto y José Antonio Eguiguren.									
2.5. NÚMERO: n/a									
2.6. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:									
LATITUD: 4°12'56.96"S	LONGITUD: 79°15'22.00"W								
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>									
3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Provincia de Zamora Ch	DISTANCIA: 64 km								
3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Cantón Catamayo	DISTANCIA: 36 Km								
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>									
4.1. ALTURA: 1470 m.s.n.m.	4.2. TEMPERATURA: 20 °C								
4.3. PRECIPITACIÓN: 669.5 mm/año									
CALIDAD	<p>La iglesia ha tenido dos importantes restauraciones en 1929-1930 con motivo de la Coronación de la Virgen de El Cisne, además la coronación pictórica de la iglesia por parte de Juan Bautista Aguirre. En 1988-1989 se hizo una restauración arquitectónica y pictórica bajo la dirección del obispo Hugolino Cerasuolo y en el 2004 se hizo una última restauración al altar mayor de madera que se cambió por uno de pan de oro, el piso de madera por baldosa; no hay retablos en las naves laterales.</p> <p>Distribución espacial: Posee una planta en forma de cruz latina, sobresale la nave central de las naves laterales. Tiene dos capillas, en una de ellas está el Santísimo. La nave central tiene un baldoquino con arcos de medio punto y la sillería de estilo románico.</p> <p>Colecciones en el interior: Pintura mural, óleo de la Inmaculada Concepción, óleo de la Virgen de Guadalupe, Santísima Trinidad, Oleo de Oración de Cristo en el Huerto. En cuanto a escultura tiene: Inmaculada Concepción Apolítica, Cristo Cautivo de la Buena Esperanza, La Trinidad, Cristo Resucitado, Santa Marianita de Jesús, Sagrado Corazón de Jesús.</p> <p>Existen vitrales con alegorías religiosas en la nave lateral izquierda. Tiene una mampara en la entrada principal en donde se encuentra la imagen de Cristo Misericordioso.</p> <p>Púlpito de estilo barroco.</p> <p>Órgano adquirido por Monseñor Masía, tiene también lámparas de metal y de cristal</p> <p>También encontramos una oficina donde funciona la sacristía.</p> <p>Fue consagrada como catedral por Monseñor José María Riofrío el 31 de octubre de 1895.</p>								
	<p>Desde el 20 de Agosto hasta el 1 de Noviembre reposa la Sagrada Imagen de la Virgen del Cisne con quema de castillos del 1 al 8 de Septiembre.</p> <p>En la Iglesia se realizan eucaristías permanentes</p>								
VALOR	<p><b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p> <table border="0"> <tr> <td>ALTERADO</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>NO ALTERADO</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>CONSERVADO</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>DETERIORADO</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table> <p>EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/></p> <p><b>CAUSAS:</b></p>	ALTERADO	<input type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>	CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>	DETERIORADO	<input type="checkbox"/>
	ALTERADO	<input type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>					
CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>	DETERIORADO	<input type="checkbox"/>						
<p><b>1.6 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b></p> <p>NOMBRE:</p> <p>FECHA DE DECLARACIÓN:</p> <p>CATEGORÍA: Patrimonio Cultural</p> <p>Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/></p> <p>Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/></p>									

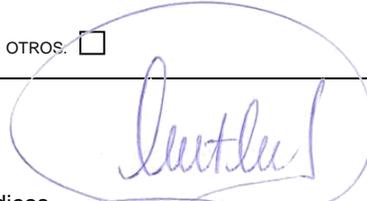
	<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>											
	ALTERADO <input type="checkbox"/>					NO ALTERADO <input type="checkbox"/>						
	CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/>					DETERIORADO <input type="checkbox"/>						
	EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/>											
	CAUSAS: <input type="checkbox"/>											
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	<input checked="" type="checkbox"/>				Bus	<input checked="" type="checkbox"/>					Días al año 365
	Lastrado					Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Empedrado					4 x 4	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Naturales:
						Bote						
	Fluvial					Canoa						
						Otros						
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: 06h00 – 12h00 15h00 – 18h00
						Avioneta						
						Helicóptero						
Siglas: <b>BN</b> : bueno; <b>RG</b> : regular; <b>ML</b> : malo; <b>N</b> : ninguno; <b>DR</b> : diaria; <b>SM</b> : semanal; <b>MN</b> : mensual; <b>EV</b> : eventual; <b>N</b> : ninguna												
<b>RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>												
NOMBRE DE LA RUTA: Sistema Intermodal de Transporte Urbano. (SITU)												
DESDE: Lunes HASTA: Domingo FRECUENCIA: 4m DISTANCIA:												
OBSERVACIONES: El costo del pasaje es de 0,30Ctv.												
APOYO	<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>											
SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS	
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA			
	Nº estable.	Plazas	Nº estable.	Plazas	Nº estable.	Plazas	Nº estable.	Plazas	Nº estable.	Plazas		
ALOJAMIENTO	0	0	18	783	7	244	24	1059	1	0		
ALIMENTACION	0	0	9	454	27	1512	62	2011	8	0		
ESPARCIEMIENT.	0	0	4	292	18	76	10	675	0	0		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>												
<b>10.1. AGUA:</b>												
POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA: <input type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>												
<b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:</b>												
SISTEMA INTERCONECTADO: <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>												
<b>10.3. ALCANTARILLADO:</b>												
RED PÚBLICA: <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>												
<b>10.4. PRECIO</b>												
SI: <input type="checkbox"/> NO: <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input checked="" type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>												
OBSERVACIONES:												
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>												
NOMBRE						DISTANCIA						
Iglesia Santo Domingo						200m						
Museo del Banco Central						100m						
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>												
LOCAL: <input checked="" type="checkbox"/> PROVINCIAL: <input checked="" type="checkbox"/> NACIONAL: <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>												
 Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos Firma: <b>SUPERVISOR EVALUADOR</b>												

**MINISTERIO DE TURISMO**

Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



<b>1. DATOS GENERALES.</b>	
1.1. ENCUESTADOR: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca	1.2. FICHA N°: 019
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Celia Jara Mg. Sc.	1.4. FECHA: 14/06/2015
1.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Iglesia de Santo Domingo	1.6. PROPIETARIO: Comunidad de los Dominicos
1.7. CATEGORÍA: Manifestación Cultural	
1.8. TIPO: Histórico	1.9. SUBTIPO: Arquitectura Religiosa
<b>2. UBICACIÓN</b>	
2.1. PROVINCIA: Loja	2.2. CANTÓN: Loja
2.3. LOCALIDAD: Parroquia el Sagrario	
2.4. Calles: Rocafuerte y Simón Bolívar	
2.5. NÚMERO: n/a	
2.6. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD: 4°12'56.96"S LONGITUD: 79°15'22.00"W	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Provincia de Zamora Ch	DISTANCIA: 64 km
3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Cantón Catamayo	DISTANCIA: 36 Km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
4.1. ALTURA: 1470 m.s.n.m.	4.2. TEMPERATURA: 20 °C
4.3. PRECIPITACIÓN: 669.5 mm/año	
CALIDAD	<p>La primera iglesia fue la actual capilla de la Virgen del Rosario, estilo colonial popular, construida desde 1557 hasta 1600; posteriormente en 1850 empieza la edificación de las torres y parte de una nueva iglesia, En 1909 se inicia la construcción del templo actual de tres naves, cuyas torres se terminaron en 1938, el capitel norte de la torre se terminó de construir en 1987. Estilo: Las torres tienen estilo gótico, un elemento importante y típico de la arquitectura gótica. En la fachada HAYarcos de medio punto, capiteles románicos. Materiales utilizados: Cimientos de piedra con morteros de cal y arena, paredes de ladrillo mamborrón, adobe, tumbado de madera, tierra y carrizo Distribución espacial: Tiene tres naves con arcos de medio punto; también existe una nave lateral que presenta arcos ojivales simulando bóvedas de cañón gótico; la nave lateral tiene la capilla de Pompeya y capilla del Rosario. Muestras relevantes: 1. Pintura: Virgen de Pompeya, murales 18 cuadros grandes de 5 x 3 m. pintados por fray Enrique Mideros, también un retablo de pan de oro de estilo gótico hecho por Mideros, 36 medallones ovalados. En el fondo del altar mayor, protección de la Virgen María sobre la orden dominicana, óleo de las almas benditas; cuadros de las estaciones pintados en las columnas de la iglesia, en los arcos de las naves laterales están pintadas en óleos santos (as) dominicos junto a Santa Marianita de Jesús. 2. Escultura: En el altar mayor, Santo Cristo, Señor de los Remedios, San Vicente Ferrer. En capilla de Pompeya: Virgen del Rosario, Santa Rosa de Lima, Santa Catalina; imágenes talladas en madera y yeso policromado. 3. Los retablos de los altares laterales fueron hechos en Ibarra a mediados del siglo XX, tallados en madera y pintados en color oro. 4. El retablo del altar mayor tallado en madera y formado por dos cuerpos armados sobre columnas románicas y arcos de medio punto; en las hornacinas están: Santísima Virgen del Rosario, Santo Tomás y Corazón de Jesús. 5. Altos relieves insertados en las paredes.</p>
	<p>En la iglesia se realizan fiestas religiosas y acontecimientos programados. Una de las fiestas más importantes es la fiesta en honor a San Judas Tadeo.</p>
VALOR EXTRINSECO	<p><b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>NO ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>CONSERVADO <input type="checkbox"/></p> <p>DETERIORADO <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/></p> <p><b>CAUSAS:</b> Falta de restauración arquitectónica del conjunto</p>
	<p><b>5.1 ATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b></p> <p><b>NOMBRE:</b></p> <p><b>FECHA DE DECLARACIÓN:</b></p> <p><b>CATEGORÍA:</b> Patrimonio Cultural</p> <p>Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/></p> <p>Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/></p>

	<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</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"/>											
	CAUSAS: <input type="checkbox"/>											
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	<input checked="" type="checkbox"/>				Bus	<input checked="" type="checkbox"/>					Días al año 365
	Lastrado					Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Empedrado					4 x 4	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Naturales:
						Bote						
	Fluvial					Canoa						
						Otros						
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: 06h00 – 12h00 15h00 – 18h00
						Avioneta						
						Helicóptero						
Siglas: <b>BN</b> : bueno; <b>RG</b> : regular; <b>ML</b> : malo; <b>N</b> : ninguno; <b>DR</b> : diaria; <b>SM</b> : semanal; <b>MN</b> : mensual; <b>EV</b> : eventual; <b>N</b> : ninguna												
<b>RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>												
NOMBRE DE LA RUTA: Sistema Intermodal de Transporte Urbano. (SITU)												
DESDE: Lunes HASTA: Domingo FRECUENCIA: 4m DISTANCIA:												
OBSERVACIONES: El costo del pasaje es de 0,30Ctv.												
APOYO	<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>											
SERVICIOS	CATEGORIAS											
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		OTROS	
Nº estable.	Plazas	Nº estable.	Plazas	Nº estable	Plazas	Nº estable	Plazas	Nº estable	Plazas			
ALOJAMIENTO	0	0	18	783	7	244	24	1059	1	0		
ALIMENTACION	0	0	9	454	27	1512	62	2011	8	0		
ESPARCIEMIENT.	0	0	4	292	18	76	10	675	0	0		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>												
<b>10.1. AGUA:</b>												
POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA: <input type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>												
<b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:</b>												
SISTEMA INTERCONECTADO: <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>												
<b>10.3. ALCANTARILLADO:</b>												
RED PÚBLICA: <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>												
<b>10.4. PRECIO</b>												
SI: <input type="checkbox"/> NO: <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input checked="" type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>												
OBSERVACIONES:												
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>												
<b>NOMBRE</b>						<b>DISTANCIA</b>						
Museo del Banco Central						100m						
Iglesia la Catedral						150m						
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>												
LOCAL: <input checked="" type="checkbox"/> PROVINCIAL: <input checked="" type="checkbox"/> NACIONAL: <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>												
 Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos <b>Firma: SUPERVISOR EVALUADOR</b>												



**MINISTERIO DE TURISMO**  
 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



<b>1. DATOS GENERALES.</b>	
1.1. ENCUESTADOR: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca	1.2. FICHA N°: 020
1.3. SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Celia Jara Mg. Sc.	1.4. FECHA: 14/06/2015
1.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Iglesia de San Sebastián	1.6. PROPIETARIO: Parroquia Sucre
1.7. CATEGORÍA: Manifestación Cultural	
1.8. TIPO: Histórico	1.9. SUBTIPO: Arquitectura Religiosa
<b>2 UBICACIÓN</b>	
2.1. PROVINCIA: Loja	2.2. CANTÓN: Loja
Parroquia Sucre	2.3. LOCALIDAD:
2.4. Calles: Simón Bolívar entre Mercadillo y Lourdes	2.5. NÚMERO: n/a
2.6. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD: 4°12'56.96"S      LONGITUD: 79°15'22.00"W	
<b>3 CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Parroquia de Malacatos	DISTANCIA: 30 km
3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Cantón Catamayo	DISTANCIA: 36 Km
<b>4 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
4.1. ALTURA: 1470 m.s.n.m.	4.2. TEMPERATURA: 20 °C
	4.3. PRECIPITACIÓN: 669.5 mm/año
VALOR INTRÍNSECO	<p>Época de construcción: El Santuario fue levantado en 1900 y remodelado en 1979.</p> <p>Estilo: Tradicional republicano. La fachada principal de la iglesia posee molduras, que fueron empleadas en la arquitectura griega. El acceso principal es de estilo gótico.</p> <p>Las 2 puertas laterales son de estilo ojival. El campanario de la iglesia alberga las campanas y la imagen de la Virgen de Lourdes en una hornacina de la época colonial.</p> <p>En el interior de la iglesia se diferencian tres elementos: pedestal, base y columnas; la arquería de la iglesia es de madera y ha sido trabajada con la técnica pan de oro. La parte alta de la iglesia está adornada por pasamanos realizados en madera que mantienen el cañón del pedestal de las columnas de madera de la planta baja, y el coro es de madera.</p> <p>Colecciones en el interior</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Confeccionaros de estilo gótico.</li> <li>- Púlpitos de mármol</li> <li>- Mausoleo donde están los restos de Eliseo Álvarez</li> <li>- Pinturas: Jesús Crucificado, Sagrado Corazón de Jesús, Cuadro de Almas,</li> <li>- Mural de la imagen de San Sebastián</li> <li>- Esculturas: San Isidro y San Roque, María Inmaculada, Bernardina, San José, Señor del Cautivo, Divino Niño, San Sebastián, Señor de la Agonía, Santísima Trinidad, Santa Mercedes de Jesús Molina, Virgen Dolorosa, Virgen del Carmen y Virgen de Lourdes.</li> </ul>
	<p>En la glorita junto al Santuario se hacen presentaciones de danzas en días festivos o por la llegada de Autoridades.</p> <p>Además se realizan actos políticos en el sector.</p>
VALOR EXTRÍNSECO	<p><b>5 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/>      NO ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/>      DETERIORADO <input type="checkbox"/></p> <p>EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS:</p>
	<p><b>6. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b></p> <p>NOMBRE:</p> <p>FECHA DE DECLARACIÓN:</p> <p>CATEGORÍA: Patrimonio Cultural</p> <p>Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/></p> <p>Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/></p>

		<b>6 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>	
ALTERADO		<input type="checkbox"/>	NO ALTERADO
CONSERVADO		<input checked="" type="checkbox"/>	DETERIORADO
EN PROCESO DE DETERIORO:			
CAUSAS:			

7 INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	<input checked="" type="checkbox"/>				Bus	<input checked="" type="checkbox"/>					Días al año 365
	Lastrado					Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Empedrado					4 x 4	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Naturales:
						Bote						
	Fluvial					Canoa						
Aéreo						Otros						Horas al día Culturales: 06h00 – 12h00 14h00 – 18h00
						Avión						
						Avioneta						
						Helicóptero						

Siglas: **BN**: bueno; **RG**: regular; **ML**: malo; **N**: ninguno; **DR**: diaria; **SM**: semanal; **MN**: mensual; **EV**: eventual; **N**: ninguna

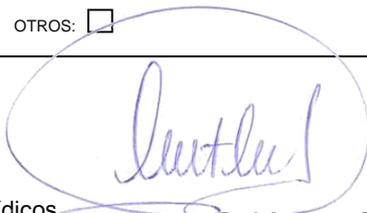
APOYO	<b>RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>											
	NOMBRE DE LA RUTA: Sistema Intermodal de Transporte Urbano. (SITU)											
	DESDE: Lunes HASTA: Domingo FRECUENCIA: 4m DISTANCIA:											
	OBSERVACIONES: El costo del pasaje es de 0,30Ctv.											

8 FACILIDADES TURÍSTICAS											
SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	Nº estable.	Plazas	Nº estable.	Plazas	Nº estable	Plazas	Nº estable	Plazas	Nº estable	Plazas	
ALOJAMIENTO	0	0	18	783	7	244	24	1059	1	0	
ALIMENTACION	0	0	9	454	27	1512	62	2011	8	0	
ESPARCIEMIENT.	0	0	4	292	18	76	10	675	0	0	

<b>9 INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>											
<b>10.1. AGUA:</b>											
POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA: <input type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>											
<b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:</b>											
SISTEMA INTERCONECTADO: <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>											
<b>10.3. ALCANTARILLADO:</b>											
RED PÚBLICA: <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>											
<b>10.4. PRECIO</b>											
SI: <input type="checkbox"/> NO: <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input checked="" type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>											
OBSERVACIONES:											

<b>10 ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>											
<b>NOMBRE</b>						<b>DISTANCIA</b>					
Pasaje de la Calle Lourdes						30m					
Iglesia de Santo Domingo						100m					

<b>11 DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>											
LOCAL: <input checked="" type="checkbox"/> PROVINCIAL: <input checked="" type="checkbox"/> NACIONAL: <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>											



Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos

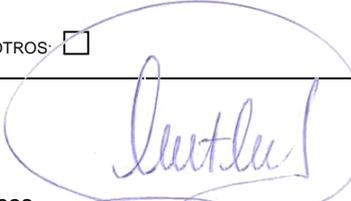
Firma: **SUPERVISOR EVALUADOR**



**MINISTERIO DE TURISMO**  
 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



<b>1 DATOS GENERALES.</b>	
1.1. ENCUESTADOR: Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca	1.2. FICHA N°: 021
1.3. SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Celia Jara Mg. Sc.	1.4. FECHA: 14/06/2015
11.3 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Iglesia de San Juan de El Valle	1.6. PROPIETARIO: Parroquia Sucre
1.7. CATEGORÍA: Manifestación Cultural	
1.8. TIPO: Histórico	1.9. SUBTIPO: Arquitectura Religiosa
<b>2 UBICACION</b>	
2.1. PROVINCIA: Loja	2.2. CANTÓN: Loja
2.3. LOCALIDAD: Parroquia el Valle	
2.4. Calles: Av. Guayaquil y Av. Salvador Bustamante Celi.	
2.5. NÚMERO: n/a	
2.6. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD: 4°12'56.96"S	
79°15'22.00"W	
LONGITUD:	
<b>3 CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Provincia de Zamora Chinchipe	DISTANCIA: 60 km
3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Cantón Catamayo	DISTANCIA: 33 Km
<b>4 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
4.1. ALTURA: 1470 m.s.n.m.	4.2. TEMPERATURA: 20 °C
4.3. PRECIPITACIÓN: 669.5 mm/año	
CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO Estilo: colonial Conservación del estilo: Ha sido reconstruido varias veces, el estilo actual es colonial. Desde 1953 hasta 2002 se han realizado cambios (Vial, Yajaira). Estilo del entorno: Existen conjuntos parciales de estilo tradicional, republicano y moderno. Época de construcción: En el siglo XVII bajo la dirección de los padres Jesuitas Materiales utilizados: Nave central de tapia, las remodelaciones son hechas con cemento; tiene 2 naves laterales con altares pequeños. Colecciones en el interior: Cuadros de las estaciones confeccionados con bahareque, conservados en buen estado. Muestras relevantes: Retablos: Retablo mayor bañado en pan de oro y dos retablos menores estilo barroco Cuadros: Cuadro San Miguel Arcángel, cuadro de las Almas del Purgatorio (1849) y cuadro de la Santísima Trinidad. Imágenes: San Agustín, Santa Rita, San José, Nuestra Señora de la Luz, El Arcángel Rafael, San Juan Bautista y Santa Mónica. Clasificación de la Muestras: madera, óleo sobre lienzo. La construcción de esta iglesia es producto de un trabajo artesanal popular con la influencia española de la época, realizada por la población indígena del sector mediante monjas.
	VALOR EXTRÍNSECO En la Parroquia se celebran una gran cantidad de fiestas religiosas, una de las más importantes la Fiesta de Semana Santa.
<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"/>	
CAUSAS:	
<b>5.3 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b>	
NOMBRE:	
FECHA DE DECLARACIÓN:	
CATEGORÍA: Patrimonio Cultural	
Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/>	
Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/>	

	<b>6 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</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"/>											
	CAUSAS: <input type="checkbox"/>											
<b>7 INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	<input checked="" type="checkbox"/>				Bus	<input checked="" type="checkbox"/>					Días al año 365
	Lastrado					Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Empedrado					4 x 4	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Naturales:
						Bote						
	Fluvial					Canoa						
						Otros						
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: 07h00 – 12h00 14h00 – 18h00
						Avioneta						
						Helicóptero						
Siglas: <b>BN</b> : bueno; <b>RG</b> : regular; <b>ML</b> : malo; <b>N</b> : ninguno; <b>DR</b> : diaria; <b>SM</b> : semanal; <b>MN</b> : mensual; <b>EV</b> : eventual; <b>N</b> : ninguna												
<b>RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>												
NOMBRE DE LA RUTA: Sistema Intermodal de Transporte Urbano. (SITU)												
DESDE: Lunes HASTA: Domingo FRECUENCIA: 4m DISTANCIA:												
OBSERVACIONES: El costo del pasaje es de 0,30Ctv.												
APOYO	<b>8 FACILIDADES TURÍSTICAS</b>											
SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS	
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA			
	Nº estable.	Plazas	Nº estable.	Plazas	Nº estable.	Plazas	Nº estable.	Plazas	Nº estable.	Plazas		
ALOJAMIENTO	0	0	18	783	7	244	24	1059	1	0		
ALIMENTACION	0	0	9	454	27	1512	62	2011	8	0		
ESPARCIEMIENT.	0	0	4	292	18	76	10	675	0	0		
<b>9 INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>												
10.1. AGUA: POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA: <input type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>												
10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA: SISTEMA INTERCONECTADO: <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>												
10.3. ALCANTARILLADO: RED PÚBLICA: <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>												
10.4. PRECIO SI: <input type="checkbox"/> NO: <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input checked="" type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>												
OBSERVACIONES:												
<b>10 ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>												
NOMBRE						DISTANCIA						
Parque recreacional Jipiro						50m						
<b>11 DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>												
LOCAL: <input checked="" type="checkbox"/> PROVINCIAL: <input type="checkbox"/> NACIONAL: <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>												
												
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos												
Firma: <b>SUPERVISOR EVALUADOR</b>												



**MINISTERIO DE TURISMO**  
 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



<b>1 DATOS GENERALES.</b>		
1.3 <b>ENCUESTADOR:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca	1.2. <b>FICHA N°:</b> 022	
1.4 <b>SUPERVISOR EVALUADOR:</b> Ing. Celia Jara Mg. Sc.	1.4. <b>FECHA:</b> 14/06/2015	
1.5 <b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b> Parque Recreacional Jipiro	1.6. <b>PROPIETARIO:</b> Ilustre Municipio de Loja	
1.7. <b>CATEGORÍA:</b> Manifestación Cultural	1.8. <b>TIPO:</b> Obras Técnicas	1.9. <b>SUBTIPO:</b> Parque Recreativo

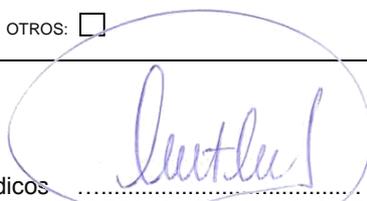
<b>2 UBICACIÓN</b>		
2.1. <b>PROVINCIA:</b> Loja	2.2. <b>CANTÓN:</b> Loja	2.3. <b>LOCALIDAD:</b> Parroquia el Valle
2.4. <b>Calles:</b> Av. Salvador Bustamante Celi. Y Velasco Ibarra		2.5. <b>NÚMERO:</b> n/a
2.6. <b>LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD:</b> 4°12'56.96"S		<b>LONGITUD:</b> 79°15'22.00"W

<b>3 CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>		
3.1. <b>NOMBRE DEL POBLADO:</b> Provincia de Zamora Chinchipe	<b>DISTANCIA:</b> 64 km	
3.2. <b>NOMBRE DEL POBLADO:</b> Cantón Catamayo	<b>DISTANCIA:</b> 34 Km	

<b>4 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>		
4.1. <b>ALTURA:</b> 1470 m.s.n.m.	4.2. <b>TEMPERATURA:</b> 20 °C	4.3. <b>PRECIPITACIÓN:</b> 669.5 mm/año

<b>VALOR INTRÍNSECO</b>	<p>Clase de obra: Recreación y servicio para todo nivel social y diferentes edades.          Utilidad: Para recreación, deportes y cultura.          Estilo de construcción: Combinación de estilos según las muestras arquitectónicas de las culturas más representativas del mundo.          Distribución espacial: tiene una extensión de 10 has. Se encuentra constituido por áreas deportivas, piscina con tobogán cubierto, juegos infantiles, laguna con la venus, mini zoológico, pistas de bicicletas, sendero de bicicleta y paseo a caballo, oficina administrativa, maqueta, bar.          Muestras sobresalientes</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Réplicas de: Basílica de San Basilio de la Plaza Roja, Torre Eiffel, Mezquita, Castillo, Templo Maya, Pagoda China, Casa Shuar, Puerta del Sol, Baño de Ñusta, Templo Indomalaico, Chozones de bambú estilo africano.</li> <li>Monumentos: Pareja Shuar, Los Saraguros, llamas, romeriantes.</li> <li>Escultura: Venus tallada por el lojano Guillermo Herrera.</li> <li>Cybertrén</li> </ol> <p>Cada réplica tiene diferente usos. La construcción complementaria al parque es el campamento binacional.          En la mezquita funciona el planetario y la oficina administrativa.          En el Castillo Eurolatino, funciona computecca y miradores.          En el teatro indonésico, se realizan funciones de títeres.          En la pagoda china y chozones de bambú se expende comida.          En el cybertrén, hay el servicio de internet.</p>
	<p>El parque se usa con fines:          Educativos          Recreación          Deportivos</p>

<b>VALOR EXTRÍNSECO</b>	<p><b>5 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p> <table> <tr> <td>ALTERADO <input type="checkbox"/></td> <td>NO ALTERADO <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>CONSERVADO <input type="checkbox"/></td> <td>DETERIORADO <input type="checkbox"/></td> </tr> </table> <p>EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/></p> <p><b>CAUSAS:</b> Falta de Mantenimiento en las Instalaciones</p>	ALTERADO <input type="checkbox"/>	NO ALTERADO <input type="checkbox"/>	CONSERVADO <input type="checkbox"/>	DETERIORADO <input type="checkbox"/>
	ALTERADO <input type="checkbox"/>	NO ALTERADO <input type="checkbox"/>			
CONSERVADO <input type="checkbox"/>	DETERIORADO <input type="checkbox"/>				
<p><b>5.3 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b>  <b>NOMBRE:</b>  <b>FECHA DE DECLARACIÓN:</b>  <b>CATEGORÍA:</b> Patrimonio Cultural</p> <p>Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/></p> <p>Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/></p>					

	<b>6 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>											
	ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/>					NO ALTERADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/>						
	CAUSAS:											
<b>7 INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	<input checked="" type="checkbox"/>				Bus	<input checked="" type="checkbox"/>					Días al año 365
	Lastrado					Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Empedrado					4 x 4	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes
						Bote						
	Fluvial					Canoa						
Aéreo						Otros						Horas al día Culturales:
						Avión						
						Avioneta						
						Helicóptero						
Siglas: <b>BN</b> : bueno; <b>RG</b> : regular; <b>ML</b> : malo; <b>N</b> : ninguno; <b>DR</b> : diaria; <b>SM</b> : semanal; <b>MN</b> : mensual; <b>EV</b> : eventual; <b>N</b> : ninguna												
<b>RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>												
NOMBRE DE LA RUTA: Sistema Intermodal de Transporte Urbano. (SITU)												
DESDE: Lunes HASTA: Domingo FRECUENCIA: 4m DISTANCIA:												
OBSERVACIONES: El costo del pasaje es de 0,30Ctv.												
APOYO	<b>8 FACILIDADES TURÍSTICAS</b>											
SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS	
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA			
	Nº estable.	Plazas	Nº estable.	Plazas	Nº estable	Plazas	Nº estable	Plazas	Nº estable	Plazas		
ALOJAMIENTO	0	0	18	783	7	244	24	1059	1	0		
ALIMENTACION	0	0	9	454	27	1512	62	2011	8	0		
ESPARCIEMT.	0	0	4	292	18	76	10	675	0	0		
<b>9 INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>												
<b>10.1. AGUA:</b> POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA: <input type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>												
<b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:</b> SISTEMA INTERCONECTADO: <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>												
<b>10.3. ALCANTARILLADO:</b> RED PÚBLICA: <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>												
<b>10.4. PRECIO</b> SI: <input type="checkbox"/> NO: <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input checked="" type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>												
OBSERVACIONES:												
<b>10 ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>												
NOMBRE						DISTANCIA						
Parque Orillas del Zamora						50m						
<b>11 DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>												
LOCAL: <input checked="" type="checkbox"/> PROVINCIAL: <input checked="" type="checkbox"/> NACIONAL: <input checked="" type="checkbox"/> INTERNACIONAL: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>												
 Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos ..... Firma: ... SUPERVISOR EVALUADOR												



**MINISTERIO DE TURISMO**  
 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



<b>1 DATOS GENERALES.</b>	
1.3 <b>ENCUESTADOR:</b> Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca	1.2 <b>FICHA N°:</b> 023
1.4 <b>SUPERVISOR EVALUADOR:</b> Ing. Celia Jara Mg. Sc.	1.4 <b>FECHA:</b> 14/06/2015
1.5 <b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b> Jardín Botánico Reinaldo Espinoza	1.6 <b>PROPIETARIO:</b> Ilustre Municipio de Loja
1.7 <b>CATEGORÍA:</b> Manifestación Cultural	1.9 <b>SUBTIPO:</b> Centros Científicos – Técnicos
1.8 <b>TIPO:</b> Obras Técnicas, realizaciones Técnicas y Contemporáneas	

<b>2 UBICACIÓN</b>		
2.1 <b>PROVINCIA:</b> Loja	2.2 <b>CANTÓN:</b> Loja	2.3 <b>LOCALIDAD:</b> Parroquia Sucre
2.4 <b>Calles:</b> Km 5 vía a Vilcabamba		
2.5 <b>NÚMERO:</b> n/a		
2.6 <b>LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD:</b> 4°12'56.96"S		<b>LONGITUD:</b>
79°15'22.00"W		

<b>3 CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
3.1 <b>NOMBRE DEL POBLADO:</b> Centro de Loja	<b>DISTANCIA:</b> 5 km
3.2 <b>NOMBRE DEL POBLADO:</b> Parroquia de Malacatos	<b>DISTANCIA:</b> 30 Km

<b>4 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>		
4.1 <b>ALTURA:</b> 1470 m.s.n.m.	4.2 <b>TEMPERATURA:</b> 20 °C	4.3 <b>PRECIPITACIÓN:</b> 669.5 mm/año

CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO	<p>Fundado en 1949 por el ilustre botánico Reinaldo Espinosa; tiene una extensión de 6 hectáreas.</p> <p>- Objetivos: Complementan la enseñanza, investigación en conservación exsitu: recolección, conservación e intercambio de germoplasma; interpretación y educación ambiental.</p> <p>Existen 400 especies vegetales entre nativas y exóticas, también se puede apreciar variedad de aves a tempranas horas, 6 - 9 am.</p> <p>- Se encuentra organizado en las siguientes secciones</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Arboretum, tiene plantas nativas de Loja: faique, arupo, roble andino, arrayán, podocarpus, guayacán arabisco, etc.</li> <li>2. Plantas andinas, se cultivan y rescatan cultivos perdidos de los incas como: ocas, mellocos, quinua, jícama, ataco, chocho, zanahoria blanca, babaco, camote, papa, tomate de árboluvilla, etc.</li> <li>3. Medicinales y ornamentales, en esta sección se encuentran: hierba luisa, congona, ajeno, violeta, mareo, ruda, tilo, cascarilla, etc.</li> <li>4. Orquideario, en esta sección se encuentran los géneros oncidium, epiderchum, sobralia, cattleya, heliconias y bromelias.</li> <li>5. Plantas xerofílicas, como: joyapa, mortiño, tuna, etc.</li> </ol> <p>Cada sección se encuentra rotulada y senderizada; las plantas tienen su clasificación taxonomía (familia, género y especie).</p> <p>También existe un área de picnic; tiene cabañas, una plazoleta, una glorieta, invernadero y un laberinto en la sección arborestum. En la pagoda china y chozones de bambú se expende comida. En el cybertrén, hay el servicio de internet.</p>
---------	------------------	--

VALOR EXTRÍNSECO	<p>Se halla inscrito en la Organización Internacional para la conservación de Jardines Botánicos.</p> <p>* Prácticas Pedagógicas de los estudiantes de Turismo, Ingeniería Forestal, Ingeniería Ambiental e Ingeniería Agronómica.</p> <p>* Turismo recreativo.</p> <p>* Investigación en conservación exsitu</p>	<table border="1"> <tr> <td colspan="2"><b>5 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></td> </tr> <tr> <td>ALTERADO <input type="checkbox"/></td> <td>NO ALTERADO <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/></td> <td>DETERIORADO <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="2">EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="2"><b>CAUSAS:</b></td> </tr> </table>	<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>	
	<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>												

<b>5.3 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b>	
<b>NOMBRE:</b>	
<b>FECHA DE DECLARACIÓN:</b>	
<b>CATEGORÍA:</b> Patrimonio Cultural	
Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/>	
Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/>	

	* Fotografía. y la Gobernación				<b>6 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</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>7 INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>												
TIP O	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPOR T E	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B N	R G	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado					Bus						Días al año  365
	Lastrado					Automóvil						
	Empedrado					4 x 4						
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes
	Fluvial					Bote						
						Canoa						
Aéreo						Otros						Horas al día Culturales: 08h00 – 13h00 15h00 – 17h00
						Avión						
						Avioneta						
						Helicóptero						
Siglas: <b>BN</b> : bueno; <b>RG</b> : regular; <b>ML</b> : malo; <b>N</b> : ninguno; <b>DR</b> : diaria; <b>SM</b> : semanal; <b>MN</b> : mensual; <b>EV</b> : eventual; <b>N</b> : ninguna												
<b>RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>												
NOMBRE DE LA RUTA: Sistema Intermodal de Transporte Urbano. (SITU)												
DESDE: Lunes HASTA: Domingo FRECUENCIA: 4m DISTANCIA:												
OBSERVACIONES: El costo del pasaje es de 0,30Ctv.												
<b>8 FACILIDADES TURÍSTICAS</b>												
SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS	
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA			
	Nº estab. e.	Plaza s	Nº estab. le.	Plaza s	Nº estab. e.	Plaza s	Nº estab. e.	Plaza s	Nº estab. le	Plaza s		
ALOJAMIENTO	0	0	18	783	7	244	24	1059	1	0		
ALIMENTACION	0	0	9	454	27	1512	62	2011	8	0		
ESPARCIMIEN T.	0	0	4	292	18	76	10	675	0	0		
<b>9 INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>												
<b>10.1. AGUA:</b>												
POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA: <input type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>												
<b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:</b>												
SISTEMA INTERCONECTADO: <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>												
<b>10.3. ALCANTARILLADO:</b>												
RED PÚBLICA: <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>												
<b>10.4. PRECIO</b>												
SI: <input type="checkbox"/> NO: <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input checked="" type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>												
OBSERVACIONES:												
<b>10 ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>												
<b>NOMBRE</b>						<b>DISTANCIA</b>						
Parque Recreacional La Argelia						50m						
Parque Nacional Podocarpus						12Km						
<b>11 DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>												
LOCAL: <input checked="" type="checkbox"/> PROVINCIAL: <input type="checkbox"/> NACIONAL: <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>												
 Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos..... <b>Firma: SUPERVISOREVALUADOR</b>												



						<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</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>						
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B N	R G	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado					Bus						Días al año  365
	Lastrado					Automóvil						
	Empedrado					4 x 4						
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes
	Fluvial					Bote						
							Canoa					
Aéreo						Otros						Horas al día
						Avión						
						Avioneta						
						Helicóptero						
Siglas: <b>BN</b> : bueno; <b>RG</b> : regular; <b>ML</b> : malo; <b>N</b> : ninguno; <b>DR</b> : diaria; <b>SM</b> : semanal; <b>MN</b> : mensual; <b>EV</b> : eventual; <b>N</b> : ninguna												
<b>RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b> <b>NOMBRE DE LA RUTA:</b> Sistema Intermodal de Transporte Urbano. (SITU) <b>DESDE:</b> Lunes <b>HASTA:</b> Domingo <b>FRECUENCIA:</b> 4m <b>DISTANCIA:</b> <b>OBSERVACIONES:</b> El costo del pasaje es de 0,30Ctv.												
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>												
SERVICIOS	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		OTROS	
	Nº estable.	Plazas	Nº estable.	Plazas	Nº estable.	Plazas	Nº estable.	Plazas	Nº estable.	Plazas		
ALOJAMIENTO	0	0	18	783	7	244	24	1059	1	0		
ALIMENTACION	0	0	9	454	27	1512	62	2011	8	0		
ESPARCIMIEN T.	0	0	4	292	18	76	10	675	0	0		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>												
<b>10.1. AGUA:</b> POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA: <input type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/> <b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:</b> SISTEMA INTERCONECTADO: <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/> <b>10.3. ALCANTARILLADO:</b> RED PÚBLICA: <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/> <b>10.4. PRECIO</b> SI: <input type="checkbox"/> NO: <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input checked="" type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/> <b>OBSERVACIONES:</b>												
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b> <b>NOMBRE</b> Parque recreacional Jipiro <b>DISTANCIA</b> 3Km												
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b> LOCAL: <input checked="" type="checkbox"/> PROVINCIAL: <input type="checkbox"/> NACIONAL: <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>												
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos ..... <b>Firma:</b>  <b>SUPERVISOREVALUADOR</b>												



**1 DATOS GENERALES.**

1.1. **ENCUESTADOR:** Ricardo Andrés Jiménez Quituisaca  
 1.2. **FICHA N°:** 025  
 1.2. **SUPERVISOR EVALUADOR:** Ing. Celia Jara Mg. Sc.  
 1.4. **FECHA:** 14/06/2015  
 1.5. **NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Museo del Banco Central del Ecuador  
 1.6. **PROPIETARIO:** Ilustre Municipio de Loja  
 1.7. **CATEGORÍA:** Manifestación Cultural 1.8. **TIPO:** Históricas  
 1.9. **SUBTIPO:** Arqueológico

**2. UBICACIÓN**

2.1. **PROVINCIA:** Loja 2.2. **CANTÓN:** Loja 2.3. **LOCALIDAD:** Parroquia El Sagrario  
 2.4. **Calles:** Calle 10 de Agosto entre Bernardo y Simón Bolívar 2.5. **NÚMERO:** n/a  
 2.6. **LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD:** 4°12'56.96"S **LONGITUD:** 79°15'22.00"W

**3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO**

3.1. **NOMBRE DEL POBLADO:** Parroquia de Malacatos **DISTANCIA:** 30 km  
 3.2. **NOMBRE DEL POBLADO:** Cantón Catamayo **DISTANCIA:** 38 Km

**4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

4.1. **ALTURA:** 1470 m.s.n.m. 4.2. **TEMPERATURA:** 20 °C 4.3. **PRECIPITACIÓN:** 669.5 mm/año

VALOR INTRÍNSECO	<p>Llamada también Casa de los Servicios Culturales, es una casa que fue construida en 1731. De estilo tradicional republicano, se encuentra organizada en dos plantas. La primera planta tiene: biblioteca, galería Eduardo Kingman, oficina de administración, auditorio, musicoteca, videoteca y cafetería. La segunda planta tiene el Museo del Banco Central del Ecuador. El Museo se encuentra organizado en las siguientes secciones.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sección arqueológica, en donde se encuentran objetos organizados en los periodos: paleoindio, pre cerámico, formativo, desarrollo regional y de integración</li> <li>2. Sección plantas medicinales, en donde consta información de la cascarilla.</li> <li>3. Sección arte religioso y colonial, en donde existen objetos arquitectónicos, óleos, imágenes de santos y vírgenes.</li> <li>4. Sección personajes ilustres de Loja, Benjamín Carrión, Matilde Hidalgo, Manuel Carrión Pinzano, Marcos Ochoa Muñoz, Emiliano Ortega, etc.</li> <li>5. Sección etnográfica, en donde se exhibe indumentaria, vivienda y costumbres de los saraguros, etnia representativa de Loja.</li> </ol> <p>El entorno del museo y casa de servicio es tradicional republicano, se aprecian la Casa de la Gobernación, Hotel Central Park, así mismo existen edificios con ornamentos característicos como las columnas con soportes antropomorfos.</p>
------------------	--

VALOR EXTRÍNSECO	<p>En este lugar se realizan: Exposiciones y Eventos Culturales</p>	<p><b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p> <table border="0"> <tr> <td>ALTERADO</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>NO ALTERADO</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>CONSERVADO</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>DETERIORADO</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="4">EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/></td> </tr> </table> <p><b>CAUSAS:</b></p>	ALTERADO	<input type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>	CONSERVADO	<input type="checkbox"/>	DETERIORADO	<input type="checkbox"/>	EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/>			
	ALTERADO	<input type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>										
CONSERVADO	<input type="checkbox"/>	DETERIORADO	<input type="checkbox"/>											
EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/>														

VALOR EXTRÍNSECO	<p><b>1.3 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b>  <b>NOMBRE:</b>  <b>FECHA DE DECLARACIÓN:</b>  <b>CATEGORÍA:</b> Patrimonio Cultural          Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/>          Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/></p>
------------------	---



## ÍNDICE

1. TITULO .....	1
2. RESUMEN .....	2
3. INTRODUCCION.....	6
4. REVISIÓN DE LITERATURA .....	9
4.2.Marco Conceptual.....	9
4.2.1.Turismo .....	9
4.2.2.Recursos Turísticos .....	9
4.2.3.Clasificación De Los Atractivos.....	10
4.2.4.Destino Turístico.....	11
4.2.5.Oferta Turística .....	11
4.2.6.Producto Turístico .....	13
4.2.7.Demanda Turística.....	14
4.2.8.Proyección de la Demanda.....	18
4.2.9.Marketing .....	18
4.2.10.Marketing Turístico.....	19
4.2.11.Marketing Mix .....	20
4.2.12.Plan de Marketing .....	25
4.2.13.Presentación y Promoción .....	34
4.3.Marco Referencial .....	36
4.3.1.Ciudad de Loja .....	36

4.3.2.Datos Generales.....	41
4.3.3.Limites.....	43
3.4.División Política .....	43
5.MATERIALES Y MÉTODOS.....	52
5.2.Materiales.....	52
5.3.Métodos.....	52
5.4.Técnicas .....	53
6.RESULTADOS .....	57
6.1.Objetivo N° 1 .....	57
6.1.1.Análisis Externo.....	57
6.1.2.Análisis Interno .....	84
6.2.Objetivo N°2.....	147
6.2.1.Objetivo estratégico N° 1 .....	149
6.2.2.Objetivo Estratégico N°2:.....	173
6.3.Objetivo N°3.....	178
7.DISCUSIÓN .....	183
8.CONCLUSIONES .....	185
9.RECOMENDACIONES.....	186
10.BIBLIORAFIA .....	187
11.ANEXOS .....	189
11.1.Anteproyecto .....	190

<b>11.2.1.Encuestas .....</b>	<b>208</b>
<b>11.2.2.Entrevista.....</b>	<b>216</b>
<b>11.2.3.Ficha de Resumen .....</b>	<b>244</b>
<b>11.3.Fotos Atractivos.....</b>	<b>245</b>
<b>11.4.Socialización .....</b>	<b>269</b>
<b>11.4.1.Oficio de Socialización.....</b>	<b>269</b>
<b>11.4.2.Invitaciones de socialización .....</b>	<b>270</b>
<b>11.4.3.Hoja de Registro .....</b>	<b>271</b>
<b>11.4.4.Fotos de Socialización .....</b>	<b>272</b>
<b>11.5.FICHAS MINTUR.....</b>	<b>273</b>