



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

TÍTULO:

“FORTALECIMIENTO TURÍSTICO DEL PLAN DE
DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL
PARA LA PARROQUIA JIMBURA DEL CANTÓN
ESPÍNDOLA, PROVINCIA DE LOJA”

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN
DEL GRADO DE INGENIERA EN
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

AUTORA:

Yessenia Maribel Lima Maza

DIRECTOR:

Ing. Juan Jefferson Sánchez Ruiz. Mg. Sc.

1859

Loja – Ecuador

2019

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

Ingeniero.

Juan Jefferson Sánchez Ruiz. Mg. Sc

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

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de tesis titulado “**FORTALECIMIENTO TURÍSTICO DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL PARA LA PARROQUIA JIMBURA DEL CANTÓN ESPÍNDOLA, PROVINCIA DE LOJA**” de autoría de la Señorita Yessenia Maribel Lima Maza, se ha realizado bajo mi dirección en forma prolija tanto en su forma como en su contenido, de conformidad con los requisitos institucionales y luego de haber revisado, autorizo su presentación ante el tribunal respectivo previo a optar por el grado de Ingeniera en Administración Turística.

Loja, Marzo de 2019



Ing. Juan Jefferson Sánchez Ruiz. Mg. Sc.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Yessenia Maribel Lima Maza, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

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

Firma: 

Autor: Yessenia Maribel Lima Maza.

Cedula: 1106023920

Fecha: Loja, Junio de 2019

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

Yo, Yessenia Maribel Lima Maza, declaro ser la autora de la tesis titulada: **“FORTALECIMIENTO TURÍSTICO DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL PARA LA PARROQUIA JIMBURA DEL CANTÓN ESPÍNDOLA, PROVINCIA DE LOJA”** como requisito para obtener el grado de: Ingeniera en Administración Turística; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines Académicos, publique la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el repositorio Digital Institucional.

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

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o por la copia de tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, 05 días del mes de junio de dos mil diecinueve. Firma la autora

Autora: Yessenia Maribel Lima Maza

Firma: 

C.I: 1106023920

Dirección: Loja, Av. Pablo Palacios - Consacola

Correo electrónico: yessenia.lima@unl.edu.ec

Teléfono: 0969561576

DATOS COMPLEMENTARIOS:

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Juan Jefferson Sánchez Ruiz Mg. Sc.

TRIBUNAL DE GRADO:

Ing. Rubén Román Aguirre Mg. Sc.

Ing. Jhohana Larrea Silva Mg. Sc.

Ing. David Cartuche Paqui Mg. Sc.

Presidente del Tribunal.

Miembro del Tribunal.

Miembro del tribunal.

DEDICATORIA

Con toda la humildad de mi corazón, dedico en primera instancia mi trabajo a Dios por su amor incondicional, por darme fortaleza y la constancia que me permiten alcanzar esta meta y vencer las adversidades de la vida, por darme salud y su Bendición día a día.

A mis padres, Bertha Beatriz y José Cesar que son el pilar fundamental en mi vida, modelo de virtudes, fuente de principios y valores, ejemplo de constancia y perseverancia; a mis hermanos que han puesto su confianza en mí, por ser mi fuente de lucha y admiración. A ellos que me demuestran su amor, corrigiendo mis fallas y celebrando mis triunfos.

A la amistad y amor, que siempre ha estado presente en mi Vida y que es un motivo más para perseverar en el logro de los objetivos.

Yessenia Maribel Lima Maza

AGRADECIMIENTO

EL agradecimiento más sincero siempre será para mi Dios, gracias a sus bendiciones he alcanzado una meta más en mi vida, tu amor y tu fidelidad no tiene fin, me permitiste sonreír ante todos mis logros que son resultado de tu ayuda.

De manera especial a mi director de tesis Ing. Juan Jefferson Sánchez y a todos los docentes por cada enseñanza y consejo impartido en clases, principalmente a la Ing. Maruxi Loarte, quien fue mi guía docente durante toda la elaboración del presente proyecto y quién a más de guiarme también me brindo su amistad. Muchas gracias.

Expreso un agradecimiento infinito al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Jimbura y su población quienes compartieron conmigo su cultura, conocimientos, apoyo, disposición, siendo personas buenas y generosas quienes hicieron posible que esta investigación culmine con éxito y se convierta en un aporte para la Parroquia Jimbura.

Y por último agradezco a la Universidad Nacional de Loja y a mi prestigiosa Facultad Jurídica, Social y Administrativa por forjar en sus estudiantes el cumplimiento de su misión formativa, brindándonos docentes de calidad y que nos han apoyado a lo largo de la investigación.

1. TÍTULO

“FORTALECIMIENTO TURÍSTICO DEL PLAN DE DESARROLLO Y
ORDENAMIENTO TERRITORIAL PARA LA PARROQUIA JIMBURA DEL
CANTÓN ESPÍNDOLA, PROVINCIA DE LOJA”

2. RESUMEN

El presente trabajo de investigación se fundamenta en el diagnóstico turístico como etapa del proceso de planificación, donde se establece y evalúa la situación actual de un destino en un momento determinado.

Este estudio hace un acercamiento a la parroquia Jimbura, en la cual se ha desarrollado un diagnóstico turístico del plan de desarrollo y ordenamiento territorial, donde la prioridad es fortalecer el turismo. El objetivo general del presente trabajo de investigación es: “Fortalecer turísticamente el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial para la Parroquia Jimbura, Cantón Espíndola, Provincia de Loja”. Para ello se plantearon tres objetivos específicos. Primero: Realizar el diagnóstico del componente turístico para la parroquia Jimbura, cantón Espíndola, provincia de Loja. Segundo: Elaborar una propuesta de desarrollo turístico para la parroquia Jimbura mediante la aplicación de una metodología participativa; Tercero: Proponer estrategias para la aplicación de la propuesta planteada para el desarrollo turístico de la parroquia Jimbura, cantón Espíndola, provincia de Loja.

Para el desarrollo de cada uno de los objetivos fue necesario emplear metodologías y técnicas apropiadas, dentro de los métodos empleados, el método descriptivo, analítico-sintético e inductivo, permitieron determinar la situación actual de la parroquia y de cada uno de sus atractivos turísticos, para a partir de ello analizar cada una de sus características y dar a conocer a la comunidad en qué estado se encuentra su parroquia y así determinar los recursos más importantes para ellos a través de la metodología participativa y sobre todo determinar sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. De igual manera se utilizó el método deductivo, el mismo que permitió plantear alternativas de fortalecimiento turístico para la Parroquia Jimbura. En las técnicas empleadas la observación directa permitió identificar los problemas por los que atraviesa esta comunidad, realizando así entrevistas a las personas interesadas a la actividad turística y principales autoridades, lo cual permitió conocer desde otra perspectiva las necesidades e intereses que tienen los habitantes de la Parroquia Jimbura.

Es así que en el primer objetivo se aplicó la matriz de levantamiento de información de Carla Ricaurte Quijano ajustándola a la realidad de la parroquia de estudio que tiene como finalidad sistematizar la información recopilada del análisis FODA, además con el apoyo de la metodología participativa para el inventario de atractivos turísticos se procedió al levantamiento de información de cada atractivo turístico. En el segundo objetivo se realizó el FODA estratégico donde se pretende profundizar el estudio de los atractivos turísticos aprovechando sus fortalezas y debilidades. Este trabajo pretende fortalecer turísticamente a la comunidad en los aspectos de planificación y gestión turística de la parroquia Jimbura con el propósito de crear espacios, actividades

complementarias y mejorar o diversificar la economía. Para la ejecución del tercer objetivo fue fundamenta establecer alianzas estrategias y compromisos con las autoridades y la comunidad, para así poder identificar los pro y los contra de la comunidad, para a partir de ello establecer estrategias que promuevan la actividad turística, mediante la socialización de las propuestas se logró establecer las más idóneas que aportaran al desarrollo turístico de la comunidad.

La socialización en el taller participativo fue de vital importancia para validar la información obtenida, a más de eso también se expusieron por parte de los miembros de la junta parroquial las principales aspiraciones y proyectos que se podrían desarrollar para el crecimiento del turismo comunitario.

Se determina que una de las limitaciones es la insuficiencia de infraestructura turística, lo cual no permite un desarrollo integral de las actividades dentro de la comunidad, por otro lado los habitantes de la parroquia no cuentan con los conocimientos necesarios relacionados a la actividad turística, lo que conlleva al desconocimiento y falta de promoción y difusión de los recursos turísticos con los que cuenta Jimbura.

Tomando en cuenta que la Parroquia Jimbura tiene un elevado potencial turístico poco desarrollado, se pretende poner en marcha estrategias que permitan la conservación tanto de sus atractivos naturales como manifestaciones culturales. Las recomendaciones más importantes son al presidente y principales autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Jimbura, para que realicen las gestiones necesarias destinadas a impulsar proyectos turísticos realmente sostenibles y sustentables para la comunidad, permitiendo difundir los atractivos turísticos ya sea a nivel local, nacional e internacional. También se buscara incrementar el interés de la comunidad para el desarrollo de emprendimientos turísticos y así impulsar un turismo responsable en la parroquia.

ABSTRACT

The present research work is based on the tourist diagnosis as a stage of the planning process, where the current situation of a destination at a given moment is established and evaluated.

This study makes an approach to the Jimbura parish, which has developed a tourism diagnosis of the plan of development and territorial ordering, where the priority is to strengthen tourism. The general objective of this research work is: "To strengthen the Territorial Development and Planning Plan for the Parish of Jimbura, Cantón Espíndola, Provincia de Loja. For this purpose, three specific objectives were proposed. First: Carry out the diagnosis of the tourism component for the Jimbura parish, Espíndola county, province of Loja. Second: Prepare a tourism development proposal for the Jimbura parish through the application of a participatory methodology; Third: Propose strategies for the application of the proposed proposal for the tourist development of the Jimbura parish, Espíndola canton, province of Loja.

For the development of each of the objectives it was necessary to use appropriate methodologies and techniques, within the methods used, the descriptive, analytical-synthetic and inductive method, allowed to determine the current situation of the parish and each of its tourist attractions, to analyze each of its characteristics and let the community know what state their parish is in and determine the most important resources for them through the participatory methodology and, above all, determine their strengths, weaknesses, opportunities and threats. In the same way, the deductive method was used, which allowed us to propose tourism strengthening alternatives for the Jimbura Parish. In the techniques employed, direct observation allowed us to identify the problems that this community is experiencing, thus conducting interviews with the interested persons in the tourist activity and with the main authorities, which allowed us to know from another perspective the needs and interests of the inhabitants of the region. Jimbura Parish.

Thus, in the first objective, the information gathering matrix of Carla Ricaurte Quijano was applied, adjusting it to the reality of the parish of study, which aims to systematize the information gathered from the SWOT analysis, in addition to the support of the participatory methodology for the inventory of tourist attractions proceeded to the collection of information of each tourist attraction. In the second objective, the strategic SWOT was carried out in order to deepen the study of tourist attractions taking advantage of their strengths and weaknesses. This work aims to strengthen the community in touristic planning and management aspects of the Jimbura parish with the purpose of creating spaces, complementary activities and improving or diversifying the economy. For the execution of the third objective, it was fundamental to establish strategic alliances and commitments with the authorities and the community, in order to identify the pros and cons of the community, to establish strategies to promote

tourism through the socialization of the proposals were able to establish the most suitable ones that will contribute to the tourism development of the community.

The socialization in the participatory workshop was of vital importance to validate the information obtained, in addition to that, the main aspirations and projects that could be developed for the growth of community tourism were also presented by the members of the parish council.

It is determined that one of the limitations is the lack of tourist infrastructure, which does not allow an integral development of the activities within the community, on the other hand the inhabitants of the parish do not have the necessary knowledge related to the tourist activity, which leads to ignorance and lack of promotion and dissemination of tourism resources that Jimbura has.

Taking into account that the Jimbura Parish has a little developed tourist potential, it is intended to implement strategies that allow the conservation of both its natural attractions and cultural manifestations. The most important recommendations are to the president and principal authorities of the Autonomous Decentralized Parochial Government of Jimbura, so that they take the necessary steps to promote tourism projects that are truly sustainable and sustainable for the community, allowing the diffusion of tourist attractions at local, national and international. It will also seek to increase the interest of the community for the development of tourism ventures and thus promote a responsible tourism in the parish.

3. INTRODUCCIÓN

El turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. Según la OMT (2016) es necesario planificar el territorio a nivel de Ecuador bajo la ley de COOTAD art. 295, establece que los gobiernos autónomos están en la capacidad de involucrar a las personas para que se planifique de una manera conjunta con los moradores, ciudadanos, donde ellos vean las necesidades que tienen y bajo ese componente se puedan establecer normativas.

En el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador PLANDETUR 2020 existe un programa denominado “Desarrollo y Fortalecimiento del Turismo Comunitario para el Turismo del Ecuador” el cual promueve dicha operación bajo la óptica de vivir una experiencia diferente, generando alternativas solidarias y productivas, por ello se han establecidos proyectos enfocados al mejoramiento del turismo en las comunidades de nuestro país dando así un valor diferencial para el sector turístico ecuatoriano. (Rodas, Ullauri , & Sanmartín, 2015)

Mediante el impulso de planes de desarrollo y ordenamiento territorial de los gobiernos autónomos descentralizados, los mismos que nacen bajo un marco legal de la constitución del Ecuador en el año 2008, tienen el compromiso de desarrollar una buena planificación, donde los territorios tengan un buen acondicionamiento para el disfrute del turista. (SENPLADES, 2011)

Es por ello la importancia de generar espacios planificados donde las políticas de los gobiernos municipales y parroquiales designen los recursos de financiamiento para la actividad turística de forma que se planifique el turismo dentro del plan de desarrollo y ordenamiento territorial (PDOT). Es importante recalcar que algunas parroquias de la zona sur provincia de Loja no cuentan con materia de planificación del territorio en el ámbito turístico como es el caso de la parroquia Jimbura,

perteneciente al cantón Espíndola, lo que ocasiona que se desequilibre la actividad turística, donde el territorio no presta las condiciones necesarias en cuanto a superestructura e infraestructura.

Loja siendo una provincia con una gran diversidad de atractivos culturales y naturales y de componentes turísticos tangibles e intangibles que se ve reflejado en su cultura, en sus tradiciones, costumbres y creencias, a nivel de los cantones no se ha dado prioridad de emplear un plan estratégico turístico que ayude a parroquias como es el caso de la parroquia rural de Espíndola. Se debe desarrollar un plan de desarrollo turístico que permita involucrar a las comunidades en la conservación y protección de espacios de gran valor patrimonial, ya que por desconocimiento están sujetos al deterioro y destrucción del territorio.

Por ello, se planteó la necesidad de realizar el “Fortalecimiento Turístico del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, para la Parroquia Jimbura del Cantón Espíndola, Provincia de Loja”, donde se realizó el diagnóstico de la situación actual de la parroquia, con el fin de conocer la realidad por la que atraviesa dicha comunidad, donde se pudo evidenciar que pese a que la Parroquia cuenta con un buen potencial turístico, la comunidad atraviesa por ciertos problemas como la falta de estrategias de desarrollo turístico, esto se debe a que no se ha realizado estudios acerca de la oferta y demanda provocando así que no se aproveche su potencial turístico. En este sentido es necesario plantear estrategias de desarrollo turístico para promover la imagen del destino asociado a criterios de calidad turística y ambiental.

Otros de los puntos es que existe poco interés en el ámbito turístico por parte de los moradores de la comunidad, lo que provoca que los mismos busquen otras fuentes de ingresos económicos como agricultura, ganadería o fabricación de artesanías, dejando en segundo plano la actividad turística por falta de conocimiento hacia esta actividad, otro de los problemas es la falta de apoyo por parte de entidades gubernamentales en lo que respecta a infraestructura turística.

La investigación tiene como objetivo identificar sus potenciales atractivos naturales y culturales, examinar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, para con ello establecer propuestas de desarrollo turístico donde la comunidad sea quien decida cuáles son las más óptimas para su desarrollo turístico, así mismo desde el criterio profesional se ha desarrollado las estrategias más idóneas para la comunidad, dando como resultado que en un tiempo establecido las estrategias se vean plasmadas y tengan una mejora continua en la actividad turística.

Los alcances del proyecto de tesis, fue facilitar información y el potencial turístico que puede llegar a tener a parroquia si se desarrolla adecuadamente esta actividad, para ello se basó principalmente en el desarrollo de un diagnóstico turístico, el mismo que facilitará la información necesaria y actual de la parroquia Jimbura, así como también las propuestas de desarrollo turístico serán de mucha ayuda para futuros proyectos enfocados al turismo que se planteen para el mejoramiento de la actividad turística en ésta zona de estudio.

Las limitaciones que se obtuvo en la realización del proyecto fue la escasa accesibilidad a ciertos atractivos ya que no existe transporte establecido para trasladarse hacia las lagunas y las vías de accesos se encuentran en mal estado, esa fue la única restricción que se presentó durante el desarrollo del trabajo de investigación que al final se pudo culminar con el mejor de los éxitos.

4. REVISIÓN LITERARIA

4.1. Marco Conceptual

Antecedentes del Marco Conceptual

Según la investigación de Sánchez (2017), Interpretación de la simbología religiosa de Loja, cita a Irina Grevtsova (2015) que para introducir el marco conceptual debemos conocer la importancia que tiene en la investigación este apartado; para el desarrollo debemos conocer, interpretar y analizar la información bibliográfica; normalmente se debe incluir como referencia a dos autores. Para el desarrollo del estudio de la presente investigación vamos hacer referencia temas como; La Normativa legal de los planes de desarrollo, la planificación, Importancia de la planificación, clasificación de la planificación, características de la planificación, estrategias de la planificación, fases de la planificación, fortalecimiento turístico y metodologías para la actividad turística.

4.1.1. Normativa Legal de los Planes de desarrollo y ordenamiento territorial (PDYOT)

Los planes de desarrollo y ordenamiento territorial nacen bajo un marco legal de la constitución de la república del Ecuador en el año 2008. La Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) bajo su normativa establece dos normas que los rigen: la primera ley del Código orgánico de organización territorial autonomía y descentralización COOTAD (2010), es norma jurídica que establece la organización político-administrativa del estado Ecuatoriano y el rol de los diferentes niveles de gobierno; y la segunda, el código orgánico de planificación y finanzas públicas COPLAFIP (2010), cuyo objeto es organizar, normar y vincular el Sistema nacional descentralizado de planificación participativa con el sistema nacional de finanzas públicas y regular su funcionamiento en los diferentes niveles del sector público, en el marco del régimen de desarrollo, del buen vivir, de las garantías y los derechos constitucionales.

Cada uno es parte fundamental del referente jurídico para la realización de la pertinencia legal de los planes de desarrollo y ordenamiento territorial (PDYOT)

– **Constitución de la República del Ecuador**

Los gobiernos municipales tendrán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determine la ley:

Art. 264.- Los gobiernos municipales tendrán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determine la ley: 1. Planificar el desarrollo cantonal y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, con el fin de regular el uso y la ocupación del suelo urbano y rural.

Art. 279.- El sistema nacional descentralizado de planificación participativa organizará la planificación para el desarrollo. El sistema se conformará por un Consejo Nacional de Planificación, que integrará a los distintos niveles de gobierno, con participación ciudadana, y tendrá una secretaría técnica, que lo coordinará. Este consejo tendrá por objetivo dictar los lineamientos y las políticas que orienten al sistema y aprobar el Plan Nacional de Desarrollo, y será presidido por la Presidenta o Presidente de la República. Los consejos de planificación en los gobiernos autónomos descentralizados estarán presididos por sus máximos representantes e integrados de acuerdo con la ley. Los consejos ciudadanos serán instancias de deliberación y generación de lineamientos y consensos estratégicos de largo plazo, que orientarán el desarrollo nacional.

– **Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES)**

Art. 280.- El Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los

recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores. Para facilitar la comprensión, la presente investigación se ha basado en la normativa que el estado ecuatoriano ha establecido a través de la **SENPLADES** mencionando que:

Según la constitución en los artículos 262 y 267 inclusive, las competencias exclusivas de los gobiernos autónomos descentralizados (GAD) regionales, provinciales, cantonales, distritales y parroquiales, están encabezadas por el siguiente enunciado:

Planificar el desarrollo y formular correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, provincial, cantonal y parroquial.

Así mismo de acuerdo al art.43 de la COPFP, Los Planes de Ordenamiento Territorial son los instrumentos de la planificación del desarrollo que tiene por objeto ordenar, compatibilizar y armonizar las decisiones estratégicas de desarrollo respecto a los asentamientos humanos, las actividades económico-productivas y el manejo de los recursos naturales en función a las cualidades territoriales. (SENPLADES, 2011)

Art.1 objeto: El presente acuerdo tiene por objeto establecer los lineamientos directrices para la actualización y formulación, articulación, seguimiento y evaluación de los planes de desarrollo y ordenamiento territorial de los gobiernos autónomos descentralizados, como instrumentos del sistema nacional descentralizado de planificación participativa, para garantizar la adecuada articulación entre la planificación del desarrollo y el ordenamiento territorial, así como la articulación entre los distintos niveles de gobierno.

Disposiciones generales:

Primera.- En el proceso de actualización y/o formulación de los planes de desarrollo y ordenamiento territorial se tomará en cuenta el plan de desarrollo y ordenamiento territorial de los procesos de planificación anteriores.

Segunda.- Los documentos finales de los planes de desarrollo y ordenamiento territorial deberán contener la resolución emitida por el Consejo Local de Planificación y el documento de aprobación del órgano legislativo del gobierno autónomo descentralizado respectivo, ambos publicados en Registro Oficial.

Tercera.- Deróguese el Acuerdo SENPLADES 467-2011 publicado en el Registro Oficial Nro. 184 de 30 de agosto de 2011.

– Código de organización territorial, autonomías y descentralización (COOTAD)

En el Capítulo II del COOTAD (2010) se detalla la planificación del desarrollo y del ordenamiento territorial (PDOYT), en el cual tomaremos en consideración los siguientes artículos:

Art. 295.- Planificación del desarrollo. - Los gobiernos autónomos descentralizados, con la participación protagónica de la ciudadanía, planificarán estratégicamente su desarrollo con visión de largo plazo considerando las particularidades de su jurisdicción, que además permitan ordenar la localización de las acciones públicas en función de las cualidades territoriales. Los planes de desarrollo deberán contener al menos los siguientes elementos:

- a)** Un diagnóstico que permita conocer las capacidades, oportunidades y potencialidades de desarrollo y las necesidades que se requiere satisfacer de las personas y comunidades

- b) La definición de políticas generales y particulares que determinen con claridad objetivos de largo y mediano plazo.
- c) Establecimiento de lineamientos estratégicos como guías de acción para lograr los objetivos.
- d) Programas y proyectos con metas concretas y mecanismos que faciliten la evaluación, el control social y la rendición de cuentas.

Para la formulación de los planes de desarrollo y ordenamiento territorial los gobiernos autónomos descentralizados deberán cumplir con un proceso que aplique los mecanismos participativos establecidos en la Constitución, la ley y este Código. Los planes de desarrollo y de ordenamiento territorial deberán ser aprobados por los órganos legislativos de cada gobierno autónomo descentralizado por mayoría, absoluta. La reforma de estos planes se realizará observando el mismo procedimiento que para su aprobación.

Art. 299.- Obligación de coordinación. - El gobierno central y los gobiernos autónomos descentralizados están obligados a coordinar la elaboración, los contenidos y la ejecución del Plan Nacional de Desarrollo y los planes de los distintos niveles territoriales, como partes del sistema nacional descentralizado de planificación participativa. La ley y la normativa que adopte cada órgano legislativo de los gobiernos autónomos descentralizados establecerán las disposiciones que garanticen la coordinación interinstitucional de los planes de desarrollo. Los gobiernos autónomos descentralizados ejercerán la competencia de ordenamiento territorial de su circunscripción, exclusivamente en el marco de sus competencias constitucionales y legales. Para el efecto deberán observar lo siguiente:

- a) Las políticas, directrices y metas de planificación emitidas por la autoridad nacional competente
- b) Los contenidos de la Estrategia Territorial Nacional

c) Los modelos de gestión regulados por el Consejo Nacional de Competencias para el ejercicio de las competencias exclusivas y concurrentes asignadas a los distintos gobiernos autónomos descentralizados.

Art. 467.- Ejecución de los planes de desarrollo y de ordenamiento territorial. - Los planes de desarrollo y de ordenamiento se expedirán mediante ordenanzas y entrarán en vigencia una vez publicados; podrán ser actualizados periódicamente, siendo obligatoria su actualización al inicio de cada gestión. Los planes de desarrollo y de ordenamiento territorial serán referentes obligatorios para la elaboración de planes operativos anuales, programas, proyectos, instrumentos presupuestarios y demás herramientas de gestión de cada gobierno autónomo descentralizado. Con el objeto de evaluar los logros y avances del Plan Nacional de Desarrollo y optimizar las intervenciones públicas en el territorio, los gobiernos autónomos descentralizados informarán semestralmente, a la Secretaría Técnica del Sistema Nacional (SETEC) el avance o logro de las metas establecidas.

Código orgánico de planificación y finanzas públicas (COPLAFIP)

De acuerdo COPLAFIP (2010). En la sección tercera de los (PDYOT) de los gobiernos autónomos descentralizados (GAD) se ha tomado como referente a los siguientes artículos:

Art. 41.- Planes de Desarrollo. - Son las directrices principales de los gobiernos autónomos descentralizados respecto de las decisiones estratégicas de desarrollo en el territorio. Estos tendrán una visión de largo plazo, y serán implementados a través del ejercicio de sus competencias asignadas por la constitución de la república y las Leyes, así como de aquellas que se les transfieran como resultado del proceso de descentralización.

Art. 43.- Planes de Ordenamiento Territorial.- Los planes de ordenamiento territorial son los instrumentos de la planificación del desarrollo que tienen por objeto el ordenar, compatibilizar y armonizar las decisiones estratégicas de desarrollo respecto de los asentamientos humanos, las actividades económico-productivas y el manejo de los recursos naturales en función de las cualidades territoriales, a través de la definición de lineamientos para la materialización del modelo territorial de largo plazo, establecido por el nivel de gobierno respectivo. Los planes de ordenamiento territorial deberán articular las políticas de desarrollo y las directrices de ordenamiento del territorio, en el marco de las competencias propias de cada nivel de gobierno y velarán por el cumplimiento de la función social y ambiental de la propiedad. Los gobiernos parroquiales rurales podrán formular un solo plan de desarrollo y ordenamiento territorial.

Art. 48.- Vigencia de los planes. - Los planes de desarrollo y de ordenamiento territorial entrarán en vigencia a partir de su expedición mediante el acto normativo correspondiente.

Es obligación de cada gobierno autónomo descentralizado publicar y difundir sus respectivos planes de desarrollo y de ordenamiento territorial, así como actualizarlos al inicio de cada gestión.

Art. 50.- Seguimiento y Evaluación de los Planes de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial. - Los gobiernos autónomos descentralizados deberán realizar un monitoreo periódico de las metas propuestas en sus planes y evaluarán su cumplimiento para establecer los correctivos o modificaciones que se requieran. La Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, conjuntamente con los gobiernos autónomos descentralizados, formulará los lineamientos de carácter general para el cumplimiento de esta disposición, los mismos que serán aprobados por el Consejo Nacional de Planificación.

Art. 51.- Información sobre el cumplimiento de metas.- Con el fin de optimizar las intervenciones públicas y de aplicar el numeral 3 del Art. 272 de la Constitución los gobiernos autónomos descentralizados reportarán anualmente a la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo el cumplimiento de las metas propuestas en sus respectivos planes.

4.1.2. La Planificación

La planificación es la primera función administrativa porque sirve de base para las demás funciones. Esta función determina por anticipado cuáles son los objetivos que deben cumplirse y que debe hacerse para alcanzarlos; por tanto, es un modelo teórico para actuar en el futuro. La planificación comienza por establecer los objetivos y detallar los planes necesarios para alcanzarlos de la mejor manera posible. La planificación determina donde se pretende llegar, que debe hacerse, como, cuando y en qué orden debe hacerse, (Aguirre, 2012, pág. 2)

Haciendo referencia a la definición de Aramayo & Candia (2005) y Aguirre (2012) La planificación es aplicada en el lenguaje cotidiano y en diferentes escenarios donde las actividades deben realizarse para dar cumplimiento a los objetivos propuestos en plazos establecidos. Esta aplicación se establecen en diferentes ciencias, para hacer referencia en el turismo se deben cumplir los mismos lineamientos y aplicación de procesos.

a. Importancia de la planificación

La planificación estratégica constituye el marco teórico para la acción que se halla en la mente de la empresa u organización, y de sus empleados, lo que permite que los gerentes y otros individuos evalúen de forma similar las situaciones estratégicas, analicen las alternativas bajo un lenguaje y decidan sobre las acciones que se deben emprender en un periodo determinado, logrando la administración estratégica de la organización. Así mismo ayuda a la institución o empresa a que organice y utilice una mejor comprensión de entorno en el cual opera. (Araques & Cruz, 2014, pág. 11)

Según la definición de Cabrera (2012). Hoy en día la planificación estratégica es importante por varios aspectos ya que proporciona un marco de referencia para la actividad organizacional que pueda conducir a un mejor funcionamiento y una mayor sensibilidad de la organización.

También es importante porque es una poderosa herramienta de diagnóstico, análisis, reflexión y toma de decisiones colectivas, en torno al que hacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro las organizaciones e instituciones, para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr el máximo de eficiencia y calidad de sus prestaciones, es un proceso sistemático, que da sentido de dirección y continuidad a las actividades diarias de una organización, permitiéndole visualizar el futuro e identificando los recursos, principios y valores requeridos para transitar desde el presente hacia el futuro. (Cabrera, 2012, pág. 14)

Como lo cita Araques & Cruz (2014) y Cabrera (2012) se puede afirmar que la planificación incluye la aplicación de la intuición y el análisis para determinar las posiciones futuras que la organización o empresa debe alcanzar, la planificación mantiene a la vez el enfoque en el futuro y en el presente, reforzando los principios de una organización o comunidad, logrando alcanzar cada objetivo y meta planteada.

b. Clasificación de la planificación

– Planificación estratégica

La planificación estratégica establece los grandes ejes del desarrollo turístico y se puede definir como: el proceso destinado a determinar los objetivos generales del desarrollo, las políticas y estrategias que guiaran los aspectos relativos a las inversiones, el uso y el ordenamiento de los recursos utilizables con este fin. La planificación consiste en adoptar en el momento actual (o sea, en el momento que se afronta la labor de

planificación) las medidas y decisiones que harán sentir sus efectos en el futuro. (Acerenza, 2006)

La Planificación estratégica según Armijos (2009) citado por Walter & Pando (2014) y Acerenza (2006) la planificación estratégica es un instrumento de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno a la situación actual y al camino que deben recorrer en el futuro para ajustarse a los cambios y a las demandas y lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen, de igual manera se establecen los objetivos generales del desarrollo a través de los cuales se podrá sentir los resultado en el futuro, siendo la planificación estratégica una herramienta clave para la toma de decisiones de las instituciones.

De esta manera la planificación estratégica llega a ser una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones dentro de una organización en torno al que hacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen.

– **Planificación Territorial**

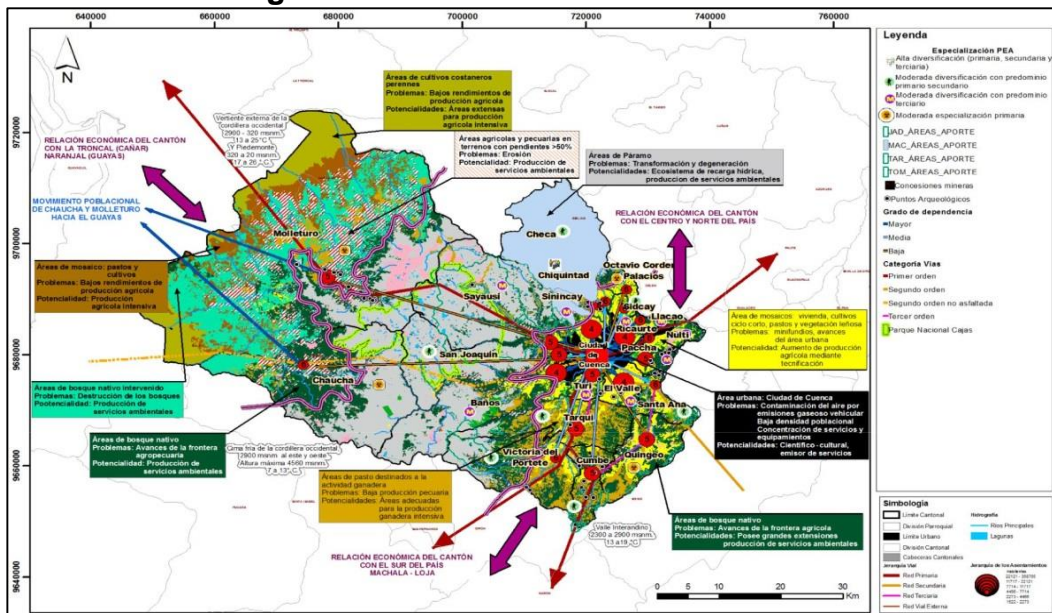
La planificación territorial son políticas, disciplinas, técnicas administrativas cuyo objetivo es un desarrollo equilibrado de las regiones y organizaciones. Según León (2017) la planificación territorial son factores y elementos como la competencia por el espacio entre diferentes usos y actores sociales, la complejidad de los procesos de globalización y su traducción en una competencia entre ciudades y regiones a partir del uso como recurso de su territorio, la existencia de espacios especialmente vulnerables a la acción antrópica (montañas, litoral, rural y naturales protegidos). Es la necesidad de establecer mecanismos de cooperación cohesión y equilibrio interregional, la coexistencia de intereses de protección y exploración del territorio, convierten en imprescindible el

recurso a la ordenación del territorio para garantizar un funcionamiento integrado y racional del espacio” (Hoyos, 2017, pág. 50)

A nivel de nuestro país, Cuenca es una de las ciudades que está implementando modelos de ciudades inteligentes, modelos de viabilidad, conectividad, lo que permite una buena planificación y sobre todo un buen manejo de los recursos tanto naturales como económicos de este territorio. El plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Cuenca tiene como finalidad lograr una relación armónica entre la población y el territorio, planteando alianzas estratégicas y territoriales, fomentando la participación activa de la ciudadanía, diseñando y adoptando instrumentos y procedimientos de gestión que permitan ejecutar acciones integrales y que articulen un desarrollo integral del territorio en el contexto local, regional, nacional y mundial.

En la figura N°.1 se puede evidenciar el modelo de planificación territorial de la situación actual de la ciudad de Cuenca.

Figura 1. Modelo Territorial de Cuenca.



Fuente: I. Municipalidad de Cuenca, Ministerio del Ambiente. I.G.M. y COPOE
 Elaboración: I. Municipalidad de Cuenca– PDOT

La planificación territorial consiste en desarrollar procesos de organización para ordenar y usar de forma controlada un espacio

geográfico, según sus posibilidades naturales, económicas y sociales. (Hoyos, 2017, pág. 50)

– **Planificación Turística**

La planificación turística se encarga de predecir o anticipar lo que va a suceder con un destino turístico en el transcurso del tiempo. Esto significa poder hacer una evaluación del impacto ambiental, económico, social y cultural de todo proyecto turístico (...) de igual manera ayuda a identificar, definir una serie de problemas, proyectos que son prioritarios para tomar en cuenta los recursos turísticos naturales, socioculturales disponibles, sobre todo la potencialidad y peculiaridad de la demanda turística. (Calderón, 2005, pág. 5)

Para Getz (1997) “la planificación turística debe ser un proceso basado en estudios, investigaciones y análisis, que busque optimizar la contribución del turismo al bienestar social y a la conservación ambiental”. Por su parte, Clare Gunn (2002: 141), propone un proceso de planificación local que debe iniciarse una vez que se hayan completado ciertos antecedentes:

- a. Debe haberse organizado un comité público-privado que dirija o patrocine el proceso.
- b. Los dirigentes deben estar de acuerdo en involucrar a todos los actores sociales del destino.
- c. Las estrategias deben dirigirse tanto al sector público como al sector privado y organizaciones sin fines de lucro. (Quijano, 2009, pág. 7)

La jefatura municipal de turismo de Loja, trabaja conjuntamente con otras entidades locales involucradas en esta actividad, con el objetivo de contribuir con la promoción turística de la ciudad y cantón Loja, para lo cual cumple con las etapas de planificación, coordinación, promoción, ejecución y evaluación de sus labores. La idea es posicionar a Loja como un destino turístico exquisito para propios y extraños, es por ello que para la planificación se determina en base a lo que ya existe, por ejemplo

algunos lugares han sido objeto de deterioro por el mismo uso que le dan las personas, es por ello que se ha estipulado leyes o reglas para que estos espacios sean controlados como es el caso de la calle Lourdes, donde se ha ejecutado una planificación con el fin de mantener su esencia y el sobre todo conservar el bien cultural.

c. Características de la planificación

Según Aguirre (2012), las características más importantes de la planificación son las siguientes:

1. La planificación es un proceso permanente y continuo.
2. La planificación está siempre orientada hacia el futuro, está ligada a la previsión.
3. La planificación busca la racionalidad en la toma de decisiones: al establecer esquemas para el futuro, la planificación funciona como un medio orientador del proceso decisorio.
4. La planificación constituye un curso de acción escogido entre varias alternativas de caminos potenciales.
5. La planificación es sistemática: la planificación debe tener en cuenta el sistema y subsistemas que lo conforman; debe abarcar la organización como totalidad.
6. La planificación es repetitiva: incluye pasos o fases que se suceden. Es un proceso que forma parte de otro mayor: el proceso administrativo.
7. La planificación es una técnica de asignación de recursos: tiene por fin la definición, el dimensionamiento y la asignación de los recursos humanos y no humanos de la empresa, según se haya estudiado y decidido con anterioridad.
8. La planificación es una técnica cíclica: la planificación se convierte en realidad a medida que se ejecuta. A medida que va ejecutándose, la planificación permite condiciones de evaluación y medición para establecer una nueva planificación con información y perspectivas más seguras y correctas.

9. La planificación es una función administrativa que interactúa con las demás; está estrechamente ligada a las demás funciones – organización, dirección y control – sobre las que influye y de las que recibe influencia en todo momento y en todos los niveles de la organización.
10. La planificación es una técnica de coordinación e integración: permite la coordinación e integración de varias actividades para conseguir los objetivos previstos.
11. La planificación es una técnica de cambio e innovación: constituye una de las mejores maneras deliberadas de introducir cambios e innovaciones en una empresa, definidos y seleccionados con anticipación y debidamente programados para el futuro. (Aguirre, 2012, pág. 4)

La planificación aparte de ser un instrumento que apoya la toma de decisiones con el fin de mejorar el futuro de las organizaciones cuenta con varias características que evitan los impactos tanto ambientales, económicos, social y culturales de proyectos turísticos. Tomando como referencia las características que plantea Lozada (2010) y Aguirre (2012) Las características más importantes de la planificación son las siguientes: La planificación es un proceso permanente y continuo, está siempre orientada hacia el futuro en busca de la coherencia en la toma de decisiones ya que la planificación funciona como un medio orientador del proceso decisorio disminuyendo la incertidumbre inherente en cualquier toma de decisión, de la misma manera la planificación constituye un curso de acción escogido entre varias alternativas de caminos potenciales abarcando la organización en su totalidad.

La planificación puede ser repetitiva, es un proceso que forma parte de otro mayor, es una técnica de asignación de recursos, por otro lado también se convierte en una realidad a medida que se ejecuta., está ligada a funciones como: Organización, dirección y control, permitiendo la coordinación e integración de varias actividades para conseguir los

objetivos previstos. Siendo así la planificación una de las mejores medidas para introducir cambios en una empresa u organización, debidamente programados para el futuro. (Aguirre, 2012, pág. 4)

d. Estrategias de la planificación

Tomando en consideración a las definiciones de Thompson (2008) y Lozano (2003), una buena ejecución de la estrategia de planificación requiere la procuración rápida y de excelencia operativa, que orienten el crecimiento y el cambio social de un determinado lugar. Thompson hace referencia de que el éxito de la buena ejecución de la estrategia de la planificación depende mucho de las habilidades y colaboración de los gerentes operativos que puedan impulsar los cambios necesarios en sus unidades organizacionales y entregar buenos resultados de manera consistente. Por otro lado la aplicación estrategia es exitosa si todo marcha de modo que la compañía supere sus metas de desempeño estratégico y financiero.

Las estrategias de planificación tienen como objetivo orientar todos los esfuerzos gubernamentales hacia una mayor igualdad, haciendo compatible el crecimiento económico y el cambio social. De este propósito surgió el programa del presidente Misael Pastrana Borrero, frente social, planteado el 20 de julio de 1971 ante el congreso de Colombia en pleno: “El desarrollo es hoy un fundamento inseparable del crecimiento urbano.”

Las cuatro estrategias de planificación son:

Primera.- El desarrollo urbano, sustentado en la industria edificadora y servicios complementarios, traería como efectos la generación de empleo, en el ensanche del mercado interno, la elevación de los niveles de consumo y, por ende, incrementos en la producción industrial y agrícola.

Segunda.- El fomento de las exportaciones, basado en la ampliación de mercados internacionales para facilitar una mayor producción agrícola e industrial.

Tercera.- El aumento de la productividad agrícola y una mejor distribución de la propiedad rural, estrategia que debía ser coherente con la política urbana, de generación masiva de empleos, para captar la población cesante del campo.

Cuarta.- La distribución y redistribución del ingreso, fundamentadas esencialmente en un sistema progresivo de impuestos a las personas más acomodadas para financiar la asistencia social. (Lozano, 2003)

– **Estrategias de integración**

Las estrategias representan las acciones que se llevarán a cabo para lograr los objetivos, dentro de las estrategias de integración es importante recalcar que existe la integración directa, vertical y horizontal. Ver cuadro N°1.

Como lo menciona Fred, (2008) la integración directa, la integración hacia atrás y la integración horizontal algunas veces se les conocen en conjunto como estrategias de integración vertical. Las estrategias de integración vertical permiten que una empresa obtenga el control de los distribuidores, proveedores y/o competidores. La integración directa consiste en obtener la propiedad o aumentar el control sobre los distribuidores o minoristas. En la actualidad cada vez más fabricantes (proveedores) siguen una estrategia de integración directa mediante el establecimiento de sitios Web para vender los productos directamente a los consumidores.

La integración hacia atrás es una estrategia que busca la propiedad de los proveedores de una empresa o aumentar el control sobre ellos. Esta estrategia es especialmente recomendable cuando los proveedores actuales de la empresa no son confiables, el suministro que ofrecen es muy costoso o no pueden cumplir con las necesidades de la empresa.

La integración horizontal se refiere a una estrategia que busca adueñarse de los competidores de la empresa o de tener más control sobre ellos.

Una de las tendencias más significativas en la administración estratégica en la actualidad es el aumento en el uso de la integración horizontal como estrategia de crecimiento. Las fusiones, adquisiciones y tomas de control entre los competidores permiten un aumento en las economías de escala y mejoran la transferencia de recursos y competencias. (Fred, 2008, págs. 174-175)

Cuadro N° 1. Estrategias de integración

Estrategias de integración		
La integración directa	Integración hacia atrás	Integración horizontal
<p>Los turistas demandan productos y servicios más personalizados, que se adapten a sus gustos y necesidades (tailored made). Cada uno quiere ser el protagonista de su viaje. No quieren tener la misma experiencia "enlatada" que el resto de los turistas.</p> <p>La atención personalizada se debe dar al cliente en cualquier punto de contacto con él (ya sea en la reserva online, en la recepción o en nuestros perfiles en redes sociales, después del viaje). La interacción con el cliente tiene el objetivo de ir conociendo sus necesidades y motivaciones concretas.</p>	<p>En la actualidad las empresas turísticas están en constante capacitación, asisten a seminarios, viajes de familiarización, reciben información por parte de los hoteles y las aerolíneas para estar actualizados sobre las últimas novedades, cambios de políticas e itinerarios. Además, tienen el respaldo de operadores que también los apoyan a encontrar el mejor paquete para cada cliente. A partir de estas capacitaciones y conocimiento, te pueden recomendar muchas cosas, experiencias en tours, lugares, restaurantes, distancias entre un lugar y otro, y demás actividades que se puede realizar para aprovechar al máximo tu viaje.</p>	<p>REPORTUR.com.ar elaboró un mapa de las agencias de viaje y turismo más antiguas de la República Argentina, que aún hoy siguen dedicándose de lleno a la actividad. Todas ellas hacen gala de su trayectoria no sólo por el respaldo que los años le conceden sino también por el ingenio para adaptarse y continuar en un negocio que ha cambiado radicalmente desde sus lejanos inicios hasta la fecha. Entre estas agencias esta Eves, polvani viajes, turismo pecom, sabita turismo entre otros.</p>

Fuente: David Fred, (2008)

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

– Estrategias intensivas

La penetración en el mercado y el desarrollo de mercados y de productos se denomina en ocasiones estrategias intensivas porque requieren la ejecución de esfuerzos intensivos para mejorar la posición competitiva de una empresa en relación con los productos existentes, estas estrategias contienen directrices que se muestran en el cuadro N° 2 las mismas que ayudan a determinar si el desarrollo del mercado resultara ser una estrategia eficaz.

Según Fred (2008) Una estrategia de penetración en el mercado intenta aumentar la participación de los productos o servicios presentes en los mercados actuales a través de mayores esfuerzos de mercadotecnia. Esta estrategia se utiliza mucho sola o en combinación con otras, la penetración en el mercado incluye el aumento en el número de vendedores, el incremento en los gastos de publicidad, la oferta de artículos de promoción de ventas en forma extensa y el aumento de los esfuerzos publicitarios.

El desarrollo de mercado consiste en la introducción de productos o servicios actuales en nuevas áreas geográficas y por otro lado el desarrollo de productos es una estrategia que busca un aumento de las ventas mejorando o modificando los productos y servicios actuales. El desarrollo de productos generalmente supone grandes gastos de investigación y desarrollo. (Fred, 2008, pág. 177)

Cuadro N° 2. Directrices de las estrategias intensivas

Estrategias Intensivas		
Penetración de mercado	Desarrollo de mercado	Desarrollo de productos
<p>Cinco directrices que ayudan a determinar si la penetración de mercado resultara una estrategia especialmente eficaz son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuando los mercados actuales no están saturados con un producto o servicio en particular. - Cuando el índice de uso de los clientes actuales puede aumentar significativamente. - Cuando las participaciones de mercado de los competidores importantes han disminuido mientras que las ventas totales de la industria han aumentado. - Cuando la correlación entre las ventas y los gastos de marketing ha sido históricamente alta. - Cuando las crecientes economías de escala brindan importantes ventajas competitivas. <p>Por ejemplo actualmente se está tratando de introducir a la ciudad de Loja como un destino turístico a partir del festival internacional de las artes vivas, Este evento muestra no solo grandes e importantes obras y presentaciones de renombrados artistas extranjeros, pero también realza la importancia y la calidad artística de los talentos nacionales.</p>	<p>Seis directrices que ayudan a determinar si el desarrollo de mercado resultara una estrategia especialmente eficaz son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuando hay disponibles nuevos canales de distribución que son confiables, económicos y de buena calidad. - Cuando una organización es muy exitosa en lo que hace. - Cuando existen mercados sin explotar y sin saturar. - Cuando la organización tiene los recursos financieros y humanos necesarios para administrar operaciones de expansión. - Cuando una organización tiene exceso de capacidad de producción. - Cuando la industria básica de una organización se está volviendo rápidamente global. 	<p>Cinco directrices que ayudan a determinar si el desarrollo de productos resultara una estrategia especialmente eficaz son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuando una organización tiene productos exitosos que están en la etapa de madurez de su ciclo de vida; la idea es atraer a los clientes satisfechos para que prueben los nuevos productos, como resultado de su experiencia positiva - Cuando una organización compite en una industria que se caracteriza por los rápidos desarrollos tecnológicos. - Cuando los competidores importantes ofrecen productos de mejor calidad a precios comparables. - Cuando una organización compite en una industria de gran crecimiento. - Cuando tiene capacidades de investigación y desarrollo especialmente sólidas <p>Tras la introducción del festival de las artes vivas y la acogida que se ha dado, la ciudad de Loja tendría que desarrollar productos en toda la provincia y cada una de sus parroquias que ayuden a fortalecer más la ciudad y por ende obtener mejores beneficios.</p>

Fuente: David Fred (2008)

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Uno de los ejemplos es que tras la Feria Internacional de Turismo Fitur 2018, en Andalucía Lab se vuelve con las novedades expuestas en los

diferentes foros de investigación, análisis y conocimiento turístico al servicio de las empresas y destinos. Esta ha sido la edición más tecnológica, la cual ha incidido en el aspecto de la innovación como una de las claves de la transformación en la industria turística. Una de las grandes novedades convirtió a Fitur e Ifema en pioneros del concepto “Feria Aumentada”. Se ofrecieron una serie de soluciones orientadas a reforzar la interactividad de los usuarios en un entorno inmersivo, y demostrar la transformación que está experimentando el turismo y su gestión en un entorno ferial: asistentes virtuales inteligentes, interacción holográfica y acceso a actividades y contenidos 100% digitales.

– **Estrategias de diversificación**

Las estrategias de diversificación se vuelven menos populares, ya que las empresas encuentran más dificultades para manejar diversas actividades de negocios. La diversificación está ahora en retirada, por lo tanto, las empresas están vendiendo, o cerrando, divisiones menos rentables para centrarse en el negocio principal.

Tomando como referencia a la definición de Fred (2008) existen dos tipos generales de estrategias de diversificación: relacionadas y no relacionadas. Se dice que los negocios están relacionados cuando sus cadenas de valor poseen condiciones estratégicas inter empresariales valiosas competitivamente; se dice que los negocios son no relacionados cuando sus cadenas de valor son tan distintas que no existen relaciones inter empresariales competitivamente valiosas. La mayoría de las empresas favorecen las estrategias de diversificación relacionada para poder capitalizar las sinergias de las siguientes maneras:

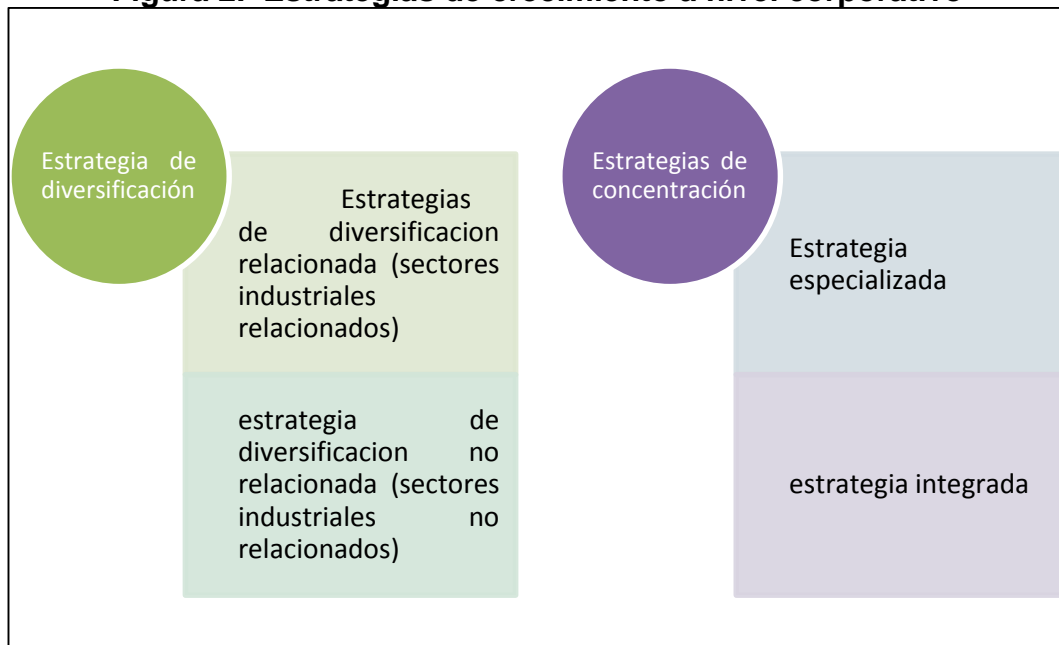
1. Transferir competitivamente experiencia, conocimientos tecnológicos u otras capacidades de valor de una empresa a otra.
2. Combinar las actividades relacionadas de diferentes empresas en una única operación para conseguir costos más bajos.
3. Explotar el uso común de un nombre de marca conocido.

4. La colaboración inter empresarial para crear fortalezas y capacidades de recursos competitivamente valiosas. (Fred, 2008, pág. 180)

Por último en la estrategia de diversificación, es necesario estudiar si existen oportunidades para desarrollar nuevos productos para nuevos mercados. Esta estrategia es la última opción que debe escoger una empresa, ya que ofrece menor seguridad, puesto que cualquier empresa, cuanto más se aleje de su conocimiento sobre los productos que comercializa y los mercados donde opera, tendrá un mayor riesgo al fracaso. (Espinoza, 2015)

Cuando una empresa plantea su estrategia de crecimiento puede llevarla a cabo desempeñándose en sus mismos negocios a través de procesos de especialización, o bien, puede introducirse en nuevos negocios mediante procesos de diversificación empresarial, tal como se muestra en la figura N° 2. (Medina , Constanzo, & Sandoval , 2012, pág. 57)

Figura 2. Estrategias de crecimiento a nivel corporativo



Fuente: Medina , Constanzo, & Sandoval (2012)

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

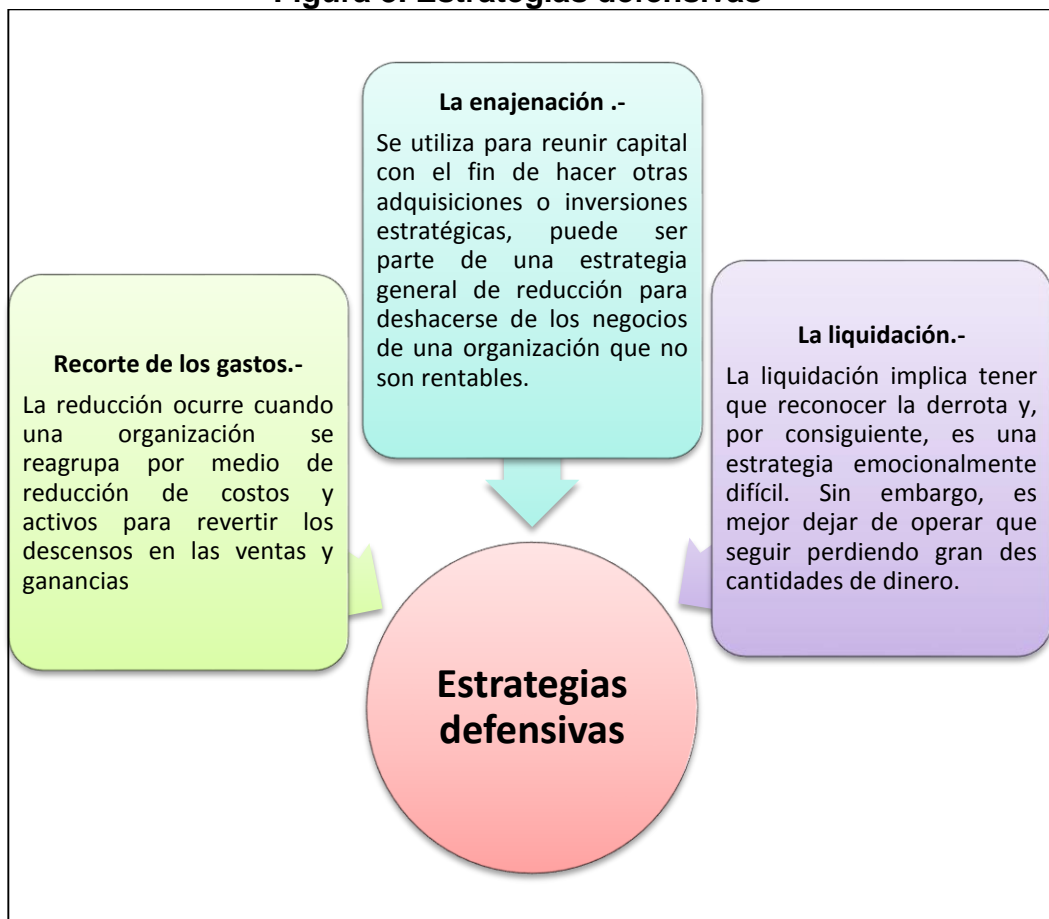
En relación a la estrategia de diversificación, la agencia de viajes es un negocio primordial ya que su función es organizar y vender productos turísticos. En el desempeño de esto se puede tratar directamente con los

clientes o bien vender los productos a otras agencias que los venderán al cliente final. Los productos turísticos pueden ir desde un simple viaje hasta un paquete de viajes completo, que incluirá además del viaje la estancia en hoteles, reservas de automóviles, transporte por tierra y por mar, cambio de monedas, trámites legales, etc.

– Estrategias defensivas

Además de las estrategias de integración, intensivas y de diversificación, las empresas tienen también la posibilidad de utilizar el recorte de los gastos, la enajenación y liquidación que se observa en la figura N°3

Figura 3. Estrategias defensivas



Fuente: David Fred (2008)

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza.

El recorte de gastos ocurre cuando una empresa se reagrupa por medio de la reducción de costos y activos para revertir la disminución de ventas y utilidades. El recorte de gastos, nombrado en ocasiones como la

estrategia de reversión o de reorganización, está diseñado para fortalecer la capacidad distintiva básica de una empresa. (...) Por otro lado la enajenación se utiliza con frecuencia para obtener capital con el propósito de realizar mayores adquisiciones o inversiones estratégicas. La enajenación puede formar parte de una estrategia de recorte de gastos generales para que una empresa se deshaga de empresas que no son rentables, que requieren demasiado capital o que no concuerdan con las demás actividades de la empresa. (...) Por último la liquidación es un reconocimiento de derrota y, por lo tanto, es una estrategia difícil de seguir emocionalmente; sin embargo, es mejor cesar las operaciones que continuar perdiendo grandes cantidades de dinero. (Fred, 2008, págs. 184-185)

e. Fases de la planificación

Cuando el proyecto de investigación y desarrollo se presenta a una entidad pública para obtener su financiación o a una empresa en el marco de un contrato, la etapa de inicio ya incluye una planificación básica, que se recoge en la memoria científico-técnica del proyecto, pues la entidad financiadora necesita saber cómo se pretende desarrollar el proyecto para evaluarlo y así decidir si lo financia o no. En este momento, pues, es preciso realizar las siguientes actividades básicas:

- Planificación y definición del alcance definitivo del proyecto: desarrollando un informe escrito del alcance como base para futuras decisiones del proyecto.
- Definición, ordenación y estimación de la duración de las actividades definitivas de cada socio en el proyecto
- Planificación de Recursos.
- Presupuesto de costes (totales o marginales, según el caso).
- Desarrollo del plan del proyecto, que incluirá los mecanismos de seguimiento (informes científicos y económicos) y de coordinación de actividades entre los socios

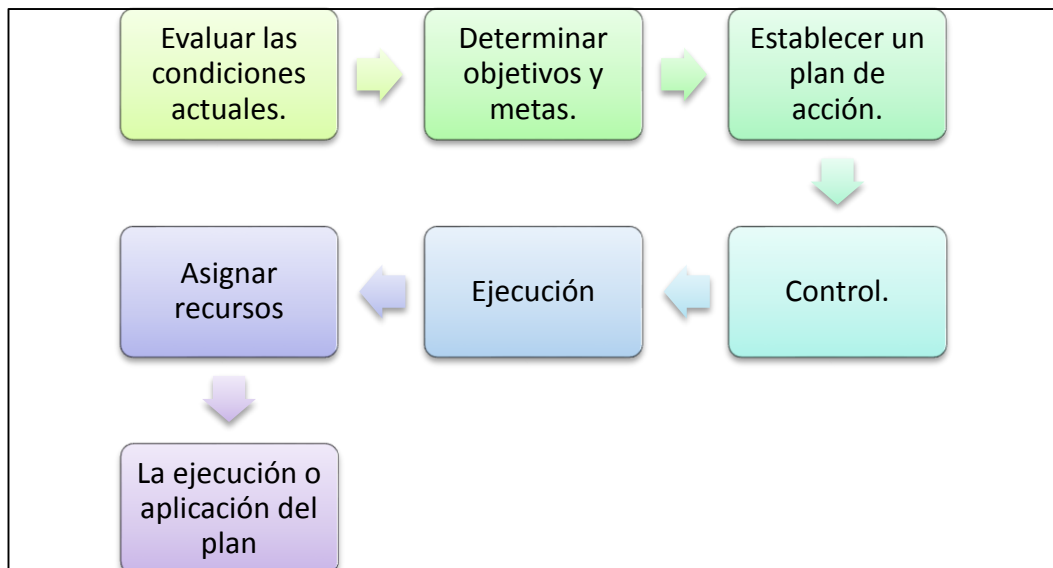
Las siguientes actividades complementarias:

- Planificación de la organización
- Incorporación del nuevo personal, en su caso
- Planificación de aprovisionamiento de materiales y equipos.
- Planificación de las comunicaciones.
- Planificación de la calidad
- Gestión de riesgos: identificación, cuantificación y desarrollo de respuestas.

Desde el punto de vista científico, en esta etapa se pretende obtener datos que, convenientemente analizados e interpretados, permitan llegar a la solución del problema planteado o confirmar o rechazar la hipótesis de partida. (León Romero, 2010, págs. 215-216)

El proceso de planificación consta de siete etapas que incluyen las siguientes acciones que se pueden observar en la figura N°4.

Figura 4. Etapas de la planificación



Fuente: David Fred (2008)

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Corresponde más al proceso de dirección que toma como insumo los aspectos formulados para ser llevados a cabo. El control es un proceso relacionado con la planificación, pero contiene su propio método y la

evaluación es un mecanismo de control. De allí que, en este caso, solo se aceptan como etapas del proceso de planificación el diagnóstico, la programación, la discusión y las decisiones de las opciones que formarán parte del plan. (Moscoso, 2008)

f. Fortalecimiento Turístico

– Institucional

Según Una propuesta de fortalecimiento institucional para los gobiernos provinciales tiene como objetivo generar las condiciones necesarias para que éstos ejerzan sus competencias con eficiencia, eficacia, participación, articulación intergubernamental y transparencia. (...) En su Capítulo VII, el COOTAD designa al Consejo Nacional de Competencias a desarrollar estrategias de fortalecimiento institucional para los GAD's, en coordinación con las entidades asociativas de los gobiernos autónomos descentralizados correspondientes. (Serrano, 2011, pág. 123)

El fortalecimiento institucional tiene como objetivo trabajar en conjunto con los actores partícipes de la actividad como así también con las comunidades anfitrionas y a su vez realizar acciones de capacitación para la mejora de la gestión pública y privada en turismo. El fortalecimiento busca facilitar relaciones institucionales entre el sector privado, público y otros actores relevantes para el desarrollo de proyectos turísticos. Y así promover la modalidad de turismo comunitario y propiciar el empoderamiento y gestión de la actividad por parte de los agentes locales. (Toselli, 2009, pág. 113)

Por ejemplo el fortalecimiento institucional debería empezar a través de la reestructuración de personal y las capacidades que integran los diferentes departamentos de la organización, para de esa manera aprovechar las energías, competencias, recursos, y así fomentar y establecer una sociedad capaz de contener en sí misma los medios de producción necesarios para cubrir la necesidades de las personas que la integran,

mediante la implementación de una serie de estrategias que influyan en lo cultural, lo económico, lo educacional y el uso e invención de tecnología.

– **Microempresario**

En el lenguaje de la dinámica empresarial se ha utilizado el concepto de empresarialidad para referirse al proceso de creación y desarrollo de empresas asociado a la capacidad de los emprendedores para visualizar nuevas oportunidades de negocio. Este proceso se ha explicado a través de distintos enfoques que enfatizan la relevancia de la apertura de nuevas empresas. En este sentido, Audretsch y Thurik (2001) exponen la importancia que la creación de nuevas empresas tiene en términos del crecimiento económico de una región, y encuentran que la actividad empresarial tiene una relación directa con el crecimiento del producto interno bruto y una relación inversa con indicadores de desempleo. (Flores, 2016, págs. 2-3)

Desde esta perspectiva, la incorporación de nuevas empresas al mercado incentiva procesos de competencia que benefician a la economía. No obstante, como mencionan Callejón y Ortún (2009) Los trabajos empíricos existentes muestran que la relación entre la tasa de creación de empresas y la eficiencia económica no es directa. Concluyendo que lo significativo no es el número de nuevas empresas sino su calidad y su competitividad. (Flores, 2016, págs. 2-3)

El microempresario tiene la capacidad necesaria para proponer nuevas alternativas de negocio, que pueden tener un alto índice de aceptabilidad en el mercado, como emprende turismo, el proyecto que lanzó el MinTur para apoyar a la innovación. El principal requisito para participar es tener un proyecto en actividades turísticas como: servicios de alimentación y bebidas, servicio de alojamiento, intermediación, operadores turísticos, transporte turístico, relacionado con experiencias en turismo o turismo sostenible enmarcados en generar desarrollo económico y socio ambiental. (Encalada, 2018)

– Marketing

Cuando se tienen uno o varios productos, ya sea que éstos se consideren como bienes o como servicios, se requiere de un proceso sencillo o complejo, según sea el producto de que se trate, para hacerlo llegar a los consumidores. (...) Para comprender el proceso del marketing, es conveniente tener en cuenta los elementos o factores que intervienen, junta o separadamente, y que cada uno de ellos es en sí un proceso. La utilización en mayor o menor grado de cada uno de estos elementos, constituye lo que en la terminología de mercado se denomina marketing mix, que es la mezcla cualitativa y cuantitativa de los siguientes factores que se muestran en la figura N° 5.

Figura 5. Factores del marketing

FACTORES DEL MARKETING	Precio
	Investigación de mercado
	Publicidad
	Distribución
	Promoción de ventas
	Ventas
	Relaciones Publicas

Fuente: Manuel Gurria, (2006)

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Este proceso del marketing turístico es tan complejo como la actividad misma; cada uno de los factores señalados se pueden dar en distintos niveles (regional, nacional, internacional, etc.) y en distintas áreas (hoteles, atractivos, recreación, etc.), asimismo, simultáneamente abarcarán campos gubernamentales, institucionales y particulares. (Gurria, 2006)

El servicio es conexo al marketing, es decir concebir, planear e interpretar un buen servicio es un elemento diferenciador de una correcta estrategia del marketing que Borden (1964) dimensionó como parte integral de la

economía conceptual del marketing. Ello significa que más allá de una categoría de valor agregado, el servicio es un atributo, y está asociado con una buena atención, amable y cortes. El marketing es una herramienta del management o la administración que permite crecer los negocios de una compañía, mediante la construcción de una marca fuerte, capaz, por ella misma, de generar demanda de los servicios y productos de la empresa. (Valencia & Grillo, 2011, págs. 34-51)

Actualmente, la mayoría de los consumidores agradece y demanda mayores servicios financieros digitales a sus bancos y otras entidades, con el objetivo de ahorrar tiempo, dinero y poder ser más autónomos al momento de realizar trámites.

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han transformado la forma en que se relacionan las personas en la actualidad. Esta transformación es particularmente importante en las empresas, sobre todo en las que atienden presencialmente a sus clientes. Particularmente, en el caso de los bancos deben actualizarse para entregar soluciones rápidas y accesibles a las múltiples necesidades de sus clientes, con tal de lograr facilitarles la vida y no perder tiempo ni recursos cuando deban hacer un trámite.

Para los bancos, en tanto, el beneficio es evidente, ya que “disminuyen importantes costos al permitir que los clientes se auto atiendan sin necesidad de contactar a un ejecutivo. Además, permite atender a un número significativamente mayor de clientes. (AMDD, 2016)

Una de las formas para poder fortalecer turísticamente en el ámbito del marketing es a través de una propuesta investigativa, donde se plantea una estrategia de marketing por posicionamiento estratégico con el objetivo de incrementar el número de los visitantes, contando con el análisis del entorno a nivel interno y externo para contrastar estos factores y desarrollar un compendio de acciones encaminadas en el fortalecimiento del turismo comunitario, de tal forma que sean los propios colonos quienes tomen parte de la atención y brinden un servicio con

atributos de excelencia, en cada uno de los respectivos servicios y productos turísticos que ofrecen y a través de este enganche se logre repetir las visitas y a su vez incrementar el número de las mismas. (Arana & Hernández, 2018)

Ciudades de diferentes partes del mundo han desarrollado estrategias para convertir el territorio en cuestión como una interesante marca, como es el caso de México que a través de la campaña Visit México difunde los diferentes lugares que cuentan con atracciones para los distintos gustos de turismo. Un estudio de la consultora Saffron resaltó las principales ciudades del mundo que cuentan con una imagen sólida de marketing como lo es Los Ángeles, Nueva York, Londres, París, Seúl, siendo las urbes mejor calificadas como marca.

– **Nuevas Tecnologías**

Las empresas turísticas se están viendo sometidas actualmente a cambios rápidos que afectan a su dinámica de negocio y que han venido a configurar un nuevo entorno del mismo. En consecuencia, éstas necesitan disponer de información valiosa para mejorar la gestión del servicio, tomar decisiones con menor nivel de riesgo y desarrollar estrategias para obtener ventajas frente a la competencia. (Gil, 2010)

El desarrollo y uso de los servicios de impuestos internos (SII) en las empresas turísticas ha seguido un proceso de evolución marcado por las necesidades de información que tenían las empresas vinculadas con dichos sistemas. Así, en un primer momento, surgen los Sistemas Centrales de Reservas (CRS) que empiezan a vincular a los diferentes agentes turísticos (proveedores e intermediarios turísticos) en los procesos de reservas de transportes y alojamientos hoteleros hasta llegar a un concepto más amplio de SII, los Sistemas Globales de Reservas (DGS) que integran todos los productos asociados al viaje de un cliente. (Gil, 2010)

Este tipo de recursos pueden ofrecer ventajas significativas a las empresas turísticas no sólo para la gestión operativa sino para apoyar también decisiones que afectan al control de actividades, a los procesos y recursos, a la planificación, y a la estrategia del negocio. Al mismo tiempo, son un requisito fundamental para la formación de alianzas estratégicas con proveedores y un instrumento esencial para desarrollar canales de distribución innovadores y comunicaciones amplias con clientes y socios. (Gil, 2010)

Las tecnologías en el turismo no han sido ajenas en este proceso evolutivo de la tecnologías de innovación y comunicación, ya que desde un principio se ha dado un sistema y aplicación como lo es la CRS, en la actualidad hablamos de que las ciudades están determinadas por apuntar en ser ciudades inteligentes, estas ciudades inteligentes brindan recreación e información para las personas que actualmente están siempre conectadas a la información.

Para que las ciudades tengan un avance tecnológico tienen que desarrollarse con diferentes claves donde la Gobernanza, planificación urbana, gestión pública, tecnología, medioambiente, proyección internacional, cohesión social, movilidad y transporte, capital humano y economía deben estar fusionados para brindar los servicios necesarios para los que habitan y para quienes visitan las ciudades.

Tomando como referencia a José Manuel Entrecanales, menciona que Smart cities o ciudades inteligentes, son el resultado de la necesidad cada vez más imperiosa de orientar nuestra vida hacia la sostenibilidad. Así, estas ciudades se sirven de infraestructuras, innovación y tecnología para disminuir el consumo energético y reducir las emisiones de CO₂. Entre las ciudades más inteligentes del mundo esta Tokyo, Londres, Nueva York, Zúrich y Londres.

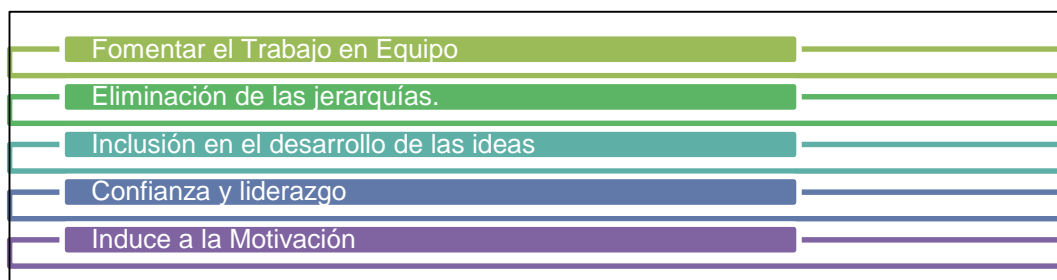
– Nuevas Formas de Gestión

Los problemas que se afrontan en la actualidad, exigen que se mejore la asociatividad y que se reconstruyan los valores éticos donde todos los involucrados contribuyan al desarrollo, eliminando la incredulidad sobre los posibles aportes de todos los sectores de la sociedad. El mundo actual está marcado por nuevos lineamientos y factores que requieren las organizaciones para sobrevivir; la globalización ha generado un nuevo clima externo donde las empresas requieren ser más competitivas, con la capacidad de generar innovaciones que se traduzcan en el desarrollo de nuevos productos, nuevos procesos y esquemas de producción y de comercialización, así como de mejorar los procesos administrativos. (Vega & Salaiza, 2016, págs. 121-126)

Una de las formas nuevas de gestión que en nuestra localidad podemos observar es que los gobiernos parroquiales apoyan al proceso de emprendimientos en áreas agrícolas, ganaderas y muchos de las veces en el ámbito turístico. (Vega & Salaiza, 2016, págs. 121-126)

Nuevas formas de organización, en su esencia como parte de la organización estructural, crean y propician un ambiente de trabajo colaborativo donde confluye un nivel de confianza y de participación de todos los trabajadores en búsqueda de un solo fin: propiciar la innovación. Lo anterior se traduce en una toma de decisiones a nivel grupal lo que da como resultado una innovación de grupo que promueve la confianza y el liderazgo a través de las siguientes estrategias:

Figura 6. Estrategias de confianza y liderazgo



Fuente: Vega & Salaiza, 2016

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Las nuevas formas de gestión han sido esenciales y sobre todo llamativas al momento de realizar nuevas estrategias para fortalecer turísticamente un lugar u organización, ya que se puede trabajar a través de canales de distribución y con ellos dar a conocer un producto al consumidor. Tomando en consideración que esto se debe manejar de una manera meticulosa, ya que a partir de ellos se darán a conocer los productos y servicios con la finalidad de incrementar el volumen de ventas. (Vega & Salaiza, 2016, págs. 121-126)

– Niveles de Calidad

La Calidad Total busca un nivel elevado de calidad en cuatro aspectos:

Figura 7. Niveles de Calidad



Fuente: Jaime Herrera 2005

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

La Calidad Total supone un cambio de cultura en la empresa, ya que la gente debe tomar conciencia de que la calidad atañe a todos y es responsabilidad de todos. La dirección es responsable de liderar este cambio, mediante la implantación de un sistema de mejora continua permanente, y mediante la instauración de un sistema participativo de gestión. Aparece la figura del cliente interno y externo, mediante la que se busca la mejora de la calidad en todos los puntos de la cadena de valor del producto. Para ello, y dado que el proveedor es una parte muy importante de nuestra cadena, se busca su colaboración, viéndolo más como un compañero que como un enemigo. Dado que el personal es consciente de la importancia de la calidad, la mejor forma de comprobar la calidad de nuestros productos es hacer que sea el propio personal el que se controle. Para ello se emplean técnicas de control estadístico, que

ahora conoce todo el personal de la empresa. Es lo que se conoce como autocontrol (Herrera, 2005)

Los niveles de calidad permiten realizar estrategias que ayudaran a tener relación con el público para de esta manera mantener la información actualizada del cliente y con ellos brindar un servicio de calidad en todos los aspectos y ámbitos que abarque la organización o lugar, y así poder promover nuevas herramientas comunicacionales que sirvan para la promoción y difusión de las diferentes actividades ofertadas por la comunidad.

– **Cooperación para el Desarrollo**

Una definición clásica de cooperación al desarrollo es la que proporcionan Gómez y Sanahuja (1999). Es el conjunto de actuaciones, realizadas por actores públicos y privados, entre países de diferente nivel de renta con el propósito de promover el progreso económico y social de los países del Sur, de modo que sea más equilibrado en relación con el Norte y resulte sostenible.

Se destacan, por tanto, las siguientes características:

- Ser otorgada por el sector público, no contabilizándose transferencias efectuadas por actores privados como las Organizaciones No Gubernamentales de Desarrollo cuando los fondos que manejan provienen de aportaciones privadas, no así cuando ejercen de intermediarias en la transferencia de recursos públicos.
- El destino de la ayuda ha de ser el desarrollo económico y social de los países receptores, excluyendo otras finalidades como las militares o las que sólo sirvan para financiar exportaciones del país donante.
- Deben incluir un elemento de concesionalidad, es decir que la transferencia de recursos mejore las condiciones en las que esos recursos pueden obtenerse en el mercado.

El país beneficiario debe ser un país en desarrollo. Ello significa que debe estar incluido en la lista de países en desarrollo elaborada por el Comité de Ayuda al Desarrollo. (Boni, Calabuig, & Cuesta, 2010)

La cooperación para el desarrollo es fundamental ya que a través de ello se puede impulsar proyectos turísticos que ayuden a la preservación de atractivos naturales y de esta manera no se deteriore la naturaleza por parte de los visitantes/turistas, siendo ellos quienes tomen conciencia de los beneficios del turismo en la comunidad y sobre todo tener una noción de como el turismo incidirá en el desarrollo del mismo.

g. Metodología para la actividad turística

a. Metodología de diagnóstico turístico para comunidades de Carla Ricaurte Quijano.

El presente manual propone que el diagnóstico turístico consiste en la recolección de información y análisis técnico de los 6 elementos que permiten el funcionamiento turístico de un destino (atractivos, oferta de servicios, demanda, infraestructura, gobernanza y comunidad receptora), así como de las condiciones del entorno que pueden influir en su dinámica. (Quijano, 2009)

Este proceso tiene como propósito definir cuáles son los factores que están afectando positiva o negativamente la actividad turística en el destino, identificar las oportunidades y limitaciones del desarrollo, así como facilitar la definición de estrategias y la toma de decisiones. Con este fin, el diagnóstico puede completarse en tres etapas, la primera consiste en la planificación y diseño del diagnóstico, la segunda se refiere a la recolección de información de campo y la tercera consiste en el análisis y sistematización de resultados. (Quijano, 2009)

La segunda parte del manual describe las actividades a seguir en cada una de las etapas, así como los instrumentos diseñados para recoger la

información de campo (fichas de recolección de información). (Quijano, 2009)

4.1.3. Diagnóstico Turístico

De manera general, es entendido como la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turísticas en el destino. Vera (1997), desde un enfoque físicoterritorial indica que el diagnóstico consiste en el análisis de los componentes básicos de la estructura turística oferta y demanda del uso y estructura del territorio, así como del medio ambiente del sitio a planificar. (...) Desde este punto de vista, se ha identificado que el diagnóstico sirve para tres propósitos muy concretos:

- Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones.
- Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos actualizados.
- Establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística. (Quijano, 2009, págs. 11-12)

El Diagnóstico turístico es la etapa donde se establece y evalúa la situación de un destino en un momento determinado, recalca la importancia de los recursos y servicios turísticos como elementos básicos de la oferta turística. En otras palabras y como los cita Quijano (2009), el diagnóstico consiste en una suerte de corte temporal que establece una diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística en un destino. Sant (2014) recalca que el diagnóstico de la situación turística es el insumo más importante para la formulación del plan de acción turística, en el diagnóstico se profundiza la información sobre el territorio, la situación y el potencial turístico, permitiendo tomar

decisiones acerca de futuras estrategias, así como la herramienta que permitirá evaluar el éxito o fracaso de planes, programas y proyectos.

– **Sistema turístico**

El sistema turístico está representado por todas las áreas; abarca todos los subsistemas del turismo, y por ende la industria turística o sector turístico. Según Acerenza (1995) dice que sistema turístico es un sistema abierto, de cinco elementos, interactuando en un amplio medio ambiente, siendo estos elementos: uno dinámico, el turista; tres geográficos: la región generadora, la ruta de tránsito y la región de destino, y un elemento económico, la industria turística. (Castro, 2007)

Neil Leiper (1979) considera que el sistema turístico posee tres componentes o regiones bien definidas, y dice que cada parte del modelo interactúa con el resto, estableciendo una red de transacciones: el cual contiene:

1. Región generadora de turistas: (actor principal) son los turistas, quienes ponen en marcha con sus actividades a toda la maquinaria turística.
2. Región de tránsito o ruta: son los elementos geográficos (regiones), de las cuales se catalogan como la región emisora, de tránsito y receptora.
3. Región receptora de turistas: es precisamente la industria turística, que involucran a toda la escala de negocios y empresas que aplican. (Gonzalez, 2014)

Un sistema Turístico es un conjunto de recursos que interactúan entre sí para cumplir un objetivo en común. Según Castro (2007) y Gonzalez (2014) el sistema turístico abarca todos los subsistemas de la industria turística como lo es el turista, la región generadora, el destino, la economía, la demanda, la oferta, es espacio geográfico y los operadores de mercado, entre otros.

Superestructura

De acuerdo con lo expuesto por Aramberri (2011). La superestructura turística es entendida como aquel soporte del cual hacen parte los institutos e identidades públicas y privadas, nacionales e internacionales, que tienen como función principal el desarrollo y fomento del turismo. Dentro de tal superestructura la responsabilidad de administración del turismo recae desde el nivel más alto, hasta los de dirección o institutos adscritos a bienestar social u otros organismos del Estado, es decir, allí participan entidades nacionales, departamentales y municipales.

Miralbell Izard (2010) enfatiza que las superestructuras turísticas son el conjunto de instituciones públicas o privadas, así como los procesos de mercadeo del producto turístico. Comprende todos los organismos especializados tanto públicos como privados encargados de optimizar y modificar cuando sea necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico. (Pozo, 2014, pág. 32)

Infraestructura turística

La infraestructura turística es una base para la estructura requerida por los turistas a favor del desarrollo turístico, entre los elementos que conforma la infraestructura turística según Varela (2004) y UCIPFG (2015) son: las carreteras, aeropuertos, señalización turística, centros de información, hoteles, restaurantes, servicios básicos, esparcimiento, etc., los mismos que hacen posible la permanencia del turismo en la localidad.

La infraestructura turística aparte de ser el conjunto de equipamiento e instalaciones y según Pérez (2008) ha sido creada específicamente para satisfacer las necesidades del visitante, como por ejemplo: baños públicos, cajeros automáticos, señalizaciones turísticas, centros de información, entre otros.

Se puede considerar que la infraestructura turística de una zona comprende el conjunto de equipamientos e instalaciones que hacen posible la permanencia del turismo en una localidad. Según esto, pueden realizarse una clasificación en la que se incluya:

- Alojamiento, dentro de los cuales pueden distinguirse alojamientos de tipo público (hoteles, hostales, apartamentos, etc.) y de tipo privado (viviendas de segunda ocupación, alojamiento por parte de familiares y amigos, casas o habitaciones particulares alquiladas, etc).
- Alimentación, que incluye restaurantes, casas de comida. Etc.
- Esparcimiento, incluyendo discotecas, cines, teatros, clubes deportivos, etc.
- Otros servicios, tales como agencias de viajes, oficinas de turismo, etc. (Varela, 2004)

La infraestructura turística es el conjunto de obras y servicios que permiten, en general, el desarrollo socioeconómico de un país y que el turismo utiliza para impulsar su actividad. (UCIPFG, 2015, pág. 5) Ver figura N°8.

Figura 8. Infraestructura Turística

Rutas de acceso.	Comunicaciones.	Equipamiento urbano
<ul style="list-style-type: none"> • Pueden ser terrestre, aérea, lacustre, marítima, redes viales, aeropuertos, terminales, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Abarca los servicios de teléfono, correo, telégrafo, internet, correo electrónico, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipamiento urbano. Comprende los servicios agua, desagüe, alcantarillado y energía eléctrica .

Fuente: UCIPFG, 2015

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Demanda Turística

La demanda se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a los ingresos que generan, y si se quiere profundizar el análisis midiendo

cómo se distribuyen esos datos entre los distintos tipos de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades.

Por lo general, los sistemas estadísticos de América Latina se limitan a la primera forma, pero sólo parcialmente, pues no pasan de los registros globales a nivel de todo el país, con cifras más o menos exactas del turismo receptivo y estimaciones del turismo interno. A veces estos datos se complementan con otros sobre la demanda de algunos de los centros turísticos más importantes, también superficiales, porque no van más allá del total de turistas por año, una estimación del gasto y la apreciación de la concurrencia en periodos de máxima asistencia, como los meses de alta temporada, la Semana Santa, los carnavales y algunos fines de semana largos. (Boullon, 2006, págs. 32-33)

Según la OMT la demanda turística se define como: el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades. Económicamente, la definimos como la cantidad de “producto turístico” que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado un precio determinado. (Socatelli M. a., 2013, pág. 1)

La demanda es un proceso de la toma de decisiones, basada en la planificación de las actividades de ocio y recreación, cuando se trata de viajes de negocios. Ésta se ve afectada, positiva y negativamente, por factores tales como: las mejoras económicas, los cambios demográficos y sociales, la mejora tecnológica, factores políticos, de planificación y ecológicos, seguridad, etc.; y finalmente factores propios del mercado (derivados de su relación con la oferta), como el conocimiento de la oferta, desarrollo de productos turísticos, etc. (Villasante, 2016)

Oferta Turística.

Según Quijano (2009) y Sant (2014) definen a la oferta como la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un periodo dado, la oferta turística está integrada por los

servicios que prestan los elementos de la planta turística como alojamiento, alimentación, transporte, información turística, entre otros. También se incluye la oferta de actividades turísticas que tiene un destino. Este subsistema puede caracterizarse a través de inventarios o catastros que aglutinan a todas las empresas e instalaciones de carácter turístico de un lugar determinado. (Quijano, 2009, pág. 17)

Un aspecto clave de la oferta turística del territorio son los atractivos turísticos del cual dispone; por lo tanto, realizar un inventario de estos es el primer paso cuando se quiere analizar la oferta. Para la evaluación de los atractivos del territorio con potencial para el desarrollo del turismo rural, se recomienda emplear la metodología oficialmente utilizada por el Ministerio de Turismo o Secretaría de Turismo del país. (Sant, 2014)

Atractivos turísticos

Los atractivos turísticos son el conjunto de elementos materiales o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad de incentivar en el turista su visita a través de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Acerenza identifica los atractivos turísticos como el componente más importante del producto turístico, por cuanto son los que determinan la selección, por parte del turista, del punto del destino de su viaje, y son los que generan por tanto, una corriente turística hacia su localización. Apunta asimismo que constituyen el principal motivo para que el turista visite el destino y son capaces de satisfacer las motivaciones primarias de viaje de los turistas. Por otra parte Boullón señala que los atractivos turísticos conforman la materia prima que permite que la planta turística (equipamiento e instalaciones) opere. (Navarro, 2015, pág. 4)

Los atractivos Turísticos son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. Esta misma metodología clasifica los atractivos turísticos por categoría, (sitios naturales y manifestaciones

culturales) y varios tipos y subtipos. Son recursos turísticos que tengan elementos aptos para la explotación del turismo, esto es, dotados al menos con accesos y preferiblemente con servicios básicos. (PLANDETUR, 2015, págs. 20-21)

Comunidad receptora

La comunidad receptora como parte del sistema turístico mantiene un papel muy importante con todos y cada uno de los otros elementos que constituyen el sistema. La comunidad local es simple y complejamente un elemento imprescindible en la existencia del turismo. Por un lado, la comunidad, aunque quizá como parte de su vida ordinaria, provee los servicios necesarios para la satisfacción de las necesidades de la demanda, del visitante. Estos servicios incluyen no sólo aquellos relacionados con la satisfacción de necesidades fisiológicas (hospedaje y alimentación), sino también aquellos como servicios médicos, de recreación, y de consumo; es decir, servicios que fueron mayormente generados para beneficio de la comunidad local pero que son paralelamente aprovechados por el turismo. Por otro lado, y de forma similar, en algunos casos la comunidad local participa en la oferta de servicios generados por los integrantes de la misma. Esto ocurre generalmente en ciertas formas de turismo en donde la comunidad local es la responsable de “producir” y gestionar sus propios servicios, como en el caso del turismo rural. (...) El grado de amabilidad u hostilidad que la comunidad receptora presente es de suma importancia a tal grado de poder determinar la visita o el regreso de turistas al destino. (Cordero, 2009, pág. 6)

De acuerdo con la modalidad de gestión turística del territorio puede tener o menor participación en el desarrollo. La comunidad receptora puede ser caracterizada por su nivel de participación en la dirección del sistema (en ese caso formaría parte de la superestructura) o por su intervención en la actividad turística a través de empleos directos, indirectos e inducidos. (Arévalo, 2015, pág. 11)

La comunidad receptora se considera un elemento esencial en el sistema turístico, Cordero (2009) y Arévalo (2015) definen a la comunidad receptora como el grupo de personas que viven y se desenvuelven en algún centro turístico no solo con el fin de satisfacer las necesidades biológicas, sino también servicios médicos, recreación y consumo, los mismos que generaran empleos tanto directos como indirectos generando beneficios a la comunidad.

– **Espacios Turísticos**

Dentro de un país o una región, el espacio turístico comprende a aquellas partes del territorio donde se verifica o podría verificarse la práctica de actividades turísticas. La primera situación corresponde a los lugares donde llegan los turistas, y la segunda a aquellas partes a las que podrían llegar, pero no lo hacen; ya sea porque son inaccesibles para ellos, o porque la falta de caminos y senderos aceptables que conduzcan a ellos y faciliten su recorrido, así como de comodidades mínimas en el lugar, desalienta su visita (Boullón, 2006, pág. 3)

El espacio turístico abarca las partes del territorio donde se verifica o podría verificar la práctica de actividades turísticas; por lo tanto el elemento clave, para delimitar el espacio turístico son los atractivos, El espacio turístico se refiere al lugar geográfico determinado donde se asienta la oferta turística y hacia el que fluye la demanda. Boullón (1990) descompone este espacio además en unidades más pequeñas: zona turística, área turística, complejo turístico, centro turístico o núcleos turísticos. (Sancho, 2011, pág. 54)

– **Productos turísticos**

Los productos turísticos son ofertas de diferentes tipos que se preparan para ser brindadas al turista en forma de actividades y servicios, estos deben ser capaces de motivar visitas a un lugar tanto por un corto tiempo hasta de varios días para satisfacer una necesidad específica de

determinados servicios: recreativos, naturales, culturales, y otros. (Banda & Ortega, 2010, pág. 44)

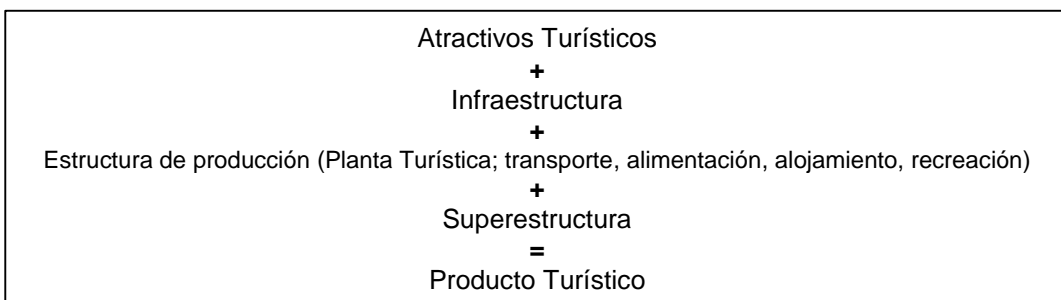
Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos y atractivos, equipamiento e infraestructura, servicios, actividades recreativas e imágenes y valores simbólicos, todos estos elementos están orientados a satisfacer las necesidades específicas de los consumidores, aportando un beneficio con los usos y funciones buscados. Un producto turístico puede ser tanto una actividad (cabalgatas en un determinado Valle), una modalidad (en veranos nada mejor que el mar) o un destino (Viaje a San Pedro de Atacama), siempre y cuando cuente con los componentes que se mencionaron anteriormente. (Castillo, Díaz, & Herrera , 2009, pág. 2)

El producto turístico se define básicamente como la conjunción de varios atractivos que se van a valorar, los servicios que se proveerán y las actividades que se propone realizar con el visitante, dotados de una infraestructura mínima que permita la utilización y disfrute de los mismos.

Clasificación

El producto, o sea, el servicio que usará o consumirá el turista, es el resultado de la suma de los elementos que ya se analizaron y se puede resumir de la siguiente manera: (Ver cuadro N° 3).

Cuadro N° 3. Producto Turístico



Fuente: SECO 2014

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Este producto tiene peculiaridades que lo diferencian de otros. Efectivamente, al utilizar la palabra producto en turismo, se hace en un

sentido más analógico que real, pues no son productos sino servicios o comodidades las que se proporcionan a los viajeros. (SECO, 2014)

b. Metodologías participativas

El método de análisis rápido y planificación participativa (MARPP)

Se trata de un método de investigación participativa y una herramienta de aprendizaje que compensa la omisión de los métodos de investigación tradicionales, que no permiten entender mejor lo que puede ser la realidad rural. Dicho método se sitúa entre la investigación formal (costosa y larga) y la investigación informal (demasiada corta para lograr resultados seguros y calificados de turismo rural). El MARPP es un conjunto de métodos y herramientas, usados para dar la oportunidad a las poblaciones rurales y urbanas de presentar su conocimiento de su propia situación y condiciones de vida. Esta técnica establece un proceso de comunicación más próxima y reveladora de la población que los cuestionarios. Por ejemplo, "el MARPP permite una consultación directa de los beneficiarios respecto a su bienestar. Su percepción de la pobreza incluye mucho más que lo que pueden incluir los indicadores propuestos por el PNUD".

El MARPP o RRA (Rapid Rural Appraisal) es un proceso de aprendizaje intensivo, iterativo y rápido, establecido para entender unas situaciones específicas. Este método usa pequeños grupos multidisciplinarios y una gran diversidad de medios, herramientas y técnicas para recoger informaciones.

Existen cuatro maneras de usar el método MARPP, que corresponden de hecho a los momentos importantes del ciclo de proyecto:

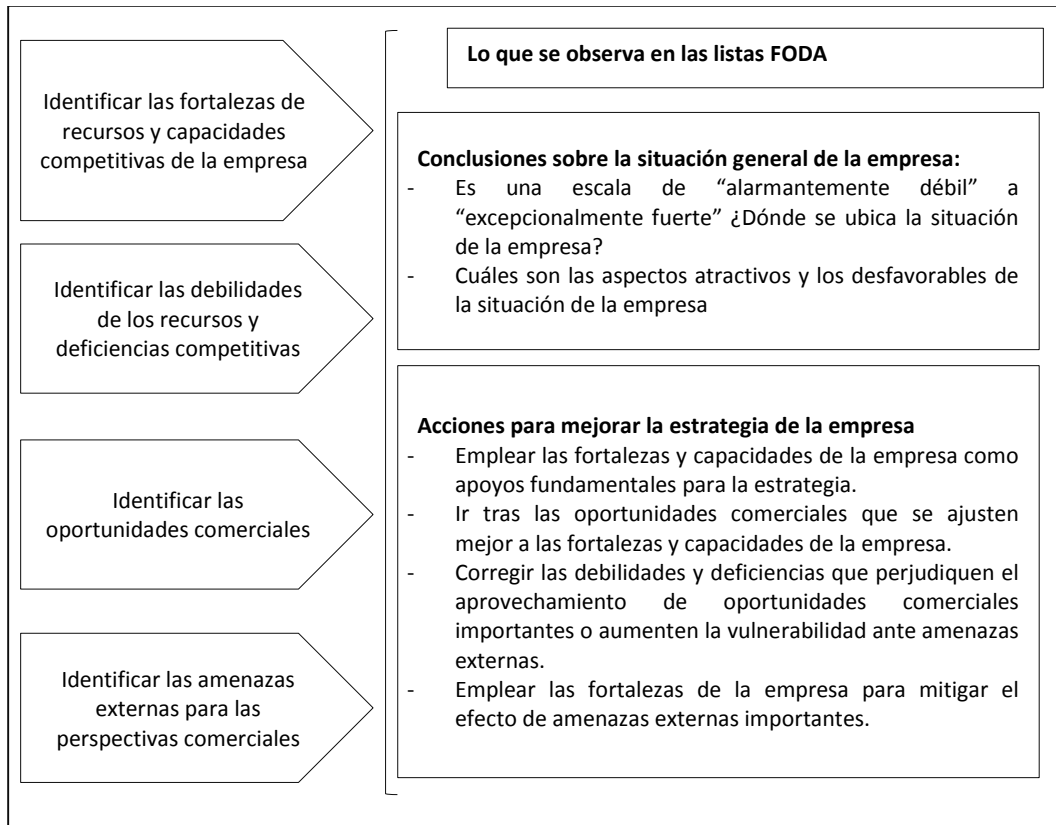
- Durante la fase de diagnóstico (misión de exploración o diagnóstico más largo).
- Durante el análisis de un problema temático (relacionado con la implementación de investigación/acciones).

- Durante la fase de planificación (concepción participativa de las acciones).
- Durante la fase de evaluación de la acción. (URD, 2002)

c. Análisis FODA

El análisis FODA implica más que la elaboración de cuatro listas. Las dos más importantes del Análisis FODA son llegar a conclusiones a partir de sus listas sobre la situación general de la empresa y convertirlas en acciones estratégicas para que la estrategias se ajuste mejor a las fortalezas del recurso y las oportunidades de mercado, para corregir las debilidades importantes y defenderse de las amenazas externas. En la figura 1 se muestran los tres pasos del análisis FODA. (Thompson, 2008)

Cuadro N° 4. Pasos de Análisis FODA



Fuente: Administración Estratégica

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

El Análisis FODA es una herramienta que sirve para analizar la situación competitiva de una compañía. La principal función del análisis FODA es

detectar las relaciones entre las variables más importantes para así diseñar estrategias adecuadas con base en el análisis del ambiente interno y externo de una organización. En el ambiente externo se encuentran las amenazas, que son todas las variables negativas que afectan directa o indirectamente a la organización y también se encuentran las oportunidades, que señalan las variables externas positivas que inciden sobre la organización. Dentro del ambiente interno se encuentran las fortalezas que benefician a la organización y las debilidades que son aquellos factores que impiden que las potencialidades de la empresa se desarrollen. (Enriquez, 2002)

d. Metodología de inventario de atractivos turísticos MINTUR

La “Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos en Ecuador”, establece los lineamientos técnicos para la identificación, clasificación y valoración de los atractivos con mejores condiciones para el desarrollo de productos turísticos. Mientras que, para definir espacios turísticos se considera criterios de asociatividad, tamaño de la superficie y distribución de elementos complementarios.

El Manual para la realización del inventario de atractivos y jerarquización de espacios turísticos en Ecuador se divide en dos partes:

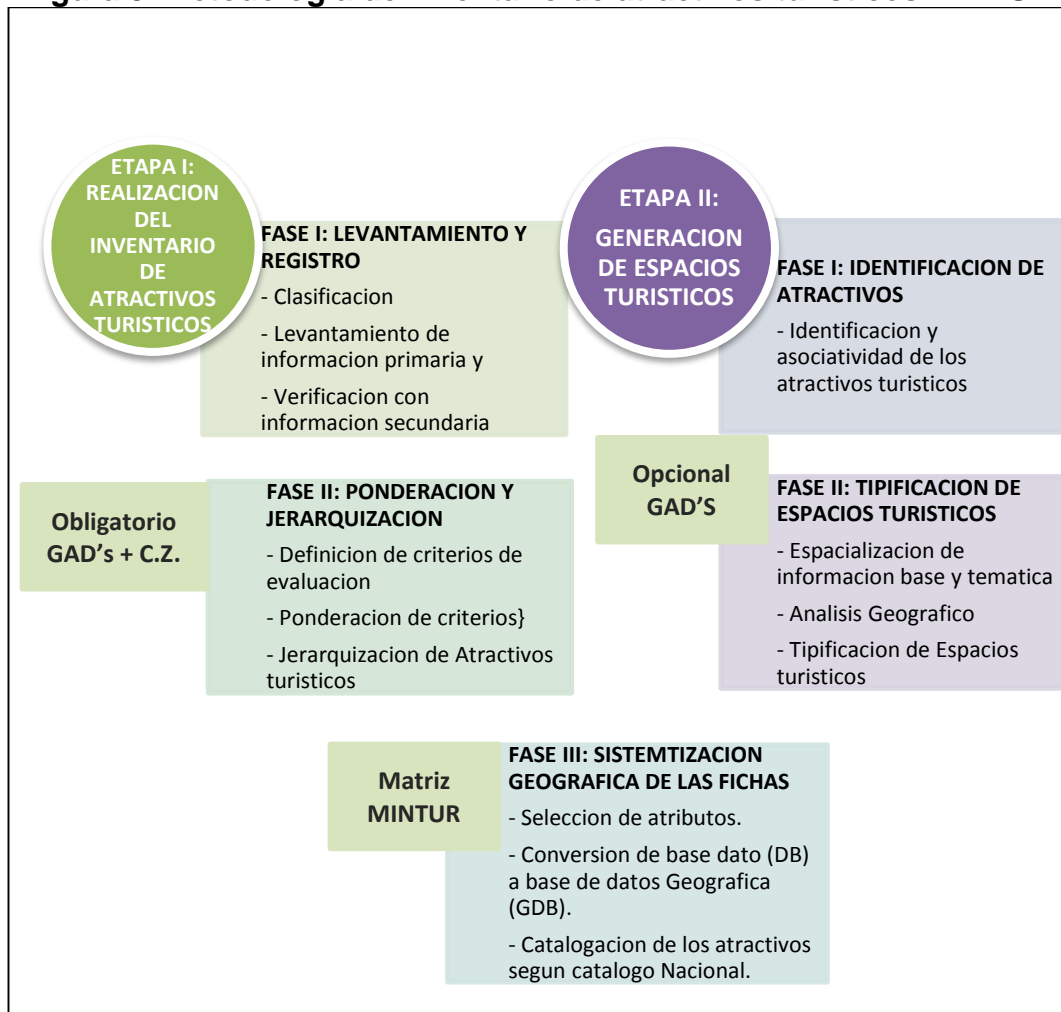
- Primera parte: Metodología para jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos
- Segunda parte: Guía para el levantamiento de atractivos turísticos.

Previa la iniciación del proceso de ejecución del inventario, es importante revisar las fichas de atractivos turísticos existentes, con el fin de conocer el ámbito territorial en el que se aplicará el levantamiento de información.

El procedimiento se realizará en dos etapas: la primera permitirá el levantamiento, registro, jerarquización y especialización de atractivos turísticos; y la segunda será la identificación de atractivos, análisis geográfico y tipificación de espacios turísticos. (MINTUR, 2017)

Gráficamente se lo puede resumir de la siguiente forma:

Figura 9. Metodología de inventario de atractivos turísticos MINTUR



Fuente: Dirección de planificación de destinos Turísticos Mintur 2016

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

cuadrados, equivalente al 17% del territorio provincial (11.027 kilómetros cuadrados). (Valarezo, 2012)

Antecedentes turísticos

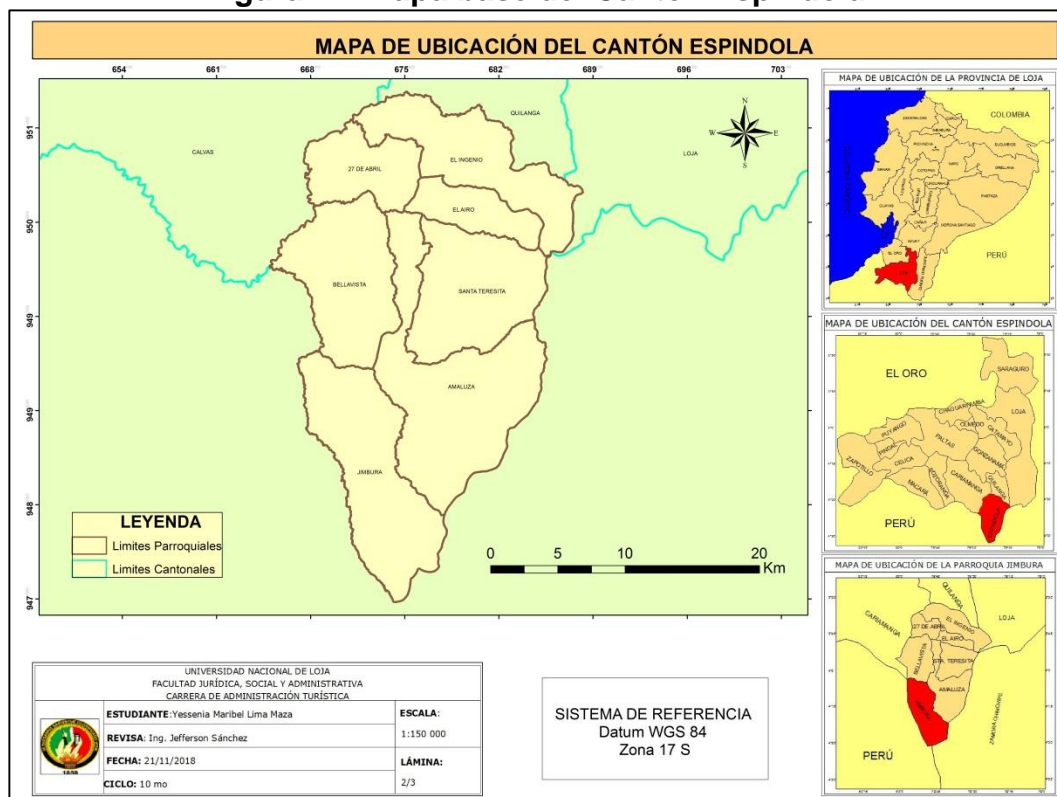
Los espectaculares lugares turísticos que Loja posee son de extrema importancia para los habitantes de la ciudad y provincia y han sido por décadas el imán para atraer turistas de todas partes, en ellos encontrará historia, cultura, diversión y mucho más. (Arévalo, 2015)

4.2.2. Cantón Espíndola

Ubicación Geográfica

El cantón Espíndola se encuentra ubicado al sur de la Provincia de Loja, a 173 km de distancia de dicha ciudad y a 20 km de la línea de frontera con el Perú (Río Espíndola). (Valarezo, 2012)

Figura 11. Mapa base del Cantón Espíndola



Fuente: Yessenia Maribel Lima Maza (2018)
Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

El Cantón Espíndola fue creado el 27 de abril de 1970, mediante resolución No. 70-33 publicada en el Registro Oficial No. 421 del 29 de Agosto del mismo año. Por Decreto Supremo N°. 95 expedido el 21 de enero de 1971 y publicado en el Registro Oficial N°. 150 del 27 de enero de 1971, en el periodo presidencial de la república del Doctor José María Velasco Ibarra. (Sandoya, 2015)

Espíndola es un cantón con visibles encantos naturales, rodeado de majestuosas montañas con exuberante vegetación, toma su nombre del río principal que riega las praderas de este territorio, donde sus habitantes trabajadores y aguerridos forjan la historia y desarrollo de esta tierra, que este 21 de noviembre cumple 45 años de vida política cantonal, desde su elevación a categoría de cantón en 1970. (Sandoya, 2015)

Economía

La economía de este cantón está basada principalmente en la actividad agrícola, y en un menor porcentaje en la ganadería. Los principales productos que se cultivan en esta tierra son; café, arveja, maíz y variedad de granos. Actualmente, el comercio también mueve considerablemente la economía de Espíndola, cantón donde sus habitantes optan por emprender sus propios negocios para generar el sustento diario de sus familias. (Sandoya, 2015)

Al llegar a este cantón, se pueden degustar exquisitos platos tradicionales preparados por habilidosas manos, expertas en el arte culinario, que hacen de la gastronomía espindolense un verdadero encanto para el paladar de propios y extraños. Entre los principales platos está: la gallina criolla, arveja con guineo, cecina y tamales. (Sandoya, 2015)

Clima

El clima de este cantón, que oscila entre 20 y 22° lo convierten en un lugar privilegiado para disfrutar de sus encantos naturales, como

balnearios, lagunas, el cerro del diablo, el cerro Guando, cascadas, y más atractivos que engalanan cada rincón de este hermoso cantón. (Sandoya, 2015)

Actividad Turística

Es importante resaltar la variedad turística cultural del cantón, tales como la plaza central, monumentos y edificaciones antiguas, que por su valor histórico aún conservan su original estructura, pues estas características intentan posicionar a Espíndola como referente cultural a nivel provincial.

Con respecto a su división geográfica Espíndola está dividido en seis parroquias rurales: La Naranja, 27 de Abril, Bellavista, El Airo, El ingenio, Jimbura y Santa Teresita; y una parroquia urbana con el mismo nombre del cantón. (Sandoya, 2015)

4.2.3. Parroquia Jimbura

Reseña histórica de la Parroquia Jimbura

La parroquia de Jimbura se inicia con su primer teniente político Sr. Artemio Castillo, nativo de Amaluza. En este intervalo cabe mencionar ciertas personas que especialmente ayudaron en el adelanto de Jimbura como es: el señor. Cristóbal Padilla quien era un médico que salvo muchas vidas en nuestra parroquia y el gestor para la apertura del camino hacia el Valle de San Andrés, quien entrego su vida por darnos mejores días para las familias Jimburenses; el Rvdo. Monseñor Jorge Guillermo Armijos Valdivieso, quien con su alto espíritu de patriotismo que siempre lo caracterizó, vino por primera vez a visitar a Jimbura en el año de 1963 y poniéndose en contacto con el señor teniente político de ese entonces señor Victoriano Merino propone por obtener alguna obra de vital importancia: hacer la gestión para conseguir la parroquialización eclesiástica para lo cual era necesario el arreglo de la iglesia y convento.

Es así como se logró construir un local para que funcione La Escuela Fiscomisional, la construcción de un local para solicitar Hermanas religiosas de tal manera con la ayuda del Padre Julio Ernesto Celi Román se comienza las obras primeramente adquiriendo los lotes de terreno en donde se construyen dichos locales, luego vienen las gestiones para conseguir un párroco al Rvdo. Padre Jorge Tandazo y con toda la suerte el Ilustrísimo Obispo Alberto Sambrano Palacios aprueba la Parroquialización Eclesiástica. (Regalado, 2015)

De igual forma en el año de 1970 cuando ejercía la prefectura provincial el Sr. Mereció García, Jimbura contó con una vía carrozable y año tras año se ha venido mejorando. Desde este entonces la parroquia ha venido contando con valiosos hombres que han ejercido y contribuido en la función pública, así como, los Tenientes Políticos: Artemio Castillo, Bartolomé Guerrero, Hipólito Abad, Juan de Dios Cueva, Carlos Hover Montero, entre otros. (Regalado, 2015)

Ubicación.

Jimbura es una parroquia rural del cantón Espíndola, que se encuentra ubicado al sur de la Provincia de Loja, a 176 km de distancia de dicha ciudad y a 20 km de la línea de frontera con el Perú (Río Espíndola).

Figura 12. Mapa base de la parroquia Jimbura.



Fuente: Yessenia Maribel Lima Maza (2018)

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

La parroquia Jimbura se encuentra ubicada en los declives andinos de la Cordillera de los Andes, muy cerca de Espíndola, a 16 Km. Se encuentra ubicada al sur del cantón y es una de las más antiguas del mismo, la fecha de su creación es el 24 de abril de 1947, cuya parroquia es bastante irregular bañada por ríos, quebradas y rodeada por algunas montañas de la cordillera de los andes, gran parte de la parroquia está constituido por el bosque protector Colambo Yacuri con posibilidades para el desarrollo turístico. (PDYOT, 2017)

Cuadro N° 5. Límites de la Parroquia Jimbura

Al Norte:	Con la parroquia Bellavista y Amaluza.
Al Sur:	Con Zamora Chinchipe y la república del Perú
Al Este:	Con la Provincia de Zamora Chinchipe y Perú
Al Oeste:	Con Zamora Chinchipe, Amaluza y Espíndola

Fuente: PDYOT (2017)

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Distribución política

La parroquia Jimbura esta conforma por 11 barrios, donde el barrio que posee mayor número de familias es la cabecera parroquial Jimbura y Sanambay con 85 habitantes cada una, seguida de Machay con 55, mientras que la comunidad que tienen menor cantidad de familias es Yeso con 15 habitantes.

Cabecera Parroquial: Jimbura

Cuadro N° 6. Barrios y Familias de la Parroquia Jimbura

Comunidades	Número de Familias	Porcentaje (%)
Guarinjas	27	5.39
Tailin	27	5.39
Santa Ana	52	10.38
Charama	30	5.99
Jimbura	85	16.97
Jorupe	20	3.99
Yeso	12	2.40
Carrizo	18	3.59
Machay	55	10.97
Salado	45	8.98
Sanambay	85	16.97
Limón	45	8.98
Total	501	100

Fuente: Víctor Regalado (2015)

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Factores Climáticos

Clima.- La parroquia Jimbura se encuentra en la región sur del Ecuador, en la que se establecen la presencia de dos temporadas: la lluviosa de enero a abril que en ocasiones se extiende hasta mayo y la seca en el restante del año. Asimismo la variación altitudinal que va desde los 1500 a 3500 msnm, combinado con los diferentes pisos altitudinales y la evidente diferencia en la topografía permite establecer cinco tipos de climas que se representan en el cuadro N° 7

Cuadro N° 7. Tipos de Climas de Parroquia Jimbura

Frio Moderado	Se localiza al sur, en el bosque protector del Colambo Yacuri
Semicálido	Abarca 1426.96 Ha correspondiente al 14.8% de terreno. Localizado al norte de la parroquia.
Semifrío	Con una área de 1454.45 Ha. correspondientes al 15.1%. Localizado al Centro - Sur de la parroquia Jimbura.
Templado Cálido	Localizado en la parte Norte de la parroquia Jimbura con una área de 3346.45 Ha correspondientes al 34.7% y es donde se ubican la mayor parte de los asentamientos humanos.
Templado Frío	Comprende el 23% del terreno de la parroquia Jimbura correspondiente a 2239.53 Ha Se localiza al sur, abarcando parte del bosque protector del Colambo Yacuri.

Fuente: Víctor Regalado, (2015)

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

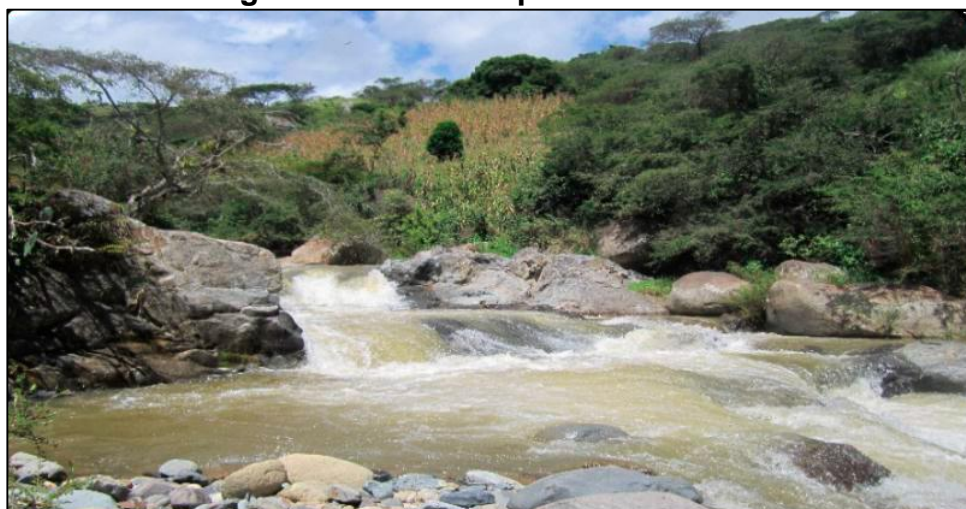
Sistema Hídrico

El sistema hídrico provee de agua de riego a acequias tradicionales, el primer sistema de riego construido por el Estado, que es el canal de Riego Sanambay-Jimbura que tiene la captación en la cota 2400 msnm del río Sanambay y el otro sistema de riego se denomina Bermejo-Yeso-Charama este fue construido por la Comunidad.

La parroquia Jimbura se caracteriza por el abundante recurso hídrico disponible, existiendo acequias tradicionales como los ya mencionados que son manejados por organizaciones de regantes con poca capacidad administrativa pero con importantes actividades de mantenimiento.

En la parroquia Jimbura existe la captación de agua para consumo humano que la realiza desde la quebrada Bermejo ubicada en la parte sur de la parroquia cerca de la cabecera parroquial. También el agua es captada a través de un canal de riego Guarinja al sur-oeste de la parroquia Jimbura.

Figura 13. Río de Espíndola-sector Carrizo



Fuente: PDOT Parroquial de Jimbura, (2015)

Elaboración: PDOT Parroquial de Jimbura

Según el sistema de cuencas hidrográficas registradas en Ecuador, el cantón de Espíndola y por ende la parroquia Jimbura, está abastecida por el recurso hídrico proveniente de la cuenca hidrográfica binacional Catamayo – Chira, de la cual se desprende algunas microcuencas, descritas a continuación:

Cuadro N° 8. Unidades Geomorfológicas de la Parroquia Jimbura

NOMBRE	ÁREA (ha)	%
Microcuenca s/n	2633,06	27,29
Quebrada del naranjo	2788,35	28,90
Rio bermejo	2188,91	22,69
Drenajes menores	2037,22	21,12
TOTAL	9647,54	100

Fuente: PDOT Parroquial de Jimbura

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Atractivos Turísticos

Los atractivos turísticos con los que cuenta Jimbura dentro de manifestaciones culturales y atractivos naturales son:

- La Laguna Negra
- Laguna Bermeja
- Laguna de los patos

- Molino de Piedra
- Puente internacional
- Iglesia nuestra señora del Carmen
- Fiestas de parroquialización
- Fiestas moteras
- Fiestas en honor a la Virgen del Carmen

Artesanía

El sector artesanal la parroquia Jimbura está caracterizada por los tejidos que se elaboraban con las hábiles manos de hombres y mujeres, hoy en día esta actividad es escasa, sin embargo aún es posible encontrar alforjas, bayetas. La confección de estos tejidos decayó por el reemplazo de otras prendas que llegan de fuera a menor precio y son más atractivas al consumidor local. (PDYOT, 2017)

Tradiciones

Como todo hecho histórico tiene su razón de ser, todo pueblo tiene su historia, su geografía, su cultura de cómo llegó a realizar tal hecho. Algunas tradiciones o costumbres que han sido transmitidas de generación en generación en la parroquia Jimbura, son: El telar, molino de piedra y el trapiche de madera. (PDYOT, 2017)

Iglesia

Es un símbolo de fe, se convierte en un atractivo turístico económico; particularmente el 16 de julio, que se realiza una fiesta religiosa en honor a la Virgen del Carmen. También el 6 de Enero en honor al Divino Niño Jesús, fiestas en las cuales, sus habitantes rinden tributo en agradecimiento a milagros concedidos, y a la vez realizan actividades comerciales. (PDYOT, 2017)

Seguridad y vigilancia

Se cuenta con el servicio de seguridad y vigilancia conformada por el destacamento militar y el destacamento de migración debido a la cercanía de ingreso con el Perú. (PDYOT, 2017)

Comidas típicas.- En cuanto a comidas típicas se resume:

Caldo de grano.- Es una sopa de frijoles (una variedad de poroto que en el lugar lo llaman chileno), arroz, yuca picada, quesillo, cilantro y refritos; es una comida muy exquisita que se acostumbra a comerla casi a diario en todos los hogares.

La menestra de zarandajas.- Consiste en servir zarandajas secas o tiernas cocinadas, aliñadas con manteca negra, junto con una porción de arroz seco bien guisado y tajadas de yuca sancochada; este plato siempre se acompaña con un jarro de café puro y endulzado con panela.

El melloco con carne.- Es un preparado de mellocos cocinados y aderezados con bastantes condimentos, se sirve con seco de carne de res, arroz blanco y tajadas de yuca cocinada; no debe faltar el jarro de café.

El chuno.- Es una bebida muy sabrosa que se sirve después de las comidas sobre todo de las meriendas; consiste en una colada de harina de achira, endulzada con panela y le agregan canela, anís o clavo de olor para darle mejor gusto. (Villalta, 2011)

5. MATERIALES Y METODOS

5.1. Materiales

- Esferos
- Revistas
- Libros
- Computadora
- Internet
- GPS
- Cámara digital

5.2. Métodos

Método Deductivo

Es un modo de pensamiento que va de lo más general a lo más específico, el método deductivo aporta a tener una idea más clara de la realidad que acarrea la parroquia Jimbura, a través de la problemática se deduce y se recomienda que el PDyOT desarrolle programas y estrategias para fortalecer turísticamente la población.

Método analítico-sintético

El método analítico –sintético, es el que permite analizar la información recolectada para ser reducida de forma que la información sea clara y precisa; es por ello que se recolecto información de forma minuciosa de tesis, libros, artículos, fuentes bibliográficas que hablan acerca de la parroquia para luego escoger la información fehaciente y necesaria para el trabajo de investigación: todo esto se logró conjuntamente con las fichas resumen de atractivos turísticos y con la información que se obtuvo a través de la metodología participativa (MARP) que se realizó con la comunidad para así construir el análisis FODA con información real de la parroquia.

Método descriptivo

El método descriptivo tiene el propósito de hacer la evaluación de algunas características de una población o situación en particular de la información obtenida para ser redactada en la investigación. Para describir las características de los atractivos turísticos naturales y culturales y la situación actual de la parroquia Jimbura el método descriptivo permitió recolectar información relevante para realizar las fichas de jerarquización de los recursos y atractivos que posee Jimbura, además permitió realizar las fichas resumen de cada uno de los atractivos turísticos que posee.

Método inductivo

El método inductivo obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Este método permitió tener una idea general de la información primaria y secundaria para el proyecto de investigación.

5.3. Técnicas

Observación directa

Esta técnica permitió comprobar e identificar de primera mano la realidad de los atractivos naturales y culturales y las condiciones de vida de la comunidad en cuanto a infraestructura turística, sanidad, servicios básicos, entre otros.

Entrevistas

Se entrevistó a los principales miembros de la junta parroquial y actores interesados en la actividad turística del GAD de Jimbura con el objetivo de conocer datos generales del cantón y actividades que se realizan desde el área de turismo, la entrevista se realizó bajo preguntas abiertas a propietarios de establecimientos de alimentos y bebidas de manera que el entrevistado tenía libre opción de contestar la pregunta, esta técnica se utilizó para así obtener una respuesta más amplia y a través de las

experiencias de los entrevistados conocer el comportamiento de la demanda.

5.4. Metodología por objetivos

Primer Objetivo.- Para el cumplimiento del primer objetivo específico: se buscó diferentes metodologías de las cuales se pudo seleccionar la más idónea y la que más se ajustaban a las características del territorio, así mismo de acuerdo a otros trabajos de investigación que se han realizado en este contexto. **“Realizar el diagnóstico del componente turístico para Parroquia Jimbura, Cantón Espíndola, Provincia de Loja”**. Se utilizó el método analítico-sintético para analizar la información de los atractivos turísticos y poder escoger la información pertinente para el desarrollo de la investigación con ayuda de la matriz de comunidades de Carla Ricaurte Quijano, y así determinar la realidad actual de la parroquia Jimbura donde se pudo constatar los datos de ubicación, oferta de servicios turísticos, infraestructura, servicios básicos, gobernanza, entre otros.

Las técnicas de entrevista y observación directa permitieron conocer la realidad actual de la parroquia Jimbura y constatar los datos obtenidos en la información primaria y secundaria. La entrevista a las autoridades del GAD parroquial y líderes barriales permitieron hacer el levantamiento de información de cada uno de los barrios y constatar la existencia de recursos o productos turísticos.

Una vez que realizado el trabajo de campo se procedió a realizar una reunión participativa que permitió validar la información que se obtuvo a través del diagnóstico turístico de Carla Ricaurte, quienes sustentaron la información y contribuyeron con posibles propuestas para el segundo objetivo, se hizo un estudio previo de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que posee la parroquia Jimbura.

Posteriormente con las fichas del Ministerio de Turismo (MINTUR) se procedió a levantar la información y realizar el inventario turístico de los atractivos naturales y culturales que posee la Parroquia Jimbura.

Cabe recalcar que las encuestas no fueron realizadas ya que dentro de la Planificación turística según Molina (2015) el proceso lógico de pensamiento se va concretando en la elaboración de diferentes documentos y en la ejecución de diversas actividades, en donde se puede decir que el proceso de planificación se divide en dos fases: la primera se denomina fase de definición y la segunda fase de aplicación.

La primera fase de definición se reduce a un plan, el cual se caracteriza por su relativa generalidad y por no ser aplicable en la práctica por sí solo, esta parte desde el diagnóstico hasta la propuesta de estrategias que fue desarrollada a través de la metodología participativa

La segunda fase de aplicación se refiere precisamente a los aspectos relacionados con la vinculación entre las propuestas del plan y la realidad. Esta fase incluye la programación, presupuestación, instrumentación y evaluación de las acciones necesarias para modificar el objeto de planificación en el sentido deseado, esta dependerá de los recursos con los que cuente el GAD parroquial.

Razones por las cuáles se omite la práctica de encuestas ya que el proyecto de investigación se encuentra en una etapa inicial.

Segundo Objetivo.- “Elaborar una propuesta de Desarrollo Turístico para la parroquia Jimbura mediante la aplicación de una metodología participativa”. Para llevar a cabo el cumplimiento de este objetivo se utilizó el método inductivo y analítico, el cual permitió integrar las partes de un todo, elaborando así una matriz de propuestas para el desarrollo turístico de la comunidad, la metodología participativa permitió llegar a un consenso de cuáles son las estrategias más idóneas e importantes para la Parroquia. Las propuestas planteadas fueron enmarcadas al ejercicio

pleno de la participación de la comunidad, ya que se vuelve más eficiente que sean ellos mismos quienes decidan por el desarrollo de su pueblo.

En la reunión participativa se dio a conocer las propuestas para el fortalecimiento del PDYOT de la parroquia Jimbura, estas estrategias se las socializo a través de la comunicación y participación de los miembros de la junta parroquial, quienes puntualizaron cuales eran las mejores estrategias para que la parroquia Jimbura se posicione turísticamente, rescatando sus riquezas naturales y culturales.

Las propuestas expuestas a los miembros de la junta parroquia fueron en base al diagnóstico de la situación actual de la parroquia lo cual permitió potenciar las fortalezas y disminuir las debilidades aprovechando las oportunidades del entorno con estrategias previamente planteadas en el análisis FODA. (Ver cuadro N°32).

Tercer objetivo.- “Proponer estrategias para la aplicación de la propuesta planteada para el desarrollo turístico de la parroquia Jimbura, Cantón Espíndola, Provincia de Loja”.

El método deductivo permitió plantear alternativas de fortalecimiento turístico para la Parroquia. De igual manera a través de la metodología participativa realizada con los miembros de la Junta Parroquial permitió desarrollar las estrategias para el desarrollo turístico de la Comunidad. En relación a los factores internos como fortalezas y debilidades se realizó un análisis para destacar las estrategias de mayor relevancia para la parroquia, los factores externos detallaron las amenazas y oportunidades en las cuales se pudo detectar los problemas, los mismos que fueron priorizados para buscar soluciones.

El Método de Análisis Rápido y Planificación Participativa (MARPP), fue considerado como la mejor estrategia integral para la comunidad, donde se dio a conocer las estrategias que son prioritarias para las autoridades y habitantes del GAD Parroquial de Jimbura.

En el taller participativo se tomó en cuenta las necesidades, aspiraciones y propuestas planteadas por los asistentes, lo cual fue de gran utilidad para identificar las principales alternativas y estrategias que servirá para establecer futuros proyectos que impulsen el desarrollo del turismo y crear espacios o actividades complementarias que ayuden a la economía de los habitantes de la Parroquia Jimbura.

6. RESULTADOS

6.1. Diagnóstico del componente turístico de la parroquia Jimbura cantón Espíndola, provincia de Loja

Mediante un trabajo de campo realizado a la parroquia Jimbura y el uso de la matriz de caracterización turística de Carla Ricaurte se levantó la información del diagnóstico del componente turístico de la parroquia y presentar el siguiente resultado:

6.1.1. Resultados de aplicación de la matriz de Carla Ricaurte Quijano

Caracterización turística de la Parroquia Jimbura

h. Datos generales

La información se la obtuvo a través de visitas a los sitios de interés, con el fin de conocer su estado actual y veracidad de la información obtenida. Para indagar datos del diagnóstico turístico se optó por involucrarse en la comunidad, revisando la folletería existente, y realizando entrevistas a personas que viven y trabajan en la parroquia. En cuanto a lo que corresponde a la población se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 9. Población demandante efectiva de la Parroquia Jimbura

Población demandante efectiva			
Población parroquia Jimbura			
Año 2010	2.316	Tasa crecimiento	-0,55%
	Años	No. Habitantes	
0	2010	2.316	
1	2011	2.303	
2	2012	2.291	
3	2013	2.278	
4	2014	2.265	
5	2015	2.253	
6	2016	2.241	
7	2017	2.228	
8	2018	2.216	

Fuente: Resultados del VI Censo de Población del 2010 – INEC

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Para la proyección de la población se trabajó con un índice de crecimiento de 1%, ya que se aspira a que una vez implementado el proyecto exista un incremento en la población de la Parroquia Jimbura debido a que se reduzca el índice de población por las mejoras realizadas.

Cuadro N° 10. Proyección de población demandante de la Parroquia Jimbura

POBLACIÓN DEMANDANTE EFECTIVA FUTURA		
POBLACIÓN DE LA PARROQUIA JIMBURA		
Año 2018	2.216	
tasa crecimiento	1,00%	
	Años	No. Habitantes
0	2018	2.216
1	2019	2.238
2	2020	2.261
3	2021	2.283
4	2022	2.306
5	2023	2.329

Fuente: Resultados del VI Censo de Población del 2010– INEC

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

i. Oferta de servicios

La oferta turística facilita la permanencia del turista en el lugar de destino. Incluye el equipamiento (alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios). Para el desarrollo de este apartado se ha investigado a través de la técnica de observación directa en la cabecera Parroquial de Jimbura.

Según el PDYOT, de la Cabecera Parroquial de Jimbura no se registran los establecimientos de alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios, a través del trabajo de campo realizado y la observación directa se pudo constatar que la parroquia cuenta con los siguientes servicios:

– Alojamiento

La parroquia solo cuenta con un alojamiento familiar del Señor Glicerio Jiménez que nace a partir de la necesidad de alojamiento, el mismo se encuentra en el centro de la parroquia a un valor de \$8 dólares la noche, a pesar que cuenta con 4 habitaciones no tiene todos los servicios como

alimentación, Tv, bar, se centra solo en brindar hospedaje a quienes acudan a pedir posada para pernoctar. De la misma manera el señor Glicerio Jiménez cuenta con un parador turístico vía a zumba, en el que brinda alojamiento, alimentación y un lugar de esparcimiento para quienes decidan pasar momentos agradables en disfrute de la naturaleza.

La oferta de alojamiento de la parroquia Jimbura se ha generado de forma espontánea (sin patente ni permisos), este alojamiento está ubicado en la cabecera parroquial, que se representa en el cuadro N° 11.

En la localidad de Jimbura, la familia del Señor Glicerio Jiménez que ofrece servicios de alojamiento, comentan que este servicio comenzó a darse debido a solicitudes de los visitantes, quienes no tenían donde pernoctar, esta familia presenta interés por capacitarse en este servicio por lo rentable que podría ser si esta se entregara de forma organizada. De igual manera cabe recalcar que existe alojamiento en la cabecera cantonal como es el caso de Espíndola.

Cuadro N° 11. Establecimiento de Alojamiento

N	Hotel	Tipo	Servicios	Hab.	Cap.	contacto
1	Sr. Glicerio Jiménez	Alojamiento Familiar	No cuenta con servicios de alimentación, Tv, Bar, entre otros.	4	15	Cel.0982662224 Telf. 3033085
2	Sr. Glicerio Jiménez	Parador Turístico	Cuenta con el servicio de alimentación y hospedaje.	2	15	Cel.0982662224 Telf. 3033085

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

– Alimentación

La oferta de alimentación es de tipo informal existiendo nueve establecimientos en toda la parroquia. Al igual que los servicios de alojamiento, estos se ubican en la cabecera parroquial. Según una entrevista efectuada a la señora Diana Jiménez, propietaria de uno de los

restaurantes, el tiempo de funcionamiento de los 9 restaurantes es diario. Los propietarios afirman que el promedio diario de afluencia es de 10 a 15 personas. La oferta gastronómica es: Trucha, cecina, ceviches, carne de res, pollo, tamales, entre otros. La parroquia cuenta con un kiosco de comida que está bajo la supervisión del Párroco Jorge Jiménez, el mismo que se lleva a cabo en las fiestas de parroquialización o fiestas populares. Es necesario capacitar a la comunidad para el buen desarrollo de la oferta turística para así poder llevar a cabo este tipo de emprendimientos.

Cuadro N° 12. Establecimientos de alimentación

#	Nombre del propietario	Tipo	Cap.	Especialidad	Teléfono	Dirección
1	Sra. Diana Jiménez	Restaurante	10 pax	Comida variada	0985453965	Calle 24 de abril, junto al mercado
2	Sra. Olivia Jiménez	Restaurante	8 pax	Comida variada		Calle 24 de abril, frente a la iglesia
3	Sra. Fani Abad	Restaurante	20 pax	Comida variada	0959494606	Calle Cristóbal y 24 de Abril
4	Sr. Juan Antonio Medina	Restaurante	20 pax	Comida variada	0997710045	Vía Zumba, frente al colegio Julio Ernesto Celi Román
5	Sra. Rosa Jiménez	Restaurante	20 pax	Comida variada	0988068100	Vía Limón, calle Loja y Cristóbal Padilla
6	Sra. Gladys Calva Tillaguango	Restaurante	15 pax	Comida Variada		Vía Limón, calle Loja y Cristóbal Padilla
7	Sra. Gladys Calva Tillaguango	Restaurante	15 pax	Comida Variada		Vía Limón, calle Loja y Cristóbal Padilla
8	Sra. Balbina Alberca	Restaurante	15 pax	Comida Variada	0986073851	Calle 24 de abril, frente al parque
9	Elvia Jiménez	Restaurante	20 pax	Comida variada	0969212004	Calle 24 de abril, Diagonal a la Iglesia Nuestra Señora del Carmen

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

– **Esparcimiento**

Debemos tener en consideración que la parroquia cuenta con lugares de esparcimiento como lo es una cancha de Vóley del Señor Glicerio Jiménez, a un valor de \$2 por partido, también cuentan con el Coliseo de la parroquia que están a disposición de toda la comunidad.

– **Otros servicios**

Entre otros servicios complementarios de la actividad turística la parroquia cuenta con personas locales que acompañan en recorridos por los diferentes atractivos de la comunidad, estas personas buscan hacer del recorrido algo apropiado para que la gente que los visite queden complacidos por la buena atención brindada.

Las personas que brindan información en el sector lo hacen a un costo de \$20 dólares, entre ellos están moradores del sector como el Señor Juan Delgado, Ernesto Gaona, Armando Berru, Camilo Abad y la Señora Enid Castillo, entre otros.

j. Infraestructura de los Servicios Básicos.

La infraestructura permite el funcionamiento de la planta turística y constituye un vínculo con los atractivos del lugar de destino. Incluye el transporte y accesibilidad, vías de acceso, señalización, terminales, comunicaciones, sanidad, energía, agua potable, alcantarillado, y recolección de basuras. La existencia de infraestructura otorga las condiciones básicas para la sobrevivencia en estos sectores y por ende influye en la permanencia de visitantes en el lugar

– **Transporte y accesibilidad**

Jimbura se encuentra a 17 kilómetros de la cabecera cantonal Amaluza. Cuenta con diversos tipos de transporte como la Cooperativa Cariamanga, Cooperativas de camionetas, taxi y rancheras, que tienen como punto de encuentro la terminal de Amaluza y una estación en la parte céntrica de la parroquia Jimbura.

Cuadro N° 13. Distancia y tiempo desde diferentes cantones a la parroquia Jimbura

	Tiempo	Distancia
Loja	4 horas	149 km
Catamayo	3 horas	117 km
Gonzanamá	2 horas 15 min	75 km
Quilanga	1 hora 50 min	62,7 km
Cariamanga	2 horas 50 min	70,7 km
Amaluza	45 min	17 km

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Las principales vías de acceso a la comunidad son de primer orden, pavimentada y asfaltada en el tramo de Loja- Amaluza, de segundo orden, lastrado en el tramo de Amaluza - Jimbura y el centro de la parroquia se encuentra adoquinado. Para llegar a la parroquia existe señalización vial desde la ciudad de Loja hasta Jimbura, a diferencia de la señalización turística que es escasa.

– **Transporte público**

La cooperativa unión Cariamanga presta sus servicios todos los días, en dos turnos saliendo desde la ciudad de Loja a las 10h30am con llegada a Jimbura a las 16h30 pm y a las 14:00 pm con llegada a las 8pm, esta cooperativa tiene su retorno en dos turnos de 11h00 pm y 6 am hacia la ciudad de Loja, los recorridos se los realiza en verano debido a que la vía es mejor para movilizarse, ya que en invierno existen inconvenientes en la movilización.

La compañía de Transporte “Trans-Espíndola” realiza recorridos desde Amaluza-Jimbura cada dos horas a partir de las 7:00 am a 5pm a un valor de \$1, de igual manera están los vehículos de las cooperativas Trans Amaluza, Trans San Bartolomé y la cooperativa de Taxi Lagunas encantadas que son utilizados para el transporte de pasajeros y para traer productos para el consumo de las familias, estas brindan sus servicios a cualquier hora del día a un precio que varía desde los \$10.

Cuadro N° 14. Transporte Público Terrestre

Nombre de la Cooperativa	Estación Terminal	Tipo de Transporte (Marque con una X)		Frecuencia del servicio	Tipo de Vehículo
		Local	Internacional		
Coop. Unión Cariamanga	Amaluza		X	2 veces a día	Bus
Coop. Trans Espíndola	Amaluza		X	Cada dos horas a partir de las 7am	Ranchera
Coop. Trans Amaluza	Amaluza		X	Diario	Camioneta
Coop. Trans San Bartolomé	Amaluza		X	Diario	Camioneta
Coop. Taxi lagunas encantadas	Amaluza		X	Diario	Taxi

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

– **Comunicaciones**

En la Parroquia existe el servicio de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) y la presencia de señal de celular con la operadora claro y movistar, considerando que la cobertura no es lo suficientemente adecuada. En la comunidad no existe cabinas, cibercafés, ni oficinas de correos.

– **Sanidad**

Existe red de agua entubada en un 85% esta agua es tratada, y su fuente principal de abasto es a través de la red pública.

Según información de habitantes de la parroquia, el agua recibida en la parroquia de Jimbura es la siguiente:

Cuadro N° 15 Procedencia principal del agua

Procedencia principal del agua recibida	Porcentaje %
De red publica	85 %
De pozo	5 %
De rio, vertiente, acequia o canal	10 %
Total	100 %

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

El trabajo de campo en la parroquia Jimbura ayudo a corroborar que un gran número de familias cuenta con sistema de alcantarillado, eliminando las excretas a través del excusado y alcantarillado en un porcentaje del 80%.

Cuadro N° 16. Viviendas conectadas a red pública de alcantarillado de la parroquia Jimbura.

Tipo de servicio higiénico o excusado	Porcentaje %
Conectado a red pública de alcantarillado	80 %
Conectado a pozo séptico	8 %
No tiene	12 %
Total	100 %

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Es importante señalar que en la parroquia algunas de las viviendas utilizaban pozo séptico y la letrina sanitaria como alternativa de eliminación de excretas ya que no disponían de alcantarillado sanitario y en algunos de los casos no contaban con ningún tipo de alcantarillado o red pública para la eliminación de excretas, lo que estableció la necesidad de desarrollar los planes de desarrollo local en el tema de salubridad comunitaria como un paso necesario del mejoramiento en la calidad de vida de los pobladores.

El manejo de la basura se lo realiza mediante un carro recolector, a través del GAD Municipal de Espíndola, para la Cabecera Parroquial y parte de los barrios. Algunos de los moradores realizan o tienen otras formas de evacuar sus desechos sólidos de sus hogares por lo que los desechos son botados directamente al ambiente o en quebradas cercanas a sus hogares o por medio de incineración de los desechos plásticos y papel. El retiro de basura por el carro recolector y residuos se realiza dos veces por semana en toda la parroquia, este servicio depende de la parroquia Amaluza, y se lo realiza los días lunes y jueves a partir de las 10h00am - 14h00 pm.

Cuadro N° 17. Recolección de basura de la parroquia Jimbura

Eliminación de la basura	Porcentaje %
Por carro recolector	55
Lo arrojan en terrenos baldíos o quebradas	20
La queman	15
La entierran	10
Total	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Los establecimientos de salud con los que cuenta la parroquia Jimbura son dos:

Cuadro N° 18. Establecimientos de salud de la Parroquia Jimbura

Establecimientos de salud	Horario	N° de Médicos
Centro de salud	8h00am – 4h00pm	2 de medicina general 1 odontólogo Auxiliar de Enfermería. 1 Enfermera 3 Trabajadores
Seguro Social Campesino	8h00am – 4h00pm	1 de medicina general 1 odontólogo 1 Enfermera

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

La parroquia cuenta con una partera no capacitada, ella da atención a las personas que requieren el servicio de parto, también cuenta con promotores de salud, los mismos que pertenecen al centro de salud de la parroquia.

– **Energía**

Existe el servicio de energía eléctrica en la comunidad en un 90%. También cuentan con dos lugares de abastecimiento de combustible junto a la Unidad de Policía Comunitaria que están vía Zumba de los Señores Jimmy Alberca y Gerardo Abad, residentes de la parroquia Jimbura.

Cuadro N° 19. Energía

Energía		Gasolineras	
En la parroquia Jimbura todos los barrios cuentan con el servicio de energía a excepción de algunos moradores que no cuentan con el servicio por motivos de distancia.		Cuenta con dos lugares de abastecimiento de combustible	
De uso exclusivo 90%	No cuenta con medidor 10%	Jimmy Alberca	Gerardo Abad

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

k. Gobernanza

El papel de los líderes comunitarios es representar y movilizar a su comunidad para resolver los problemas que la afectan, y así pueda ser autosuficiente y salir adelante frente a todas las tareas que esta se enfrente en su diario vivir.

La parroquia está liderada por las siguientes autoridades:

Cuadro N° 20 Autoridades de la Parroquia Jimbura

Nombres y Apellidos	Cargo
Juan Pablo Gaona Merino	Presidente
José Olger Jiménez Jiménez	Vicepresidente
Glicerio Jiménez Jiménez	Vocal
Jorge Clemente Berru Jiménez	Vocal
Ernesto Gaona Jiménez	Vocal

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Tipo de organizaciones que tiene la Parroquia

La comunidad de Jimbura cuenta con organizaciones las cuales ayudan al desarrollo de la misma. Ver cuadro 21.

Cuadro N° 21. Organizaciones de la Parroquia Jimbura

GAD Parroquial de Jimbura	Directivas Barriales	Párroco.	Policía Comunitaria
Destacamento militar	Tenencia política.	Unidad educativa Julio Ernesto.	Asociación de Producción Agropecuaria Fe y Esperanza del mañana
	Subcentro de salud	Seguro social Campesino	

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

La parroquia recibe apoyo a nivel nacional por parte del gobierno provincial de Loja, Municipio de Espíndola, Ministerio del Ambiente, con los cuales se ha contado para la realización de algunos proyectos a beneficio de la comunidad.

En relación al ámbito internacional se recibió ayuda de la organización Ecu-suiza quien les apoyo con la construcción de un aula en el barrio Limón.

Cuadro N° 22. Instituciones de las que recibe o ha recibido apoyo la parroquia para su desarrollo.

INSTITUCION	NOMBRE	PERIODO	ACTIVIDAD
Nacional	GPL	2014 – 2019	Vialidad de la Parroquia
	Mun. de Espíndola	2014 – 2019	Muro e infraestructura
	Min. del Ambiente	2019	Plan de señalética y difusión
Internacional	Ecuasuiza	9 Octubre 2018	Aula Escolar para el barrio Limón

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

La parroquia cuenta con un plan de desarrollo y ordenamiento territorial (PDYOT) para el año 2017 – 2019. También tiene un proyecto de plan de señalética y discusión que se lo realizara a través del presupuesto prorrogado del año 2018.

I. Comunidad Receptora

En una entrevista directa al Señor Pepe Girón Flores y la Ingeniera Cecilia Gaona secretaria de la Junta Parroquial, manifiestan que las actividades económicas principales a las que se dedica la población según datos del INEC, corroboraron que las principales actividades económicas a las que se dedica la comunidad son la agricultura y ganadería en un 98%, la Señora Guadalupe también se dedican a la fabricación de artesanías y bolsos en jerguillas, otras de las actividades es la elaboración de bizcochuelos que son producidos por la Señora Rosa Ermita Álvarez.

Cuadro N° 23. Actividades económicas de la parroquia Jimbura

Actividad	Porcentaje
Agricultura	60 %
Ganadería	38 %
Fabricaciones de artesanías y bolsos en jerguillas	2 %
Total	100%

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

De acuerdo a la entrevista realizada a la secretaria de la junta parroquial, la Ingeniera Cecilia Gaona menciona que en la comunidad no se ofrece ningún servicio turístico reconocido por el ministerio de turismo y que los servicios de alojamiento y alimentación son informales.

La parroquia participa en actividades grupales y mingas, apoyando al desarrollo de la comunidad, estas las hacen ya sea por pedido de la junta o a su vez por petición del párroco del lugar Jorge Jiménez.

En la parroquia existe un porcentaje bajo de capacitaciones para realizar las actividades turísticas. A través de una entrevista al Señor Juan

Delgado en la comunidad hay personas locales que apoyan en el tema de guianza a los atractivos, buscando brindar un buen servicio y así el turista o visitante vaya complacido y con una buena impresión de la comunidad. La Señora Narcisa Jiménez, comenta que en la parroquia existen personas que tienen habilidades en la preparación de alimentos, pero no están totalmente capacitadas en ese ámbito.

La comunidad de la parroquia Jimbura se dedican únicamente a las actividades turísticas en época de festividades religiosas o de parroquialización, feriados y vacaciones en un 60%. La parroquia Jimbura cuenta con un gran potencial turístico, que pueden convertir al sector en el centro turístico cantonal por sus hermosos paisajes, la diversidad de ecosistemas y su variedad de especies tanto de flora y fauna y que estos crean la posibilidad de un desarrollo turístico sustentable.

La Ingeniera Cecilia Gaona menciona que en la comunidad existe como problema social el alcoholismo en jóvenes de educación secundaria.

– **Diagnóstico del componente turístico de la parroquia Jimbura cantón Espíndola, provincia de Loja.**

La mayor parte de los barrios carecen de infraestructura, en lo que se refiere con servicios turísticos, los barrios no cuentan con hoteles o restaurantes para brindar servicios a personas locales o extranjeras que accedan al sitio, cabe recalcar que el barrio el salado cuenta con la organización, Asociación de Producción Agropecuaria Fe y Esperanza del mañana (ASOPROAFE), quienes están interesados en el tema turístico brindando hospedaje, alimentación y la realización de productos que se han venido perdiendo, este proyecto está en ejecución, ya que por recursos económicos no han podido culminar con la infraestructura del sitio. Ver Cuadro N°. 24

Cuadro N° 24. Diagnóstico de los barrios de la Parroquia Jimbura

Barrios	Esparcimiento	Transporte	Tiempo	Vía	Señal telefónica	Agua potable	Energía eléctrica	Alcantarillado	Atractivos Turísticos
Guarinjas	Chanchas de uso múltiple	Rancheras y camionetas	10 min	Tierra	Escasa	Todos los barrios cuentan con agua potable	Cuentan con energía eléctrica en su totalidad	Toda la población cuenta con el sistema de alcantarillado	
Tailin			15 min	Lastrada					
Santa Ana			10 min						
Charama			20 min						
Jorupe			10min	Lastrada					
Yeso			15min						
Carrizo			30min						
Machay	Canchas dentro de la propiedad de la escuela		10min						
El Salado			15min						
Sanambay			15min						
El Limón			25 min						

Fuente: Trabajo de Campo
 Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

6.1.2. Validación de la información levantada mediante metodología participativa

a. Proceso de implementación de metodología participativa

Para realizar la reunión en primer lugar se procedió a visitar la parroquia Jimbura para hacer el levantamiento de la información mediante la observación directa, logrando fijar una fecha para la reunión a realizarse conjuntamente con el presidente del GAD Parroquial de Jimbura, la misma que se designó para el día 27 de Noviembre del 2018 a las 09h00am en la oficina de la Junta Parroquial.

Para contar con la asistencia de las autoridades de la junta parroquial se contó con el apoyo del presidente, quien mediante convocatorias cito a una reunión donde la presentación de mi persona fue para hablar temas del proyecto de tesis, mediante convocatoria por la secretaria de la junta parroquial se citó el día 27 de diciembre para dar a conocer los resultados de la metodología de Carla Ricaurte y validar la información obtenida, de igual manera se obtuvo la priorización de los atractivos turísticos y el Análisis FODA.

b. Implementación de taller de validación

En la validación de la investigación los participantes fueron los actores claves en verificar si la información obtenida a través del diagnóstico era la correcta, de esta manera de llevo a cabo la validación, la misma que fueron quienes sugirieron algunos cambios para su valoración en la investigación.

En relación a los cambios se determinó considerar los alojamientos y restaurantes que se describen en el diagnóstico turístico. Como medio de transporte se mencionó a la cooperativa trans ciudad de Zumba, y la cooperativa propia de la parroquia que aún está en consideración. En gobernanza se mencionó a la tenencia política, Unidad educativa Julio Ernesto y al Subcentro de Salud, excluyendo al grupo de danza Raymi.

c. Resultados del taller (priorización de atractivos y FODA)

Para el levantamiento de atractivos turísticos naturales y culturales se decidió utilizar la metodología del MINTUR 2017, que conjuntamente con la comunidad y autoridades se socializó los atractivos turísticos con los que cuenta la parroquia, para a través de ello llegar a un consenso de cuáles son los atractivos que deberían estar integrados en el inventario turístico de esta parroquia, ya que los mismos prestan las condiciones adecuadas para ser visitados.

Cuadro N° 25. Priorización de atractivos turísticos naturales de la Parroquia Jimbura

Atractivo Turístico	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Ubicación
Sistema lacustre Laguna Negra 1, 2 y picachos	Atractivos Naturales	Ambientes Lacustres	Laguna	II	Jimbura
Laguna de los patos	Atractivos Naturales	Ambientes Lacustres	Laguna	II	Jimbura
Laguna Bermeja	Atractivos Naturales	Ambientes Lacustres	Laguna	II	Jimbura

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Manifestaciones culturales de la parroquia Jimbura

Entre las actividades culturales más representativas los participantes escogieron las siguientes: Fiesta en honor a la Virgen del Carmen que se realiza el 16 de Julio, las fiestas de parroquialización que se realizan el 24 de abril, las fiestas moteras el 24 de junio, a continuación se detallan las demás manifestaciones

que se realizan ya sea en los barrios como en la cabecera parroquial. Ver cuadro N°. 26

Cuadro N° 26 Manifestaciones Culturales

Manifestación Cultural	Categoría	Tipo	Subtipo	Ubicación
Puente internacional	Manifestaciones Culturales	Histórica	Arquitectura civil	Jimbura
Molinos de Piedra	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Centros agropecuarios y pesqueros	Barrio el Salado
Fiesta en honor a la Virgen del Carmen	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	Jimbura
Fiestas de parroquialización	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	Jimbura
Fiestas moteras	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	Jimbura
Iglesia Nuestra Señora del Carmen	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	Jimbura

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

– Elementos para el FODA

Cuadro N° 27. Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Recursos naturales y culturales con alto potencial de desarrollo turístico 2. Recursos turísticos en estado natural, diversidad de flora y fauna 3. Declaración del Parque Yacuri como parque nacional 4. Existencia de un refugio al ingreso del parque nacional Yacuri 5. Cuenta con varios sitios naturales y manifestaciones culturales de interés turístico. 6. Predisposición de la comunidad para la promoción y difusión turística nivel provincial. Nacional e internacional. 7. Producción de miel de abeja, miel agave y chuno. 8. Inversión privada a través de un parador turístico (El Bermejo) que presta servicios de alojamiento y alimentación. 9. Población amable y servicial. 10. Personas capacitadas en tema de guianza 11. predisposición de las autoridades del GAD para fortalecer el turismo parroquial 12. Organización (ASOPROAFE) que brindan hospedaje comunitario. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Señalización turística deficiente 2. Senderos hacia algunas lagunas que se encuentran sin acceso. 3. Falta de incentivos a la inversión turística 4. Deficiente aprovechamiento de los recursos turísticos del sector. 5. Escasa promoción turística 6. Falta de promoción y difusión para los atractivos turísticos de la parroquia Jimbura 7. Carencia de personal que apoye a la conservación y gestión turística del área. 8. Los medios de transporte para acceder a lugares turísticos son poco frecuentes lo que ocasiona un desvío de turistas 9. No se han establecido leyes que regulan las ordenanzas para potenciar el turismo 10. Personal con limitado conocimiento en temas turísticos. 11. Falta de control del Ministerio del Ambiente hacia el sistema lacustres con el que cuenta Jimbura. 12. Información desactualizada de los atractivos. 13. Falta de un lugar de descanso junto a la laguna 14. Carece de actividades turísticas
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tendencia de crecimiento de la demanda turística hacia el sector. 2. Predisposición de la comunidad hacia la participación en la ejecución del proyecto de señalización y senderización. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fenómenos climáticos y naturales: viento, heladas, invierno fuerte. 2. Derrumbes o daños en la vía. 3. No hay buena accesibilidad a los diferentes recursos naturales. 4. Crecimiento turístico de otros

3. Destino turísticos paradisíaco en donde se destaca la naturaleza en todo su esplendor con sus paisajes imponentes dignos de ser visitados 4. Cercanía de un destino turístico potencial 5. Existen políticas del gobierno dirigida hacia el desarrollo turístico. 6. Interés por parte de tour-operadoras y agencias de viajes en el potencial turístico de la zona. 7. Existen medios de comunicación (La hora) que promocionan los atractivos naturales de la parroquia Jimbura. 8. Creciente interés por el Turismo	destinos. 5. Vías de comunicación en mal estado. 6. Migración de jóvenes a centros urbanos. 7. Limitada promoción a nivel regional y nacional para la difusión de atractivos turísticos de la Parroquia.
--	---

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

6.1.3. Fichas de Resumen de los principales atractivos turísticos de la Parroquia Jimbura

Antes de realizar las fichas de resumen, se ingresó datos en la ficha del MINTUR año 2017, que es la única metodología que utiliza el Ministerio de Turismo del Ecuador para realizar el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos; una vez desarrollada las fichas MINTUR y mediante la observación directa se pudo verificar que la ficha MINTUR 2017 presenta criterios de valoración elevados como lo son: Accesibilidad y conectividad, planta turística y servicios, estado de conservación e integración sitio/entorno, higiene y seguridad turística, motivos que conllevan a que los atractivos naturales y culturales de la parroquia Jimbura den como resultado jerarquía II, a diferencia de la metodología MINTUR 2014 permite ingresar datos de acuerdo al criterio del técnico que realice el levantamiento de información.

Por tal motivo se utilizó las fichas de resumen, la cuales permitieron describir las características e importancia que tiene cada atractivo y manifestación cultural dentro de la parroquia, y de esa manera de pretender fomentar la actividad turística dentro de la misma.

Cuadro N° 28. Sistema Lacustre Laguna Negra

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
LAGUNA NEGRA		II
CATEGORIA:	TIPO:	SUBTIPO:
Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Laguna
PROVINCIA:	CANTON:	LOCALIDAD:
Loja	Espíndola	Jimbura
COORDENADAS:	Latitud: -4.712371°	Longitud: -79.428317°



Figura 14. Laguna Negra.

Fuente: Observación directa.

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza.

Ubicación:

Laguna Negra que se encuentra ubicada en los páramos de Amaluza (parroquia Jimbura), en la vía Jimbura– Zumba, a 4 Km de El Salado se halla el sendero para la laguna.

Características:

Según habitantes de la parroquia Jimbura la laguna negra se ha formado sobre roca volcánica, tiene un tamaño aproximado de 500m de largo por 200m de ancho; se puede apreciar pequeñas olas producto del viento, está rodeada de grandes picachos, elementos que enriquecen el entorno natural. Anteriormente para llegar hasta éste lugar se debía caminar aproximadamente 5 horas, pero en la actualidad solamente se necesita caminar 30 minutos desde el refugio que esta vía a zumba, pues se cuenta con una carretera lastrada a 4km de El Salado desde donde se emprende una caminata por un sendero.

Las lagunas de Jimbura son muy fascinantes y mágicas por sus alcances curativos, por este motivo, caravanas permanentes de enfermos y curanderos llegan a éstos lugares para realizar mesadas y menjunjes en estos paradisíacos y solariegos lugares. El nombre de “Negras” se debe a la sedimentación de la tierra procedente de rocas volcánicas. Desde el sendero de ingreso, se puede apreciar vegetación arbustiva de páramo como la chuquiragua, cedro blanco, romerillo, Achupallas, Bromelias, gran cantidad de Musgos. Luego de 15 minutos de caminata se contempla el páramo con un pajonal caracterizado y formaciones rocosas, se aprecia el arroyo Bermejo que nace de estas lagunas, asimismo en las rocas se observa líquenes rojizos y vegetación de almohadilla; en la vertiente señalada se encuentran truchas. Llegando a los 30 minutos, se observa una pequeña laguna negra, el agua tiene una temperatura de 8

0C, cristalina, sus riveras están cubiertas de pajonales; caminando 25 minutos más se encuentra la segunda Laguna

Negra de 100 metros cuadrados, sus riberas tienen rocas grandes, pajonal, chuquiraguas.

Entre estas lagunas se levantan los “Picachos”, que son formaciones geológicas de color plumizo de pica de 3.400 a 3.500 m.s.n.m. aproximadamente.

Según la investigación de (Arévalo, 2015) en las lagunas de Jimbura existe diversidad de flora y fauna, donde se destacan las siguientes:

Flora: Durante el recorrido hasta llegar a la Laguna se puede observar una variedad de especies propias de páramo tales como: Guayuro (*Ormosia coccinea*), Cascarilla (*Cinchona succirubra*), Lumillo (*Clethra fimbriata*), Duco (*Soulangeana*), Chachacamo (*Priodontes maximus*), Lipipli (*Ceiba insignis*), Lanche (*Phytophthora infestans*), Yutuguero (*Myrsinaceae*), Shumir (*Ilex Paraguarensis*), Puma Maqui (*Asteraceae*), Aguacatillo (*Persea Caerulea*), Romerillo (*Bidens pilosa*), Cedrillo Chilca (*Baccharis Latifolia*).

Fauna: Mamíferos.- Osos de anteojos (*Tremarctos ornatus*), Dantas (*Tapirus bairdii*), Chontos (*Licopersicum esculentum*) o Venados de páramo (*Carameleados*) *Odocoileus*, Añangos amarillos, Guanchaca, Chucurillo (*Chuchumeco Alcahuate*), Chontillo, Conejo (*Oryctolagus cuniculus*), Tigrillo (*Leopardus tigrinus*). Aves.- Paloma torcasa (*Zenaida auriculata*), Garrapatero (*Milvago chimachima*), Gavilan (*Circus cinereus*). El entorno de estas lagunas posee una singular belleza por sus paisajes.

Otros.- Es posible acampar sin embargo se debe llevar los equipos necesarios para hacerlo.

Recomendaciones:

Utilizar vestimenta cómoda y abrigada, zapatos de montaña, cámara fotográfica, gorra, bebidas hidratantes y calientes, visitar el atractivo de preferencia en las mañanas. Mantenerse cerca del guía y seguir sus indicaciones

Actividades Turísticas:


Entre las actividades turísticas que se pueden desarrollar se destacan:

- Caminatas
- Toma de fotografías
- Camping
- Pesca deportiva

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Cuadro N° 29. Laguna Bermeja

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
LAGUNA BERMEJA		II
CATEGORIA:	TIPO:	SUBTIPO:
Sitio Natural	Conjunto Lacustre	Laguna
PROVINCIA:	CANTON:	LOCALIDAD:
Loja	Espíndola	Jimbura
COORDENADAS:	Latitud: -4.701762°	Longitud: -79.425595°
		<p>Ubicación: Encanto natural ubicado en las inmediaciones del Parque Nacional Colambo Yacurí en la parroquia rural Jimbura.</p>
<p>Figura 15. Laguna Bermeja. Fuente: Observación directa. Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza.</p>		
<p>Características: El nombre de esta laguna se debe a la formación de olas del viento, y tiene una temperatura de 8 °C. Para acceder hasta ella se lo hace por la vía Jimbura – Zumba; a 6 Km de El Salado se halla el sendero para la Laguna, anteriormente para llegar hasta la laguna Bermeja se debía caminar aproximadamente 3 horas, ahora solamente se necesita caminar 45 minutos rodeando los majestuosos picachos. Este fabuloso encanto natural se caracteriza porque se encuentra en una hondonada. Sus aguas se deben a las lluvias y a la neblina que la cubre todo el tiempo; grande y profunda, tiene pequeñas playas de arena y está rodeada de hermosas colinas y picachos. Las lagunas de Jimbura son muy fascinantes y mágicas por sus alcances curativos, por este motivo, caravanas permanentes de enfermos y curanderos llegan a éstas, para realizar mesadas y menjunjes en estos paradisíacos y solariegos lugares. Flora: El encantador paisaje da la oportunidad de observar especies vegetales como: Guayuro (<i>Ormosia coccinea</i>), Cascarilla (<i>Cinchona succirubra</i>), Lumillo (<i>Clethra fimbriata</i>), Duco (<i>Soulangeana</i>), Chachacamo (<i>Prionoxystus maximus</i>), Lipipli (<i>Ceiba insignis</i>), Lanche (<i>Phytophthora infestans</i>), Yutuguero (<i>Myrsinaceae</i>), Shumir (<i>Ilex Paraguarensis</i>), Puma Maqui (<i>Asteraceae</i>), Aguacatillo (<i>Persea Caerulea</i>), Romerillo</p>		

(*Bidens pilosa*), Cedrillo Chilca (*Baccharis Latifolia*).

Fauna: Mamíferos.- Osos de anteojos (*Tremarctos ornatus*), Dantas (*Tapirus bairdii*), Chontos (*Licopersicum esculentum*) o Venados de páramo (Carameleados) *Odocoileus*, Añangos amarillos, Guanchaca, Chucurillo (Chuchumeco Alcahuete), Chontillo, Conejo (*Oryctolagus cuniculus*), Tigrillo (*Leopardus tigrinus*). Aves.- Paloma torcasa (*Zenaida auriculata*), Garrapatero (*Milvago chimachima*), Gavilan (*Circus cinereus*). El entorno de esta laguna posee una singular belleza por sus paisajes.

Recomendaciones:

Utilizar vestimenta cómoda y abrigada, zapatos de montaña, cámara fotográfica, gorra, bebidas hidratantes, visitar el atractivo de preferencia en las mañanas.

Actividades Turísticas:

Entre las actividades turísticas que se pueden desarrollar se destacan:

- Caminatas
- Toma de fotografías
- Camping
- Pesca deportiva

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Cuadro N° 30. Laguna de los Patos

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
LAGUNA DE LOS PATOS		II
CATEGORIA:	TIPO:	SUBTIPO:
Sitios Naturales	Ambientes Lacustres	Laguna
PROVINCIA:	CANTON:	LOCALIDAD:
Loja	Espíndola	Jimbura
COORDENADAS:	Latitud: -4.721192°	Longitud: -79.429653°



Ubicación:

Se encuentra ubicada en los páramos de Amaluza a 6 Km de Jimbura.

Figura 16. Laguna de los Patos.

Fuente: Observación directa.

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza.

Características:

Su nombre es debido a la existencia de patos silvestres, es grande y profunda, cuya dimensión es de 200 metros de largo y 100 de ancho aproximadamente, predominan grandes formaciones rocosas y líquenes también existen chuquiraguas, achupallas, vegetación de almohadilla. Esta laguna se encuentra a 1 km de las Lagunas Negras. Esta laguna se encuentra al pie de los picachos, la presencia de gaviotas de páramo de color blanco da el nombre a la laguna, aunque también se encuentra el pato de panamá, ave migratoria. Además podemos encontrar especies como: erizo, oso de anteojos, puma, danta de montaña, ciervos, chonto. Tiene pequeñas playas de arena y está rodeada de hermosas colinas y de fabulosos picachos.

Es una de las lagunas más visitadas por los turistas, ya que se distingue por ser una de las más grandes, por la belleza de su paisaje, por la existencia de peces y por sus efectos medicinales y curativos

Las lagunas de Jimbura son muy fascinantes y mágicas por sus alcances curativos, por este motivo, caravanas permanentes de enfermos y curanderos llegan a éstas, para realizar mesadas y menjunjes en estos paradisíacos y solariegos lugares.

Flora.- Vegetación de almohadilla, chuquiragua, cangahua, arnica falsa, berberis, manzanilla alemana o romana, machamacha, lunpinus, mora, pasto de paramo, kike, valeriana.

Fauna.- Gaviotas de paramo, patos silvestres. Mamíferos como el ciervo *Odocoelus virginianus*, venado *Mazama gouazoupira*, danta *Tapirus pinchaque*, zorro *Pseudalopex culpaeus*, oso de anteojos *Tremarctus ornatus*, conejo *Sylvilagus brasiliensis*

Recomendaciones:

Utilizar vestimenta cómoda y abrigada, zapatos de montaña, cámara fotográfica, gorra, bebidas hidratantes, visitar el atractivo de preferencia en las mañanas, llevar gafas, binoculares, y bebidas calientes. Mantenerse cerca del guía y de sus indicaciones.

Actividades Turísticas:


Entre las actividades turísticas que se pueden desarrollar se destacan:

- Caminatas
- Toma de fotografías
- Camping
- Pesca deportiva

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Cuadro N° 31. Molino de Piedra

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
MOLINOS DE PIEDRA		II
CATEGORIA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestación cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Obra técnica
PROVINCIA:	CANTON:	LOCALIDAD:
Loja	Espindola	Jimbura
COORDENADAS:	Latitud: -4.649597°	Longitud: -79.460039°
		<p>Ubicación:</p> <p>Se encuentran en el barrio El Salado a una distancia aproximada de 700m, del Puente Internacional.</p>
<p>Figura 17. Molinos de Piedra. Fuente: Observación directa. Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza.</p>		
<p>Características:</p> <p>El sitio en donde reposa el Molino se encuentra a una altitud de 2300 m.s.n.m., con una temperatura de 12°C. El molino de piedra fue construido en el año 1949, en la actualidad se encuentra en el Barrio El Salado en la quinta de la familia Abad – Ochoa.</p> <p>La familia Abad Ochoa menciona que los molinos de piedra son instrumentos utilizados por la población de la parroquia Jimbura para la trituration de granos para la obtención de harinas. Estos molinos trabajan bajo presión hídrica es por ello que están ubicados cerca de las quebradas o en otros casos se ha modificado una caída artificial con la finalidad de facilitar el abastecimiento del agua, la energía cinética del agua en movimiento se convierte en un movimiento de rotación de unas palas de madera que se unen mediante un eje a una piedra de molino (piedra redonda y pesada) para moler cereales. Por lo general los granos que procesan son: maíz, trigo, cebada, para la elaboración de harinas las mismas que se emplean para hacer pan, el mismo que es de consumo de la población.</p> <p>Los molinos tienen una capacidad para moler de 2 arrobas aproximadamente. Se hace</p>		

una limpieza del molino cada medio año. El costo del servicio que estos prestan es de \$1,50 por arroba. Las temporadas de cosecha del maíz y trigo son en Junio y Julio

Recomendaciones:

Su apreciación es poco restringida, la mayor frecuencia de visita es en junio y julio, por ser época de cosechas de trigo y de maíz. Es importante conversar con anterioridad con el propietario para realizar la visita. La cooperativa que va hasta Jimbura es la Unión Cariamanga. A 10 km del atractivo, en la parroquia Jimbura, existe un alojamiento familiar del Señor Gliserio Jiménez y 4 Restaurants para 40 personas. En el centro de El Salado se va abrir una cabaña exclusivamente para hospedaje, este proyecto aún está en proceso.

Actividades Turísticas:

Actualmente el lugar no cuenta con una promoción adecuada para la visita de turistas ni menos aún con la infraestructura adecuada como para la recepción de los mismos. Las actividades que se pueden realizar son caminatas, camping en zonas del alrededor del molino y la fotografía

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Cuadro N° 32. Puente Internacional

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
PUENTE INTERNACIONAL		II
CATEGORIA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestación Cultural	Histórica	Arquitectura Civil
PROVINCIA:	CANTON:	LOCALIDAD:
Loja	Espíndola	Jimbura
COORDENADAS:	Latitud: -4.658167°	Longitud: -79.464229°



Ubicación:

Construido en el límite de Ecuador en la parroquia Jimbura y Perú en la comunidad Samanga perteneciente a la provincia de Ayabaca.

Figura 18. Puente Internacional.
Fuente: Observación directa.
Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza.

Características:

El proyecto se inició en 1992 y se construyó en noviembre 1996 sobre el río Espíndola, Este es el tercer puente que une a localidades fronterizas de Perú y Ecuador con lo que se fortaleció la paz entre naciones, que un año atrás, sostuvieron un conflicto armado.

Por algunas ocasiones este ha sido escenario para el desarrollo de intercambios culturales los mismos que se han realizado por motivo de la realización de Ferias Internacionales de Comercio y de Intercambio Cultural. Durante su realización se comercializan productos agrícolas como verduras, hortalizas, menestras y frutales;

productos artesanales entre los que se cuenta ponchos, jergas (mantas), alforjas elaborados por las artesanos y pobladores de las comunidades de los países vecinos; aves de corral; así como también platos típicos de la zona, quesos y dulces

elaborados en base a piña, naranja y otros.

Recomendaciones:

Utilizar vestimenta cómoda y abrigada, llevar cámara fotográfica.

Actividades Turísticas:

Entre las actividades turísticas que se pueden desarrollar se destacan:

- Toma de fotografías
- Observación de intercambios culturales programados.
- Nado en Río

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Cuadro N° 33. Fiestas en Honor a la Virgen del Carmen

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
FIESTAS EN HONOR A LA VIRGEN DEL CARMEN		II
CATEGORIA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestaciones cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares
PROVINCIA:	CANTON:	LOCALIDAD:
Loja	Espíndola	Jimbura
COORDENADAS:	Latitud: -4.629258°	Longitud: -79.463383°



Figura 19. Fiestas Virgen del Carmen.
Fuente: Archivo fotográfico del GAD de Jimbura.
Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza.

Ubicación:

La fiesta que se realiza en honor a nuestra señora del Carmen se la realiza en el centro de la Parroquia Jimbura

Características:

La fiesta a la Virgen del Carmen es importante porque la comunidad ha recibido varios milagros por parte de esta imagen lo que representa la fe viva que se ve manifestada en la realización de fiesta, canticos, entre otras particularidades la imagen es de madera y tiene aproximadamente 90 años de trayectoria ya que el Rvdo. Padre Gabriel Milla, de congregación franciscana y el Padre José María Zárate decidieron tocar la imagen de la Virgen del Carmen debido a los innumerables milagros a su población.

Según el Párroco de la parroquia Jimbura La fiesta en honor a la Virgen del Carmen inicia con una Eucaristía en la iglesia de la parroquia en honor a la Virgen del Carmen, procesión por las calles de la parroquia con la imagen de la Virgen, juegos populares, comidas típicas, feria donde participan comerciantes de la provincia de Loja y de Perú.

Para esta fiesta en honor de la Virgen del Carmen se realiza un programa variado con actos sociales, culturales y deportivos, sin faltar lo religioso que es la novena y eucaristía en honor a la patrona de la parroquia. Para el día 14 se realiza una peregrinación hacia el refugio que esta vía a zumba, en la cual los sacerdotes de esta fiestas son encargados de la fiestas junto a los fieles de la comunidad de san Andrés del Cantón Chinchipe, lugar donde se realiza una santa misa, para el día 15 de Julio que son las vísperas al medio día se tiene la llegada de la Banda desde el Santuario del Cisne, posteriormente se tiene la tarde deportiva con encuentros de vóley y de indor. Seguido de esto tipo 6 de la tarde se tiene el rezo del último día de la novena, para luego a las 7 de la noche tener la Santa Misa de Vísperas de la fiesta de la Virgen del Carmen es por ello que la Parroquia también cuenta con la presencia de más sacerdotes quienes ayudan con el sacramento de la penitencia, luego a las 8:30 de la noche se inicia con el programa sociocultural, esta jornada cuenta con la participación de varias instituciones, también se tiene la presentación de grupos y artistas invitados, quema de la vaca loca y castillo, culminando con el baile popular.

Para el 16 de Julio día propio de la patrona se realiza una serenata a la Virgen del Carmen a las 5:30 de la mañana con la banda del pueblo de la Parroquia el Cisne, a las 11:00 de la mañana se efectuara la eucaristía solemne celebrada por varios párrocos nativos de la parroquia y Provincia. Posteriormente se tiene la procesión con la Santísima imagen de la Virgen del Carmen, para luego de esto alrededor de la 1:00 de la tarde empezar con el bazar, la cual es muy importante ya que no solo se recauda fondos para la parroquia, sino porque de cierta manera se sigue conservando las tradiciones que vienen dándose de generación en generación y esto permite a la actividad turística mostrar la cultura de los pueblos.

Recomendaciones:

Mantener el respeto y culto adecuado para con las tradiciones del pueblo y participar en actividades programadas en el marco de las festividades

Actividades Turísticas:

Se programan misas y la procesión de la Virgen del Carmen por las calles de la parroquia. Se desarrolla también la tradicional novena seguida de una serie de eventos culturales, deportivos, sociales y religiosos. Existe un programa de fiestas estandarizadas.

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Cuadro N° 34. Fiestas de Parroquialización

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
FIESTAS DE PARROQUIALIZACIÓN		II
CATEGORIA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestaciones cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares
PROVINCIA:	CANTON:	LOCALIDAD:
Loja	Espíndola	Jimbura
COORDENADAS:	Latitud: -4.629258°	Longitud: -79.463383°



Figura 20. Fiestas de parroquializacion.

Fuente: Archivo fotográfico del GAD de Jimbura.

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza.

Ubicación:

Estas fiestas se realizan en el centro parroquial, calle 24 de abril

Características:

Su fecha de Parroquialización es el 24 de Abril de 1947, cuya parroquia es bastante irregular bañada por ríos, quebradas y rodeada por algunas montañas de la cordillera de los andes.

La fiesta es importante porque en esta fecha cívica se conmemoran la parroquialización de Jimbura, la misma que su resolución fue en enero de 1947. Donde las autoridades de Loja tomaron el acuerdo de que el 24 de abril del mismo año tuviera lugar el inicio de la vida política de Jimbura. Dentro de estas fiestas se realizan actividades como: pregón de fiestas, ferias agrícolas, desfile cívico, sesiones solemnes,

entre otros.

La Ing. Cecilia Gaona menciona que estas fiestas empiezan con 8 días antes, con un pregón de festividades, en este se desarrolla una noche de cultura donde se presentan artistas de la localidad, un sábado se desarrolla la elección y coronación de la Reina de la Parroquia, solo con candidatas que vivan en la comunidad o residentes que tengan una asociación legalmente conformada en Loja, se hace una invitación a todas las instituciones que hay en la parroquia como la policía, migración, el colegio, Subcentro, residentes, una del GAD y representantes de barrio quienes son los que mencionan a quienes quieren que participen, estas candidatas se presentan en tres trajes, como lo son el traje de coreografía, el traje de baño y traje de gala. Se elige la reina y sigue con el programa sociocultural con la presentación de una orquesta.

El día domingo realizan una feria agrícola artesanal, con productos de los habitantes de la parroquia, estos son expuestos y a su vez vendidos, los mismo son premiados con incentivos económicos para el producto mejor cosechado, ya sea para el productor que tiene la yuca más grande, cabeza de guineo más grande, entre otros, estos son elegidos a través de un jurado calificador que es elegido ese mismo día.

El día 24 de Abril se realiza a las 9 de la mañana el desfile cívico estudiantil y luego se realiza sesión solemne, donde se desarrolla con todas las autoridades presentes y la ciudadanía, donde el señor presidente expone todas las obras que ha hecho en el año, le dan reconocimiento, le entregan plata, medallas, de igual forma se premia al mejor trabajador de GAD, al representante del deporte en la parroquia, al mejor agricultor, con el fin de incentivarlos, al medio día se les brinda un almuerzo a todos los presentes, el mismo que es brindado por los miembros de la junta.

Para noche del 24 se realiza un baile popular de confraternidad donde la Reina agradece por todo el apoyo y por los actos que fueron desarrollados con ayuda de la Junta Parroquial dando inicio a la celebración.

Recomendaciones:

Para disfrutar de las fiestas se recomienda conocer con anticipación las actividades a realizarse a través de los trípticos donde darán a conocer el programa general de festividades para ser partícipe de las mismas.

Actividades Turísticas:

Fotografía, caminatas y juegos deportivos

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Cuadro N° 35. Fiestas Moteras

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
FIESTAS MOTERAS		II
CATEGORIA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestaciones cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares
PROVINCIA:	CANTON:	LOCALIDAD:
Loja	Espíndola	Jimbura
COORDENADAS:	Latitud: -4.629258°	Longitud: -79.463383°



Ubicación:

Se las realiza en el centro parroquial, casa de algún devoto de San Juan.

Figura 21. Fiestas Moteras.

Fuente: Archivo fotográfico del GAD de Jimbura.

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza.

Características:

Las fiestas moteras son importantes porque es una tradición que es propia de este sector con particularidades innatas y con un valor identitario de sus antaños, la misma que tiene alrededor de 90 años de trayectoria y que es realizada a San Juan el 24 de Junio que se refieren a la construcción de un castillo artesanal, para la misma que se realiza una novena, esta inicia con 8 días de anticipación, en la realización de la novena se les da de comer a la gente, ya sea café con pan o aguado, para la víspera el 23 de Junio se realiza una misa, seguido de danzas y baile popular. El propio día de la fiesta

el 24 se hace la entrega de la fiesta a otro devoto de San Juan.

Este castillo artesanal se refieren a la construcción de un castillo artesanal en el hogar de la persona a quien le toca realizar la fiesta ese año, en el soberado de la casa colocan cabezas de guineo maduros, naranjas, limas, papayas, conservas, dulce de leche, pan, quesos, cuyes, pollos horneados, golosinas y bebidas. En el día de la celebración se inicia con la sagrada eucaristía, luego la degustación de la comida, la repartición del castillo, se suele hacer comida, se pela cancho o borrego y le dan a toda la gente y a la persona que toma la fiesta para el próximo año se le entrega un balde de comida con bastante carne para que lleve, incluido con todo lo que se colocó en el castillo y finalmente el baile.

Otra de las costumbres es que un grupo de personas desarrollan trabajos agrícolas en una cementera, principalmente de trigo y arveja. Para el almuerzo, juntan gran cantidad de comida, acompañada de un postre que consiste una panela de queso y una de dulce o pan.

Recomendaciones:

Para disfrutar de las fiestas se recomienda conocer con anticipación las actividades a realizarse a través de los trípticos donde darán a conocer el programa general de festividades para ser partícipe de las mismas.

Actividades Turísticas:

Fotografía, caminatas y juegos deportivos

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Cuadro N° 36. Iglesia Nuestra Señora del Carmen

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
IGLESIA NUESTRA SEÑORA DEL CARMEN		II
CATEGORIA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestaciones cultural	Arquitectura	Área histórica
PROVINCIA:	CANTON:	LOCALIDAD:
Loja	Espíndola	Jimbura
COORDENADAS:	Latitud: -4.628599°	Longitud: -79.464746°



Ubicación: Se encuentra ubicada en el centro de Jimbura, Calle 24 de Abril

Figura 22. Iglesia Nuestra Señora del Carmen.

Fuente: Observación directa.

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza.

Características:

Según informes de párroco actual se deduce que en el año de 1930 el Rvdo. Padre Gabriel Milla, de congregación franciscana, llegó por primera vez a Jimbura y se hospedó en este lugar lleno de arbustos y arrabales, Jimbura en ese entonces pertenecía a la parroquia de Amaluza, donde ejercía su ministerio sacerdotal el Padre José María Zárate, el mismo que emocionado de aquella visita misionera puso la inquietud de tocar la imagen de la Virgen del Carmen ya que la Virgen ha hecho muchos milagros a su población, una es por la sequía y por lo que la gente mucho emigraba al oriente y a través de esto la gente empezó a implorar mucho las lluvias, esto fue motivo para que la gente no continuara emigrando al oriente, ya que el 80% de los habitantes de Jimbura vive en el oriente, ya sea en San Andrés, Zumba y otros.

Todo ello dio inicio la construcción de una capilla en 1938 y que su vez servía de casa conventual

Esta capilla fue construida de tapia y bareque en el año 1938 y debido a los años de su servicio se la empezó a remodelar desde el año 2018 ya que se encontraba deteriorada y no prestaba el servicio adecuado para la población, la misma era muy pequeña, llevando esto a su restructuración que tendrá una duración aproximada de cinco años.

Recomendaciones:

Mantener el respeto y culto adecuado para con las tradiciones del pueblo y participar en actividades programadas en el marco de las festividades

Actividades Turísticas:

Turismo cultural

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

6.1.4. Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas FODA

Mediante la realización de la matriz participativa se realizó el análisis FODA el cual me permitió realizar el FODA estratégico para conocer los posibles objetivos a desarrollar en el tercer objetivo. Ver cuadro N° 37

Cuadro N° 37. FODA estratégico

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTORES INTERNOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recursos naturales y culturales con alto potencial de desarrollo turístico. 2. Recursos turísticos en estado natural, diversidad de flora y fauna. 3. Declaración del Parque Yacuri como parque nacional. 4. Existencia de un refugio al ingreso del parque nacional Yacuri. 5. Cuenta con varios sitios naturales y manifestaciones culturales de interés turístico. 6. Predisposición de la comunidad para la promoción y difusión turística nivel provincial. Nacional e internacional. 7. Producción de miel de abeja, miel agave y chuno. 8. Inversión privada a través de un parador turístico (El Bermejo) que presta servicios de alojamiento y alimentación. 9. Población amable y servicial. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Señalización turística deficiente 2. Senderos hacia algunas lagunas que se encuentran sin acceso. 3. Falta de incentivos a la inversión turística 4. Deficiente aprovechamiento de los recursos turísticos del sector. 5. Escasa promoción turística 6. Falta de promoción y difusión para los atractivos turísticos de la parroquia Jimbura 7. Carencia de personal que apoye a la conservación y gestión turística del área. 8. Los medios de transporte para acceder a lugares turísticos son poco frecuentes lo que ocasiona un desvío de turistas 9. No se han establecido leyes que regulan las ordenanzas para potenciar el turismo 10. Personal con limitado conocimiento en temas turísticos. 11. Falta de control del Ministerio del Ambiente

	<p>10. Personas capacitadas en tema de guianza.</p> <p>11. Predisposición de las autoridades del GAD para fortalecer el turismo parroquial</p> <p>12. Organización (ASOPROAFE) que brindan hospedaje comunitario.</p>	<p>hacia el sistema lacustres con el que cuenta Jimbura.</p> <p>12. Información desactualizada de los atractivos.</p> <p>13. Falta de un lugar de descanso junto a la laguna</p> <p>14. Carece de actividades turísticas</p>
FACTORES EXTERNOS	EXTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
OPORTUNIDADES		
<p>1. Tendencia de crecimiento de la demanda turística hacia el sector.</p> <p>2. Predisposición de la comunidad hacia la participación en la ejecución del proyecto de señalización y senderización.</p> <p>3. Destino turísticos paradisíaco en donde se destaca la naturaleza en todo su esplendor con sus paisajes imponentes dignos de ser visitados</p> <p>4. Cercanía de un destino turístico potencial</p> <p>5. Existen políticas del gobierno dirigida hacia el desarrollo turístico.</p> <p>6. Interés por parte de tour-operadoras y agencias de viajes en el potencial turístico de la zona.</p> <p>7. Existen medios de comunicación (La hora) que promocionan los atractivos naturales de la parroquia Jimbura.</p> <p>8. Creciente interés por el Turismo</p>	<p>F10, F11, F12, O2, O5 Impartir capacitaciones en formación turística para integrar a la comunidad en el desarrollo turístico</p> <p>F6, F11, F12, F8, O1, O3, O5, O8. Establecimiento de alianzas público privadas para el desarrollo de proyectos turísticos.</p> <p>F1, F2, F5, F7, F11, O1, O3, O5, O8. Proponer un producto turístico que potencie los atractivos y manifestaciones culturales de la parroquia.</p>	<p>D1. O1. O2, O3, O5, Proponer un plan de mejoramiento de la señalética turística.</p> <p>D2. O2. Gestionar a través de las instituciones locales y gubernamentales el mejoramiento de los senderos que conducen hacia los atractivos</p> <p>D5, D6, O1, O5, O6, O7. O8 Promocionar el potencial turístico de la parroquia Jimbura en la provincia de Loja y el norte del Perú.</p> <p>D4, D14, O1, O3, O4, O5, O8 Proponer actividades que permitan del aprovechamiento de los atractivos turísticos de la parroquia</p> <p>D13. O1,O3, O8, Propuesta para la creación de un sistema de cabañas junto a lagunas de Jimbura</p>

AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Fenómenos climáticos y naturales: viento, heladas, invierno fuerte. 2. Derrumbes o daños en la vía. 3. No hay buena accesibilidad a los diferentes recursos naturales. 4. Crecimiento turístico de otros destinos. 5. Vías de comunicación en mal estado. 6. Migración de jóvenes a centros urbanos. 7. Limitada promoción a nivel regional y nacional para la difusión de atractivos turísticos de la Parroquia 	<p>F11, A3, A5, Destinar una mayor cantidad de presupuesto para el mantenimiento adecuado de las áreas protegidas y turísticas de la parroquia Jimbura.</p> <p>F1, F2, F5, F7, A4, A6, Destinar una mayor cantidad de presupuesto para el fomento del turismo parroquial</p> <p>F11, A4, A6, A7: Proponer la implementación de un centro de información turística en la Junta Parroquial de Jimbura con su respectiva normativa.</p>	<p>D3, D4, D7, D10, A4, A5 Involucrar a la comunidad en talleres que les permitan tener un mejor conocimiento del potencial turístico local.</p> <p>D9, A6: Determinar la normativa para el desarrollo del turismo local</p>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

6.2. Propuesta de Desarrollo Turístico para la parroquia Jimbura mediante la aplicación de una metodología participativa.

Con la elaboración de la matriz de estrategias FODA, permitió establecer los siguientes objetivos estratégicos:

1. Impartir capacitaciones en formación turística para integrar a la comunidad en el desarrollo turístico
2. Establecimiento de alianzas público privadas para el desarrollo de proyectos turísticos.
3. Proponer un producto turístico que potencie los atractivos y manifestaciones culturales de la parroquia.
4. Proponer un plan de mejoramiento de la señalética turística.
5. Gestionar a través de las instituciones locales y gubernamentales el mejoramiento de los senderos que conducen hacia los atractivos
6. Promocionar el potencial turístico de la parroquia Jimbura en la provincia de Loja y el norte del Perú.
7. Proponer actividades que permitan del aprovechamiento de los atractivos turísticos de la parroquia
8. Propuesta para la creación de un sistema de cabañas junto a lagunas de Jimbura
9. Destinar una mayor cantidad de presupuesto para el mantenimiento adecuado de las áreas protegidas y turísticas de la parroquia Jimbura.
10. Destinar una mayor cantidad de presupuesto para el fomento del turismo parroquial

11. Proponer la implementación de un centro de información turística en la Junta Parroquial de Jimbura con su respectiva normativa
12. Involucrar a la comunidad en talleres que les permitan tener un mejor conocimiento del potencial turístico local.
13. Determinar la normativa para el desarrollo del turismo local

Para desarrollar el objetivo 2 del presente trabajo de investigación, se lo hará en base a los objetivos estratégicos 1, 3, 6 y 11, ya que los restantes se constituyen en estrategias para la implementación de ese objetivo estratégico, o en su defecto representa la misma acción.

6.2.1. Diseño de la propuesta

Del análisis realizado en el objetivo N° 2, se determina los siguientes objetivos estratégicos que constituirán las propuestas de fortalecimiento de desarrollo turístico.

1. Impartir capacitaciones en formación turística para integrar a la comunidad en el desarrollo turístico
2. Proponer un producto turístico que potencie los atractivos y manifestaciones culturales de la parroquia.
3. Promocionar el potencial turístico de la parroquia Jimbura en la provincia de Loja y el norte del Perú.
4. Proponer la implementación de una oficina de turismo en la Junta Parroquial de Jimbura con su respectiva normativa.

a. Productos turísticos

Cuadro N° 38. Diseño de Producto Turístico

OBJETIVO ESTRATEGICO	ATRATIVOS NATURALES Y MANIFESTACIONES CULTURALES	PROPUESTA	VENTAJAS	ASPECTOS A CONSIDERAR EN LA TOMA DE DECISIONES
DISEÑAR UN PRODUCTO TURISTICO	ATRATIVOS NATURALES	SENDEROS INTERPRETATIVOS	<ul style="list-style-type: none"> - Caminatas hacia las diversas lagunas - Guía Local - Integración de todos los atractivos naturales - Profesional en guianza - Concientización al cuidado de los recursos naturales - Crear espacios de concientización en los espacios naturales 	<ul style="list-style-type: none"> - Se necesitara recursos para estudio técnico - Plan del mantenimiento de señalética turística.
		SISTEMA DE CABAÑAS	<ul style="list-style-type: none"> - Lugar de descanso - Seguridad en el sitio - Atracción de mayor número de turistas - Ingresos económicos 	<ul style="list-style-type: none"> - Costo elevado
	MANIFESTACIONES CULTURALES	CICLO RUTAS	<ul style="list-style-type: none"> - Permitirá la promoción y difusión - Empresa pública financiera - Permite la integración de la comunidad - Posibilitar espacios de salud y de recreación 	<ul style="list-style-type: none"> - Estacionalidad - Condición y estado físico - Equipo
		FESTIVAL BINACIONAL DE DANZAS CON EL PERÚ	<ul style="list-style-type: none"> - Alianza con otras instituciones - Promoción en parte del Perú - Fomentar las tradiciones y costumbres de la comunidad - Consolidar la identidad a través del intercambio de culturas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Financiamiento alto
		ENCUENTRO CULTURAL DEPORTIVO	<ul style="list-style-type: none"> - Integración de comunidades - Fortalecimiento de la cultura - Mayor número de visitantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sobre población

Fuente: Trabajo de Campo
 Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Cuadro N° 39. Plan de Capacitación

OBJETIVO ESTRATEGICO	PROPUESTA	VENTAJAS	ASPECTOS A CONSIDERAR EN LA TOMA DE DECISIONES
<p align="center">PLAN DE CAPACITACION</p>	<p align="center">CAPACITACIÓN SOBRE INNOVACIÓN TURÍSTICA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Alianzas estratégicas con el Mintur - Motivar a la gente a desarrollar pequeños emprendimientos en el sector turístico - La comunidad se vincula para las capacitaciones - Capacitar a los habitantes en la actividad turística. - Concientizar a la comunidad del valor de sus recursos turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilidad de tiempo de los participantes
	<p align="center">CHARLAS MOTIVACIONALES</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se desarrollaran de forma presencial - Práctica de conocimientos 	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilidad de tiempo de los participantes - Buen líder motivacional

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Cuadro N° 40. Promoción y Difusión de la parroquia

OBJETIVO ESTRATEGICO	PROPUESTA	VENTAJAS	ASPECTOS A CONSIDERAR EN LA TOMA DE DECISIONES
<p align="center">PROMOCION Y DIFUSION DE LA PARROQUIA</p>	<p align="center">PROMOCION EN MEDIOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Personal de comunicación - Material promocional 	<ul style="list-style-type: none"> - Costos altos - Disponibilidad de espacios
	<p align="center">FERIAS EXTERNAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tiene mayor cobertura - Mayor número de turistas - Se puede crear alianzas estratégicas - Difundir los atractivos turísticos y manifestaciones culturales de la Parroquia - Incrementar la demanda turística de la Parroquia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Personal limitado - Costos

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Cuadro N° 41. Institución Reguladora de turismo

OBJETIVO ESTRATEGICO	PROPUESTA	VENTAJAS	ASPECTOS A CONSIDERAR EN LA TOMA DE DECISIONES
GESTION DE LA PLANIFICACION TURISTICA (APLICACION DE LA NORMATIVA DE DESCENTRALIZACION TURISTICA EN LA PARROQUIA JIMBURA)	CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	<ul style="list-style-type: none"> - Espacio independiente - Se deberá realizar las debidas adecuaciones - Solo para brindar información turística - Un profesional en turismo - Fomentar el desarrollo de la actividad turística 	<ul style="list-style-type: none"> - Solo información - Es independiente
	DEPARTAMENTO DE TURISMO	<ul style="list-style-type: none"> - Normativa - Fortalece el turismo local - Se encargara de la planificación y gestión turística (Proyectos) - Personal capacitado 	<ul style="list-style-type: none"> - Financiamiento turístico

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

6.2.2. Validación de la propuesta mediante metodología participativa (Con la comunidad y autoridades).

La metodología participativa se la llevo a cabo el día 31 de enero del presente año, misma que sé la realizó con los miembros de la junta parroquia a las 9h00 am, en donde se planteó las propuestas a ser ejecutadas en el tercer objetivo, estas propuestas buscan que la misma comunidad se involucre, pues son ellos quienes poseen la mayor información de su comunidad gracias a la experiencia que tienen de vivir en su entorno; de esta forma se logra salvaguardar sus recursos, ponerlos en valor e incluso obtener un beneficio turístico, sin alterar dichos recursos.

Una vez socializada las propuestas frente a los miembros de la junta parroquial se determinaron las siguientes estrategias a desarrollarse en el tercer objetivo. Ver cuadro N°. 47

Cuadro N° 42. Validación de la propuesta de los objetivos estratégicos.

N°	Objetivo Estratégico	Estrategias planteadas	Estrategias Seleccionadas	Motivación para su selección
1	Diseñar un producto turístico	<ul style="list-style-type: none"> - Senderos interpretativos - Sistema de cabañas - Ciclo rutas - Festival binacional de danzas con el Perú - Encuentro cultural deportivo 	- Senderos Interpretativos	<ul style="list-style-type: none"> - Concientización al cuidado de os recursos naturales - Crear espacios de concientización en los espacios naturales
			- Cabalgatas	<ul style="list-style-type: none"> - Consolidarse como una parroquia con potencial turístico - Generar ingresos económicos - Realizar actividades que integren a la comunidad.
			- Festival Binacional de	- Fomentar las tradiciones y

			danzas con el Perú.	costumbres de la comunidad – Consolidar la identidad a través del intercambio de culturas.
	Plan de capacitación	– Capacitación sobre innovación turística – Charlas motivacionales	Capacitación sobre innovación turística	– Elaborar un plan integral en capacitaciones – Capacitar a los habitantes en la actividad turística. – Concientizar a la comunidad del valor de sus recursos turísticos.
	Promoción y difusión de la parroquia	– Promoción en medios – Ferias externas	Ferias Externas	– Difundir los atractivos turísticos y manifestaciones culturales de la Parroquia – Incrementar la demanda turística de la Parroquia.
	Gestión de la planificación turística	– Centro de información turística – Departamento de turismo	Centro de información turística	– Mejorar la calidad turística. – Fomentar el desarrollo de la actividad turística – Brindar información a los visitantes.

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

6.3. Estrategias para la aplicación del plan de desarrollo turístico de la parroquia Jimbura.

Las estrategias se las desarrolla una vez que se socializo en la junta parroquia de Jimbura, se hizo evidente en los participantes la intención de ser partícipes de la actividad Turística, en la cual se determinaron estrategias realizables para el cuidado y mejoramiento de la Parroquia Jimbura.

6.3.2. Estrategias

Cuadro N° 43. Senderos interpretativos

Objetivo Estratégico	Diseñar un Producto Turístico		
Medio	Senderos Interpretativos		
Detalles	Nombres	1	2
		Los Picachos	Brisa de Aventura
<p>Objetivo General:</p> <p>Generar espacios de recreación e interacción con la naturaleza de forma sostenible y sustentable.</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crear espacios de educación ambiental y concientización a través de la interpretación de los espacios naturales. - Fomentar la actividad turística como una fuente generadora de economía. - Generar la diversificación la oferta turística del sector. 			
Denominación:		Sendero interpretativo natural	
Características			
<p>Visión de Futuro: Generar conocimiento y concientización al cuidado de los recursos naturales mediante la participación de estudiantes de las diferentes instituciones educativas.</p>			
<p>Fuentes de Financiamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recursos de GAD Parroquial - Alianzas estratégicas (Gobierno Provincial de Loja, MINTUR, Ministerio del ambiente) - Créditos no reembolsables (BEDE) Banco de desarrollo del Ecuador 			
<p>Responsables:</p> <ul style="list-style-type: none"> - GAD Parroquial de Jimbura - GAD Cantonal de Espíndola (Ministerio del Ambiente) - Gobierno Provincial de Loja. (Departamento de turismo y planificación). 			

	<ul style="list-style-type: none"> - Profesional titulado en turismo. - Ministerio del turismo. <p>Formas de Ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Convenio con el Gobierno Provincial de Loja. - Convenio con el GAD Cantonal de Espíndola. - Contratación de un profesional de turismo - Aporte de técnicos del MINTUR <p>Parámetros a considerar para su diseño</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estudio Previo por un técnico en turismo - Readecuar senderos - Capacidad de carga e impacto ambiental - Levantamiento de información y jerarquización de los atractivos naturales y manifestaciones culturales a través de las fichas del MINTUR 2017 - Considerar puntos de Georeferenciación UTM al programas de Arcgis y Arcmaps - Categorización de los servicios y actividades - Señalética turística con pictogramas según la reglamentación del Mintur. - Superficie y extensión del sendero - Implementación de los servicios básicos en el refugio
<p>Operación del sendero.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Costo de inversión - Administración - Estrategia de difusión y promoción - Monitoreo y mantenimiento
	<p>Superficie y extensión: una aproximación de 10 km.</p> <p>Punto de partida: Laguna de los patos</p> <p>Punto de llegada: Laguna Bermeja</p> <p>Tiempo: Previo a determinar.</p>
	<p>Estructura del sendero: Itinerario, Guion turístico, temáticas y material interpretativo (maqueta).</p>

Esquema del sendero



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Cuadro N° 44. Cabalgata

Objetivo Estratégico	DISEÑAR UN PRODUCTO TURISTICO		
Medio	CABALGATA		
Detalles		1	2
	Nombres	Fronteriza	El atardecer de Jimbura
<p>Objetivo General: Diseñar una Ruta turística</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizar actividades competitivas para la integración de la sociedad (Cabalgatas) - Considerar las manifestaciones culturales que integran la actividad de la cabalgata según el grado de interés de los participantes. - Generar ingresos económicos a través de la venta de productos y servicios que oferte la parroquia. 			
Denominación:		Producto turístico cultural	
Características			
Visión de Futuro: Consolidarse como una parroquia con un alto potencial turístico.			
<p>Fuentes de Financiamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recursos de GAD con la debida adecuación a los recorridos. - Alianzas estratégicas (Gobierno Provincial de Loja, MINTUR, Ministerio del ambiente) - Créditos no reembolsables (BEDE) Banco de desarrollo del Ecuador 			
<p>Responsables:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Representantes de GAD Parroquial de Jimbura. - Profesional titulado en turismo. 			

	<ul style="list-style-type: none"> - Cabalgantes. <p>Formas de Ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contratación de un profesional de turismo - Aporte de técnicos del MINTUR <p>Parámetros a considerar para su diseño</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estudio Previo por un técnico en turismo - Estudio de impacto ambiental (Capacidad de carga) - Diseño de la ruta “Trazado de la ruta y zona de influencia” - Identificación de atractivos y sitios de visita direccionados a la temática - Vías de acceso al sendero: Segundo y tercer orden - Definir el recorrido (conectividad y tiempos de recorrido) - Edades a considerar de los participantes de acuerdo al manual de deportes de aventura. <p>Superficie y extensión: Dato base de partida 18 Km.</p> <p>Punto de partida: Centro de Jimbura</p> <p>Punto de llegada: Puente internacional</p> <p>Estructura de la cabalgata: Paquete turístico, Caballos, Equipamiento para el animal.</p>
<p>Equipamiento y accesorios.</p>	<p>Los requisitos mínimos de equipamiento a cumplir para la modalidad de cabalgata son los siguientes:</p> <p>1. Equipamiento para el animal.- Apero en buen estado (sin rotos, remellados o cortes) y que se ajuste a la anatomía del caballo, en proporción al guía y al turista (niño o adulto). La montura debe ser cómoda y no lastimar al animal.</p>
<p>Equipo para el turista</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Caballo apto para la modalidad de cabalgata b. Casco c. Capa o poncho de aguas (según las condiciones climáticas) sin rotos, remellados o cortes.

<p>Equipo del guía</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Caballo apto para la modalidad b. Casco c. Botiquín de primeros auxilios para personas equipado de acuerdo a la zona en la que se realiza la operación enfocado en traumas. d. Botiquín de primeros auxilios para equinos. e. Un caballo adicional en expediciones largas de más de un día apto para la modalidad. f. Capa o poncho de aguas (según las condiciones climáticas) sin rotos o remendados. g. Cuerdas extras para tirar de otro caballo. h. Sistema de comunicación. i. Silbato. j. Cuchillo.
<p>Equipo complementario</p>	<p>Hidratación y/o alimentación dependiendo del programa.</p>

Implantación general de la Cabalgata



Fuente: Trabajo de Campo
 Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Cuadro N° 45. Festival binacional de danzas con el Perú

Objetivo Estratégico	DISEÑAR UN PRODUCTO TURISTICO		
Medio	FESTIVAL BINACIONAL DE DANZAS CON EL PERÚ		
Detalles	Nombres	1	2
		Festival de danza por la hermandad	Jimbura vive su cultura
	Fecha:	22-23-24 de Abril	
	Lugar:	Parroquia Jimbura	
	Objetivo General:		
	Fomentar las tradiciones y costumbres de la provincia y región a través de manifestaciones culturales.		
	Objetivos Específicos:		
	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar manifestaciones culturales como danzas tradicionales en las fechas festivas de la parroquia. - Consolidarse como una parroquia llena de costumbres y tradiciones. - Consolidar la identidad a través del intercambio de culturas entre Perú y Ecuador. 		
	Denominación:	Producto turístico cultural	
	Características		
Visión de Futuro: Fortalecer la Identidad cultural de los habitantes de la parroquia través del desarrollo de la actividad turística.			
Fuentes de Financiamiento:			
<ul style="list-style-type: none"> - Recursos de GAD Parroquial de Jimbura. - Alianzas estratégicas (Gobierno Provincial de Loja, MINTUR, Ministerio del ambiente) - Créditos no reembolsables (BEDE) Banco de desarrollo del 			

	<p>Ecuador</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recursos económicos binacionales para el desarrollo del intercambio cultural.
	<p>Responsables:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Representantes del GAD Parroquial - Representantes de la organización de ferias y eventos. - Representantes de Perú.
	<p>Formas de Ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contratación de un profesional de turismo. - Convenio con el MINTUR. - Convenio con el Gobierno Provincial de Loja. - Convenio con la cámara Provincial de Turismo. - Aplicación de los convenios con universidades.
	<p>Parámetros a considerar para su diseño</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño la marca en base a propuesta de Tesista - Personal capacitado de acuerdo un perfil: Profesional titulado en turismo. - Tramitación de permisos - Fijar el presupuesto para el festival de danza - Diseñar un modelo de indumentaria para atención al cliente o en ocasiones que lo ameriten. - Planificación de las actividades culturales
Pre-Festival	<ul style="list-style-type: none"> - Definir los objetivos para el desarrollo del festival. - Definir el público objetivo. (Lista de invitados) - Definir la cantidad de asistentes. - Elegir la Sede y fecha del festival. - Características del tipo de evento a realizar. - Elaboración del presupuesto, necesidades y patrocinadores
Festival	<ul style="list-style-type: none"> - Puesta en escena: Planificación y ejecución. - Organigrama y Cronograma.
Post Festival	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluación de los resultados - Agradecimientos - Elaboración de reporte y sugerencias
	<p>Superficie y extensión: Jimbura – Perú</p>
	<p>Estructura del festival binacional de danzas:</p>

- Stand
- Mostrador
- Persona capacitada para atención al turista
- Equipos de sonido

Implantación general Festival Binacional de Danza



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Cuadro N° 46. Capacitación sobre innovación turística

Objetivo Estratégico	PLAN DE CAPACITACION		
Medio	CAPACITACIÓN SOBRE INNOVACIÓN TURÍSTICA		
Detalles		1	2
	Nombres	Capacitaciones en la actividad turística	Inclusión turística para la comunidad
<p>Objetivo General: Elaborar un Programa Integral de Capacitación para el Turismo.</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Identificar las necesidades de los prestadores de servicios turísticos – Buscar información de temas especializados para elaborar el programa integral de capacitación para el turismo de la parroquia. – Lograr que los beneficiarios tomen conciencia de cómo pueden utilizar los recursos al máximo. – Brindar temas especializados que ayuden a otorgar los conocimientos a los prestadores de servicios turísticos. 			
Denominación:		Capacitaciones turísticas	
Características			
<p>Visión de Futuro: Fomentar que la operación de las actividades de Turismo se realicen dentro de las normas y que los servidores turísticos tengan los conocimientos necesarios para interactuar, convivir y ofrecer servicios y productos con calidad.</p>			
<p>Fuentes de Financiamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Recursos de GAD – Alianzas estratégicas (Gobierno Provincial de Loja, MINTUR, Ministerio del ambiente) – Créditos no reembolsables (BEDE) Banco de desarrollo del Ecuador 			

	<p>Responsables:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Representante del GAD Parroquial de Jimbura especializado en turismo – Ministerio de Turismo <p>Formas de Ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Contratación de un profesional de turismo – Aporte técnicos del MINTUR – Profesional en diferentes temáticas <p>Parámetros a considerar para su diseño</p> <ul style="list-style-type: none"> – Identificar las necesidades que requiere la parroquia – Espacio para el desarrollo de la capacitación – Temas que cubran las necesidades de la parroquia. – Buscar al personal que podría facilitar información sobre los temas especializados. – Identificar los materiales necesarios para el curso de capacitación. – Presentar la propuesta a la SECTUR. – Tiempo disponible para las capacitaciones presenciales. <p>Temáticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Técnicas de guianza y animación de grupo – Emprendimientos turísticos – Charlas motivacionales – Manipulación de alimentos – Atención al turista.
	<p>Vías de acceso a la parroquia: De primer, segundo y tercer orden.</p>
<p>Beneficiarios</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Propietarios de restaurantes y casa de alojamiento – Propietarios de pequeños emprendimientos – Personas interesadas en la actividad turística – Jóvenes de instituciones educativas
<p>Perfil del capacitador</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Profesionales con título de cuarto nivel, preferentemente en el área de turismo. – Experiencia mínima de 2 años en dictar cursos y talleres. – Dominio de dicción, fluidez, y tono de voz. – Dominio de técnicas de instrucción. – Capacidad de toma de decisiones

	<ul style="list-style-type: none"> – Poseer capacidades comunicativas que favorezcan la interacción mutua. – Capacidad de motivar a sus asistentes.
Estructura de la capacitación:	<p>Consideraciones mínimas:</p> <p>Personal: Personal capacitado en formación turística</p> <p>Equipo: Computadora, Infocus, pantalla de proyección, impresora.</p>

Implantación general de la capacitación sobre innovación de negocios turístico




Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Cuadro N° 47. Ferias Externas

Objetivo Estratégico	PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA PARROQUIA		
Medio	FERIAS EXTERNAS		
Detalles	Nombres	1	2
		Feria Loja	Festival de Artes vivas
	Fecha:	Inicio: Septiembre Final: tomar en consideración la fechas de programación	Inicio: 15 de Nov Final: 30 Nov.
	Lugar:	Loja	
	Objetivo General: Promocionar la potencialidad turística de la parroquia.		
	Objetivos Específicos: <ul style="list-style-type: none"> - Establecer alianzas con otros actores del sector turismo, comercio y afines - Incrementar la demanda por los servicios turísticos de la parroquia. - Difundir los atractivos turísticos y manifestaciones culturales de la parroquia 		
	Denominación:	FERIA DE LOJA	
	Características		
	Visión de Futuro: La parroquia se conoce a nivel local y nacional como un destino turístico		
	Fuentes de Financiamiento: <ul style="list-style-type: none"> - Recursos de GAD - Alianzas estratégicas (Gobierno Provincial de Loja, MINTUR, Ministerio del ambiente) 		

	<ul style="list-style-type: none"> - Créditos no reembolsables (BEDE) Banco de desarrollo del Ecuador
	<p>Responsables:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Representantes del GAD Parroquial - Representantes de la organización de ferias y eventos.
	<p>Formas de Ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contratación de un profesional de turismo - Convenio con el MINTUR - Convenio con el Gobierno Provincial de Loja - Convenio con la cámara Provincial de Turismo. - Aplicación de los convenios con universidades
	<p>Parámetros a considerar para su diseño</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño la marca en base a propuesta de Tesista. - Diseño de stand - Diseño de video promocional, folletería, trípticos, dípticos, volantes. - Souvenirs: llaveros, esferos, camisetas, gorras, libretas, bolsos, vasos. - Selección de productos y material que serán expuestos en la feria. - Personal capacitado de acuerdo un perfil: Profesional titulado en turismo. - Tramitación de permisos - Fijar el presupuesto para la feria. - Preparar a lista de precios de los productos a ofertar - Diseñar un modelo de indumentaria para atención al cliente o en ocasiones que lo ameriten.
	<p>Expositores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profesional en turismo - Representantes del GAD - Representantes de organizaciones
Medios de promoción	Visitas a medios de comunicación.
Observaciones	Las fechas estarán sujetas a la programación ya antes establecida.

	<p>Extensión:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Feria de Loja 22 días consecutivos - Festival Internacional de las Artes Vivas durante 10 días
	<p>Estructura de las ferias externas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Stand - Mostrador - Persona capacitada para atención al cliente.
	<p>Contenido de la Ferias:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Información relevante de la parroquia Jimbura. - Productos elaborados por la comunidad. - Souvenirs: tazas, esferos, llaveros, libretas, entre otros.
<p>Descripción</p>	<ul style="list-style-type: none"> - El stand debe contar con una marca e identidad clara sobre la parroquia de acuerdo al manual - Se debe determinar una medida que tenga ambiente de trabajo y cordialidad evitando aglomeraciones dentro de espacio del stand. - Debe establecer un número de participantes con el respectivo uniforme para cada una de las presentaciones
<p style="text-align: center;">Marca</p> <div style="text-align: center;">  <p style="font-size: 2em; font-weight: bold; margin: 0;">JimBURA</p> <p style="font-size: 1.5em; font-style: italic; margin: 0;">Una Aventura Natural</p> </div>	

Implantación general del Stand para la feria turística



Fuente: Trabajo de Campo

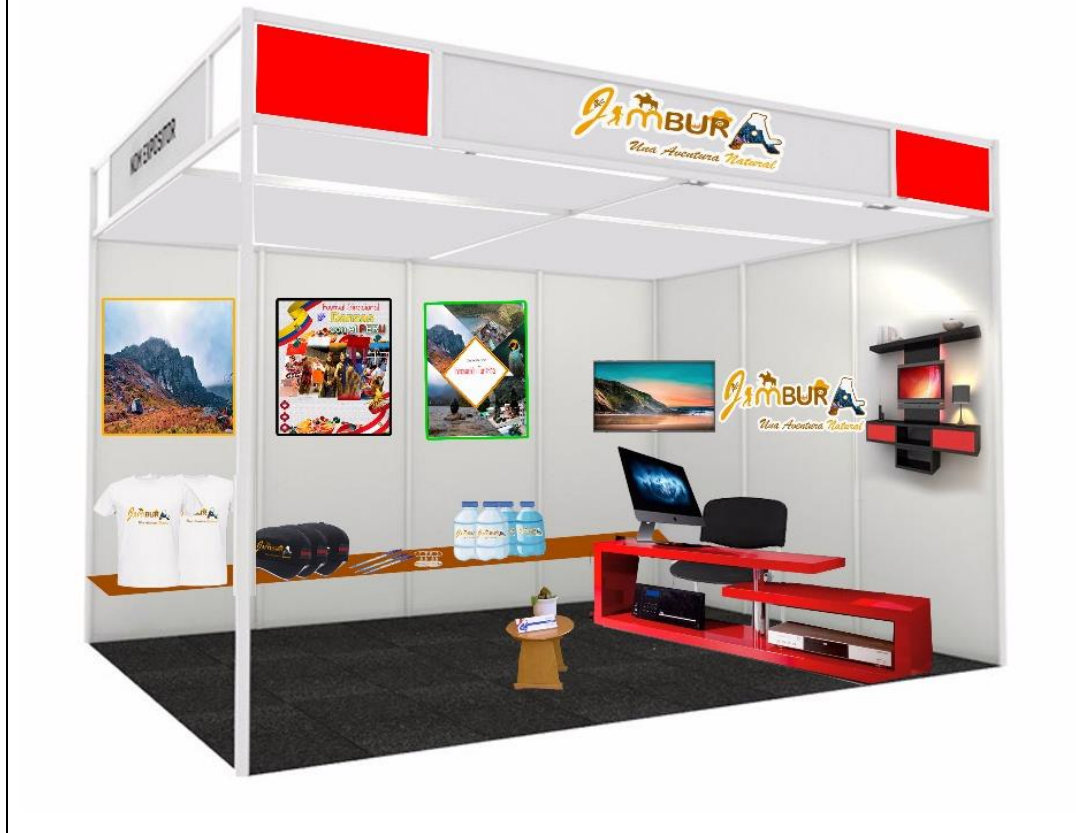
Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Cuadro N° 48. Centro de Información Turística

Objetivo Estratégico	GESTION DE LA PLANIFICACION TURISTICA (APLICACION DE LA NORMATIVA DE DESCENTRALIZACION TURISTICA EN LA PARROQUIA JIMBURA)	
Medio	CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	
	<p>Objetivo General: Contribuir en la gestión empresarial del turismo para el mejoramiento de la calidad turística.</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Brindar información turística para los visitantes sobre los atractivos naturales y manifestaciones culturales - Satisfacer la demanda de los turistas. - Fomentar el desarrollo de las actividades turísticas de la parroquia. - Incentivar a la comunidad a involucrarse en la actividad turística. 	
	Denominación:	Centro de información turística
	Características	
	Visión de Futuro: La parroquia rescatara y conservara sus atractivos naturales y tradiciones culturales.	
	<p>Fuentes de Financiamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recursos de GAD - Recursos de la Cooperación internacional - Alianzas estratégicas (Gobierno Provincial de Loja, MINTUR, Ministerio del ambiente) - Créditos no reembolsables (BEDE) Banco de desarrollo del Ecuador. 	
	<p>Responsables:</p> <ul style="list-style-type: none"> - GAD Parroquial de Jimbura - GAD Cantonal de Espíndola - MINTUR - Profesional titulado en turismo. 	

	<p>Formas de Ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contratación de un profesional de turismo - Convenio con el MINTUR - Convenio con el Gobierno Provincial de Loja - Convenio con la cámara Provincial de Turismo. - Aplicación de los convenios con universidades <hr/> <p>Parámetros a considerar para su diseño</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estudio Previo por un técnico en turismo - Diseño la marca en base a la propuesta de Tesista - Fijar el presupuesto para la implementación de centro de información - Diseño del centro de información turística - Diseño de folletería, trípticos, dípticos, volantes. - Souvenirs: llaveros, esferos, camisetas, gorras, libretas, bolsos, vasos. (Fijar precios) - Personal capacitado de acuerdo un perfil: Profesional titulado en turismo. - Tramitación de permisos - Diseñar una vestimenta identificativa de la parroquia Jimbura.
	<p>Encargados del centro de información:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profesional en turismo - GAD Parroquial de Jimbura
	<p>Superficie y extensión: las dimensiones del centro de información que se debería considerar son 4 metros de ancho por 4 metros de largo (Una oficina dentro del GAD parroquial)</p>
	<p>Estructura:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2 mostradores de madera de 2 metros de alto por 3 metros de ancho. - 1 escritorio de madera - 5 sillas de madera - Equipos Técnicos (Computadora, Audiovisuales, proyector, pantalla proyección)

Implantación general del Centro de información Turística



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

7. DISCUSIÓN

La parroquia Jimbura posee una variedad de atractivos naturales y manifestaciones culturales que permiten a los visitantes el disfrute de una experiencia única, sin embargo hay que recalcar que la parroquia no cuenta con servicios de alojamiento, alimentación y esparcimiento para un servicio de calidad hacia los turistas, al respecto Renda (2017). establece que el turismo rural es una necesidad de buscar mejores condiciones de vida, contacto con la naturaleza y comida saludable y de calidad, buscando la interacción con las comunidades rurales, las cuales desempeñan un papel preponderante en la producción de la oferta de turismo, siendo esencial la existencia de infraestructura turística como; alojamiento y alimentación, transporte y accesibilidad.

En la dotación de bienes y servicios turísticos la parroquia necesita mejorar en el aspecto de transporte, accesibilidad, y sanidad para así desarrollar con éxito la actividad turística, un 85% de la población cuenta con agua entubada, un 80% de los habitantes está conectado a una red pública de alcantarillado, un 55% de la población cuentan con el servicio del carro recolector de la basura y los restantes, la basura biodegradable la utilizan para abonos y la que no se descompone proceden a quemarla, conforme a lo manifestado Omoya (2015) menciona que si se ofrece al turista un servicio de atención garantizado en el cual existe cuidado del medio ambiente, correcto desecho de la basura, cuidado del agua, protección de todos los recursos históricos y arqueológicos en función de eso el turismo se convierten en generador de ingresos.

Una vez realizado en trabajo de campo se pudo evidenciar que en la parroquia Jimbura las actividades generadoras de ingresos económicos son: la agricultura y ganadería en un 98%, sin dejar de lado que un 2% de la comunidad genera ingresos mediante la fabricación de artesanías y bolsos en jerguillas, a pesar de que la parroquia Jimbura posee atractivos naturales y culturales, el turismo es una actividad generadora de ingresos

mínima, al respecto Segura (2015) resalta que: los recursos culturales, naturales y humanos, es decir, la riqueza cultural, natural y de equipo humano son elementos que incitan a planificar un viaje. Las gestiones que favorecen a la toma de decisiones del viajero y generar posicionamiento son la promoción turística que permite comunicar las actividades y tradiciones, y mostrar las localidades urbanas o naturales reconocidas como patrimonio natural o cultural y sus tradiciones.

De acuerdo al levantamiento de las fichas de inventario de atractivos turísticos en la parroquia el 100% de los mismos tienen jerarquía II, que son atractivos con características llamativas que pueden generar flujos turísticos, al respecto MINTUR (2017) manifiesta que: Las jerarquías pueden asignarse tanto a los atractivos en oferta real, como a los que no están en operación. El primer caso, corresponde a aquellos lugares que están recibiendo flujos de turismo cuantificables como demanda efectiva. En el segundo caso, se trata de atractivos con atributos constatables y demanda potencial pero que, debido a la carencia de infraestructuras o facilidades, no han sido puestos en valor para el turismo.

Dentro de la elaboración de las propuestas se estableció cada una de ellas de acuerdo a los objetivos estratégicos obtenidos en el análisis FODA en donde se encontró que la comunidad tiene la necesidad de vincularse al turismo a través de objetivos estratégicos como: Diseñar un producto turístico, Plan de capacitación, promoción y difusión de la parroquia y gestión de la planificación turística (aplicación de la normativa de descentralización turística en la parroquia Jimbura), los mismos que ayudaran al desarrollo turístico de la localidad. Siendo los habitantes de la parroquia los principales interesados en que el turismo dentro de su parroquia surja exitosamente. Al respecto Huertas (2015) menciona que la transformación del concepto del turismo ha sido compleja, debido a que la industria turística así como permea diversos sectores de la actividad económica, también requiere esfuerzos conjuntos entre gobiernos, comunidades, sector privado y los mismos turistas.

Las propuestas están encaminadas al fortalecimiento turístico del plan de desarrollo y ordenamiento territorial que busca como punto de partida vincular a la comunidad hacia la actividad turística.

La parroquia Jimbura es apta para el desarrollo de actividades relacionadas al turismo ya que como comunidad busca beneficios, ya sean económico-productivas, socio culturales o ambientales destinados para la totalidad de la población que acojan a visitantes o turistas. Sin embargo, es necesario destacar que este tipo de desarrollo turístico necesita de un fuerte componente de capacitación y de un mayor interés de la comunidad para así poder aumentar sus fortalezas y destrezas y exigir un equilibrio entre lo que se oferta y las necesidades de los turistas.

Finalmente se puede decir que el presente proyecto es factible para ser desarrollado en la parroquia de Jimbura, con el fin de aportar y mejorar el desarrollo turístico de la comunidad. Según Oyarzún (2010) a través de lo factible que puede ser la propuesta de desarrollo turístico como herramienta para mejorar la calidad en los destinos turísticos constituye la principal forma de alcanzar un grado de competitividad aceptable. Mejorar la imagen del destino y diversificar la oferta, lograr diferenciación de los productos, van a posibilitar alcanzar ventajas frente a la competencia y conseguir mayores cuotas de mercado.

En relación a lo antes mencionado según Cartuche (2019) se puede manifestar que la articulación entre actores tanto públicos como privados es fundamental para el desarrollo de los recursos turísticos en un territorio, tomando en cuenta las potencialidades en temas de biodiversidad natural y cultural.

8. CONCLUSIONES

En la siguiente investigación se pudo concluir lo siguiente:

- La parroquia Jimbura al no contar con suficiente infraestructura turística como alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios turísticos no permiten un desarrollo integral de las actividades en el ámbito del turismo de la parroquia y por este motivo la demanda en el sector es escasa.
- Los habitantes de la comunidad no cuentan con conocimientos relacionados en la actividad turística, motivo por el cual no se han interesado en desarrollarla, ya que no ven al turismo como una fuente de ingresos, siendo solo un 20% de la comunidad quienes se han integrado al ámbito turístico.
- La parroquia Jimbura cuenta con nueve atractivos turísticos, los mismos que son poco conocidos por los turistas, puesto que no existe la señalización turística ni promoción adecuada para difusión de los mismos.
- En el centro Parroquial de Jimbura no existe una oficina de turismo que permita brindar información sobre los atractivos naturales y culturales, debido a esto existe un desconocimiento de las potencialidades turísticas, ya sea del acceso a los lugares o servicios turísticos que presta la localidad.
- El diagnóstico turístico permitió hacer el levantamiento de información de la situación actual de la Parroquia Jimbura, buscando plantear estrategias que ayuden al desarrollo de la comunidad.
- Se concluye que con las estrategias que se lograron establecer entre la comunidad y la tesista se va a contribuir al desarrollo de la comunidad, tanto a nivel social, económico, ambiental y turístico.
- Una vez realizado el diagnóstico turístico y teniendo en cuenta la realidad de la parroquia se dio conocer a sus habitantes que es lo que tienen como potencial turístico, información que se la convirtió en

propuestas que fueron socializadas para que la comunidad haga una elección de acuerdo a su necesidad.

- Mediante la metodología participativa se integró a la comunidad para desarrollar las estrategias turísticas y de esa manera vincular a la comunidad de una forma más directa, conociendo sus principales aspiraciones y proyectos que se podrían desarrollar para el crecimiento del turismo.
- Los resultados obtenidos son satisfactorios ya que se pudo cumplir con los objetivos planteados dentro de la investigación.
- Las estrategias que se establecieron fueron: Diseñar un producto turístico, Plan de capacitación, Promoción y difusión de la parroquia y gestión de la planificación turística (aplicación de la normativa de descentralización turística en la parroquia Jimbura) serán estrategias claves para un desarrollo turístico potencial.
- Los habitantes al no tener conocimiento sobre la actividad turística se pretende desarrollar estrategias de capacitaciones, para que puedan mejorar su capacidad en lo que concierne a la actividad turística.

9. RECOMENDACIONES

En base a las conclusiones planteadas las presentes recomendaciones van enfocadas a las autoridades de la Junta Parroquial y personas interesadas en el desarrollo turístico de su comunidad.

- Se recomienda al Presidente de la Junta parroquial de Jimbura tomar en cuenta el presente diagnóstico situacional turístico como información base para la elaboración de nuevos proyectos de desarrollo turístico para la parroquia.
- Se recomienda a las autoridades del GAD Parroquial de Jimbura brindar talleres, capacitaciones en la actividad turística y sobre todo talleres de motivación para la integración de la actividad turística.
- Al GAD parroquial desarrollar campañas de promoción y difusión de la parroquia Jimbura.
- Al GAD cantonal de Espíndola, capacitar a las comunidades locales en programas de desarrollo turístico debido a que la mayoría de los atractivos no son aprovechados de mejor manera para poder hacer que estos lugares sean frecuentados por turistas, y a la Unidad de Turismo se recomienda tomar en cuenta todos los atractivos que posee la comunidad para la publicidad y promoción de los mismos.
- Se recomienda al presidente del GAD Parroquial que las estrategias planteadas durante el taller participativo sean consideradas para el proyecto de Fortalecimiento Turístico del Plan de Desarrollo y Ordenamiento de la Parroquia Jimbura.
- Se recomienda de que se desarrollen emprendimientos turísticos para de esta manera impulsar un turismo responsable y a la vez comunitario en la parroquia Jimbura.
- A la Junta Parroquial de Jimbura para que realice talleres participativos con la comunidad para que la población se den cuenta de que tienen de oportunidad de crecer turísticamente y concientizarnos de que el turismo puede llegar hacer en la parroquia una fuente de ingreso.

- A las autoridades pertinentes como MINTUR y Ministerio del Ambiente incentivar en los habitantes de la comunidad el interés hacia la actividad turística, empezando por una base, ya sea, preparándose, capacitándose, posicionarse en el mercado y darse a conocer a través de sus recursos, es por ello que se busca establecer las mejores propuestas para el desarrollo y surgimiento de la Parroquia Jimbura.
- Es importante el interés y compromiso de las autoridades, ya que son una guía y soporte para que la comunidad esté dispuesta a vincularse en las actividades que ayuden al desarrollo turístico de su parroquia.
- Al GAD cantonal establecer convenios con las agencias de viajes para la promoción de la parroquia.
- Al Ministerio de Turismo, realizar la promoción y difusión de los atractivos turísticos y culturales de la Parroquia Jimbura para que sea conocido a nivel local y nacional.
- Al GAD parroquial establecer alianzas público privadas para el desarrollo de proyectos turísticos.
- Al GAD cantonal gestionar a través de las instituciones locales y gubernamentales el mejoramiento de los senderos que conducen hacia los atractivos
- Al GAD parroquial realizar estudios para la creación de un sistema de cabañas junto a lagunas de Jimbura.
- Al GAD parroquial destinar el presupuesto que corresponde a la actividad turística para el mantenimiento adecuado de las áreas protegidas y turísticas de la parroquia Jimbura.
- Al GAD parroquial determinar la normativa para el desarrollo del turismo local.
- Al GAD parroquial determinar que se apliquen las leyes que se establecen en el COOTAD y SENPLADES.

10. BIBIOGRAFIA

LIBROS

- UCIPFG.
- Acerenza, M. A. (2006). Política Turística y Planificación del Turismo. México: Trillas.
- Aguirre, N. La Planificación. La Planificación: Conceptos Básicos, Principios, Componentes, Características y Desarrollo del Proceso. Universidad Santa María, Venezuela.
- Aramayo , O., & Candia, R. Universidad de Chile. Diplomado "Comunicaciones, Políticas Públicas y estrategias de desarrollo". Chile.
- Araques, M., & Cruz, L. Planificación Estratégica de la empresa AICA. Universidad de las Fuerzas Armadas, Sangolquí.
- Boullón, R. Espacio Turístico y Desarrollo Sustentable. Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina.
- Cabrera, A. E. Planificación estratégica como una herramienta de gestión para promover la competitividad en la empresa Kawa Motors. Universidad Central del Ecuador, Quito.
- Enriquez, P. (2002). Mercadotecnia. En L. Fisher, Mercadotecnia (pág. 42). Ibarra
- Flores, M. T. (2016). Microempresas de base social y sus posibilidades de supervivencia. Scielo.
- González, P. G. (2014). Introducción al Turismo. México : Grupo Editorial Patria .
- González, P. G. (2014). Introducción al Turismo. México : Patria S.A .

- Gurria D, M. (1997). Introduccion al Turismo (Vol. 2). Mexico: Trillas.
- Gurria, M. (2006). Introduccion al turismo. Mexico: Trillas.
- Lozada, H. (2010). Planificacion Estrategica. Curaçao: Caribbean International University.
- Lozano, J. T. (2003). Planificacion del Desarrollo. Bogotá: Editora Gémenis Ltda. .
- José, S. (2014). Guia para la formulacion de planes de desarrollo turistico en territorios rurales. Costa Rica: Marvin Blanco y Wienke Heinrichs.
- León Romero, R. Planificacion de proyectos de investigacion y desarrollo (I+D) en Cooperación. Universidad Católica Boliviana San Pablo, Bolivia.
- Millan, M. (2010). Planificaión: Transporte, Turismo Y territorio. Gran Tour(1), 97-119.
- Omoya, L. (2015). Boliviana de Turismo apunta incentivar el turismo interno. Nueva Economia, 5-30.
- Pérez, G. A. (2008). Manual de Cultura Turistica. Obtenido de <http://www.bio-nica.info/biblioteca/manualculturaturistica.pdf>
- Peteraf, T. (2012). Admiinstracion Estrategica . Mexico: Editorial Mexicana.
- Rodas, M., Ullauri , N., & Sanmartín, I. El Turismo Comunitario en el Ecuador. 2015. Universidad de Especialidades Turisticas, Cuenca, Ecuador .
- Sanchez Ruiz, J. J. (2017). Interpretacion de la simbologia de las obras pictoricas de Loja. Barcelona: Editorial Academia Española.

- Sancho, A. (2011). Introducción al Turismo.
- Thompson, A. A. (2008). Administración Estratégica. China: Editorial Mexicana.
- Villalaz, L. P. (1999). El Proceso Estratégico. Mexico: Prentice hall.

NETGRAFIA

- Aguirre, E. J. (2011). Repositorio UTPL. Obtenido de <http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/1297/3/640X326.pdf>
- AMDD. (20 de 12 de 2016). Asociación de Marketing Directo y Digital. Obtenido de <http://amddchile.com/las-innovaciones-en-tecnologias-de-la-informacion-y-la-comunicacion-ante-demanda-de-consumidores/>
- Anónimo. (01 de 09 de 2009). Xuletas. Obtenido de <https://www.xuletas.es/ficha/factores-determinantes-de-la-demanda/>
- Arana, D., & Hernández, M. (03 de 2018). Eumed.net. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/03/turismo-comunitario-ecuador.html>
- Arévalo, M. d. Propuesta de Señalización y señalética turística. Repositorio UNL, Loja.
- Banda, R., & Ortega, J. Identificación de Productos Turísticos y Promoción. Proyecto de Tesis previo a la obtención del título de Ingenieros en Administración Turística. Universidad Nacional de Loja, Loja.
- Boni, A., Calabuig, C., & Cuesta, I. (2010). Universidad Politecnica de València. Obtenido de Universidad Politecnica de València: <http://www.upv.es/upl/U0566378.pdf>
- Boullon, R. C. (2006). Planificación del espacio turístico. Mexico: Trillas.
- Calderón, A. J. Universidad Austral de Chile. Chile, Valdivia.

- Carucci, F. (2003). Planificación Estratégica por problemas . Caracas: Producciones Gráficas.
- Castillo, Y., Díaz, M., & Herrera , E. Creación de Productos Turísticos de Intereses especiales para la Provincia de Palena, Región de Los Lagos, Chile. Universidad Austral de Chile, Chile.
- Castro, R. Q. (2007). Elementos del turismo. Costa Rica: Universidad Estatal a distancia .
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Recuperado el 10 de Octubre de 2018, de: https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- COOTAD. (19 de Octubre de 2010). Recuperado el 25 de Octubre de 2018, de: http://www.inocar.mil.ec/web/images/lotaip/2016/literal_a/base_legal/A._Codigo_organico_coordinacion_territorial_descentralizacion_autonomia_%28cootad%29.pdf
- COOTAD. (11 de 06 de 2015). Ministerio del Interior. Obtenido de Ministerio del Interior: <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/02/C%C3%B3digo-Org%C3%A1nico-de-Organizaci%C3%B3n-Territorial-Autonom%C3%ADa-y-Descentralizaci%C3%B3n-COOTAD.pdf>
- COPLAFIP. (22 de Octubre de 2010). Recuperado el 25 de Octubre de 2018, de https://spryn.finanzas.gob.ec/esiprenweb/archivos_html/file/C%C3%B3digo%20de%20Planificaci%C3%B3n%20y%20Finanzas%20P%C3%ABlicas.pdf
- Cordero, J. C. (06 de 2009). Universidad Autónoma del estado de Mexico . Obtenido de <http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n11/art06.pdf>
- Encalada, E. (29 de 08 de 2018). Emprende turismo. El Comercio.

- Espinoza, R. (31 de 05 de 2015). Welcome to the new marketing .
Obtenido de <https://robertoespinosa.es/2015/05/31/matriz-de-ansoff-estrategias-crecimiento/>
- Fred, D. (2008). Administración Estratégica (9 ed.). Mexico: Pearson Educación.
- Garizurieta, J., Garizurieta, M., & Mavi, J. Planeación Estratégica Para el Desarrollo Sustentable en los Municipios. Facultad de Contaduría y Administración Región Xalapa, Mexico.
- Geotec, M. E. (2015). PDyOT. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1160023960001_PDYOT%20JIMBURA%2028_OCT_2015_30-10-2015_11-02-48.pdf
- Gil, G. (Septiembre de 2010). McGraw-Hill Interamericana de España. Obtenido de McGraw-Hill Interamericana de España: https://www.mhe.es/universidad/economia/8448148878/archivos/general_colaboracion2.pdf
- González, F. B. (08 de 2011). Publicaciones Didacticas. Obtenido de <https://publicacionesdidacticas.com/hemeroteca/articulo/016022/articulo-pdf>
- Herrera, J. N. (2005). INFOMED. Obtenido de http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/infodir/introduccion_a_la_calidad.pdf
- Hoyos, A. M. Geografía, Planificación Territorial y Gestión Ambiental. Crecimiento Urbano y Planificación Territorial en la Ciudad de Cali. Universidad de Barcelona, Barcelona.
- Huertas Cardozo, N. C. Turismo Rural Comunitario como una Propuesta Metodológica de Innovación Social para Comunidades en Conflicto. Universidad de Girona, Girona.

- IPNST. (03 de 2002). Dirección de Planeación y Organización. Obtenido de https://cursos.campusvirtualesp.org/pluginfile.php/36541/mod_page/content/11/M2O9_IPNST_2002.pdf
- Jauregui, M. (25 de 04 de 2016). Aprendiendoadministracion. Obtenido de <https://aprendiendoadministracion.com/los-8-tipos-planes/>
- León, D. C. Elaboración del inventario de recursos turísticos Como base para la planificación territorial de la Parroquia Nambacola, cantón Gonzanamá, provincia de Loja. Universidad Católica del Ecuador, Quito.
- Manjón, J. V., & López, M. d. Redalyc. El Grado en Turismo: Un Análisis de las competencias profesionales. Universidad Europea Miguel de Cervantes. Valladolid, Murcia .
- Medina , A., Constanzo, A., & Sandoval , R. Estrategias de diversificación y concentración empleadas por las sociedades anónimas en Chile. Universidad Nacional Autónoma de México, Mexico.
- Merino, J. P. (2015). ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA JIMBURA. Loja.
- MICENTUR. (2011). Ministerio de Comercio exterior y turismo. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/proyectos_inversion_publica/instrumentos_metodologicos/Guia_Turismo_capitulo1.pdf
- MINTUR. (2017). Ministerio de Turismo. Obtenido de Ministerio de Turismo: <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristico>

s/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf

- Moscoso, j. a. (2008). Obtenido de <https://alfredoj111.blogspot.com/2008/?fbclid=IwAR31bElH955WP1-5bQ5lqtwQE1H8vLpLJsyFS07QgnySwb7wMTZ80H059ZA>
- Navarro, D. Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. Universidad de Murcia España, España.
- OMT. (2016). Estrategia de Turismo de la Comunidad de Madrid. Madrid .
- PDYOT. Actualizacion del Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la Parroquia de Jimbura. Actualizacion del Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la Parroquia de Jimbura. GAD de jimbury, Loja, Ecuador.
- Peñaherrera, J. (20 de 12 de 2016). Dialnet. Obtenido de Dialnet: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-LaPlanificacionNacionalEnEcuador-6018808.pdf>
- PLANDETUR. (2015). Ministerio del Turismo. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/proyecto_plandetur_2011_2014VERSION2.pdf
- Pozo, P. D. Plan estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la comuna Ayangue, Parroquia Colonche del Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena. Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad, Ecuador.
- Quijano, C. R. (2009). Manual para el diagnostico turistico local. Obtenido de <http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf>

- Regalado, V. (2015). GAD Municipal de Espindola. Obtenido de http://espindola.gob.ec/?page_id=234
- Renda, A. (12 de 2017). Alojamiento Turístico en Espacio Rural. La percepción de los emprendedores. Estudios y Perspectivas en Turismo, 26(4), 845-863.
- Rodríguez, C. L. (2008). UANL. Obtenido de UANL: <http://eprints.uanl.mx/12488/1/A2.pdf>
- Sandoya, C. (2015). MiRegion. Obtenido de <http://www.miregion.ec/espindola/contenido-general/esp%C3%ADndola-45-a%C3%B1os-de-historia-y-progreso>
- SDCRD. (2019). Secretaria de Cultura, Recreación y Deporte. Obtenido de <https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/bogotanitos/de-la-laz/turismo>
- SECO. (2014). Manual para la Planificación de Productos turísticos. Perú: Swisscontact.
- Segura, S. (Julio - Septiembre de 2015). El aporte de la actividad turística y el ingreso de divisas para el Ecuador. ICE-FEE-UCSG, 09(03), 35-43.
- SENPLADES. (30 de agosto de 2011). Planificación de territorios. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/466-2011.-Registro-Oficial-Edici%C3%B3n-Especial-Nro.-184.-Gu%C3%ADa-metodol%C3%B3gica-de-planificaci%C3%B3n-institucional.pdf>
- Serrano, P. V. (2011). Fomento turístico provincial: diagnóstico competencial, experiencias exitosas y propuesta de fortalecimiento institucional. Quito, Ecuador: Wolfgang Demenus y Patricio Crespo Coello.

- Socatelli, M. (2015). InterMark. Obtenido de <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana2/LS2.6.pdf>
- Socatelli, M. a. (11 de 2013). InterMark. En Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles. la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica.
- Toselli, C. Programa de fortalecimiento a destinos turísticos emergentes: un análisis desde la visión del desarrollo endógeno. Instituto de Medio Ambiente y Ecología, Argentina.
- URD, G. (06 de 2002). MARPP. Obtenido de <http://www.globalstudyparticipation.org/espanol/metodo/marp.htm>
- Valarezo, J. F. (2012). Repositorios UTP. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/1074400.pdf>
- Valencia, H., & Grillo, C. Sistema de gestión de marketing para las organizaciones solidarias en la ciudad de Bogotá D.C. Universidad de Manizales, Colombia.
- Varela, E. R. (2004). Turismo y Ordenación del Territorio en el municipio de Ribadeo . Santiago de Compostela : Imprenta Universitaria .
- Vega, L., & Salaiza, F. (2016). Nuevas formas de organización para la innovación administrativa y técnica. Telos.
- Villalta, L. T. Proyecto de factibilidad para la “Implementación de una empresa de deportes extremos en las lagunas negras de Jimbura, cantón Espíndola”. Universidad Nacional de Loja, Loja, Loja, Ecuador.
- Villasante, W. M. (11 de 2016). Asesores en Turismo para Empresas e Instituciones Públicas. Obtenido de

<https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>

- Walter, J., & Pando, D. (2014). Planificación Estratégica / Nuevos desafíos y enfoques en el ámbito público. Buenos Aires: Alessandrini & Salzman

11. ANEXOS

Anexo 1. Anteproyecto de Tesis



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

TEMA:

“FORTALECIMIENTO TURÍSTICO DEL PLAN DE
DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL PARA LA
PARROQUIA JIMBURA DEL CANTÓN ESPÍNDOLA, PROVINCIA
DE LOJA”

Anteproyecto de tesis previo a la
obtención de título de Ingeniera
en Administración Turística

AUTORA:

Yessenia Maribel Lima Maza

DIRECTOR:

Ing. Juan Jefferson Sánchez Ruiz. Mg.

Loja – Ecuador

2018

1. TEMA

“FORTALECIMIENTO TURÍSTICO DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL PARA LA PARROQUIA JIMBURA DEL CANTÓN ESPÍNDOLA, PROVINCIA DE LOJA”

2. PROBLEMATICA

El turismo a nivel mundial se ha convertido en una de las actividades más productivas que crece con mayor rapidez en el mundo, convirtiéndose en un punto clave del progreso socio económico de varios países.

El potencial turístico de Ecuador se basa en su alta diversidad en términos de cultura, paisajes, sitios históricos y riqueza natural. Ecuador es un país multiétnico y pluricultural, lo que lo convierte en una joya para los visitantes, atraídos por su diversidad de gente, costumbres y tradiciones. Los planes de desarrollo a nivel nacional busca implementar un modelo de gobernanza turística en localidades poco visitadas a nivel nacional como una herramienta para el desarrollo sustentable y competitivo de destinos turísticos. A pesar de que se ha desarrollado planes de desarrollo turístico no se ve reflejado los cambios estructurales de los componentes turísticos en diferentes sectores locales y regionales.

Loja siendo una provincia con una gran diversidad de atractivos culturales y naturales y de componentes turísticos tangibles e intangibles que se ve reflejado en su cultura, en sus tradiciones, costumbres y creencias a nivel de los cantones no se le ha dado prioridad de emplear un plan estratégico turístico que ayude a parroquias como es el caso de la parroquia rural de Espíndola a desarrollar un plan de desarrollo turístico que permita involucrar a las comunidades en la conservación y protección de espacios de gran valor patrimonial, ya que por desconocimiento pueden estar sujetos al deterioro y destrucción. Entre otros problemas que se evidencia es el desinterés de la comunidad, puesto que no existe personal capacitado, lo que también genera la inexistencia de oportunidades de trabajo ya que existe deficiente prestación de servicios turísticos en algunos establecimientos hoteleros y de alimentación, cuyos propietarios en muchos de los casos no tienen formación académica en

administración turística y esto sumado a la escasos insumos, tecnología y actividades complementarias en el destino ocasionan que los turistas obtén por otro destino cercano.

El plan de desarrollo turístico no es una tarea fácil y para abordar los importantes desafíos que se plantea será necesario la cooperación entre los responsables públicos y las distintas partes interesadas para la elaboración de estrategias que permitan el desarrollo de los mismo con la colaboración del sector público o privada.

3. JUSTIFICACION

Se decidió proponer un Plan de desarrollo turístico para la Parroquia Jimbura debido a que es un sitio de gran valor histórico cultural y esencialmente natural y sobre todo porque se proyecta a ser uno de los mejores lugares turístico gracias al impresionante sistema lacustre como: La laguna Negra, Bermeja, Natosa, Chuquiragua, Patos. También posee picachos y un tipo de vegetación de páramos arbustivo, herbáceo bajo y alto, así mismo cuenta con una gran afluencia turística gracias a las campañas publicitarias lanzada por la GAD de la Parroquia.

El principal fin del presente proyecto es mejorar la gestión de los atractivos naturales y culturales que tiene la parroquia y mejorar la calidad de vida de las comunidades que estén interesados en participar activamente en el turismo viéndolo como una alternativa de sustento diario, así mismo se puede contribuir en optimizar el servicio mediante la capacitación a pobladores en áreas como; la atención adecuada a turistas en alojamientos y atractivos turísticos, establecimientos de alimentación, elaboración de artesanías, entre otros. Se puede destacar la amabilidad de los pobladores con los turistas en la comunidad lo que posibilita el plantear futuros proyectos para impulsar la práctica del turismo como una actividad que beneficie la economía local, se puede lograr con la implementación de un Plan el crear espacios que impulsen la interacción entre turistas y pobladores.

La puesta en marcha del Proyecto a crearse, pretende optimizar los recursos existentes ya que hasta al momento no existe un aprovechamiento adecuado de los recursos turísticos que dispone la zona y el sector en general; con lo cual se

lograría mejorar las condiciones de vida de la población a través de la difusión de sus atractivos, convertidos en destinos turísticos, pues en la actualidad muchos turistas nacionales y de manera especial extranjeros buscan tener un contacto con la naturaleza en lugares óptimos donde puedan disfrutar actividades cotidianas en espacios naturales, como un medio de distracción y esparcimiento.

El presente proyecto plantea el diseño de estrategias para el aprovechamiento de los sectores turísticos de la zona, caso concreto de la parroquia Jimbura, dentro de la cual existen: Lagunas, cascadas, senderos, ríos, entre otros.

Además se pretende ampliar y mejorar la capacidad de carga del sector y de esta forma desarrollar la actividad antes mencionada. Por todo lo expuesto anteriormente el estudio de la factibilidad de este proyecto y su implementación, no solo beneficiará a los propietarios de negocios, sino también a toda la población de la parroquia Jimbura.

El presente proyecto investigado permite al autor aplicar los conocimientos obtenidos durante su etapa de formación académica, a la vez que contribuye a la previa obtención de título de Ingeniera en Administración Turística por las razones ya mencionadas, se estima justificable la realización de la presente investigación que tiene como tema “Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Jimbura del Cantón Espíndola, Provincia de Loja”.

4. OBJETIVOS

4.1. OBJETIVO GENERAL

“Fortalecer turísticamente el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial para parroquia Jimbura, Cantón Espíndola, Provincia de Loja”

4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar el diagnóstico del componente turístico para Parroquia Jimbura, Cantón Espíndola, Provincia de Loja.
- Elaborar una propuesta de Desarrollo Turístico para la parroquia Jimbura mediante la aplicación de una metodología participativa.

- Proponer estrategias para la aplicación de la propuesta planteada para el desarrollo turístico de la parroquia Jimbura, Cantón Espíndola, Provincia de Loja.

5. MARCO TEORICO

5.1. MARCO CONCEPTUAL

5.1.1. La Planificación

- Estrategias de la planificación
- Planificación estratégica
- Características de la planificación
- Fases de la planificación
- Fases de la planificación turística
- Desarrollo sostenible en la planificación

5.1.2. Diagnostico Turístico

- Sistema turístico
- Infraestructura turística
- Demanda
- Factores de la demanda
- Oferta
- Competencia
- Comunidad receptora

5.1.3. Análisis FODA

5.1.4. Visión Filosófica

- Misión
- Visión
- Objetivos
- Políticas

5.1.5. Metodologías aplicadas al turismo

- Metodologías del MINTUR
- Metodología de Carla Ricaurte
- Otras metodologías

5.2. MARCO REFERENCIAL

5.2.1. Aspectos históricos

5.2.2. Aspectos económicos

5.2.3. Aspectos de interés turístico

6. METODOLOGIA

6.1. Métodos

- Método Deductivo.

A partir de la teoría el investigador procede a recopilar información para verificar lo enunciado de la información teórica. En la presente investigación se partirá desde el razonamiento, se organizara y especificara los conocimientos que ya poseen sobre la parroquia Jimbura, desde un punto claro, es decir, la verdad general, se partirá de una hipótesis general sin hacer referencia en si a toda la provincia.

- Método Analítico-Sintético

Este método permitirá analizar la información obtenida del Plan de desarrollo y ordenamiento de la parroquia Jimbura y así poder constatar la existencia de atractivos tanto naturales como culturales que posee la parroquia de forma que sea posible sintetizar la información a través de fichas de atractivos turísticos.

- Método descriptivo

Mediante este método se puede determinar la situación actual la Parroquia Jimbura, y de cada uno de los atractivos y recursos naturales y culturales que posea dicha Parroquia, Así mismo este método nos permitirá explicar sistemas naturales únicos o eventos del pasado, los cual nos ayudara a recolectar información para realizar las fichas de jerarquización de los recursos y atractivos que posee la parroquia Jimbura.

- Método inductivo

Este método permitirá analizar cada uno de los componentes de la parroquia Jimbura, que al llegar al conocimiento o la demostración de la verdad de los hechos particulares, probados, podremos llegar a una conclusión general

En esta investigación se va emplear las siguientes tácticas:

Investigación de campo: Se organizaran salidas a la parroquia permitiendo la recopilación de datos que únicamente se los puede obtener visitando el lugar, además se utilizaran técnicas como: encuestas que servirán para obtener información relevante por parte de los habitantes del sitio.

Observación Directa: A través de la observación directa se podrán recoger información necesaria, para con ello realizar un registro sistemático y valido sobre el día a día de la parroquia Jimbura y sobre todo observar el crecimiento económico y turístico que tiene el mismo.

Documentos de levantamiento de información: Mediante la utilización de fichas y formatos, se recopilara una serie de datos los cuales servirán de guía para la descripción de cada atractivo.

Las fuentes secundarias: Estas serán utilizadas para obtener información necesaria que complementen con la investigación, como internet, libros, folletos, etc. Mismos que servirán para el desarrollo del proyecto.

Técnica de Entrevista: Esta técnica permitirá obtener información mediante un cuestionario previamente desarrollado con preguntas abiertas, esta técnica se aplicara a personas directamente involucrados con la actividad turística de la parroquia, para así lograr una mejor comprensión y observar su intención y disposición de ánimo al contestar a las preguntas.

Técnica de Encuesta: se la utilizara como procedimiento de investigación, ya que permitirá obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz.

Tamaño de Muestra: Para realizar el tamaño de muestra se obtendrá datos del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) realizado en el año 2010 para ello utilizaremos la formula menor a 100.000 habitantes.

FODA: El análisis FODA Se la utilizará para realizar el estudio actual del lugar, realizando un análisis interno como son las Fortalezas y Debilidades y un análisis externo oportunidades y amenazas que presenta la parroquia Jimbura, nos servirá como herramienta de planificación estratégica, diseñada para realizar un análisis interno y externo de la parroquia.

MARPP: Esta Técnica es un conjunto de métodos y herramientas, usados para dar la oportunidad a las poblaciones rurales y urbanas de presentar el conocimiento de su propia situación y condiciones de vida, que compensa la omisión de los métodos de investigación tradicionales. Esta técnica establece un proceso de comunicación más próxima y reveladora de la población que los cuestionarios aplicados.

6.2. Metodología por objetivos

Para el primer objetivo **“Realizar el diagnóstico del componente turístico para Parroquia Jimbura, Cantón Espíndola, Provincia de Loja”** se desarrollaran visitas a la localidad y se realizara una serie de indagaciones que nos proporcione información sobre la Parroquia a través de fuentes secundarias, confiables como el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, páginas web, artículos, MINTUR, entre otros. A partir de las primeras impresiones y datos obtenidos de la parroquia, se profundizara en la información sobre el territorio, la situación y el potencial turístico con el que este cuenta y conocer los Atractivos Naturales y Culturales, para lo cual se utilizará la Guía Metodológica para la Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador 2017 del Ministerio de Turismo (MINTUR). Se realizara el estudio comparativo con el apoyo de fotos y levantamiento de información de la infraestructura, y equipamiento de los atractivos. Esto se obtendrá a través de la observación directa, encuestas a la población y entrevistas con el presidente del GAD Parroquial de Jimbura y sus comisiones para obtener información acerca de la localidad.

Al momento de desarrollar el plan de desarrollo turístico se utilizará en la metodología de PLANDETUR 2020; considerando como base lo siguiente: misión, visión, objetivos y estrategias. Así mismo se recopilara y analizará información secundaria del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial fuentes bibliográficas de tesis realizadas en la parroquia. También se realizara entrevistas a las autoridades locales y encuestas a la comunidad, turistas y visitantes.

Para el segundo objetivo **“Elaborar una propuesta de Desarrollo Turístico para la parroquia Jimbura mediante la aplicación de una metodología participativa”** una vez realizado el estudio comparativo de lo que existe en el

PDOT con lo que actualmente se ha desarrollado y existe, se tomara en cuenta las encuestas y entrevistas realizadas a la población, ya que a partir de dicha información se podrá llevar a cabo la propuesta del Plan de Desarrollo Turístico. Mediante la metodología participativa se determinara el plan de desarrollo turístico actual. Este objetivo estará compuesto por dos partes: una descriptivo-analítica, que incluye información sobre el territorio, la oferta turística, demanda, competencia y tendencias, y otra evaluativa, en la que se incluye un análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA), logrando aumentar sus capacidades técnicas y conocimientos relacionados con la actividad turística a medida que el plan de desarrollo se lleve a cabo.

Se utilizará el método de MARPP, este método se aplicara mediante reuniones con todos los involucrados en la actividad Turística, dando la oportunidad de que ellos sean los principales involucrados en dar sugerencias de acuerdo a la realidad de la localidad en la actividad turística.

Así mismo, se dará uso de la técnica de encuesta aplicada a los visitantes y turistas, con la finalidad de obtener su criterio sobre el lugar, para de esta manera potenciarlo turísticamente.

Para el último objetivo **“Proponer estrategias para la aplicación de la propuesta planteada para el desarrollo turístico de la parroquia Jimbura, Cantón Espíndola, Provincia de Loja.”** Una vez realizado el segundo objetivo se realizar la matriz de marco lógico para identificar los programas y proyectos a desarrollarse, se propondrá estrategias que permitirá desarrollar lo planteado y coadyuvar al desarrollo turístico y por ende el desarrollo socioeconómico de la parroquia. Del mismo modo se caracterizó su oferta turística, se identificó y priorizo las acciones más importantes para procurar su desarrollo o consolidación y definir las estrategias que abordarán para promocionar su destino y atractivos potenciales y procurar su desarrollo en el presente proyecto. se utilizó el Método Analítico y Cualitativo ya que para plantear las estrategias se debe desarrollar un análisis FODA en donde la observación, las encuestas y entrevistas juegan un papel importante al momento de determinar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que posee la Parroquia. Del mismo modo se realizara la matriz de marco lógico para detectar las estrategias.

7. CRONOGRAMA

	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6				MES 7			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
PRIMER OBJETIVO.- Realizar el diagnóstico del componente turístico para Parroquia Jimbura, Cantón Espíndola, Provincia de Loja																												
Visita a la parroquia, Recolección de información	X	X	X																									
Elaboración de las fichas del Mintur				X	X	X																						
Análisis y procesamiento de información							X	X																				
SEGUNDO OBJETIVO.- Elaborar una propuesta de Desarrollo Turístico para la parroquia Jimbura mediante la aplicación de una metodología participativa.																												
Desarrollo de entrevistas y encuestas a la comunidad									X	X	X																	
Análisis FODA												X	X	X														
TERCER OBJETIVO.- Proponer estrategias para la aplicación de la propuesta planteada para el desarrollo turístico de la parroquia Jimbura, Cantón Espíndola, Provincia de Loja.																												
Elaborar estrategias de implementación															X	X	X											
Elaborar Matriz de marco Lógico																	X	X	X									
Presentación de borrador se tesis																				X	X	X						
Corrección de Tesis																						X	X					
Trámites legales																									X	X		
Disertación y presentación de tesis																												X

8. PRESUPUESTO

8.1. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

Talento Humano

- Tesista: Yessenia Maribel Lima Maza
- Tutor: Ing. Alexandra Suárez
- Director de tesis:

Recursos Materiales

- Resma de papel
- Cartuchos para impresora
- Empastados
- Libros, revistas, tesis, etc.
- Impresiones
- Anillados
- Material de oficina
- Copias
- GPS
- Grabadora
- Cámara fotográfica
- Calculadora
- Grapadora
- Perforadora
- Alojamiento
- Alimentación
- Transporte
- Computadora
- Internet
- Imprevistos

Financiamiento

El proyecto estará financiado en su totalidad por la aspirante y se sujetarán al siguiente presupuesto: \$ 1,410.00

Presupuesto

El detalle de los rubros económicos a invertir en el proyecto de tesis es el siguiente:

Tabla 1. Presupuesto

Recursos Humanos	
Tesistas	0
Tutor	0
Director de tesis	
Recursos Materiales	
Resma de papel	10.00
Cartuchos para impresora	60.00
Empastados	145.00
Libros, revistas, tesis, etc.	50.00
Impresiones	40.00
Anillados	15.00
Material de oficina	20.00
Copias	40.00
GPS	--
Grabadora	--
Cámara fotográfica	--
Calculadora	--
Grapadora	--
Perforadora	--
Alojamiento	100.00
Alimentación	180.00
Transporte	150.00
Computadora	--
Internet	100.00
Imprevistos	500.00
Recursos Empresariales o Institucionales	
Aporte institucional-Información Gads (PDyOT)	0.00
TOTAL	1,410.00

9. BIBLIOGRAFÍA

UCIPFG.

Acerenza, M. A. (2006). *Política Turística y Planificación del Turismo*.

Mexico: Trillas.

Aguirre. La Planificación. *La Planificación: Conceptos Básicos, Principios,*

Componentes, Características y Desarrollo del Proceso.

Universidad Santa María, Venezuela.

Aguirre, E. J. (2011). *Repositorio UTPL*. Obtenido de

<http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/1297/3/640X326.pdf>

AMDD. (20 de 12 de 2016). *Asociacion de Marketing Directo y Digital*.

Obtenido de <http://amddchile.com/las-innovaciones-en-tecnologias-de-la-informacion-y-la-comunicacion-ante-demanda-de-consumidores/>

Anónimo. (01 de 09 de 2009). *Xuletas*. Obtenido de

<https://www.xuletas.es/ficha/factores-determinantes-de-la-demanda/>

Aramayo , O., & Candia, R. Universidad de Chile. *Diplomado*

"Comunicaciones, Políticas Públicas y estrategias de desarrollo".

Chile.

Arana, D., & Hernández, M. (03 de 2018). *Eumed.net*. Obtenido de

<https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/03/turismo-comunitario-ecuador.html>

Araques, M., & Cruz, L. *Planificación Estratégica de la empresa AICA.*

Universidad de las Fuerzas Armadas, Sangolquí.

Arévalo, M. d. *Propuesta de Señalización y señalética turística.*

Repositorio UNL, Loja.

Banda, R., & Ortega, J. Identificación de Productos Turísticos y

Promoción. *Proyecto de Tesis previo a la obtención del título de Ingenieros en Administración Turística.* Universidad Nacional de Loja, Loja.

Boni, A., Calabuig, C., & Cuesta, I. (2010). *Universidad Politécnica de*

Valencia. Obtenido de Universidad Politécnica de Valencia:

<http://www.upv.es/upl/U0566378.pdf>

Boullón, R. *Espacio Turístico y Desarrollo Sustentable.* Universidad

Nacional de Mar del Plata, Argentina.

Boullón, R. C. (2006). *Planificación del espacio turístico.* México: Trillas.

Cabrera, A. E. Planificación estratégica como una herramienta de gestión para promover la competitividad en la empresa kawa motors.

Planificación estratégica como una herramienta de gestión para promover la competitividad en la empresa kawa motors.

Universidad Central del Ecuador, Quito.

Calderón, A. J. *Universidad Austral de Chile.* Chile, Valdivia.

Carucci, F. (2003). *Planificación Estratégica por problemas .* Caracas:

Producciones Gráficas.

Castillo, Y., Diaz, M., & Herrera , E. *Creación de Productos Turísticos de Intereses especiales para la Provincia de Palena, Región de Los Lagos, Chile*. Universidad Austral de Chile, Chile.

Castro, R. Q. (2007). *Elementos del turismo*. Costa Rica: Universidad Estatal a distancia .

Constitución de la República del Ecuador. (2008). Recuperado el 10 de Octubre de 2018, de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

COOTAD. (19 de Octubre de 2010). Recuperado el 25 de Octubre de 2018, de http://www.inocar.mil.ec/web/images/lotaip/2016/literal_a/base_lega/A._Codigo_organico_coordinacion_territorial_descentralizacion_a_autonomia_%28cootad%29.pdf

COOTAD. (11 de 06 de 2015). *Ministerio del Interior*. Obtenido de Ministerio del Interior: <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/02/C%C3%B3digo-Org%C3%A1nico-de-Organizaci%C3%B3n-Territorial-Autonom%C3%ADa-y-Descentralizaci%C3%B3n-COOTAD.pdf>

COPLAFIP. (22 de Octubre de 2010). Recuperado el 25 de Octubre de 2018, de https://spryn.finanzas.gob.ec/esipren-web/archivos_html/file/C%C3%B3digo%20de%20Planificaci%C3%B3n%20y%20Finanzas%20P%C3%ABlicas.pdf

- Cordero, J. C. (06 de 2009). *Universidad Autónoma del estado de México*.
Obtenido de <http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n11/art06.pdf>
- Encalada, E. (29 de 08 de 2018). *Emprende turismo. El Comercio*.
- Enriquez, P. (2002). *Mercadotecnia*. En L. Fisher, *Mercadotecnia* (pág. 42). Ibarra.
- Espinoza, R. (31 de 05 de 2015). *Welcome to the new marketing*.
Obtenido de <https://robertoespinoza.es/2015/05/31/matriz-de-ansoff-estrategias-crecimiento/>
- Flores, M. T. (2016). *Microempresas de base social y sus posibilidades de supervivencia. Scielo*.
- Fred, D. (2008). *Administración Estratégica* (9 ed.). Mexico: Pearson Educación.
- Garizurieta, J., Garizurieta, M., & Mavi, J. *Planeación Estratégica Para el Desarrollo Sustentable en los Municipios*. Facultad de Contaduría y Administración Región Xalapa, Mexico.
- Geotec, M. E. (2015). *PDyOT*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1160023960001_PDYOT%20JIMBURA%2028_OCT_2015_30-10-2015_11-02-48.pdf
- Gil, G. (Septiembre de 2010). *McGraw-Hill Interamericana de España*.
Obtenido de McGraw-Hill Interamericana de España:

https://www.mhe.es/universidad/economia/8448148878/archivos/general_colaboracion2.pdf

González, F. B. (08 de 2011). *Publicaciones Didacticas*. Obtenido de <https://publicacionesdidacticas.com/hemeroteca/articulo/016022/articulo-pdf>

Gonzalez, P. G. (2014). *Introduccion al Turismo*. Mexico : Grupo Editorial Patria .

González, P. G. (2014). *Introduccion al Turismo*. Mexico : Patria S.A .

Gurria D, M. (1997). *Introduccion al Turismo* (Vol. 2). Mexico: Trillas.

Gurria, M. (2006). *Introduccion al turismo*. Mexico: Trillas.

Herrera, J. N. (2005). *INFOMED*. Obtenido de http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/infodir/introduccion_a_la_calidad.pdf

Hoyos, A. M. *Geografía, Planificación Territorial y Gestión Ambiental. Crecimiento Urbano y Planificacion Territorial en la Ciudad de Cali*. Universidad de Barcelona, Barcelona.

Huertas, N. C. *Turismo Rural Comunitario como una Propuesta Metodologica de Innovacion Social para Comunidades en Conflicto*. Universidad de Girona, Girona.

IPNST. (03 de 2002). *Dirección de Planeación y Organización*. Obtenido de

https://cursos.campusvirtualsp.org/pluginfile.php/36541/mod_page/content/11/M2O9_IPNST_2002.pdf

Jauregui, M. (25 de 04 de 2016). *Aprendiendoadministracion*. Obtenido de Aprendiendoadministracion:

<https://aprendiendoadministracion.com/los-8-tipos-planes/>

Jimburaturistico. (01 de 07 de 2013). *Jimburaturistico*. Obtenido de

<https://jimburaaturistico.wordpress.com/2013/07/02/jimbura/>

León Romero, R. *Planificación de proyectos de investigación y desarrollo (I+D) en Cooperación*. Universidad Católica Boliviana San pablo, Bolivia.

León, D. C. *Elaboración del inventario de recursos turísticos Como base para la planificación territorial de la Parroquia Nambacola, cantón Gonzanamá, provincia de Loja*. Universidad Católica del Ecuador, Quito.

Lozada, H. (2010). *Planificación Estratégica*. Curaçao: Caribbean International University.

Lozano, J. T. (2003). *Planificación del Desarrollo*. Bogotá: Editora Gémenis Ltda. .

Manjón, J. V., & López, M. d. Redalyc. *El Grado en Turismo: Un Análisis de las competencias profesionales*. Universidad Europea Miguel de Cervantes. Valladolid, Murcia .

Medina , A., Constanzo, A., & Sandoval , R. *Estrategias de diversificación y concentración empleadas por las sociedades anónimas en Chile.*

Universidad Nacional Autónoma de México, Mexico.

Merino, J. P. (2015). *ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA JIMBURA.*

Loja.

MICENTUR. (2011). *Ministerio de Comercio exterior y turismo.* Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/proyectos_inversion_publica/instrumentos_metodologicos/Guia_Turismo_capitulo1.pdf

Millan, M. (2010). Planificaión: Transporte, Turismo Y territorio. *Gran Tour*(1), 97-119.

MINTUR. (2017). *Ministerio de Turismo.* Obtenido de Ministerio de Turismo:
http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf

Molina, S. (2015). *Planificacion Integral del Turismo (Un enfoque para Latinoamérica.* Mexico: Trillas.

Moscoso, j. a. (2008). Obtenido de <https://alfredoj111.blogspot.com/2008/?fbclid=IwAR31bEIH955WP1-5bQ5lqtwQE1H8vLpLJsyFS07QgnySwb7wMTZ80H059ZA>

- Navarro, D. *Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración*. Universidad de Murcia España, España.
- Omoya, L. (2015). Boliviana de Turismo apunta incentivar el turismo interno. *Nueva Economía*, 5-30.
- OMT. (2016). *Estrategia de Turismo de la Comunidad de Madrid*. Madrid .
- Oyarzún, E. *Fortalecimiento de Gestión en Destinos Turísticos*. Universidad Externado de Colombia, Colombia.
- PDYOT. Actualización del Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la Parroquia de Jimbura. *Actualización del Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la Parroquia de Jimbura*. GAD de jimbura, Loja, Ecuador.
- Peñaherrera, J. (20 de 12 de 2016). *Dialnet*. Obtenido de Dialnet: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-LaPlanificacionNacionalEnEcuador-6018808.pdf>
- Pérez, G. A. (2008). *Manual de Cultura Turística*. Obtenido de <http://www.bio-nica.info/biblioteca/manualculturatouristica.pdf>
- Peteraf, T. (2012). *Admiinstracion Estrategica* . Mexico: Editorial Mexicana.
- PLANDETUR. (2015). *Ministerio del Turismo*. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/proyecto_plandetur_2011_2014VERSION2.pdf

Pozo, P. D. *Plan estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la comuna Ayangue, Parroquia Colonche del Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena*. Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad, Ecuador.

Quijano, C. R. (2009). *Manual para el diagnostico turistico local*. Obtenido de <http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf>

Regalado, V. (2015). *GAD Municipal de Espindola*. Obtenido de http://espindola.gob.ec/?page_id=234

Renda, A. (12 de 2017). Alojamiento Turístico en Espacio Rural. *La percepción de los emprendedores. Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26(4), 845-863.

Rodas, M., Ullauri , N., & Sanmartín, I. *El Turismo Comunitario en el Ecuador*. 2015. Universidad de Especialidades Turísticas, Cuenca, Ecuador .

Rodríguez, C. L. (2008). *UANL*. Obtenido de UANL: <http://eprints.uanl.mx/12488/1/A2.pdf>

Sanchez Ruiz, J. J. (2017). *Interpretacion de la simbologia de las obras pictoricas de Loja*. Barcelona: Editorial Academia Española.

Sancho, A. (2011). *Introduccion al Turismo*. Mexico: Editorial Patria .

- Sandoya, C. (2015). *MiRegion*. Obtenido de <http://www.miregion.ec/espindola/contenido-general/esp%C3%ADndola-45-a%C3%B1os-de-historia-y-progreso>
- Sant, J. (2014). *Guia para la formulacion de planes de desarrollo turistico en territorios rurales*. Costa Rica: Marvin Blanco y Wienke Heinrichs.
- SDCRD. (2019). *Secretaria de Cultura, Recreacion y Deporte*. Obtenido de <https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/bogotanitos/de-la-la-z/turismo>
- SECO. (2014). *Manual para la Planificacion de Productos turisticos*. Perú: Swisscontact.
- Segura, S. (Julio - Septiembre de 2015). El aporte de la actividad turística y el ingreso de divisas para el Ecuador. *ICE-FEE-UCSG, 09(03)*, 35-43.
- SENPLADES. (30 de agosto de 2011). *Planificacion de territorios*. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/466-2011.-Registro-Oficial-Edici%C3%B3n-Especial-Nro.-184.-Gu%C3%ADa-metodol%C3%B3gica-de-planificaci%C3%B3n-institucional.pdf>
- Serrano, P. V. (2011). *Fomento turístico provincial: diagnóstico competencial, experiencias exitosas y propuesta de fortalecimiento institucional*. Quito, Ecuador: Wolfgang Demenus y Patricio Crespo Coello.

- Socatelli, M. (2015). *InterMark*. Obtenido de <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana2/LS2.6.pdf>
- Socatelli, M. a. (11 de 2013). *InterMark*. En *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*. la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica.
- Thompson, A. A. (2008). *Administración Estratégica*. China: Editorial Mexicana.
- Toselli, C. *Programa de fortalecimiento a destinos turísticos emergentes: un análisis desde la visión del desarrollo endógeno*. Instituto de Medio Ambiente y Ecología, Argentina.
- URD, G. (06 de 2002). *MARPP*. Obtenido de <http://www.globalstudyparticipation.org/espanol/methodo/marp.htm>
- Valarezo, J. F. (2012). *Repositorios UTPL*. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/1074400.pdf>
- Valencia, H., & Grillo, C. *Sistema de gestión de marketing para las organizaciones solidarias en a ciudad de Bogota D.C*. Universidad de Manizales, Colombia.
- Varela, E. R. (2004). *Turismo y Ordenacion del Territorio en el municipio de Ribadeo* . Santiago de Compostela : Imprenta Universitaria .

Vega, L., & Salaiza, F. (2016). Nuevas formas de organizacion para la innovación administrativa y técnica. *Telos*.

Villalaz, L. P. (1999). *El Proceso Estrategico*. Mexico: Prentice hall.

Villalta, L. T. *Proyecto de factibilidad para la "Implementación de una empresa de deportes extremos en las lagunas negras de Jimbura, cantón Espíndola"*. Universidad Nacional de Loja, Loja, Loja, Ecuador.

Villasante, W. M. (11 de 2016). *Asesores en Turismo para Empresas e Instituciones Publicas*. Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>

Walter, J., & Pando, D. (2014). *Planificacion Estrategica / Nuevos desafios y enfoques en el ambito publico*. Bueno Aires: Alessandrini & Salzman.

Anexo 2: Manual de diagnóstico turístico local de Carla Ricaurte

Cuadro N° 49. Manual de diagnóstico turístico local de Carla Ricaurte

FICHA 1	
CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE COMUNIDADES	
1. DATOS GENERALES	
1.1 Ubicación de la comunidad	
NOMBRE DE PROVINCIA	LOJA
NOMBRE DE CANTÓN	ESPINDOLA
NOMBRE DE PARROQUIA	JIMBURA
NOMBRE DE COMUNIDAD	
<p>1.2 Número aproximado de habitantes en el conglomerado urbano. (Esta información la puede encontrar en la página Web del INEC)</p> <p><u>Según el Censo 2010 la Parroquia Jimbura cuenta con 2,316 habitantes.</u></p> <p>Fuente <u>INEC</u>.</p>	
2. OFERTA DE SERVICIOS	
2.1 Alojamiento	
Identifique el tipo y número de establecimientos de alojamiento existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alojamiento, sírvase llenar el Apéndice No. 1).	
1. HOTELES	# <input type="text"/>
2. HOSTERIAS	<input type="text"/>
3. HOSTALES	<input type="text"/>
4. PENSIONES	<input type="text"/>
5. MOTELES	# <input type="text"/>
6. HOSPEDERIAS COMUNITARIAS	<input type="text"/>
7. CAMPING	<input type="text"/>
8. OTRO <u>ALOJAMIENTO FAMILIAR</u>	<input type="text" value="2"/>

2.2 Alimentación

Identifique el tipo y número de establecimientos de alimentos y bebidas existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alimentación, sírvase llenar el Apéndice No. 2).

	#		#
1. RESTAURANTES	9	4. BARES	
2. CAFETERIAS		5. CANTINAS	
3. FUENTES DE SODA		6. KIOSKOS DE COMIDA	1
		7. OTROS _____	

2.3 Esparcimiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de esparcimiento existentes en la comunidad.

	#		#
1. DESCOTECAS		3. INSTALACIONES DEPORTIVAS	2
2. CINES/TEATROS		4. BINGOS	
		5. OTROS	

2.4 Otros servicios

Identifique el tipo y número de establecimientos de otros servicios existentes en la comunidad.

	#		#
1. AGENCIAS DE VIAJE		4. GUÍAS DE TURISMO	
2. OPERADORAS		5. BANCOS	
3. INFORMACIÓN ALTURISTA		6. CAJEROS AUTOMÁTICOS	
		7. OTROS <u>Guías Nativos Certificados</u>	5

3. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS

TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

3.1. Distancias

Identifique las distancias que hay desde el punto de partida (centro turístico más cercano o ciudad principal) hasta la parroquia, así como el tiempo de recorrido y medio de transporte.

Distancia a la cabecera parroquial (Km): 17km

Distancia a la cabecera cantonal (km): 17km

	1	2	3	4	5	6	7	8
Bus								
Camioneta	X	X						
Lancha								
Canoa								
Avión								
Avioneta								
Bestia								
Caminando								

3.2. Principales vías de acceso a la comunidad:

- | | | | |
|---------------------------|-------------------------------------|----------------|--------------------------|
| 1. PAVIMENTADA/ ASFALTADA | <input checked="" type="checkbox"/> | 6. FLUVIAL | <input type="checkbox"/> |
| 2. ADOQUINADA | <input checked="" type="checkbox"/> | 7. MARÍTIMA | <input type="checkbox"/> |
| 3. EMPEDRADA | <input type="checkbox"/> | 8. AÉREA | <input type="checkbox"/> |
| 4. LASTRADA | <input checked="" type="checkbox"/> | 9. SENDERO | <input type="checkbox"/> |
| 5. DETIERRA (CARROSABLE) | <input type="checkbox"/> | 10. OTRO _____ | |

3.3. Para llegar a la comunidad (o dentro de ella) existe señalización:

- a) VIAL
- | | |
|-------|-------------------------------------|
| 1. Sí | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 2. No | <input type="checkbox"/> |
- b) TURÍSTICA
- | | |
|-------|-------------------------------------|
| 1. Sí | <input type="checkbox"/> |
| 2. No | <input checked="" type="checkbox"/> |

3.4. En la comunidad se hace uso de los siguientes transportes públicos (puede marcar más de una opción):

- | | | | |
|--------------|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. BUS | <input checked="" type="checkbox"/> | 5. CANOA | <input type="checkbox"/> |
| 2. CAMIONETA | <input checked="" type="checkbox"/> | 6. AVIÓN | <input type="checkbox"/> |
| 3. TAXIS | <input checked="" type="checkbox"/> | 7. AVIONETA | <input type="checkbox"/> |
| 4. LANCHAS | <input type="checkbox"/> | 8. NINGUNO | <input type="checkbox"/> |
| | | 9. OTRO <u>RANCHERAS</u> | |

3.5. En la comunidad existen las siguientes terminales o estaciones de transporte (puede marcar más de una opción):

- | | | | |
|--------------|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. BUS | <input checked="" type="checkbox"/> | 5. MARÍTIMO | <input type="checkbox"/> |
| 2. CAMIONETA | <input checked="" type="checkbox"/> | 6. FLUVIAL | <input type="checkbox"/> |
| 3. CAMIONES | <input type="checkbox"/> | 7. LACUSTRE | <input type="checkbox"/> |
| 4. TAXIS | <input checked="" type="checkbox"/> | 8. AÉREO | <input type="checkbox"/> |
| | | 9. OTRO <u>RANCHERAS</u> | |

3.6. Descripción del transporte público terrestre que presta servicio a la comunidad

NOMBRE DE LA COOPERATIVA	ESTACIÓN/ TERMINAL	TIPO DE TRANSPORTE (MARQUE CON UNA X)		FRECUENCIA DEL SERVICIO	TIPO DE VEHÍCULO
		LOCAL	INTER-CANTONAL		
Cooperativa Unión Cariamanga	Amaluza		X	2 veces al día	Bus
Coop. Trans Espíndola	Amaluza		X	Diario Cada 2 horas	Ranchera
Coop. Trans Amaluza	Amaluza		X	Diario Cada 2 horas	Ranchera
Coop. Trans San Bartolomé	Amaluza		X	Diario Cada 2 horas	Ranchera
Coop. De taxi Lagunas encantadas	Amaluza		X	Diario Cada 2 horas	Taxi

3.7. Si no existe medio de transporte público, señale la distancia a la que se puede abordar cualquier tipo de transporte motorizado
 _____ Km.

COMUNICACIONES

3.8. Existe servicio telefónico en la comunidad: Marque con una X

1. Sí
2. No

3.9. La oficina de teléfonos más cercana se encuentra a _____ Kms.

3.10. Existe señal de servicio telefónico celular en la comunidad:

1. Sí
2. No

3.11. En la comunidad existen NO cabinas de servicio telefónico para uso público.

3.12. En la comunidad existen NO cibercafés o establecimientos de uso público de Internet.

3.13. Existe oficina de correos en la comunidad:

1. Sí
2. No

SANIDAD

3.14. Existe red de agua entubada:

1. Sí % de la población con agua entubada 85%
2. No

3.15. Se trata con cloro el agua en la fuente de distribución:

1. Sí
2. No

3.16. Fuente principal de abasto / Qué tipo de agua se consume:

- | | | | |
|----------------------------|-------------------------------------|----------------------------|-------------------------------------|
| 1. RED PÚBLICA | <input checked="" type="checkbox"/> | 6. POZO | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 2. PILA O LLAVE PÚBLICA | <input type="checkbox"/> | 7. RÍO, VERTIENTE, ACEQUIA | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 3. OTRA FUENTE POR TUBERÍA | <input type="checkbox"/> | 8. AGUA LLUVIA | <input type="checkbox"/> |
| 4. CARRO REPARTIDOR | <input type="checkbox"/> | 9. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |
| 5. TRICICLO | <input type="checkbox"/> | | |

3.17. Existe sistema de alcantarillado en la comunidad: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

1. Sí % de la población con alcantarillado 80%
 2. No

3.18. En dónde elimina las excretas la mayoría de la población: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

- | | |
|------------------------------|-------------------------------------|
| 1. EXCUSADO Y ALCANTARILLADO | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 2. LETRINA | <input type="checkbox"/> |
| 3. AIRE LIBRE, RÍO, ESTERO | <input type="checkbox"/> |
| 4. POZO SÉPTICO | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 5. POZO CIEGO | <input type="checkbox"/> |
| 6. OTRO <u>NO TIENE</u> | <input type="checkbox"/> |

3.19. Cómo elimina la basura la mayoría de la población:

- | | |
|---------------------|-------------------------------------|
| 1. CARRO RECOLECTOR | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 2. SE QUEMA | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 3. SE ENTIERRA | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 4. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |

3.20. Existen establecimientos de salud en la comunidad:

1. Sí
 2. No

3.21. Instancias y/o establecimientos de salud que existen: Puede marcar más de una casilla si es necesario.

	Cuantos		Cuantos
1. PARTERAS CAPACITADAS		9. HOSPITAL PÚBLICO	
2. PARTERAS NO CAPACITADAS	1	10. DISPENSARIO PÚBLICO	
3. PROMOTORES DE SALUD		11. UNIDAD MÓVIL	
4. CURANDERO TRADICIONAL		12. CONSULTORIO PRIVADO	
5. SHAMAN		13. CLÍNICAS	
6. BOTIQUIN COMUNITARIO	1	14. HOSPITAL PRIVADO	
7. SUB-CENTRO DE SALUD	1	15. FARMACIA	
8. CENTRO DE SALUD		16. OTRO <u>SEGURO SOCIAL CAMPESIÑO</u>	1

3.22. Si no hay establecimientos de salud en la comunidad.

- A cuál establecimiento asisten para atender su salud _____
- Parroquia o cabecera cantonal a la cuál pertenece el establecimiento de salud _____
- Distancia del establecimiento al cuál asisten (Km). _____

ENERGÍA

3.23. Existe servicio de energía eléctrica en la comunidad:

1. Sí
2. No

3.24. Distancia al lugar más cercano con energía eléctrica: _____ Km.

3.25. Qué porcentaje de la población tiene energía eléctrica: 90%

3.26. Existen gasolineras en la comunidad

1. Sí ¿Cuántas? 2
2. No

3.27. Distancia a la gasolinera más cercana: _____ Km.

4. GOBERNANZA

4.1. De qué instituciones recibe o ha recibido apoyo la comunidad para su desarrollo: nombre a las instituciones involucradas, el periodo en que se recibió el apoyo de las mismas. Puede obtener información en municipios, juntas parroquiales o el líder de la comuna.

INSTITUCION	NOMBRE	DESDE	HASTA	ACTIVIDAD
1 NACIONALES	Gobierno Provincial de Loja	2014	2019	Viabilidad
	Municipio de Espindola	2014	2019	Muro e infraestructura
2 INTERNACIONALES	ECUASUIZA	9 Oct. 2018		Aula Escolar para el barrio el Limón

4.2. Existen planes de desarrollo en la comunidad. Si es así, nombre el plan y el año en que se empezó o empezara a ejecutar.

1. Sí
- | PLAN | AÑO |
|------------------------------|--------------------|
| PDOT | 2017 - 2019 |
| Señalética y Difusión | 2019 |
| | |
| | |

2. No

4.3. Qué tipo de organizaciones tiene la comunidad (marque con una x):

TIPO DE ORGANIZACIÓN		
	JUNTA PARROQUIAL	X
1.	COMITÉ DE BARRIO	X
2.	DIRECTIVA COMUNITARIA	
3.	COMITÉ DE DESARROLLO	
4.	COOPERATIVAS	
5.	ORGANIZACIÓN DE MUJERES	
6.	COMITÉ DE PADRES DE FAMILIA	X
7.	ORGANIZACIONES RELIGIOSAS	
8.	CLUBES	
9.		
10.	ASOCIACIONES DE TURISMO	

11. OTRAS Párroco, Policía Comunitaria, Destacamento militar, Destacamento militar, Tenencia política, Seguro social Campesino

5. COMUNIDAD RECEPTORA

5.1. A qué actividades económicas principales se dedica la población (Para contestar esta pregunta se puede consultar en el INEC. Llene las casillas con porcentajes):

1. AGRICULTURA, CAZA, AVICULTURA, PESCA, GANADERÍA	80%	6. SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES	
2. EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS		7. TRANSPORTE Y COMUNICACIÓN	
3. INDUSTRIAS MANUFACTURERAS		8. ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS	
3.1 ARTESANÍAS	20%	9. COMERCIO	
4. ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA		10. TURISMO, HOTELES Y RESTAURANTES	
5. CONSTRUCCIÓN		11. ACTIVIDADES NO ESPECIFICADAS	

Fuente: Habitantes de la parroquia Jimbura

5.2. ¿Cuáles son las tres actividades productivas más rentables de la comunidad? Nómbrelas.

1. Agricultura
2. Ganadería
3. Artesanías

Fuente: Habitantes de la parroquia Jimbura

5.3. Tipo de empleo turístico (Sólo para comunidades que prestan servicios turísticos). Para contestar esta pregunta se encuestó a _____ personas.

	Porcentaje%
1. EMPLEOS FORMALES EN TURISMO (PERSONAL CON CONTRATO VERBAL O ESCRITO, ESTABLECIMIENTOS CON DOCUMENTOS EN REGLA)	
2. EMPLEOS INFORMALES EN TURISMO (VENEDORES INFORMALES, PRESTADORES DE SERVICIOS SIN DOCUMENTOS EN REGLA O SIN PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO)	

5.4. Tipo de actividad en la que participa la comunidad: puede marcar más de uno si así fuere el caso.

1. TRABAJO EN GRUPO	<input checked="" type="checkbox"/>
2. MINGA	<input checked="" type="checkbox"/>
3. ASAMBLEA COMUNITARIA	<input type="checkbox"/>
4. OTRAS	<input type="checkbox"/>

Comentarios:

5.5. Ha participado la Comunidad o la Directiva Comunitaria en la elaboración de los Planes Estratégicos locales con:

	Si	No
1. MUNICIPIO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. GOBIERNO PROVINCIAL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5.6. Destrezas para turismo encontradas en la comunidad. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).

	# de personas
1. INGLÉS	<input type="text"/>
2. CAPACIDAD O EXPERIENCIA EN GUIANZA	5
3. COCINA	<input type="text"/>
4. CONTABILIDAD / ADMINISTRACIÓN	<input type="text"/>
5. OTRA _____	<input type="text"/>

5.7. Actitud de la comunidad hacia la actividad turística. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).

Para contestar esta pregunta se encuestó a **15** - personas.

	% relativo
1. El turismo es considerado como un instrumento importante de desarrollo (es considerado en planes, políticas, hay asociaciones de prestadores de servicios turísticos, etc.)	15%
2. El turismo es una actividad económica alterna y estacional (La comunidad se dedica a la actividad turística solamente durante temporada alta, en temporada baja se dedica a otras actividades)	NO
3. Indiferencia hacia el desarrollo local de la actividad turística (La comunidad no contesta preguntas relacionadas al turismo, no opinan)	20%
4. Rechazo hacia el desarrollo de la actividad turística en la comunidad (La comunidad rechaza el desarrollo turístico, considera que es peligroso, no cree que solucione sus problemas económicos)	25%

5.8. Problemas sociales que según el encuestador pueden afectar al desarrollo turístico de la comunidad. Se pueden identificar también necesidades de capacitación de acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta (5.6).
Comentarios:

Según miembros de la junta parroquial y moradores de la comunidad el alcoholismo es uno de los principales problemas Sociales en los Jóvenes.

Auxiliar de campo:

Fecha:

Apéndice 1

(Opcional si no existe información disponible en el Catastro del MINTUR)

ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO

#	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	Tipo	Servicios				# Hab.	# Plazas
			Alim	a/a	Tv	Bar		
1	Sr. Glicerio Jiménez	Alojamiento Familiar	X				4	15
2	Sr. Glicerio Jiménez	Parador Turístico	X	X			2	15
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
		TOTALES						

Apéndice 2

(Opcional si no existe información disponible en el Catastro del MINTUR)

ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTACIÓN

#	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	TIPO	CAPACIDAD	ESPECIALIDAD	TIPO DE SERVICIO
1	Sra. Diana Jiménez	Restaurante	10 pax	Comida variada	
2	Sra. Olivia Jiménez	Restaurante	8 pax	Comida variada	
3	Sra. Fani Abad	Restaurante	20 pax	Comida variada	
4	Sr. Juan Antonio Medina	Restaurante	20 pax	Comida variada	
5	Sra. Rosa Jiménez	Restaurante	20 pax	Comida variada	
6	Sra. Gladys Calva Tillaguango	Restaurante	15 pax	Comida variada	
7	Sra. Gladys Calva Tillaguango	Restaurante	15 pax	Comida variada	
8	Sra. Balbina Alberca	Restaurante	15 pax	Comida variada	
9	Elvia Jiménez	Restaurante	20 pax	Comida variada	
10					
		TOTALES	153 pax		

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Anexo 3: Fichas para el Levantamiento y Jerarquización de Atractivos Turísticos

Cuadro N° 50. Laguna Negra



FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo	1	1	0	6	5	2	A	7	0	3	0	2	0	2	0	0	4
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo									
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico LAGUNA NEGRA																	
1.2 Categoría ATRACTIVOS NATURALES			1.3 Tipo AMBIENTES LAGUNARES				1.4 Subtipo LAGUNA										
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia LOJA			2.2 Cantón ESPINACLA			2.3 Parroquia JMBURA											
2.4 Barrio, Sector o Comuna JMBURA			2.5 Calle Principal Via Zarba		2.6 Número		2.7 Transversal										
2.8 Latitud (grados decimales) -4.712171			2.9 Longitud (grados decimales) -79.428317			2.10 Altura (metros) 3595 msnm											
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador: Público					b. Nombre de la Institución: Ministerio de Ambiente												
c. Nombre del Administrador: Navejo Fabán					d. Cargo que ocupa: Promotor(a)												
e. Teléfono / Celular: 0985071455					f. Correo Electrónico:												
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Clima: Frio / Húmedo			b. Temperatura (°C): 11° 12°			c. Precipitación Pluvial (mm): 1302mm / 1402mm											
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (L) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Cultura <input type="checkbox"/>			b. Naturales <input checked="" type="checkbox"/>			c. Aventuras <input type="checkbox"/>											
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Pícnico <input type="checkbox"/>		b. Pícnico <input type="checkbox"/>		c. Paisaje Natural <input type="checkbox"/>		d. Rural <input checked="" type="checkbox"/>		e. Urbano <input type="checkbox"/>									
3.4 Ingreso al atractivo (L) <input type="checkbox"/>																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención												
		Ingreso	Salida	Todos los días	Fines de semana y festivos	Solo días hábiles	Otro	Especificar									
Libre <input checked="" type="checkbox"/>		8:00	15:30	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No									
Reservado <input type="checkbox"/>		8:00	2:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No									
Pagado <input type="checkbox"/>		8:00	8:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No									
d. Manejo en sistema de reservas: <input type="checkbox"/>		e. Forma de Pago:			Efectivo <input type="checkbox"/>	Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>	Depósito Bancario <input type="checkbox"/>	Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>	Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>								
e. Precio: Desde 0.00 Hasta 0.00		f. Forma de Pago:	Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>	Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>	Cheque <input type="checkbox"/>												
g. Meses recomendados de visita: MAYO JUNIO JULIO AGOSTO SEPTIEMBRE OCTUBRE NOVIEMBRE DICIEMBRE																	
Observaciones:																	
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): PARROQUIA JMBURA																	
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano: 15 km o Tiempo estimado de desplazamiento en auto: 0.45 hora d. Coordenadas (metros decimales): Lat: -4.520375 Long: -79.481331																	
Observaciones: No																	
4.2 Vías de Acceso (M) <input type="checkbox"/>																	
Tipo de vía																	
Coordenada de inicio																	
Coordenada de fin																	
Distancia (m)																	
Tipo de material																	
Estado																	
a. Primer orden <input type="checkbox"/>																	

b. Segundo orden <input checked="" type="checkbox"/>		4°37'43.337" S	79°27'48.181" O	0.000000	10	Indicador	Buena
c. Tercer orden <input type="checkbox"/>		0	0	0	0	Indicador	
Observaciones: texto							
b. Acuático (L) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado		Puerto / Muelle de Llegada	texto
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto			Puerto / Muelle de Llegada	texto
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto			Puerto / Muelle de Llegada	texto
Observaciones: texto							
c. Aéreo (L) <input type="checkbox"/>	Nacional <input type="checkbox"/>			Internacional <input type="checkbox"/>			
Observaciones: texto							
4.3 Servicio de transporte (M) <input type="checkbox"/>							
a. Bus <input type="checkbox"/>	b. Guano <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>		
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bata <input type="checkbox"/>	i. Balsa <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique					
Observaciones: Para utilizar la parroquia Jumbura se puede tomar el servicio que ofrece en las comarcas del sector.							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)	
		Diario	Semanal	Mensual	Trimestral		
Comarcas de la comarca	Centro de Jumbura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Se va con ferrocarril, salida desde el paragu central con dirección a las lagunas de Jumbura, un Jumbura que cubre a 45 minutos de recorrido.	
		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>							
General <input type="checkbox"/>	Discapacidad Física <input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>		
Observaciones: texto							
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>							
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (L)	Buena <input type="checkbox"/>	Regular <input checked="" type="checkbox"/>	Mala <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS <input type="checkbox"/>							
5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input checked="" type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Pisos	Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimiento a registrados	Número de Habitaciones	Número de Pisos

Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	1	4	15
Hostel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostel	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Hosteria	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hosteria	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input checked="" type="checkbox"/>	1	2	4
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input checked="" type="checkbox"/>	1	1	4
Comparto Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Comparto Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	10
Observaciones: <i>texto</i>					Observaciones: <i>texto</i>				
Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5	15
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Observaciones: <i>texto</i>					Observaciones: <i>texto</i>				
Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0			Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0		
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0			Internacionales	<input type="checkbox"/>	0		
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0			Operadoras	<input type="checkbox"/>	0		
Observaciones: <i>texto</i>					Observaciones: <i>texto</i>				
Género	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	Género	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	<input checked="" type="checkbox"/>	4	0	0	Aventura
Observaciones: <i>texto</i>					Observaciones: <i>texto</i>				
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>									
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)			
a. De apoyo a la gestión turística	Planta de información	<input type="checkbox"/>	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	ITur	<input type="checkbox"/>	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Caritas de guardería	<input type="checkbox"/>	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores	<input type="checkbox"/>	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recreo y descanso	Torres de vigilancia para visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Sendones	<input type="checkbox"/>	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de compra y descanso	<input type="checkbox"/>	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio	Refugio de alta montaña	<input checked="" type="checkbox"/>	1	4°42'39"S 79°24'48"O	Ministerio de Ambiente	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Barrios sanitarios	<input checked="" type="checkbox"/>	1	4°42'39"S 79°24'48"O	Ministerio de Ambiente	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros	Estacionamientos	<input checked="" type="checkbox"/>	1	4°42'39"S 79°24'48"O	Ministerio de Ambiente	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observaciones: <i>todo</i>		
5.2 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/>		
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de merchandising artesanal y <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>
Especifique: <i>todo</i>		Especifique: <i>todo</i>
Observaciones: <i>todo</i>		
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>		
6.1 Atractivo (U) <input type="checkbox"/>		
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>
Observaciones: <i>todo</i>		
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)		
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input checked="" type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>
d. Flora/fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>
e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: <i>todo</i>	
Observaciones: <i>todo</i>		
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>		
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>
Observaciones: <i>todo</i>		
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)		
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input checked="" type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>
d. Flora/fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>
e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: <i>todo</i>	
Observaciones: <i>todo</i>		
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>		
a. Declarante: <i>SNAP</i>	b. Determinación: <i>Resolución del Comité de Desarrollo Turístico del SNAP</i>	c. Fecha de declaración: <i>2012/2013</i>
Observaciones: <i>todo</i>		
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>		
7.1 Servicios Básicos <input type="checkbox"/>		
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>
Agua: <input type="checkbox"/>		Agua: <input checked="" type="checkbox"/>
Especifique:		Especifique: <i>AGUA POTABLE</i>
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>		Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>
Especifique:		Especifique: <i>EMPRESA ELÉCTRICA REGIONAL DEL SUR</i>
Comunicación: <input type="checkbox"/>		Comunicación: <input checked="" type="checkbox"/>
		Especifique: <i>Red pública de servicio público</i>
		Especifique: <i>Red pública</i>

Especificar:		Especificar: ALDANTARILLADO						
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/> <small>Contra Resolución</small>						
Especificar:		Especificar: RECOLECTORES DE BASURA DEL GOBIERNO DE ESPÍZOLA						
Observaciones: <i>Info</i>								
7.2 Señética en el atractivo <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2 Tipo	7.2.3 Materialidad				7.2.4 Estable		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	H	M
En áreas urbanas <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	4	0	0	<i>Info</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<i>Info</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	2	0	0	<i>Info</i>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<i>Info</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	2	0	0	<i>Info</i>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótema de atractivos turísticos	0	0	0	<i>Info</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótema de sitio	0	0	0	<i>Info</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótema direccionamiento	0	0	0	<i>Info</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<i>Info</i>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<i>Info</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<i>Info</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<i>Info</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	1	0	0	<i>Info</i>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	<i>Info</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panels de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	<i>Info</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panels informativo de atractivos	0	0	0	<i>Info</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panels informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	<i>Info</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	<i>Info</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótema de sitio	0	0	0	<i>Info</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótema de direccionamiento	0	0	0	<i>Info</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	<i>Info</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de conciliación	0	0	0	<i>Info</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	<i>Info</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	<i>Info</i>							
Observaciones: <i>Info</i>								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0			
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>		2			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0			
Bodega de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Bodega de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0			
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input checked="" type="checkbox"/>		0			
Observaciones: <i>La persona entrevistada cuenta con el seguro de salud y el seguro social campesino.</i>								
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	Tipo	<i>Info</i>						
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>		UNIDAD POLICIAL COMUNITARIA DE JUMBURA						

c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>		d. Otra <input checked="" type="checkbox"/>	
		DESTACAMENTO MILITAR	
Observaciones: <i>De la seguridad del sistema la calidad de las Lagunas negras también se encarga el ministerio del Ambiente</i>			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input type="checkbox"/>	
Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>
Wifi <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>
Satélite <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>
Observaciones: <i>En la Cafetera Papagallo existe el servicio telefónico de CNT y operadora ríto. Teniendo en cuenta que la señal no es la adecuada</i>			
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	
De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones:			
7.6 Metemanejos (M) <input type="checkbox"/>			
Destinos <input type="checkbox"/>		Barras <input type="checkbox"/>	
Emplores volcánicas <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
Seguía <input type="checkbox"/>		Fundaciones <input type="checkbox"/>	
Aguajes <input type="checkbox"/>		Turismo <input type="checkbox"/>	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input checked="" type="checkbox"/>			
Institución que elaboró el documento:		Nombre del documento:	
Año de elaboración:		Año de elaboración:	
Observaciones: <i>Indio</i>			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES			
		SI <input type="checkbox"/>	
		NO <input checked="" type="checkbox"/>	
		SI <input type="checkbox"/>	
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turismo Terrestre? SI <input checked="" type="checkbox"/>			
NO <input type="checkbox"/>			
Año de elaboración: 2015			
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD)? SI <input type="checkbox"/>			
NO <input checked="" type="checkbox"/>			
Especifique:			
<i>Indio</i>			
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/>			
NO <input checked="" type="checkbox"/>			
Especifique:			
<i>Indio</i>			
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/>			
NO <input checked="" type="checkbox"/>			
Especifique:			
<i>Indio</i>			
Observaciones: <i>Indio</i>			
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)			
		SI <input checked="" type="checkbox"/>	
		NO <input type="checkbox"/>	
		SI <input type="checkbox"/>	
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>		b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	
c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>		d. Kayak de río <input type="checkbox"/>	
e. Surf <input type="checkbox"/>		f. Kite surf <input type="checkbox"/>	
g. Rafting <input type="checkbox"/>		h. Snorkel <input type="checkbox"/>	
i. Tubing <input type="checkbox"/>		j. Regata <input type="checkbox"/>	
k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>		l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>	
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>		n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	
o. Parascending <input type="checkbox"/>		p. Espejal acuático <input type="checkbox"/>	
q. Bateria flotante <input type="checkbox"/>		r. Boya <input type="checkbox"/>	
s. Pasa deportiva <input checked="" type="checkbox"/>		Otro <input type="checkbox"/>	
Observaciones: <i>Indio</i>			
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Alas Delfin <input type="checkbox"/>		b. Canopy <input type="checkbox"/>	
c. Parapente <input type="checkbox"/>		d. Otro <input type="checkbox"/>	
Observaciones: <i>Indio</i>			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>		b. Escalada <input type="checkbox"/>	
c. Senderismo <input checked="" type="checkbox"/>		d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>	
e. Canyoning <input type="checkbox"/>		f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	
g. Actividades Recreativas <input checked="" type="checkbox"/>		h. Cabalgata <input type="checkbox"/>	
i. Carrizosa <input checked="" type="checkbox"/>		j. Camping <input checked="" type="checkbox"/>	
k. Pesca <input checked="" type="checkbox"/>		l. Observación de flora y fauna <input checked="" type="checkbox"/>	
m. Observación de aves <input type="checkbox"/>		n. Otro <input type="checkbox"/>	
Observaciones: <i>Indio</i>			
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>			

9.2.4 Tangibles e Intangibles

a. Recorrido guiado b. Recorrido autoguiado c. Visita a talleres artísticos

d. Participación en talleres artísticos e. Visita a talleres artesanales f. Participación en talleres artesanales

g. Exposición fotográfica permanente, temporal y itinerante h. Exhibición de piezas, joyas, obras, etc., originales i. Actividades vivenciales y/o lúdicas

j. Presentaciones o representaciones en vivo k. Muestras audiovisuales l. Fotografía

m. Degustación de platos tradicionales n. Participación de las celebraciones o. Correo de artesanías

p. Constancia q. Medicina ancestral r. Otro *todo*

Observaciones: *todo*

10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI NO SI

10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)

¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI NO Especifique: *Oficina del Promotor Turístico del Cantón Esmeraldas*

¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turística cantonal? SI NO

Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL: <i>http://www.turismo.gov.ec/?page=30-224</i>	
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre: <i>Facebook</i>	<i>Negativa</i>
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre: <i>todo</i>	<i>Negativa</i>
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre: <i>todo</i>	<i>Negativa</i>
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre: <i>todo</i>	<i>Todo</i>
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre: <i>todo</i>	<i>Negativa</i>
g. Asistencia e foros turísticos <input type="checkbox"/>	Nombre: <i>todo</i>	<i>Negativa</i>
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre: <i>todo</i>	<i>Negativa</i>

Observaciones: *todo*

10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI NO Especifique:

Observaciones: *Los paquetes que están dentro del paquete nacional Vacas son promocionados a través del paquete de vacas que son promocionados por diversas agencias de viajes*

11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI NO SI

11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos

a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI NO Tipo: Digital Papel Años de registro: *2018*

b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI NO Frecuencia de los reportes: *Mensual*

c. Temporalidad de visita al atractivo

Alta (meses)	Específicas	Baja (meses)	Alta de visitantes
<input checked="" type="checkbox"/>	<i>MAYO JUNIO JULIO AGOSTO SEPTIEMBRE OCTUBRE NOVIEMBRE DICIEMBRE</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<i>500</i>
<input checked="" type="checkbox"/>	<i>ENERO FEBRERO MARZO ABRIL</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<i>200</i>

d. Llegada de turistas

SI	Turista nacional			Turista extranjero			
	Llegadas mensuales	Total anual		Llegadas mensuales	Total Anual		
	<i>MANABI</i>	<i>33</i>	<i>400</i>	<i>Países de origen</i>	<i>PERU</i>	<i>37</i>	<i>450</i>
	<i>LOJA</i>	<i>18</i>	<i>200</i>		<i>ESTADOS UNIDOS</i>	<i>37</i>	<i>450</i>
	<i>PANAMA CHIMBORAZO</i>	<i>31</i>	<i>400</i>		<i>ITALIA</i>	<i>25</i>	<i>300</i>

Observaciones: *todo*

11.2. Frecuencia de visita según informantes clave

Nombre del informante clave: *Juan Escobar* Contacto: *0922467597*

Demanda según días de visita Demanda según frecuencia de visita

Lunes a viernes Fines de semana 40 Días festivos 70 Permanente Estacional Sporádica Inexistente

Observaciones:

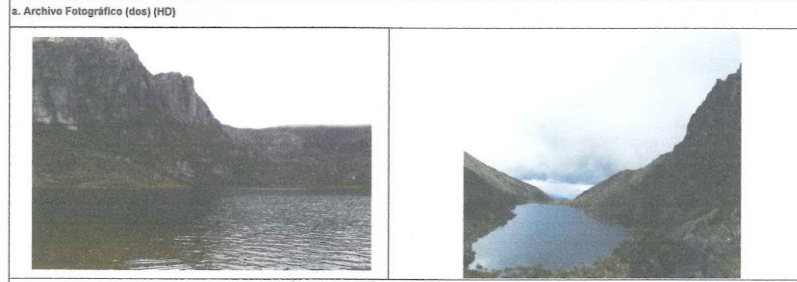
12. RECURSO HUMANO										SI	NO	SI/												
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input checked="" type="checkbox"/>					2	d. Número de personas especializadas en turismo					<input type="checkbox"/>	0												
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input checked="" type="checkbox"/>					f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input checked="" type="checkbox"/>					g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M) <input type="checkbox"/>														
Primaria		0	Secundaria		0	Primeros Auxilios		2	Hospitalidad		0	Inglés		0	Alemán		0							
Tercer Nivel		1	Cuarto Nivel		0	Atención al Cliente		2	Guianza		2	Francés		0	Italiano		0							
Otro <input type="text"/>					Sensibilización de discapacidades de <input type="text"/>					Otro <input type="text"/>					Chino <input type="text"/>					Otro <input type="text"/>				

Observaciones: Las personas que brindan el servicio de guianza están capacitadas en primeros auxilios y atención al cliente.

13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

Son grandes y profundas, están rodeadas de hermosos colinas y de fabulosos picachos. La primera laguna tiene un tamaño aproximado de 472 m de largo por 180 m de ancho y la segunda laguna posee una longitud de 304 m de largo y 254 m de ancho, misma que dentro de ella cuenta con un pequeño islote. Posee pequeñas olas producto del viento, se encuentra a unos 3400 msnm, tiene una longitud de unos 400 metros.

14. ANEXOS



Fuente: Trabajo de Campo

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: GOOGLE EARTH

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)					
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	Yessenia Maribel Lima Maza	Apellido y Nombre	Ing. Juan Jefferson Sánchez Ruiz	Apellido y Nombre	Ing. Juan Jefferson Sánchez Ruiz
Institución	Universidad Nacional de Loja	Institución	Universidad Nacional de Loja	Institución	Universidad Nacional de Loja
Cargo	Estudiante	Cargo	Director de Tesis	Cargo	Director de Tesis
Correo Electrónico	yessenia.lima@unl.edu.ec	Correo Electrónico	juan.j.sanchez@unl.edu.ec	Correo Electrónico	juan.j.sanchez@unl.edu.ec
Teléfono	0969561576	Teléfono	0988325803	Teléfono	0988325803
Firma		Firma		Firma	
Fecha	08/12/2018	Fecha	08/12/2018	Fecha	08/12/2018

MINTUR 2017

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Anexo 4: Planta Turística


Cuadro N° 51. Alojamiento de la Familia Glicerio Jiménez

FICHA DE INVENTARIO DE LA PLANTA TURISTICA			
Nombre:	Tipo:	Subtipo:	Categoría:
Glicerio Jiménez	Alojamiento Familiar	Alojamiento familiar	No esta categorizada
			
FUENTE: Trabajo de campo			
ELABORACIÓN: Yessenia Maribel Lima Maza.			
Provincia	Cantón	Parroquia	Sitio
Loja	Espíndola	Jimbura	Cabecera Parroquial
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO			
RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA		Hospedaje	
DIRECCIÓN		Calle. 24 de Abril y Cristóbal Padilla	
CONTACTO DE RESERVA		Cel. 0982662224 Telf. 3033085	
TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO			
PRECIO PROMEDIO		8 Dólares por pax	
N° De habitaciones	4 hab.	N° de plazas	15 Plazas
SERVICIOS E INSTALACIONES			
Baño compartido			
REALIZADO POR: Yessenia Maribel Lima Maza			
TUTOR: Ing. Juan Jefferson Sánchez Ruiz			
FECHA: 10/11/2018			

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Cuadro N° 52. Parador Turístico Bermejo

FICHA DE INVENTARIO DE LA PLANTA TURISTICA			
Nombre:	Tipo:	Subtipo:	Categoría:
Glicerio Jiménez	Alojamiento Familiar	Alojamiento familiar	No esta categorizada
			
FUENTE: Trabajo de campo			
ELABORACIÓN: Yessenia Maribel Lima Maza.			
Provincia	Cantón	Parroquia	Sitio
Loja	Espíndola	Jimbura	Cabecera Parroquial
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO			
RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA		Parador turístico Bermejo	
DIRECCIÓN		Vía a Zumba	
CONTACTO DE RESERVA		Cel. 0982662224 Telf. 3033085	
TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO			
PRECIO PROMEDIO		\$2,00 por acampar y \$10,00 un cuarto	
N° De habitaciones	2 Hab.	N° de plazas	15 Plazas
SERVICIOS E INSTALACIONES			
Alimentación			
Alojamiento			
Baño compartido			
REALIZADO POR: Yessenia Maribel Lima Maza			
TUTOR: Ing. Juan Jefferson Sánchez Ruiz			
FECHA: 10/11/2018			

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Cuadro N° 53. Restaurante de la Señora Diana Jiménez

FICHA DE INVENTARIO DE LA PLANTA TURISTICA			
Nombre:	Tipo:	Subtipo:	Categoría:
Diana Jiménez	Restaurante	Restaurante familiar	No esta categorizada



FUENTE: Trabajo de campo

ELABORACIÓN: Yessenia Maribel Lima Maza.

Provincia	Cantón	Parroquia	Sitio
Loja	Espíndola	Jimbura	Cabecera Parroquial
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO			
RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA		Diana Jiménez	
DIRECCIÓN		Calle. 24 de Abril	
CONTACTO DE RESERVA		Cel. 0985453965	
TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO			
PRECIO PROMEDIO		2.00 dólares por plato hasta los 2,50 dólares	
N° De mesas	2 mesas	Capacidad	10 pax
SERVICIOS E INSTALACIONES			
Baño compartido			
REALIZADO POR: Yessenia Maribel Lima Maza			
TUTOR: Ing. Juan Jefferson Sánchez Ruiz			
FECHA: 10/11/2018			

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Yessenia Lima

Cuadro N° 54. Restaurante de la Señora Olivia Jiménez

FICHA DE INVENTARIO DE LA PLANTA TURISTICA			
Nombre:	Tipo:	Subtipo:	Categoría:
Olivia Jiménez	Restaurante	Restaurante familiar	No esta categorizada
			
FUENTE: Trabajo de campo ELABORACIÓN: Yessenia Maribel Lima Maza.			
Provincia	Cantón	Parroquia	Sitio
Loja	Espíndola	Jimbura	Cabecera Parroquial
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO			
RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA		Olivia Jiménez	
DIRECCIÓN		Calle. 24 de Abril	
CONTACTO DE RESERVA			
TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO			
PRECIO PROMEDIO		1.50 dólares por plato hasta los 2,00 dólares	
N° De mesas	2 mesas	Capacidad	8 pax
SERVICIOS E INSTALACIONES			
Baño compartido			
REALIZADO POR: Yessenia Maribel Lima Maza			
TUTOR: Ing. Juan Jefferson Sánchez Ruiz			
FECHA: 10/11/2018			

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Cuadro N° 55. Restaurante de la Señora Fanny Abad.

FICHA DE INVENTARIO DE LA PLANTA TURISTICA			
Nombre:	Tipo:	Subtipo:	Categoría:
Fanny Abad	Restaurante	Restaurante familiar	No esta categorizada



FUENTE: Trabajo de campo

ELABORACIÓN: Yessenia Maribel Lima Maza.

Provincia	Cantón	Parroquia	Sitio
Loja	Espíndola	Jimbura	Cabecera Parroquial
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO			
RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA		Fanny Abad	
DIRECCIÓN		Calle. Cristóbal Padilla y 24 de Abril	
CONTACTO DE RESERVA		0939494606	
TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO			
PRECIO PROMEDIO		2.00 dólares por plato hasta los 3,00 dólares	
N° De mesas	5 mesas	Capacidad	20 pax
SERVICIOS E INSTALACIONES			
Baño compartido			
REALIZADO POR: Yessenia Maribel Lima Maza			
TUTOR: Ing. Juan Jefferson Sánchez Ruiz			
FECHA: 10/11/2018			

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Cuadro N° 56. Restaurante de la Señora Rosa Jiménez

FICHA DE INVENTARIO DE LA PLANTA TURISTICA			
Nombre:	Tipo:	Subtipo:	Categoría:
Rosa Jiménez	Restaurante	Restaurante familiar	No esta categorizada
			
FUENTE: Trabajo de campo			
ELABORACIÓN: Yessenia Maribel Lima Maza.			
Provincia	Cantón	Parroquia	Sitio
Loja	Espíndola	Jimbura	Cabecera Parroquial
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO			
RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA		Rosa Jiménez	
DIRECCIÓN		Vía Limón, calle Loja y Cristóbal Padilla	
CONTACTO DE RESERVA		0988068100	
TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO		20 años	
PRECIO PROMEDIO		2.00 dólares por plato y sopas a \$0,50	
N° De mesas	3 mesas	Capacidad	20 pax
SERVICIOS E INSTALACIONES			
Baño compartido			
REALIZADO POR: Yessenia Maribel Lima Maza			
TUTOR: Ing. Juan Jefferson Sánchez Ruiz			
FECHA: 10/11/2018			

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Cuadro N° 57. Restaurante del Señor Juan Antonio Medina

FICHA DE INVENTARIO DE LA PLANTA TURISTICA			
Nombre:	Tipo:	Subtipo:	Categoría:
Juan Antonio Medina Berru	Restaurante	Restaurante familiar	No esta categorizada
			
FUENTE: Trabajo de campo			
ELABORACIÓN: Yessenia Maribel Lima Maza.			
Provincia	Cantón	Parroquia	Sitio
Loja	Espíndola	Jimbura	Cabecera Parroquial
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO			
RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA		Juan Antonio Medina Berru	
DIRECCIÓN		Vía Zumba, frente al colegio Julio Ernesto Celi Román	
CONTACTO DE RESERVA		0997710045	
TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO			
PRECIO PROMEDIO		2.00 dólares por plato hasta los 3,00 dólares	
N° De mesas	3 mesas	Capacidad	20 pax
SERVICIOS E INSTALACIONES			
Baño compartido			
REALIZADO POR:			
Yessenia Maribel Lima Maza			
TUTOR:			
Ing. Juan Jefferson Sánchez Ruiz			
FECHA:			
10/11/2018			

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Cuadro N° 58. Restaurante de la Señora Gladys Calva

FICHA DE INVENTARIO DE LA PLANTA TURISTICA			
Nombre:	Tipo:	Subtipo:	Categoría:
Gladys Calva Tillaguango	Restaurante	Restaurante familiar	No esta categorizada
			
FUENTE: Trabajo de campo			
ELABORACIÓN: Yessenia Maribel Lima Maza.			
Provincia	Cantón	Parroquia	Sitio
Loja	Espíndola	Jimbura	Cabecera Parroquial
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO			
RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA		Gladys Calva Tillaguango	
DIRECCIÓN		Vía Limón, calle Loja y Cristóbal Padilla	
CONTACTO DE RESERVA			
TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO		10 años	
PRECIO PROMEDIO		2.00 dólares por plato y sopas a \$0,50	
N° De mesas	3 mesas	Capacidad	15 pax
SERVICIOS E INSTALACIONES			
Baño compartido			
REALIZADO POR: Yessenia Maribel Lima Maza			
TUTOR: Ing. Juan Jefferson Sánchez Ruiz			
FECHA: 10/11/2018			

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Cuadro N° 59. Restaurante de la Señora Balbina Alberca

FICHA DE INVENTARIO DE LA PLANTA TURISTICA			
Nombre:	Tipo:	Subtipo:	Categoría:
Balbina Alberca	Restaurante	Restaurante familiar	No esta categorizada
			
FUENTE: Trabajo de campo			
ELABORACIÓN: Yessenia Maribel Lima Maza.			
Provincia	Cantón	Parroquia	Sitio
Loja	Espíndola	Jimbura	Cabecera Parroquial
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO			
RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA		Balbina Alberca	
DIRECCIÓN		Calle 24 de abril, frente al parque	
CONTACTO DE RESERVA		0986073851	
TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO		5 años	
PRECIO PROMEDIO		2.25 dólares por plato y sopas a \$0,50	
N° De mesas	4 mesas	Capacidad	15 pax
SERVICIOS E INSTALACIONES			
Baño compartido			
REALIZADO POR: Yessenia Maribel Lima Maza			
TUTOR: Ing. Juan Jefferson Sánchez Ruiz			
FECHA: 10/11/2018			

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Cuadro N° 60. Restaurante del Señor Elvia Jiménez

FICHA DE INVENTARIO DE LA PLANTA TURISTICA			
Nombre:	Tipo:	Subtipo:	Categoría:
Elvia Jiménez	Restaurante	Restaurante familiar	No esta categorizada



FUENTE: Trabajo de campo

ELABORACIÓN: Yessenia Maribel Lima Maza.

Provincia	Cantón	Parroquia	Sitio
Loja	Espíndola	Jimbura	Cabecera Parroquial

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA		Elvia Jiménez	
DIRECCIÓN		Calle 24 de abril, Diagonal a la Iglesia Nuestra Señora del Carmen	
CONTACTO DE RESERVA		0969212004	
TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO		Reciente	
PRECIO PROMEDIO		2.25 dólares por plato y sopas a \$0,50	
N° De mesas	5 mesas	Capacidad	20 pax

SERVICIOS E INSTALACIONES

Baño compartido

REALIZADO POR: Yessenia Maribel Lima Maza

TUTOR: Ing. Juan Jefferson Sánchez Ruiz

FECHA: 10/11/2018

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Anexo 5: Oficio para La Validación de Información del Diagnostico

Turístico



ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

Loja 07 de Noviembre de 2018

Señor

Juan Pablo Gaona
PRESIDENTE DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
PARROQUIAL DE JIMBURA

De mis consideraciones:

En mi calidad de estudiante de la Carrera de Administración Turística, de la facultad Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja hago llegar a Usted, el atento y cordial saludo y los deseos de éxito, en las funciones que desempeña.

A la vez, hago oportuna la ocasión para solicitar, de manera comedida y respetuosa, mediante su persona se me colabore como intermediario con los presidentes barriales y autoridades, realizando la Invitación a todas las personas interesadas en el desarrollo turístico y a su vez social, económico y ambiental de la parroquia Jimbura a una sesión de trabajo el día 27 de Noviembre de 2018, a las 09h00 de la mañana, en el Salón Social del Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial de Jimbura, para socializar el proyecto **"FORTALECIMIENTO TURÍSTICO DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL, PARA LA PARROQUIA JIMBURA, CANTÓN ESPINDOLA, PROVINCIA DE LOJA"**.

Por la favorable atención que se digne dar a la presente, expreso a usted el testimonio de gratitud institucional y personal.

Atentamente,

Yessenia Maribel Lima Maza

Ci. 1106023920

Estudiante de la Carrera de Administración Turística - UNL

Ciudad Universitaria "Guillermo Falconi Espinosa" Casilla letra "S"
Teléfono: 2547 – 252 Ext. 101: 2547-200
yessenia.lima@unl.edu.ec



Anexo 6: Convocatoria para la Socialización del Diagnostico Turístico.



GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
PARROQUIAL RURAL DE JIMBURA
Jimbura-Espíndola-Loja-Ecuador
RUC: 1160023960001



CONVOCATORIA

Por medio del presente me permito convocar a Sesión Ordinaria que se realizará el día Martes 27 de noviembre del 2018 a partir de las 09h00 am, en el salón del Gobierno Parroquial con la finalidad de tratar el siguiente orden del día.

1. Constatación del Quórum Reglamentario;
2. Apertura de la Sesión por parte del Presidente;
3. Lectura del Orden del Día.
4. Lectura y aprobación del Acta Anterior;
5. Coordinar Fiestas de fin de Año.
6. Exposición del Diagnóstico sobre Fortalecimiento Turístico del PDOT que viene desarrollando la pasante Srta. Yessenia Maribel Lima.
7. Lectura de oficios enviados y recibidos;
8. Despacho de Oficios
9. Asuntos varios.
10. Clausura.

Seguro de contar con su presencia, desde ya le anticipo mis sinceros agradecimientos.

Atentamente,

Sr. Juan Pablo Gaona Merino
**PRESIDENTE DEL GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE JIMBURA**



Dirección: 24 de Abril- Casa Comunal
Correo electrónico: gadparroquialjimbura@hotmail.com
Teléfono: (07) 3033496



Anexo 7: Asistencia de la reunión participativa

SIOcialIZACION DEL PROYECTO

“FORTALECIMIENTO TURÍSTICO DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL PARA LA PARROQUIA JIMBURA, CANTÓN ESPINDOLA, PROVINCIA DE LOJA”.

Fecha: 27 de Noviembre de 2018

Lugar: Salón Social del Gad parroquial de Jimbura

REGISTRO DE ASISTENCIA

NOMBRES Y APELLIDOS	Nº CEDULA	CARGO O FUNCION	CORREO ELECTRONICO	Nº CELULAR	FIRMA
Jesús Pablo Caamaño	1103756514	Presidente del GAD	j.pablo@fje@hotmail.com	0981715519	
Glicina Cajas	110482325	Boccal GAD	gcajas@jimbura.gad.gov.ec	0982662224	
Jorge Basso	1105894334	Vocal GAD	jorgebasso@jimbura.gad.gov.ec	0939730811	
Cecilia Gaona	1104801681	Secretaria	ccecilia59@gmail.com	0969549604	
Francisco Abad	1103065870	Presidente Boccal Jorge		0993747838	
Moleno Jimenez	1408837024	Funcionaria Municipal	moleno517@hotmail.com	0981658007	
Bruno Caamaño Jimenez	1104277585	ASOPROPE	legano0204@hotmail.com	0993448919	
Diana Lorenza Jimenez Jimenez	1103855738	Propietario de la empresa de transporte		0985453965	
Maria Milva Jimenez Jimenez	11051025024	Estudiante		0965252156	
Jorge Jimenez	1757306160	Padre (Peruano)		0982521932	

Anexo 8: Socialización de la Validación del Diagnostico Turístico

Cuadro N° 61. Socialización del Primer Objetivo



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Anexo 9: Diapositivas para la validación del diagnóstico turístico

Cuadro N° 62. Validación del Diagnostico Turístico



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

“FORTALECIMIENTO TURÍSTICO DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL PARA LA PARROQUIA JIMBURA, CANTÓN ESPINDOLA, PROVINCIA DE LOJA”



Jimbura - Loja - Ecuador

PARROQUIA JIMBURA

DATOS GENERALES:









PRIMER OBJETIVO

- Oferta de servicios Turísticos: Alojamiento
- Alimentación, Esparcimiento, otros.
- Servicios
- Infraestructura de servicios básicos: Transporte y Accesibilidad, comunicaciones, sanidad, Energía
- Gobernanza
- Comunidad Receptora
- Demanda Turística
- Oferta Turística

Cuadro N° 1 Resumen de los Atractivos Inventariados de la Parroquia Yamana		
ATRACTIVO TURÍSTICO	CATEGORÍA	TIPO
Laguna Negra 1	Atractivos naturales	Ambientes Lacustres
Laguna negra 2	Atractivos naturales	Ambientes Lacustres
Laguna de los patos	Atractivos naturales	Ambientes Lacustres
Laguna Nátosa	Atractivos naturales	Ambientes Lacustres
Laguna Bermeja	Atractivos naturales	Ambientes Lacustres
Picachos	Atractivos naturales	Montaña
Puente Internacional	Manifestaciones culturales	Arquitectura
Fiestas de la Virgen del Carmen	Manifestaciones culturales	Acervo Cultural y popular
Fiestas de Parroquialización	Manifestaciones culturales	Acervo Cultural y popular
Iglesia Matriz de Jimbura	Manifestación cultural	Arquitectura

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Yessenia Lima

LAGUNA NEGRA 1







LAGUNA NEGRA 2







PICACHOS




Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

213

Anexo 10: Acta de reunión participativa sobre el Diagnóstico turístico.



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE LOJA

ADMINISTRACION TURISTICA
FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

Acta de reunión de presidentes y personal involucrado en la actividad turística.

Fecha: 27 de noviembre de 2018

Hora: 09h00 am

Lugar: Instalaciones del GAD Parroquial de Jimbura.

Siendo las 09h00 de la mañana del día martes 27 de noviembre del 2018 y en atención a la convocatoria hecha por el presidente del GAD Sr. Juan Pablo Gaona y la Srta. Yessenia Maribel Lima estudiante de la Universidad Nacional de Loja, se reunieron en las instalaciones del GAD la junta directiva de la misma, bajo la presencia de la Ingeniera Cecilia Gaona secretaria de GAD Parroquial de Jimbura.

Con el quorum reglamentario, la Tesista Yessenia Maribel Lima Maza dio inicio a la sesión extraordinaria siendo las 09h30 am, atendiendo la siguiente agenda:

1. Palabras de bienvenida
2. Análisis general del PDOT
3. Resultados del diagnóstico
4. Validación de la información del diagnóstico
5. Priorización de los atractivos turísticos
6. Análisis FODA
7. Agradecimiento

El presidente de la parroquia, Señor Juan Pablo Gaona, manifestó que en cuanto a la validación de información del diagnóstico, dentro de las personas que brindan el servicio de alojamiento no se ha tomado en cuenta a la organización ASOPROAFE ubicado en el barrio el Salado y el parador turístico del Señor Glicerio Jiménez, de igual manera manifestó que en cuanto al servicio de alimentación faltan 3 restaurantes que abren solo fines de semana como lo son el de la Señora Rosa Jiménez, Gladis Calva y Valdivia Alberca. Menciono que en cuanto al transporte se debe tomar en consideración a la cooperativa trans ciudad de zumba que realiza los recorridos los días miércoles, sábado y domingo, el señor presidente supo manifestar que la

Ciudad Universitaria "Guillermo Falconí Espinosa" Casilla letra "S"
Teléfono: 2547 – 252 Ext. 101: 2547-200
yessenia.lima@unl.edu.ec



parroquia está conformando una cooperativa que pertenece a la parroquia, ya que no cuentan con un medio de transporte propio. En cuanto a Gobernanza menciono a la tenencia política, Unidad educativa Julio Ernesto y al Subcentro de Salud, excluyendo al grupo de danza Raymi.

Se manifestó que en la parte de la administración se tiene asignado recursos para la señalética ya que a través de los presupuestos prorrogados de este año se ejecutara el proyecto de señalética y marketing dentro de la parroquia.

El Vocal de la Junta, Señor Glicerio Jiménez manifestó que su persona cuenta con un parador turístico donde se puede encontrar un lugar de esparcimiento, que presta el servicio de alojamiento, alimentación, y sobre todo un lugar donde se puede divertirse disfrutando de la naturaleza, dentro de la alimentación que brinda este parador, la trucha es uno de los platos muy apetecidos y de preferencia de las personas locales o nacionales.

El vocal Jorge Berru manifiesta que a las lagunas existe gran afluencia de personas del Perú con el fin de conocer este sitio, mencionando que ensucian el agua que es consumida por los habitantes de la comunidad, por lo que hay falta de control de las personas que cuidan el parque.

Los miembros de la junta en cuanto a la priorización de atractivos manifestaron que ellos creen conveniente que se fortalezcan los siguientes atractivos.

- Sistema lacustre Laguna Negra 1, 2 y picachos
- Laguna de los patos
- Laguna Bermeja
- Puente internacional
- Molinos de Piedra barrio el Salado
- Fiestas Moteras
- Fiestas de la Virgen del Carmen
- Fiestas de Parroquialización
- Iglesia Matriz

El Señor Néstor Gaona Vocal de la junta y presidente de la organización, Asociación de producción agropecuaria fe y esperanza del mañana (ASOPROAFE), manifiesta que están tratando de trabajar con el emprendimiento de lo que es el tema turismo comunitario, se está tratando de hacer arreglos, hasta el momento tienen disponibilidad para 10 personas, el sitio aún está en adecuación, como es el cambio de cubierta que por el invierno no se ha podido culminar, manifiesta que aún no tienen un costo pero más o menos tienen presupuestado que el costo sería de \$30 dólares por persona, incluido lo que es guianza, transporte desde Jimbura, alimentación y hospedaje. Otra idea adicional del tema de las lagunas, se quiere incluir en el paquete los molinos de piedra, la producción de almidón de achira o chuno, todo esto dentro de este mismo emprendimiento.

Con la conversación que se ha mantenido con las principales personas involucradas en la actividad turística se elaboró el análisis FODA y a su vez sus posibles estrategias para mejorar la actividad turista en la comunidad.

Finalmente se agradeció la presencia de cada uno de las personas que asistieron, para lo cual firmaron la hoja de registro en constancia de su participación.

Siendo las 11 horas se da por finalizada la reunión y para constancia de lo presentado firman:



Ing. Cecilia Gaona

Secretaria de la Junta Parroquial de
Jimbura



Srta. Yessenia Lima

Estudiante de la Universidad Nacional
de Loja

Anexo 11: Oficio para la Socialización de la Propuesta



**UNIVERSIDAD
NACIONAL DE LOJA**

ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

Loja 30 de Enero de 2019

Señor

**Juan Pablo Gaona
PRESIDENTE DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
PARROQUIAL DE JIMBURA**

De mis consideraciones:

En mi calidad de estudiante de la Carrera de Administración Turística, de la facultad Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja hago llegar a Usted, el atento y cordial saludo y los deseos de éxito, en las funciones que desempeña.

A la vez, hago oportuna la ocasión para solicitar, de manera comedida y respetuosa, mediante su persona se me colabore como intermediario con los miembros de la junta parroquial, realizando la invitación a todas las personas interesadas en el desarrollo turístico y a su vez social, económico y ambiental de la parroquia Jimbura a una sesión de trabajo el día 31 de Enero de 2019, a las 09h00 de la mañana, en el Salón Social del Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial de Jimbura, para socializar la **"PROPUESTA DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA JIMBURA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE UNA METODOLOGÍA PARTICIPATIVA."**

Por la favorable atención que se digne dar a la presente, expreso a usted el testimonio de gratitud institucional y personal.

Atentamente,

Yessenia Maribel Lima Maza

Ci. 1106023920

Estudiante de la Carrera de Administración Turística - UNL

Anexo 12: Convocatoria para la Socialización de la propuesta de desarrollo turístico.



GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
PARROQUIAL RURAL DE JIMBURA
Jimbura-Espíndola-Loja-Ecuador
RUC: 1160023960001



Jimbura, 29 de Enero de 2019

Sr.
Leoncio Ernesto Gaona
VOCAL DEL GAD PARROQUIAL DE JIMBURA
Presente.-

De mi consideración:

Reciba un cordial y atento saludo, deseándole los mejores éxitos en sus actividades diarias.

Por medio del presente me permito convocar a Sesión Ordinaria que se realizará el día Jueves 31 de Enero del 2019 a partir de las 09h00 am, en el salón del Gobierno Parroquial con la finalidad de tratar el siguiente orden del día.

1. Constatación del Quórum Reglamentario;
2. Apertura de la Sesión por parte del Presidente;
3. Lectura del Orden del Día.
4. Lectura y aprobación del Acta Anterior;
5. Exposición de la propuesta sobre fortalecimiento turístico del PDOT que viene desarrollando la Tesista Srta. Yessenia Maribel Lima.
6. Elaboración y aprobación de la resolución para incrementar la actividad en el RUC institucional para la compra de combustible.
7. Lectura de oficios enviados y recibidos;
8. Despacho de Oficios
9. Asuntos varios.
10. Clausura.

Seguro de contar con su presencia, desde ya le anticipo mis sinceros agradecimientos.

Atentamente,


Sr. Juan Pablo Gaona Merino
PRESIDENTE DEL GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE JIMBURA



Dirección: 24 de Abril- Casa Comunal
Correo electrónico: gadparroquial.jimbura@hotmail.com
Teléfono: (07) 3033096

Trabajamos por el desarrollo de nuestra gente

SOCIALIZACIÓN DE LA PROPUESTA DE DESARROLLO TURÍSTICO

“FORTALECIMIENTO TURÍSTICO DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL PARA LA PARROQUIA JIMBUURA, CANTÓN ESPINDOLA, PROVINCIA DE LOJA”.

Fecha: 31 de Enero de 2019

Lugar: Salón Social del Gad parroquial de Jimbura

REGISTRO DE ASISTENCIA

NOMBRES Y APELLIDOS	Nº CEDULA	CARGO O FUNCION	CORREO ELECTRONICO	Nº CELULAR	FIRMA
Asoc. Pueblo Gaona	1103756514	Presidente de	J. Pueblo 979@hotmail.com		
Guillermo Linares	11048711	Abogado		7702487335	
Yorge Borri	11038911377	Usual GADPDS	jorgeborri@pueblogaona.com		
José Jiménez	1103275861	Usual GADPDS	dogej@hclmail.com	0985793277	
Ernesto Gaona Jimenez	1104277585	Usual GADPDS	leguano.0204@hotmail.com	0993448519	
Cecilia Gaona	11048711	Secretaria	cecegaona@gmail.com	0969549604	

Anexo 14: Socialización de las Propuestas de Desarrollo Turístico

Cuadro N° 63. Socialización de las propuestas de desarrollo turístico.



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Anexo 15: Diapositivas para la Validación de las Propuestas de Desarrollo Turístico.

Cuadro N° 64. Validación de las propuestas de desarrollo turístico.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

“FORTALECIMIENTO TURÍSTICO DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL PARA LA PARROQUIA JIMBURA, CANTÓN ESPINDOLA, PROVINCIA DE LOJA”

AUTORA: YESSENIA MARIBEL LIMA MAZA

Jimbura - Loja - Ecuador



PARROQUIA JIMBURA

Elaborar una propuesta de Desarrollo Turístico para la parroquia Jimbura mediante la aplicación de una metodología participativa.

Es siguiente objetivo se determinará a través de la metodología participativa que permitirá realizar la selección de la propuesta para poder determinar de acuerdo a las especificaciones que se consideran.



Propuestas para la Parroquia Jimbura

OBJETIVO ESTRATEGICO	ATRIBUTOS NATURALES Y MANIFESTACIONES CULTURALES	PROPUESTA	VENTAJAS	DESVENTAJAS
DISEÑAR UN PRODUCTO TURISTICO	ATRATIVOS NATURALES	SENDEROS INTERPRETATIVOS	- Comités locales de diversas ligas - Guía Local - Integración de todos los atractivos naturales - Profesional en guianza - Concentración al cobrado de los recursos naturales - Crear espacios de concientización en los espacios naturales	- Estudio técnico del Plan - Mantenimiento de señalética turística.
		SISTEMA DE CABAÑAS	- Lugar de descanso - Seguridad en el sitio - Atracción de mayor número de turistas - Impacto económico	- Costo elevado
	MANIFESTACIONES CULTURALES	CICLO RUTAS	- Permite la promoción y difusión - Empresa pública financiera - Permite la integración de la comunidad - Posibilita espacios de salud y de recreación	- Estacionalidad - Condición y estado físico - Efecto
DISEÑAR UN PRODUCTO TURISTICO	MANIFESTACIONES CULTURALES	FESTIVAL BINACIONAL DE DANZAS CON EL PERU	- Alianza con otras instituciones - Promoción en redes del Perú - Promover las tradiciones y costumbres de la comunidad - Concientizar la identidad y el orgullo del patrimonio de cultura.	- Financiamiento alto
		ENCUENTRO CULTURAL DEPORTIVO	- Integración de comunidades - Fortalecimiento de la cultura - Mayor número de visitantes.	- Sobre población

SENDEROS INTERPRETATIVOS

CABAÑAS




CICLO RUTA

FESTIVAL BINACIONAL DE DANZAS CON EL PERU

ENCUENTRO CULTURAL DEPORTIVO





CAPACITACIÓN SOBRE INNOVACIÓN TURÍSTICA

OBJETIVO ESTRATEGICO	PROPUESTA	VENTAJAS	DESVENTAJAS
PLAN DE CAPACITACION	CAPACITACIÓN SOBRE INNOVACIÓN TURÍSTICA	- Alianzas estratégicas con el Mientur - Mostrar a la gente a desarrollar pequeños emprendimientos en el sector turístico - La comunidad se vincula para las capacitaciones - Capacitar a los habitantes en la actividad turística. - Concientizar a la comunidad del valor de sus recursos turísticos	- Disponibilidad de tiempo de los participantes
	CHARLAS MOTIVACIONALES	- Se desarrollaran de forma presencial - Práctica de conocimientos	- Disponibilidad de tiempo de los participantes - Buen líder motivacional

CHARLAS MOTIVACIONALES



OBJETIVO ESTRATEGICO	PROPUESTA	VENTAJAS	DESVENTAJAS
PROMOCION Y DIFUSION DE LA PARROQUIA	PROMOCION EN MEDIOS	- Personal de comunicación - Material promocional	- Costos altos - Disponibilidad de espacios
	FERIAS EXTERNAS	- Tiene mayor cobertura - Mayor número de turistas - Se puede crear alianzas estratégicas - Difundir los atractivos turísticos y manifestaciones culturales de la Parroquia - Incrementar la demanda turística de la Parroquia.	- Personal limitado - Costos

PROMOCION EN MEDIOS

FERIAS EXTERNAS

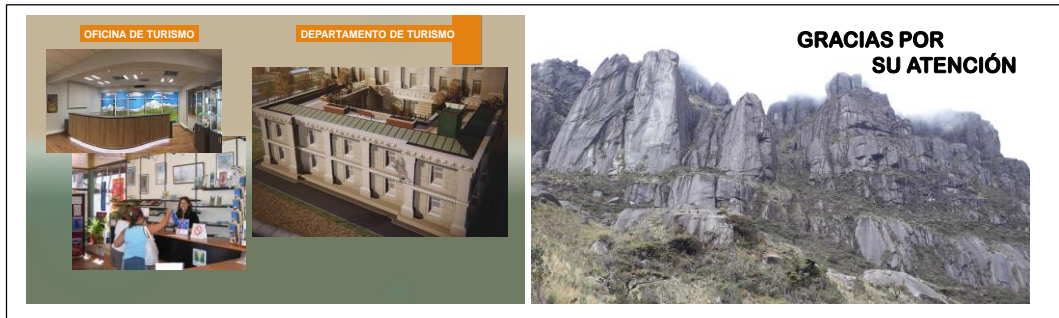



MARCA TURÍSTICA

SOUVENIRS




OBJETIVO ESTRATEGICO	PROPUESTA	VENTAJAS	DESVENTAJAS
INSTITUCION REGULADORA DE TURISMO	OFICINA DE TURISMO	- Espacio independiente - Se deberá realizar las debidas educaciones - Solo para brindar información turística - Un profesional en turismo	- Solo información - Es independiente
	DEPARTAMENTO DE TURISMO	- Fomentar el desarrollo de la actividad turística - Normativa - Fortalece el turismo local - Se encargara de la planificación y gestión turística (Proyectos) - Personal capacitado	- Financiamiento turístico



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Anexo 16. Acta de Reunión Participativa de las Propuestas de desarrollo turístico.



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE LOJA

ADMINISTRACION TURISTICA
FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

Acta de reunión de los miembros de la junta parroquial y presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Jimbura

Fecha: 31 de enero de 2019

Hora: 09h00 am

Lugar: Instalaciones del GAD Parroquial de Jimbura.

Siendo las 09h00 de la mañana del día jueves 01 de enero del 2019 y en atención a la convocatoria hecha por el presidente del GAD Sr. Juan Pablo Gaona y la Srta. Yessenia Maribel Lima estudiante de la Universidad Nacional de Loja, se reunieron en las instalaciones del GAD la junta directiva de la misma, bajo la presencia de la Ingeniera Cecilia Gaona secretaria de GAD Parroquial de Jimbura.

Con el quorum reglamentario, la Tesista Yessenia Maribel Lima Maza dio inicio a la sesión extraordinaria siendo las 09h30 am, atendiendo la siguiente agenda:

1. Palabras de bienvenida
2. Presentación de las propuestas de desarrollo turístico
3. Selección de estrategias a aplicar.
4. Agradecimiento

En la presente reunión se dio a conocer los cuatros objetivos estratégicos para los cuales se presentó propuestas a ser desarrollar en el tercer objetivo, dentro del primer objetivo "Diseñar un producto turístico" se consideró la propuesta de senderos interpretativos, sistema de cabañas para los atractivos naturales, por otro lado se propuso ciclo rutas, festival binacional de danzas con el Perú Y un encuentro cultural deportivo dentro de las manifestaciones culturales.

El señor Ernesto Gaona manifestó que el ministerio del ambiente está elaborando un plan de manejo turístico del Parque Nacional Yacurí, donde dentro de ello existe la propuesta de senderos interpretativos, lo cual es sumamente importante y necesario dentro de esta área, por otro lado en el tema de cabañas, el ministerio del ambiente considera que no debe realizarse cerca de las lagunas ya que se quiere mantener el habitat natural de cómo



está el sitio. Menciono que la construcción de cabañas se tiene previsto hacerlo cerca de refugio por lo que el clima es más tranquilo. Por otro lado se tiene pensado que cerca de las lagunas se piensa adecuar el sitio para camping. También recalco que lo primordial y por tema de señalética lo primero en incrementar sería el tema de senderos interpretativos.

En cuanto a las manifestaciones culturales el presidente de la junta parroquial Señor Juan Pablo Gaona menciona que las tres propuestas son importantes, pero que la actividad de más inclusión e integración es el encuentro cultural deportivo. También mencionó que para la propuesta de la ciclo ruta, sería dificultoso ya que esto abarcaría un alto financiamiento.

El señor Ernesto Gaona Miembro de la Junta Parroquial menciona que dentro de las manifestaciones culturales una propuesta importante es la ciclo ruta y festival de danzas, por otro lado recalco que la inversión para esta propuesta es elevada, ya que las bicicletas deben ser propias para este terreno donde se llevarían a cabo. En el tema de festival binacional de danzas menciona que sería muy importante llevarlas a cabo ya que hay que tratar de dar al turista otra alternativa, menciona que es importante que Jimbura se encuentre en línea de frontera, menciona que el tema del festival binacional de danzas debe ser aprovechado por la cercanía que tienen con los atractivos turísticos de Ayabaca, como lo son las ruinas de Aypate y los petroglifos de Samanga, ya que hay que explotarlo desde Jimbura, ya que los Peruanos son los principales en explotar los recursos turísticos de Jimbura, es por eso que lo más importante es el festival binacional de danzas, el Señor Ernesto Manifiesta que en el tema deportivo es importante pero ya llegaría a ser más local, y en cambio en tema del festival de danzas se enfocara más al tema cultural de cada pueblo, los miembros de la junta parroquial mencionaron que sería indispensable que se realice la propuesta de cabalgatas ya que la parroquia cuenta con toda la predisposición para ejecutar esta actividad.

El Señor José Jiménez menciona, que las vías de acceso a Jimbura no se prestan para realizar ciclo rutas y que sería mejor las cabalgatas, donde los miembros mencionan que en tema de cabalgatas los propios habitantes de la parroquia serían los que alquilen los caballos para esta actividad.



En cuanto al segundo objetivo estratégico **"Plan de capacitación"** Se les propuso el tema de capacitación sobre innovación turística y charlas motivacionales. Los miembros de la junta parroquial manifiestan que se haga un plan de capacitación de innovación turística donde se incluya la charlas motivacionales.

Con respecto al tercer objetivo **"Promoción y difusión de la Parroquia"** se consideró la promoción en medios y ferias externas, donde el presidente de la junta parroquial menciona que hace un tiempo atrás se lo había realizado en la feria de Loja con los de Plan Binacional, menciona que hace falta muchas capacitaciones para la preparación de los productos que fueron expuestos en dicha feria, los miembros de la junta parroquial manifiestan que en la feria de Loja sería bueno realizar esta actividad de promoción ya que es el sitio más cercano donde les convendría realizarla y poder salir a promocionar lo que se hace en la parroquia Jimbura.

En cuanto al cuarto objetivo estratégico **"Gestión de la planificación turística (Aplicación de la normativa de descentralización turística en la parroquia Jimbura)"**, se realizó la propuesta de un centro de información turística o Departamento de turismo, el presidente de la Junta Juan Pablo Gaona manifestó que la oficina de turismo sería alcanzable ya que dentro de un proyecto para la construcción de un edificio se consideró un espacio para realizar esta oficina, por lo que los miembros de la junta parroquial acordaron la propuesta del centro de información turística ya que más importante en la junta es el tema informativo y tener contacto con operadoras, agencias de viajes y diferentes gobiernos que cuentan ya con oficinas de turismo.

Con la conversación que se mantuvo con las principales personas involucradas en la actividad turística se acordó que las estrategias para el fortalecimiento turístico de la parroquia son las siguientes:

1. Senderos interpretativos
2. Cabalgatas
3. Festival binacional de danzas con el Perú
4. Capacitación sobre innovación turística



5. Ferias externas
6. Centro de información turística

Finalmente se agradeció la presencia de cada uno de las personas que asistieron, para lo cual firmaron la hoja de registro en constancia de su participación.

Siendo las 11:30 horas se da por finalizada la reunión y para constancia de lo presentado firman:

Ing. Cecilia Gaona

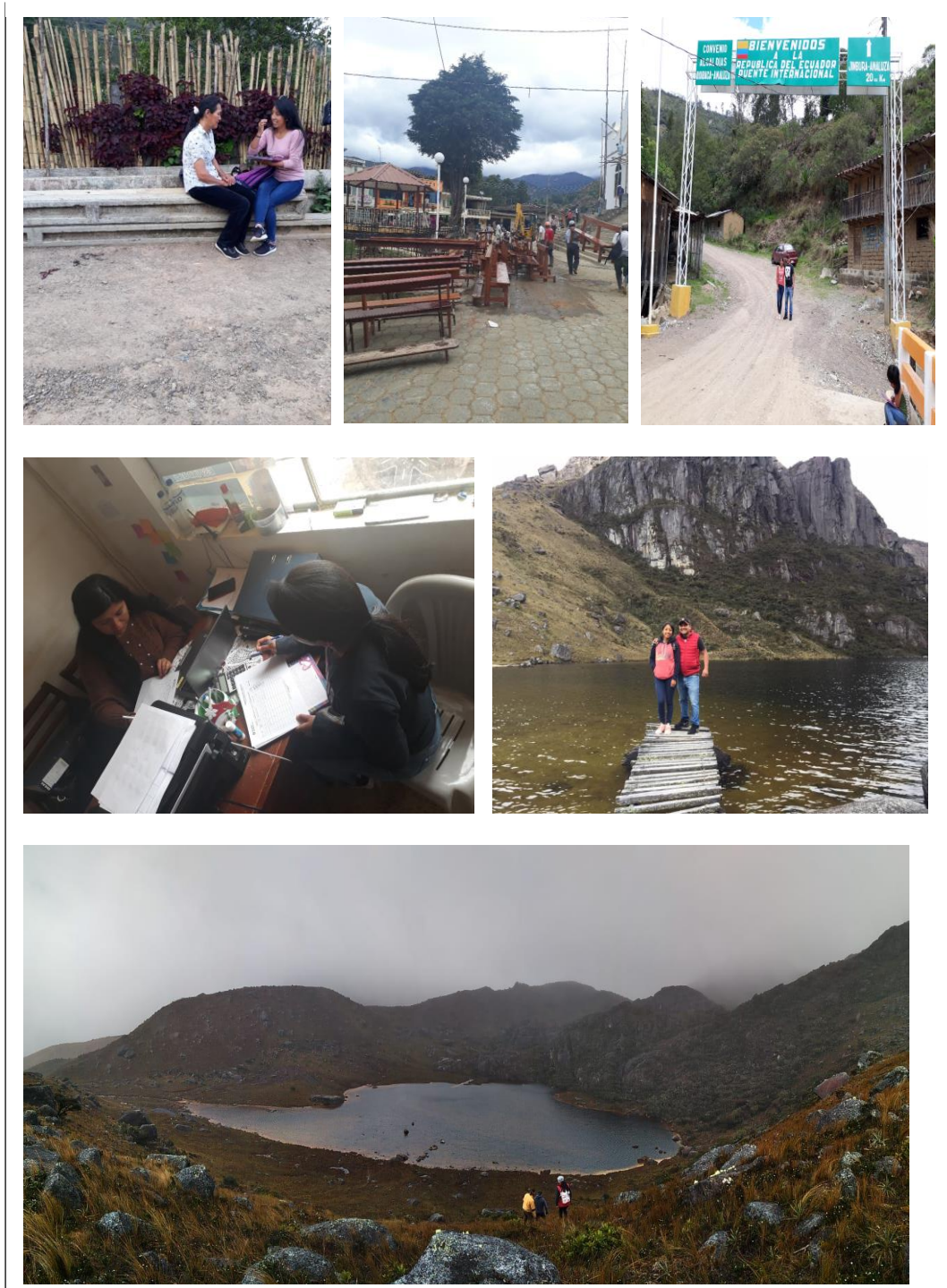
Secretaria de la Junta Parroquial de
Jimbura

Srta. Yessenia Lima

Estudiante de la Universidad Nacional
de Loja

Anexo 17. Trabajo de Campo

Cuadro N° 65. Trabajo de campo



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Yessenia Maribel Lima Maza

Anexo 18. Hoja de Ruta

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL DE JIMBURA							
Nº	Fecha	Hora de entrada	Hora de salida	Nombre del Estudiante	Tareas Realizadas	Firma Responsable	Observación
1	19-10-2018	08:00	15:00	Yessenia Macibel Lima M.	Entrevistas en el GAD de Jimbura		
2	20-10-2018	08:00	16:00	Yessenia Macibel Lima M.	Diagnostico Turistico de Casla Ricaute		
3	31-10-2018	10:00	13:00	Yessenia Macibel Lima M.	Diagnostico Turistico de Casla Ricaute.		
4	01-11-2018	10:00	17:00	Yessenia Macibel Lima M.	Fondeo de atractivos		
5	02-11-2018	09:00	17:00	Yessenia Macibel Lima M.	Fondeo de atractivos		
6	09-11-2018	10:00	15:00	Yessenia Macibel Lima M.	Trabajo de campo		
7	22-11-2018	10:00	17:00	Yessenia Macibel Lima M.	Matez participativa.		
8	27-11-2018	09:00	15:00	Yessenia Macibel Lima M.	Metodologia participativa.		
9	07-12-2018	10:00	16:00	Yessenia Macibel Lima M.	Fichas del Minlor		
10	08-12-2018	08:00	17:00	Yessenia Macibel Lima M.	Fichas del Minlor		
11	23-12-2018	08:00	17:00	Yessenia Macibel Lima M.	Fichas del Minlor		
12	24-12-2018	09:00	17:00	Yessenia Macibel Lima M.	Levantamiento de informacion		

Ciudad Universitaria "Guillermo Falconi Espinoza" Casilla 1ebra "S"
Teléfono: 2547 - 252 Ext. 101; 2547-200 Carrera de Turismo 2545187
Yessenia.lima@uni.edu.ec
Cel. 0969551576

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL DE JIMBURA

Nº	Fecha	Hora de entrada	Hora de salida	Nombre del Estudiante	Tareas Realizadas	Firma Responsable	Observación
13	29-08-2018	07h00	16h00	Yessenia Maizabel Lima	Levantamiento de información		
14	10-01-2019	10h00	16h00	Yessenia Maizabel Lima M.	Levantamiento de información		
15	11-01-2019	09h00	15h00	Yessenia Maizabel Lima M.	Desarrollo de la propuesta		
16	18-01-2019	09h00	17h00	Yessenia Maizabel Lima M.	Desarrollo de la propuesta		
17	16-01-2019	09h00	17h00	Yessenia Maizabel Lima M.	Desarrollo de la propuesta		
18	19-01-2019	10h00	15h00	Yessenia Maizabel Lima M.	Desarrollo de la propuesta		
19	24-01-2019	10h00	15h00	Yessenia Maizabel Lima M.	Preparativos del Objetivo		
20	25-01-2019	10h00	15h00	Yessenia Maizabel Lima M.	Preparativos del Objetivo		
21	31-01-2019	08h00	16h00	Yessenia Maizabel Lima M.	socialización de las propuestas de desarrollo turístico		

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARATULA-----	i
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS -----	ii
AUTORÍA -----	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS -----	iv
DEDICATORIA -----	v
AGRADECIMIENTO -----	vi
1. TÍTULO-----	1
2. RESUMEN -----	2
ABSTRACT-----	4
3. INTRODUCCIÓN-----	6
4. REVISIÓN LITERARIA -----	9
4.1.MARCO CONCEPTUAL-----	9
4.1.1. NORMATIVA LEGAL DE LOS PLANES DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL (PDYOT)-----	9
4.1.2. LA PLANIFICACIÓN -----	16
4.1.3. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO -----	43
4.2.MARCO REFERENCIAL -----	56
4.2.1. PROVINCIA DE LOJA-----	56
4.2.2. CANTÓN ESPÍNDOLA-----	57
4.2.3. PARROQUIA JIMBURA -----	59

5. MATERIALES Y METODOS	67
6. RESULTADOS	73
6.1. DIAGNÓSTICO DEL COMPONENTE TURÍSTICO DE LA PARROQUIA JIMBURA CANTÓN ESPÍNDOLA, PROVINCIA DE LOJA	73
6.1.1. RESULTADOS DE APLICACIÓN DE LA MATRIZ DE CARLA RICAURTE QUIJANO	73
6.1.2. VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN LEVANTADA MEDIANTE METODOLOGÍA PARTICIPATIVA.....	87
6.1.3. FICHAS DE RESUMEN DE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA JIMBURA.....	91
6.1.4. ANÁLISIS DE FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS FODA	110
6.2. PROPUESTA DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA JIMBURA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE UNA METODOLOGÍA PARTICIPATIVA.	113
6.2.1. DISEÑO DE LA PROPUESTA	114
6.2.2. VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA MEDIANTE METODOLOGÍA PARTICIPATIVA (CON LA COMUNIDAD Y AUTORIDADES).	119
6.3. ESTRATEGIAS PARA LA APLICACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA JIMBURA.	120
6.3.2. ESTRATEGIAS	121
7. DISCUSIÓN.....	140

8. CONCLUSIONES -----	143
9. RECOMENDACIONES -----	145
10. BIBIOGRAFIA -----	147
11. ANEXOS-----	157
ANEXO 1. ANTEPROYECTO DE TESIS -----	157
ANEXO 2: MANUAL DE DIAGNÓSTICO TURÍSTICO LOCAL DE CARLA RICAURTE -----	181
ANEXO 3: FICHAS PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS -----	191
ANEXO 4: PLANTA TURÍSTICA -----	199
ANEXO 5: OFICIO PARA LA VALIDACIÓN DE INFORMACIÓN DEL DIAGNOSTICO TURÍSTICO -----	209
ANEXO 6: CONVOCATORIA PARA LA SOCIALIZACIÓN DEL DIAGNOSTICO TURÍSTICO.-----	210
ANEXO 7: ASISTENCIA DE LA REUNIÓN PARTICIPATIVA -----	211
ANEXO 8: SOCIALIZACIÓN DE LA VALIDACIÓN DEL DIAGNOSTICO TURÍSTICO-----	212
ANEXO 9: DIAPOSITIVAS PARA LA VALIDACIÓN DEL DIAGNÓSTICO TURÍSTICO-----	213
ANEXO 10: ACTA DE REUNIÓN PARTICIPATIVA SOBRE EL DIAGNOSTICO TURÍSTICO.-----	214
ANEXO 11: OFICIO PARA LA SOCIALIZACIÓN DE LA PROPUESTA	217

ANEXO 12: CONVOCATORIA PARA LA SOCIALIZACIÓN DE LA PROPUESTA DE DESARROLLO TURÍSTICO.....	218
ANEXO 13: ASISTENCIA A LA REUNIÓN PARTICIPATIVA.....	219
ANEXO 14: SOCIALIZACIÓN DE LAS PROPUESTAS DE DESARROLLO TURÍSTICO.....	220
ANEXO 15: DIAPOSITIVAS PARA LA VALIDACIÓN DE LAS PROPUESTAS DE DESARROLLO TURÍSTICO.....	221
ANEXO 16. ACTA DE REUNIÓN PARTICIPATIVA DE LAS PROPUESTAS DE DESARROLLO TURÍSTICO.....	223
ANEXO 17. TRABAJO DE CAMPO	227
ANEXO 18. HOJA DE RUTA	228
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	230

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo Territorial de Cuenca. -----	19
Figura 2. Estrategias de crecimiento a nivel corporativo -----	29
Figura 3. Estrategias defensivas-----	30
Figura 4. Etapas de la planificación-----	32
Figura 5. Factores del marketing -----	35
Figura 6. Estrategias de confianza y liderazgo -----	39
Figura 7. Niveles de Calidad-----	40
Figura 8. Infraestructura Turística -----	46
Figura 9. Metodología de inventario de atractivos turísticos MINTUR-----	55
Figura 10 . Mapa de la Provincia de Loja -----	56
Figura 11. Mapa base del Cantón Espíndola-----	57
Figura 12. Mapa base de la parroquia Jimbura. -----	61
Figura 13. Río de Espíndola-sector Carrizo -----	64
Figura 14. Laguna Negra -----	92
Figura 15. Laguna Bermeja -----	94
Figura 16. Laguna de los Patos-----	96
Figura 17. Molinos de Piedra -----	98
Figura 18. Puente Internacional-----	100
Figura 19. Fiestas Virgen del Carmen-----	102
Figura 20. Fiestas de parroquializacion-----	104
Figura 21. Fiestas Moteras -----	106
Figura 22. Iglesia Nuestra Señora del Carmen -----	108

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1. Estrategias de integración.....	25
Cuadro N° 2. Directrices de las estrategias intensivas	27
Cuadro N° 3. Producto Turístico	51
Cuadro N° 4. Pasos de Análisis FODA	53
Cuadro N° 5. Límites de la Parroquia Jimbura.....	61
Cuadro N° 6. Barrios y Familias de la Parroquia Jimbura.....	62
Cuadro N° 7. Tipos de Climas de Parroquia Jimbura	63
Cuadro N° 8. Unidades Geomorfológicas de la Parroquia Jimbura	64
Cuadro N° 9. Población demandante efectiva de la Parroquia Jimbura ..	73
Cuadro N° 10. Proyección de población demandante de la Parroquia Jimbura	74
Cuadro N° 11. Establecimiento de Alojamiento	75
Cuadro N° 12. Establecimientos de alimentación	76
Cuadro N° 13. Distancia y tiempo desde diferentes cantones a la parroquia Jimbura	78
Cuadro N° 14. Transporte Público Terrestre.....	79
Cuadro N° 15 Procedencia principal del agua	79
Cuadro N° 16. Viviendas conectadas a red pública de alcantarillado de la parroquia Jimbura.....	80
Cuadro N° 17. Recolección de basura de la parroquia Jimbura	81
Cuadro N° 18. Establecimientos de salud de la Parroquia Jimbura.....	81
Cuadro N° 19. Energía.....	82
Cuadro N° 20 Autoridades de la Parroquia Jimbura	82

Cuadro N° 21. Organizaciones de la Parroquia Jimbura	83
Cuadro N° 22. Instituciones de las que recibe o ha recibido apoyo la parroquia para su desarrollo.	83
Cuadro N° 23. Actividades económicas de la parroquia Jimbura	84
Cuadro N° 24. Diagnóstico de los barrios de la Parroquia Jimbura	86
Cuadro N° 25. Priorización de atractivos turísticos naturales de la Parroquia Jimbura.....	88
Cuadro N° 26 Manifestaciones Culturales	89
Cuadro N° 27. Matriz FODA	90
Cuadro N° 28. Sistema Lacustre Laguna Negra.....	92
Cuadro N° 29. Laguna Bermeja	94
Cuadro N° 30. Laguna de los Patos.....	96
Cuadro N° 31. Molino de Piedra	98
Cuadro N° 32. Puente Internacional	100
Cuadro N° 33. Fiestas en Honor a la Virgen del Carmen	102
Cuadro N° 34. Fiestas de Parroquialización	104
Cuadro N° 35. Fiestas Moteras.....	106
Cuadro N° 36. Iglesia Nuestra Señora del Carmen	108
Cuadro N° 37. FODA estratégico.....	110
Cuadro N° 38. Diseño de Producto Turístico	115
Cuadro N° 39. Plan de Capacitación	116
Cuadro N° 40. Promoción y Difusión de la parroquia.....	117
Cuadro N° 41. Institución Reguladora de turismo	118

Cuadro N° 42. Validación de la propuesta de los objetivos estratégicos.	119
Cuadro N° 43. Senderos interpretativos	121
Cuadro N° 44. Cabalgata	124
Cuadro N° 45. Festival binacional de danzas con el Perú	127
Cuadro N° 46. Capacitación sobre innovación turística	130
Cuadro N° 47. Ferias Externas	133
Cuadro N° 48. Centro de Información Turística	137
Cuadro N° 49. Manual de diagnóstico turístico local de Carla Ricaurte.	181
Cuadro N° 50. Laguna Negra	191
Cuadro N° 51. Alojamiento de la Familia Glicerio Jiménez.....	199
Cuadro N° 52. Parador Turístico Bermejo	200
Cuadro N° 53. Restaurante de la Señora Diana Jiménez.....	201
Cuadro N° 54. Restaurante de la Señora Olivia Jiménez	202
Cuadro N° 55. Restaurante de la Señora Fanny Abad.	203
Cuadro N° 56. Restaurante de la Señora Rosa Jiménez.....	204
Cuadro N° 57. Restaurante del Señor Juan Antonio Medina.....	205
Cuadro N° 58. Restaurante de la Señora Gladys Calva	206
Cuadro N° 59. Restaurante de la Señora Balbina Alberca	207
Cuadro N° 60. Restaurante del Señor Elvia Jiménez	208
Cuadro N° 61. Socialización del Primer Objetivo	212
Cuadro N° 62. Validación del Diagnostico Turístico.....	213
Cuadro N° 63. Socialización de las propuestas de desarrollo turístico. .	220
Cuadro N° 64. Validación de las propuestas de desarrollo turístico.	221

Cuadro N° 65. Trabajo de campo 227