



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

TÍTULO:

"FORTALECIMIENTO TURISTICO SOSTENIBLE DEL  
PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO  
TERRITORIAL PARA LA PARROQUIA QUILANGA,  
CANTÓN QUILANGA, PROVINCIA DE LOJA"

TESIS PREVIO A LA OBTENCION  
DEL GRADO DE INGENIERO EN  
ADMINISTRACION TURISTICA

AUTOR:

Oscar Efren Cabrera Ojeda

DIRECTOR DE TESIS:

Ing. David Vladimír Cartuche Paqui Mg. Sc.

Loja – Ecuador

2019

## CERTIFICADO

Ingeniero.

David Vladimir Cartuche Paqui Mg. Sc.

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

### CERTIFICA:

Que el presente trabajo de tesis titulado **“FORTALECIMIENTO TURISTICO SOSTENIBLE DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL PARA LA PARROQUIA QUILANGA, CANTÓN QUILANGA, PROVINCIA DE LOJA”** de la autoría del Señor. **Oscar Efren Cabrera Ojeda**, se ha realizado bajo mi dirección, en forma prolija, tanto en su forma como en su contenido, de conformidad con los requerimientos institucionales y luego de haber sido revisado, autorizando su presentación ante el tribunal respectivo previo a optar por el grado de Ingeniero en Administración Turística.

Loja, 16 de Mayo de 2019



Ing. David Vladimir Cartuche Paqui Mg. Sc.  
**DIRECTOR DE TESIS**

## AUTORÍA

Yo, **Oscar Efren Cabrera Ojeda**, declaro ser el autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

**Firma:**



**Autor:** Oscar Efren Cabrera Ojeda

**Cédula:** 1104785611

**Fecha:** Loja, julio 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, **Oscar Efren Cabrera Ojeda**, declaro ser el autor de la tesis titulada: **“FORTALECIMIENTO TURÍSTICO SOSTENIBLE DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL PARA LA PARROQUIA QUILANGA, CANTÓN QUILANGA, PROVINCIA DE LOJA”**, como requisito para obtener el grado de: Ingeniero 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, 01 días del mes de julio de dos mil diecinueve. Firma el autor

Firma: 

**Autor:** Oscar Efren Cabrera Ojeda

**Cedula:** 1104785611

**Dirección:** Loja, Calle los ahorcados y Ramón Pinto

**Correo electrónico:** oscarcabrera-1988@hotmail.com

**Teléfono:** 0980762633

**DATOS COMPLEMENTARIOS:**

**DIRECTOR DE TESIS:** Ing. David Vladimir Cartuche Paqui Mg. Sc.

**MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO:**

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL:** Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene Mg. Sc.

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL:** Ing. Jhohana Larrea Silva Mg. Sc.

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL:** Ing. Alex Quito Ramón Mg. Sc.

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación va dedicado a Dios, por haberme guiado en todo este tiempo y especialmente a mis padres Francelina Ojeda y Manuel Cabrera, quienes han sido el pilar fundamental a lo largo de mi vida, quienes han velado por mi bienestar y educación siendo mí apoyo en todo momento, ya que, gracias a sus sabios consejos y su apoyo incondicional, me he sentido seguro para seguir adelante en mi superación profesional, lo cual me ha servido para culminar mis estudios superiores.

A mi hija Angeline Doménica, quien me motiva para seguir adelante en mis estudios para poderle brindar un mejor futuro. A mis hermanos por ser los mejores por brindarme todo su cariño y apoyo incondicional. Y a todos mis familiares y amigos que estuvieron a mi lado en todo este tiempo de mi proceso de formación apoyándome desinteresadamente, pero en especial a mi hija y mis padres, mil gracias por todo su apoyo.

**Oscar Efren Cabrera Ojeda**

## **AGRADECIMIENTO**

Mi más profundo y sincero agradecimiento en primer lugar a Dios por ser el guía especial en mi vida por haberme dado inteligencia, valor y fortaleza para terminar con mis estudios; en segundo lugar a mis padres, familia y a todas aquellas personas que con su ayuda han colaborado en la realización del presente trabajo, en especial a la Ing. Jhohana Larrea docente de titulación y al Ing. David Bladimir Cartuche Paqui, director de tesis, por la orientación, el seguimiento y la supervisión continúa de la misma, pero sobre todo por la motivación y el apoyo recibido a lo largo de este tiempo.

De la misma forma agradezco a nuestra prestigiosa Universidad Nacional de Loja, en especial a la Carrera de Administración Turística, a sus docentes quienes estuvieron a lo largo de estos 5 años de estudio brindándome cada uno de sus conocimientos para formarme como futuro profesional.

Agradezco al GAD municipal del cantón Quilanga, por haberme permitido realizar mi tesis, brindándome la información requerida a los principales involucrados en la actividad turística, de esta manera contribuyeron con el presente trabajo de investigación.

Finalmente agradezco a mis padres, familiares, amigos y compañeros que han sido parte de este proceso de formación y desarrollo del trabajo de tesis y por el apoyo incondicional de los mismos.

**Oscar Efren Cabrera Ojeda**

## **1. TITULO**

“FORTALECIMIENTO TURISTICO SOSTENIBLE DEL PLAN DE  
DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL PARA LA  
PARROQUIA QUILANGA, CANTÓN QUILANGA, PROVINCIA DE LOJA”

## 2. RESUMEN

El sector turístico en el Ecuador es un componente muy importante para la generación de ingresos, empleo y producción; ha permitido el crecimiento de sectores de alimentación, alojamiento, transporte, intermediación, entre otros. Razón por la cual es necesario planificar adecuadamente su desarrollo y la conservación de los recursos utilizados en el mismo, a través de la necesaria adopción de una visión de la actividad a largo plazo.

El presente trabajo investigativo tiene como objetivo general: Fortalecer turísticamente el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Quilanga, cantón Quilanga, provincia de Loja”, y para su cumplimiento se plantea tres objetivos específicos, el primer objetivo: realizar el diagnóstico del componente turístico de la parroquia Quilanga, cantón Quilanga, provincia de Loja; para el desarrollo de este objetivo se empleó técnicas como la observación directa, entrevista, matriz de diagnóstico turístico de Carla Ricaurte Quijano, fichas de inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo 2017, GPS el cual nos sirvió para determinar las coordenadas geográficas, también se hizo un taller participativo con la comunidad y finalmente se realizó la matriz FODA que fue esencial para determinar la situación actual de la parroquia Quilanga.

El segundo objetivo: Elaborar una propuesta de desarrollo turístico para la parroquia Quilanga mediante la aplicación de una metodología participativa; para el desarrollo de este objetivo se tomó en consideración la matriz de estrategias de la cual se obtuvo 4 objetivos estratégicos: Diseñar un producto turístico, gestionar la planificación del turismo en el Gad, promoción y publicidad, y capacitaciones, se realizó un segundo taller participativo con la comunidad. Para el desarrollo del tercer objetivo: Proponer estrategias para la aplicación de la propuesta planteada para el desarrollo turístico de la parroquia Quilanga; para llevar a cabo este objetivo se planteó diferentes estrategias turísticas.

Los resultados obtenidos del trabajo investigativo, son las siguientes propuestas; elaboración de una ruta turística; la cual pretende potenciar los atractivos naturales y culturales de la parroquia, la implementación de un centro de información turístico I-TUR que busca apoyar la gestión de turismo en la parroquia, el diseño de una guía turística basada en brindar información completa de los diferentes atractivos e infraestructura turística de la parroquia, realizada en dos idiomas y la realización de talleres participativos con la comunidad; además estas propuestas permitirán dar a conocer turísticamente la parroquia Quilanga, como también contribuirán que las personas generen una mayor conciencia turística y conozcan el valor intrínseco que poseen.



## ABSTRACT

The tourism sector in Ecuador is a very important component for the generation of income, employment and production; It has allowed the growth of sectors of food, lodging, transport, intermediation, among others. Reason why it is necessary to plan adequately its development and the conservation of the resources used in it, through the necessary adoption of a vision of the long-term activity.

The general objective of this research work is: To strengthen the Territorial Development and Planning Plan of the Quilanga parish, Quilanga canton, Loja province, "and for its fulfillment there are three specific objectives, the first objective: to carry out the diagnosis of the component tour of the Quilanga parish, Quilanga canton, province of Loja; for the development of this objective, techniques such as direct observation, interview, tourist diagnosis matrix of Carla Ricaurte Quijano, inventory tabs of tourist attractions of the Ministry of Tourism 2017, GPS were used, which helped us to determine the geographical coordinates, also He held a participatory workshop with the community and finally the SWOT matrix was made, which was essential to determine the current situation of the Quilanga parish.

The second objective: To elaborate a tourism development proposal for the Quilanga parish through the application of a participatory methodology; for the development of this objective, the matrix of strategies was taken into account, from which four strategic objectives were obtained: Designing a tourism product, managing tourism planning in the Gad, promotion and publicity, and training, a second participatory workshop was held with the community For the development of the third objective: Propose strategies for the application of the proposed proposal for the tourist development of the Quilanga parish; To carry out this objective, different tourism strategies were proposed.

The results obtained from the research work are the following proposals; preparation of a tourist route; which aims to enhance the natural and cultural attractions of the parish, the implementation of a tourist information center I-TUR that seeks to support the management of tourism in the parish, the design of a tourist guide based on providing complete information of the different attractions and touristic infrastructure of the parish, carried out in two languages and holding participatory workshops with the community; In addition, these proposals will make it possible to make the Quilanga parish known to tourists, as well as to help people generate a greater awareness of tourism and know the intrinsic value that they possess.

### 3. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial y desde las últimas décadas del siglo pasado, el turismo sostenible ha adquirido mayor importancia, sus pilares, principios, leyes y definiciones han sido adoptados en varias naciones. Además, es preciso señalar que el turismo sostenible no es un producto, sino una base filosófica necesaria para apoyar y proporcionar una orientación para desarrollar el turismo en los destinos y hacer buen uso de los recursos naturales y culturales que en este se albergan (Loor, Alonso, & Pérez, 2018).

El Ecuador posee sitios naturales y culturales; dentro de los atractivos culturales encontramos sitios arqueológicos, infraestructura, gastronomía, artesanías, nacionalidades indígenas que aún conservan sus costumbres y tradiciones de su vida cotidiana, que en conjunto genera el interés de los visitantes, es por eso que el turismo ha logrado generar ganancias y nuevas fuentes de empleo, además las empresas han logrado el éxito gracias a un trabajo previo y la creación de proyectos que están direccionados a la actividad turística (Coronel, 2016).

En lo que concierne a la provincia de Loja, las autoridades han desarrollado planes de mejoramiento de algunos sectores de carácter turístico, pero sin un estudio previo, lo cual determine una buena planificación con todos los procesos que debe tener la provincia. El cantón Quilanga a pesar de poseer una variedad de atractivos naturales y culturales, tangibles e intangibles no se le ha dado la debida importancia, es por ello que el turismo en Quilanga no ha sido aprovechado en su totalidad.

Así mismo el estancamiento de la actividad turística es por la falta de planificación y gestión por parte de las autoridades locales, de igual forma la comunidad desconoce las ventajas que ofrece el turismo, por tal razón existe escasa inversión en actividades turísticas, por tales motivos la parroquia Quilanga debe incorporar la actividad turística como una

alternativa complementaria para generar ingresos económicos, ante lo cual se plantea el siguiente tema.

“Fortalecimiento turístico sostenible del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial para la Parroquia Quilanga, Cantón Quilanga, Provincia de Loja”. El objetivo general que se trazó para lograr los resultados esperados es “Fortalecer turísticamente el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Quilanga, cantón Quilanga, provincia de Loja”, para dar cumplimiento se desarrolló tres objetivos específicos que son: Realizar el diagnóstico del componente turístico de la parroquia Quilanga, cantón Quilanga, provincia de Loja: Elaborar una propuesta de desarrollo turístico para la parroquia Quilanga mediante la aplicación de una metodología participativa; Proponer estrategias para la aplicación de la propuesta planteada para el desarrollo turístico de la parroquia Quilanga.

Según Coronel (2016) en una investigación realizada en el cantón Quilanga manifiesta que en esta localidad hay un gran potencial turístico, que con la propuesta que él realiza, una ruta turística del cantón, se pretende aumentar la actividad turística, esto ayudará a generar ingresos extras a los habitantes, sabiendo que su fuente principal es la agricultura y la ganadería, esta ruta permitirá dar a conocer los atractivos turísticos.

Uno de los problemas que tiene el cantón es el no contar con el PDOT actualizado, en vista de aquello se planteó la siguiente propuesta para la parroquia: la implementación del fortalecimiento turístico permitirá reforzar la actividad turística de la parroquia Quilanga, el cual es de mucho interés para los habitantes del sector, puesto que al final de dicho estudio se estará incentivado a la población a mejorar su estilo de vida, cuidando sus recursos naturales de manera sustentable, realizándolo de forma responsable y esto a su vez ayuda a sus habitantes a crear una mentalidad de superación y transformación económica, y por consiguiente el desarrollo de la parroquia de Quilanga.

Asimismo el tema planteado permitió dar a conocer el potencial turístico de la parroquia Quilanga, con la finalidad de poder brindar a la comunidad la oportunidad de ejecutar proyectos involucrados en el turismo, considerando el mejoramiento de sus principales vías de accesos, los servicios de alimentación y hospedaje que son de cuantiosa importancia para el desarrollo de la actividad turística.

La propuesta que se presenta para el fortalecimiento turístico busca grandes alcances, traducidos en un mejoramiento económico, social de sus habitantes y la protección del entorno natural y cultural; la propuesta de fortalecimiento turístico sostenible del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial para la parroquia Quilanga, al ser gestionado correctamente será herramienta útil que direcciona y prevea de lineamientos los cuales sirvan para asignar recursos económicos y talento humano calificado, y de esta manera poder generar una actividad económica complementaria a la población local.

## **4. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **4.1. Marco Conceptual**

#### **4.1.1. Normativa legal**

La constitución del Ecuador establece que tanto el Gobierno Nacional como los Gobiernos Autónomos Descentralizados GAD's, deben orientar el ejercicio de sus funciones a lo que establecen los Planes de desarrollo, apoyados en los Códigos Orgánicos de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización COOTAD, el Código de Planificación y Finanzas Públicas COPLIFP, y la Ley Orgánica de Participación Ciudadana y Control Social, que permiten a los Gobiernos Autónomos Descentralizados GAD's, desarrollar la gestión de su territorio, acorde al desarrollo armónico, integral, social, económico y ambiental para lograr el Buen Vivir (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural San Francisco de Borja, 2015-2019).

En el Art. 64. Del CODIGO ORGANICO DE ORGANIZACION TERRITORIAL, COOTAD establece en el literal g que una de las funciones del gobierno autónomo descentralizado (GAD) parroquial rural es: Fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados. Asimismo, el art. 299 del COOTAD señala que el gobierno central y los GAD están obligados a coordinar la elaboración, los contenidos y la ejecución del Plan Nacional de Desarrollo con los planes de los distintos niveles territoriales, como partes del SNDPP.

La planificación nacional y local dentro del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa (SNDPP). En su art. 277 de la Constitución de la República del Ecuador plantea que la consecución del

Buen Vivir será deber general del Estado, al igual que dirigir, planificar y regular (Consejo Nacional de Planificación, CNP, 2015).

Para tal fin, el Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas COPFP en su art. 10, manifiesta que se requiere de procedimientos de coordinación y armonización entre el gobierno central y los GAD para permitir la articulación de los procesos de planificación territorial en el ámbito de sus competencias.

De igual manera, el COPFP en su art. 40 posiciona al Consejo Nacional de Planificación (CNP) como el espacio a través del cual se aprueban los lineamientos y políticas que orientan el SNDPP y a la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) como el ente encargado del desarrollo de dichos lineamientos. Los lineamientos y políticas emitidos por el CNP son de cumplimiento obligatorio para las entidades del sector público e indicativos para los demás sectores (Rodríguez et al. Manchay, 2015).

EL CÓDIGO ORGÁNICO DE PLANIFICACIÓN Y FINANZAS PÚBLICAS en su artículo 41., determina que los planes de desarrollo son las directrices principales de los gobiernos autónomos descentralizados respecto de las decisiones estratégicas de desarrollo en el territorio.

En el **Aart. 267** La constitución del Ecuador determina que Los gobiernos parroquiales rurales ejercerán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de las adicionales que determine la ley:

- ✓ Planificar el desarrollo parroquial y su correspondiente ordenamiento territorial, en coordinación con el gobierno cantonal y provincial.
- ✓ Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias (Rodríguez et al. Manchay, 2015).

#### **4.1.2. La planificación**

Según Cordero (2015) explica que la planificación nace desde la necesidad de incorporar una pluralidad de factores en las cuales indique la regulación del espacio, que alcanza diferentes ámbitos como el medio ambiental, económico, social, cultural, los cuales sobrepasan un ámbito local, por lo que se requiere de una planificación del territorio, que a nivel superior pueda analizar los diferentes ámbitos de incidencia sobre éste.

La planificación es un componente del proceso de gestión, se tiene entendido que la gestión es la conducción del funcionamiento y desarrollo de un sistema, sea este una organización o parte de ella y los procesos que involucra, al gobierno de los sistemas, la planificación tiene como finalidad facilitar al gobierno de las organizaciones estableciendo la direccionalidad que las mismas deben asumir en el futuro y encauzando el esfuerzo colectivo en la dirección trazada (Zambrano & Basurto, 2016).

La planificación es muy importante en el espacio, esta alcanza algunos ámbitos tanto en el medio ambiental, económico, social y cultural; en cuanto a la sociedad debe ser partícipe de ella. La planificación se basa en seleccionar información y hacer suposiciones respecto al futuro para formular las actividades necesarias para realizar los objetivos organizacionales, también se define, al menos, el objeto que se pretende estudiar.

#### **4.1.3. Importancia de la planificación**

La planificación reduce la incertidumbre y minimiza el riesgo al prever los cambios del entorno, genera eficiencia al proponer objetivos concretos y señalar que es lo que se va a hacer para poder alcanzarlos, es el compromiso y motivación al ser un proceso que involucra a todos los miembros de la empresa el cual genera compromiso e identificación con los objetivos, y con ello, motivación. (Lugo, y otros, 2018).

Una planificación supone un proceso muy complejo, existen diferentes tipos de planificación y diferentes modos de llevarla a cabo, al igual que muchas herramientas de planificación por eso es importante el conocimiento del tipo de planificación necesaria en cada situación específica, en qué momento y qué herramientas son más apropiadas para tus necesidades (Shapiro, 2018).

La importancia de la planificación incluye los riesgos y los cambios entre sus objetivos y mejorar la toma de decisiones, en la planificación es importante el conocimiento del tipo de planificación necesaria en cada situación específica.

#### **4.1.4. Clasificación de la planificación**

Según su flexibilidad la planificación se clasifica en; rígidos, estáticos, fijos o asignados son aquellos que se elaboran para un único nivel de actividad y no permiten realizar ajustes necesarios por la variación que ocurre en la realidad. Y los flexibles o variables que son los que se elaboran para diferentes niveles de actividad y se pueden adaptar a las circunstancias cambiantes del entorno. Teniendo en cuenta el periodo de tiempo puede ser: A corto plazo son los que se realizan para cubrir la planeación de la organización en el ciclo de operaciones de un año. A largo plazo corresponden a los planes de desarrollo que, generalmente, adoptan los estados y grandes empresas (slideshare, 2017).

La planificación según el campo de aplicación en la empresa puede ser de operación o económicos y su contenido se resume en un estado de ganancias y pérdidas y los financieros que incluyen los rubros y/o partidas que inciden en el balance. Según el sector de la economía en la cual se utilizan: Presupuestos del Sector Público son los que involucran los planes, políticas, programas, proyectos, estrategias y objetivos del Estado. Son el medio más efectivo de control del gasto público y en ellos se contempla las diferentes alternativas de asignación de recursos para gastos e inversiones.



Y los presupuestos del sector privado son los usados por las empresas particulares (slideshare, 2017).

La planificación se puede clasificar teniendo en cuenta diferentes puntos de vista, es importante considerar qué punto de vista es el que más se adecua al trabajo de investigación que se realiza, además es importante determinar si la planificación según el tiempo será a corto y largo plazo.

#### **a. Planificación estratégica**

La planificación estratégica es solo una etapa de la dirección estratégica, es una forma concreta de la toma de decisiones que aborda el futuro específico que los directivos desean para su organización; es el elemento clave del ciclo administrativo (Sánchez I. , 2017).

La planificación estratégica, es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer 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 (Zambrano & Basurto, 2016).

La planificación estratégica es un sistema que implica al diagnóstico y es un análisis de la situación en el cual establece criterios en cuanto a los lugares analizados, especialmente en las oportunidades que muestran, los problemas locales en el sector público y privado.

#### **b. Planificación territorial**

Para Andrade, Arenas,& Guijón (2015), la “Planificación Territorial es el proceso de desarrollo de planes y medidas descritos por un modelo territorial futuro que idealmente se encontrará en una política de Ordenamiento Territorial, que defina objetivos y directrices del desarrollo

territorial de un espacio determinado, concluyendo que las normas jurídicas que se dictan teniendo como objetivos el ordenamiento o la Planificación Territorial serían las normas de Ordenamiento Territorial o los instrumentos de planificación territorial”.

La planificación territorial es aquel proceso de regulación de los usos de un territorio definido en sus diferentes niveles, regional, intercomunal y local, para la consecución de los objetivos delineados por el Ordenamiento Territorial en el espacio físico, lo que es, en definitiva, la concreción de los fines descritos por una política de Ordenamiento Territorial (Fuentes, 2015).

La planificación territorial es una herramienta muy importante a nivel administrativo, con una misión y objetivos orientados en el progreso de las condiciones de vida de las comunidades y las condiciones ambientales en las que se encuentran el territorio.

### **c. Planificación turística**

La planificación turística de los destinos deben ser abordados desde una perspectiva integral, teniendo en cuenta los múltiples factores que intervienen y, en especial, el papel que cada una de las partes interesadas desempeña en la configuración de un sector y que toma mayor relevancia en el desarrollo económico de las regiones, en especial en aquellos países con altas potencialidades turísticas que han encontrado impulsar sus economías, permitiendo la generación de ingresos, a las comunidades locales y, por ende, el mejoramiento de la calidad de vida de la población (Toro, Galán, Pico, Rozo, & Suescún, 2015).

La planificación turística, entendida como el proceso para alcanzar el crecimiento y el desarrollo turístico, identifica elementos constitutivos y funcionales que promueven resultados positivos en el proceso de la planeación. Considera como un pilar fundamental para el desarrollo del turismo, ya sea en destinos establecidos o para la creación y desarrollo de

nuevos proyectos en el espacio turístico (Ortega, Montiel, Bravo, & Ortiz, 2016).

La planificación turística se encontraría al servicio de la planificación territorial en términos del uso racional de los recursos naturales y culturales, la planificación es un punto clave para alcanzar el desarrollo de los pueblos, debido a que ésta ayuda en la optimización de los recursos.

#### **4.1.5. Características de la planificación**

La planificación debe tener cuatro características principales: ser sistémico o integral, ser participativo, ser flexible y ser prospectivo.

- ✓ Sistémico e integral: debe abordar todas las dimensiones sociales, económica, ambiental, física, jurídico administrativo, ya que es preciso entender su funcionamiento unido.
- ✓ Participativo: el diseño y la implementación de un plan genera efectos directos e indirectos en los actores públicos y privados que se interviene, cuanto mayor sea el conocimiento que éstos tengan sobre las acciones de planificación, mejores serán las posibilidades de consensuar su validez, ajustar sus procedimientos y potenciar sus resultados.
- ✓ Flexible: el plan debe ser lo suficientemente dúctil para adaptarse a los cambios que se producen en el territorio, de modo que se pueda reorientar según nuevos contextos y necesidades y, de modo que pueda ser parte de un proceso de planificación continuo que tiende a mejorarse en el tiempo.
- ✓ Prospectivo: el plan debe pensarse con una visión a corto, mediano y largo plazo, teniendo en cuenta diferentes escenarios posibles y planteando un escenario deseado a futuro, a fin de encauzar las acciones del presente, tomando medidas proactivas (SPTIP, 2016)

Las características de la planificación territorial, que la identifican y le agregan valor, es que permite tomar en cuenta al capital humano capacidad

de las personas, el capital social, relaciones y redes que facilitan la gobernabilidad y el capital natural base de recursos naturales (Salguero, 2012).

Las características de la planificación son sistémico o integral, ser participativo, ser flexible y ser prospectivo, esta permite tomar en cuenta al capital humano social y los recursos naturales.

#### **4.1.6. Desarrollo sostenible**

El desarrollo sostenible es el paradigma general de las Naciones Unidas. El concepto de desarrollo sostenible fue descrito por el informe de la comisión Bruntland de 1987, es el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades, está asociado a la preocupación creciente existente en la comunidad internacional en las últimas décadas del siglo XX al considerar el vínculo existente entre el desarrollo económico y social y sus efectos más o menos inmediatos sobre el medio natural ( UNESCO, 2013).

El desarrollo sostenible es una tendencia en alza como aspiración de las sociedades occidentales. Naciones Unidas apoyan este enfoque y la UNESCO señala la educación como un instrumento imprescindible para lograrlo, haciendo mención a ello específicamente entre las metas que propone para la agenda educativa global post 2015. Entre las estrategias destinadas a implementar una educación para el desarrollo sostenible se encuentra la generalización de los procesos de sostenibilización curricular, que consiste en incardinar los principios, valores y actitudes necesarias para un desarrollo sostenible en los procesos de enseñanza-aprendizaje, y hacer de estos una meta formativa generalizada de todos los estudios (Murga, 2014).

De acuerdo a los conceptos básicos del desarrollo sostenible: bienestar económico, seguridad social y estabilidad ecológica una expresión adecuada y necesaria del desarrollo sostenible es la economía de mercado ecológico y social.

#### **a. Turismo sostenible**

Según Málaga (2013) se puede definir al turismo sostenible como “el equilibrio entre el máximo aprovechamiento que se puede realizar de los recursos económicos, sociales, culturales y naturales de la zona de destino frente a la satisfacción de los visitantes y los impactos negativos que en la sociedad anfitriona o en el medio ambiente se pueden causar”. (p.19)

Como su nombre mismo lo indica está conformado por dos palabras, turismo y sostenibilidad, la primera de ellas como se menciona anteriormente ha sido debatida por varios expertos acerca de sus orígenes, elementos y conformación; sin embargo, ha quedado claramente definida como el conjunto de actividades que realizan las personas en sus viajes a distintos países del mundo (Lalangui, 2017).

Son aquellas actividades turísticas respetuosas con los ámbitos naturales, culturales y sociales, en el cual los beneficios de la actividad son dispersos de forma equilibrada, y donde los visitantes tienen una actitud de preservación y total predisposición a cumplir con las normas de un sistema de turismo sostenible.

#### **4.1.7. Estrategias de la planificación**

La planificación debe tener en cuenta estrategias que permitan aprovechar las fortalezas internas y las oportunidades externas.

Las estrategias se formulan en congruencia con los objetivos, políticas y metas planteadas en los instrumentos de planeación de nivel superior, por

lo cual la estrategia para el ordenamiento territorial y el desarrollo urbano esta encauzada a los fines comunes que se proyectan para el estado, la región y el municipio (Mazatepec, s.f.).

Son las ideas planeadas con el fin de alcanzar un determinado objetivo en un tiempo y espacio determinado. Según Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo SENPLADES (2010) los tipos de estrategias pueden ser:

- ✓ Estrategia Legal: desarrollo normativo, en este tipo de estrategias se impulsa un proceso colectivo con las entidades que permita el desarrollo de la normativa y que facilite su consolidación y fortalecimiento, para ello se requiere poner en marcha acciones coordinadas con los Gobiernos Autónomos Descentralizados para garantizar el conocimiento y aprobación de dichas normas.
- ✓ Estrategia intensiva: promoción y difusión, requieren un esfuerzo intenso para mejorar la posición competitiva de los GAD con los productos ya existentes, en la cual contribuyen, asimismo, a proveer los elementos necesarios para mejorar el diseño de las acciones formuladas y la asignación de los recursos.
- ✓ Producción y gestión de información: la información facilita la identificación de aquellos problemas socio-culturales, económicos, ambientales, territoriales y políticos, que constituyen obstáculos para la transformación deseada de una realidad particular, la gestión de la información permite en el ámbito local favorecer a las comunidades, permitiéndoles asumir el control sobre las posibilidades de bienestar y desarrollar al máximo sus potencialidades.
- ✓ Transferencia metodológica y fortalecimiento de capacidades para fortalecer los espacios de planificación participativa: este tipo de estrategias consiste que la organización diversifica los productos y/o servicios que es capaz de ofrecer, el desarrollo metodológico constituye uno de los objetivos del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa, el fortalecimiento de capacidades es un

- proceso más amplio y profundo que aspira a fortalecer los conocimientos conceptuales y prácticos de los Gobiernos Autónomos Descentralizados.
- ✓ Seguimiento, evaluación y retroalimentación de los planes de desarrollo y ordenamiento territorial en el ámbito turístico: el GAD debe plantear las metodologías y herramientas técnicas a aplicarse para el seguimiento de los programas y proyectos contemplados en el PDOT y principalmente en el tema turístico, apegados a las normativas emitidas por el Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa.
  - ✓ Cooperación internacional: es el fortalecimiento de las diferentes líneas de acción del PDOT a través de procesos financieros y presupuestarios para la gestión descentralizada de la cooperación internacional.

#### **4.1.8. Fases de la planificación**

El ciclo de la planificación según la guía metodológica institucional de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo del Ecuador (SENPLADES) del 2012 comprende tres fases:

- ✓ Formulación del plan, este proceso contempla el diagnóstico y análisis de la realidad en la que opera la entidad y la propuesta de acciones orientadas a modificar el entorno y solucionar los problemas y necesidades identificados.
- ✓ Implementación del plan, es la ejecución de las acciones propuestas en el plan conforme a la programación plurianual y anual elaboradas.
- ✓ Seguimiento y evaluación, consiste en la verificación oportuna del cumplimiento de las acciones programadas y el análisis de los resultados obtenidos a fin de conocer si el plan, los objetivos y los resultados se corresponden con las necesidades identificadas en la fase de diagnóstico y con la misión de la institución (SENPLADES, 2012).

La planificación es una de las etapas iniciales de desarrollo de proyectos y obras orientadas a mejorar la calidad de vida y la competitividad del territorio. El resultado de la planificación es una cartera de proyectos

priorizada, que en ésta etapa se encuentran sin definiciones sobre costos, plazos y condiciones técnicas específicas para su materialización, justamente porque la importancia reside en la identificación estratégica (SPTIP, 2016).

Las fases de la planificación son fundamentales para simplificar la ejecución del trabajo, reducir los tiempos, tener los materiales necesarios, realizar tareas o trabajos en grupo, la ejecución de las acciones propuestas en el plan, seguimiento y evaluación consiste en la verificación oportuna del cumplimiento de las acciones.

#### **4.1.9. Fortalecimiento turístico**

El fortalecimiento turístico es el mejoramiento de los servicios turísticos, constituyen elementos básicos para la instauración de nuevos centros de atracción turísticos se basa en la masificación de la producción, el consumo de productos tradicionales, se busca el mayor número de visitantes (Garry & Martínez, 2016).

El fortalecimiento turístico trata de encontrar la manera de apoyar al desarrollo del turismo. Mediante el fortalecimiento turístico se puede integrar mecanismos que garanticen servicios y productos de calidad y de esta manera se logrará una estructura concreta en beneficio de las comunidades que les permitan desarrollarse de una manera sostenible e integral en las funciones que desempeñen tanto como empresa pública o privada dentro de la actividad turística (Oyarzún & Szmulewicz, 2018).

El fortalecimiento turístico engloba las actividades turísticas que se desarrollan tanto en la parte urbana y rural con la finalidad de fortalecer y mejorar los servicios turísticos, con el propósito de brindar a los turistas servicios que cumplan con los estándares de calidad.



### **a. Institucional**

El fortalecimiento institucional consiste fundamentalmente en la mejora de la eficiencia y la eficacia, principalmente a nivel organizacional.

Se refiere a fortalecer las capacidades de los gobiernos y de las organizaciones estatales, con el objetivo de mejorar tanto las instituciones políticas como las económicas. Por su parte, la demanda de buen gobierno va destinada a constituir sociedades civiles fuertes y dinámicas, a través del fortalecimiento de asociaciones civiles y de la participación ciudadana (Ramos & Sota, 2014).

### **b. Microempresario**

El fortalecimiento microempresarial juega un papel muy importante para el crecimiento de los negocios, mediante una buena estrategia de capacitación y asesoramiento, los microempresarios podrán regularizarse en el corto plazo y alcanzar un desarrollo a mediano y largo plazo (Ordoñez, Cevallos, & Vera, 2017).

La microempresa pudiera relacionarse con otros términos como subdesarrollo, pobreza y sector informal, algunos autores explican la creación y existencia de las microempresas como resultado de la incapacidad de un país para ofrecer empleo formal y como un elemento de subsistencia (González, 2005).

La microempresa como fenómeno diferente juega un papel muy importante para los negocios, son otros términos como el resultado a la incapacidad de un país para ofrecer empleo.

### **c. Marketing**

En cuanto a la promoción de un destino, se define como el uso consciente de la publicidad y el marketing para comunicarse con el público objetivo. La promoción de un destino es comunicar a los potenciales consumidores-turistas que la oferta propuesta es capaz de satisfacer sus exigencias y sus demandas; en definitiva, es tratar de convencer al turista de que merece la pena ir a un destino (Castillo & Castaño, 2014).

Según Thompson, (2017) "el marketing es la realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplir las metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al consumidor o cliente"

El marketing es una función o conjunto de procesos para crear, comunicar y entregar valor a los clientes, y para manejar las relaciones con estos últimos, de manera que beneficien al cliente.

### **d. Nuevas tecnologías**

A continuación, se recogen algunas de las tecnologías que están marcando el paso del turismo en la actualidad y que traerán grandes cambios a corto plazo según diferentes estudios, es por ello que surge la necesidad de adaptar la comunicación y servicios de la empresa (Vidal, 2018).

#### **a. Realidad aumentada**

La realidad aumentada o realidad virtual. Cada vez más compañías la utilizan para mostrar a potenciales clientes, no solo ofrece formas divertidas e interactivas para que el usuario común y corriente aprenda, experimente e imagine cosas nuevas, sino que también tiene aplicación en numerosos campos (Langer, 2019).

## **b. Internet de las cosas**

Esta consiste en la incorporación de sensores conectados a Internet dentro de los objetos físicos como vehículos, maletas, edificios, el internet de las cosas va a ser el mayor factor de transformación en la personalización de la experiencia del cliente en los próximos años (Vidal, 2018).

## **c. Asistentes de voz**

Es un software que está asociado al sistema operativo de determinados dispositivos y que es capaz de interactuar con el ser humano a través de comandos de voz (Nicolás, 2018).

## **d. Big data**

El 'Big Data' se refiere al análisis de información en cantidades industriales, todo un universo de oportunidades para las empresas aún por explorar. Según Kenneth Cukier, autor del libro 'Big Data. La Revolución de los Datos Masivos', "se trata de hacer cosas a partir del análisis de inmensas cantidades de información, que simplemente no son posibles con volúmenes más pequeños" (Inéz, 2016).

## **e. Tecnología móvil**

El móvil se ha convertido en un guía turístico, agencia de viajes, localizador de los mejores restaurantes, mapa, otra cuantiosa cantidad de aplicaciones son las comerciales que permiten tener a mano información de productos y servicios, lugares de visita o destinos, promociones y hasta lugares dónde parquear un automóvil (Garita, 2013).

## **f. Nuevas formas de gestión**

Las nuevas formas de la gestión según Amezaga, Rodríguez, Núñez & Herrera (2013) las gestiones asociativas para alcanzar un desarrollo incluyen la definición de una visión y misión común entre los miembros de la organización, así como la promoción y consolidación de una serie de principios y valores básicos entre asociados (la confianza, el liderazgo, la comunicación, la participación y el compromiso).

- ✓ La gestión estratégica de la organización: capacidad de la organización para definir objetivos de largo plazo.
- ✓ La gestión de la estructura de la organización: capacidad de la organización de definir una estructura de funcionamiento (roles).
- ✓ La gestión empresarial de la organización: capacidad de la organización para analizar y seleccionar mercados; gestionar estrategias de comercialización; sistemas de producción y de calidad; planificar y gestionar el financiamiento de los recursos; y un plan de gestión de riesgos.
- ✓ Gestión operativa: definir acciones de corto plazo y organizarlas en el tiempo, asignar responsables y presupuesto, medir resultados.

## **g. Niveles de calidad**

La calidad turística se basa en estándares como: prestigio, diferenciación, fiabilidad, rigurosidad y promoción. Son un conjunto de requisitos que afectan a muchos niveles en las organizaciones que las implantan, con el objetivo de alcanzar la máxima satisfacción de los clientes (INTEDYA, 2016).

## **h. Cooperación para el desarrollo**

En los últimos años se crearon nuevas herramientas de cooperación para los países en vías de desarrollo. Dentro de la actividad turística, han

aparecido diversas tipologías y formas de turismo. Así se pueden mencionar el turismo comunitario, turismo responsable, la propia actividad ecoturística. Se habla de tipologías turísticas sostenibles, que pretenden mejorar el respeto y la preservación de los recursos medioambientales y culturales, y contribuir al desarrollo social y económico (Agüera, 2018).

La cooperación internacional, brinda una valiosa contribución al análisis de la coyuntura contemporánea y de las posibles perspectivas futuras para la cooperación para el desarrollo y afectarán los desafíos que está enfrentando la comunidad internacional, por ende, las nuevas políticas de desarrollo configuran escenarios inéditos en la construcción de alianzas internacionales para la lucha contra la pobreza y la cohesión social (Tassara & Urzi, 2017).

La cooperación para el desarrollo comprende las actuaciones, realizadas por actores públicos y privados, con el propósito de promover el progreso económico y social, que sea sostenible y equitativo.

#### **4.1.10. Metodologías para la actividad turística**

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

La metodología permite realizar el diagnóstico turístico, consiste en la recolección de información y el análisis técnico de un destino mediante una ficha que permite analizar la oferta de servicios, infraestructura, gobernanza y comunidad receptora.

##### **Diagnóstico turístico**

El diagnóstico turístico es un proceso de evaluación permanente en el desarrollo de proyectos, ha sido importante en la elaboración de proyectos turísticos en el país, convirtiéndose en el primer filtro para determinar la

factibilidad de un proyecto turístico desde el punto de vista socio cultural y ecológico, con lo que se analiza y evalúa si los recursos son factibles de aprovechamiento (Coronel, 2016).

Es la etapa de la planificación turística donde se evalúa la situación actual de un atractivo. Su importancia ya sea económica, cultural, ambiental, la oferta y demanda turística para luego planear futuras estrategias.

#### ✓ **Sistema turístico**

Según Sergio Molina (2000) concibe al turismo como un sistema abierto, que aporta insumos que al ser procesados pueden convertirse en un producto turístico. Este sistema posee seis subsistemas divididos de la siguiente manera: superestructura, demanda, atractivos, equipamiento, infraestructura y comunidad local que interactúan entre sí con el fin de alcanzar un objetivo común.

El sistema turístico es concebido por Boullón (2004) como “Conjunto de elementos (infraestructura, superestructura, demanda, comunidad local, atractivos, planta turística, producto turístico) interrelacionados que propiciarán satisfacción a las necesidades de uso del tiempo libre”.

#### ✓ **Espacios turísticos**

Un espacio turístico está concebido por la presencia y distribución territorial de los atractivos, la planta y la infraestructura turística que permite la realización óptima de la actividad turística. Boullón (2004), clasifica el espacio turístico en tres:

### ✓ **Área turística**

El área turística debe contar con atractivos en número menor que los de una zona, y necesita infraestructura de transporte y comunicación (Angulo, 2002).

Son las partes en que se puede dividir una zona turística, su superficie es menor que la de ésta, normalmente tienen atractivos contiguos, disponen de sistema de transporte y vías de comunicación, contiene un centro turístico y al menos 10 atractivos, representa el segundo nivel de clasificación (Castellanos, 2012).

Las áreas están contenidas en las zonas turísticas, pero deben estar contemplado al menos en un centro turístico y estar dotado de infraestructura mínima.

### ✓ **Zona turística**

Una zona turística debe contar como mínimo con 10 atractivos, suficientemente próximos, y sin importar el tipo ni la categoría a la que pertenecen (Angulo, 2002).

En la definición de Boullón explica que la zona turística es la unidad mayor de análisis y estructuración del universo espacial turístico de un país, el tamaño varía de acuerdo con las condiciones de magnitud del país de que se trate y de los recursos que posea (Castellanos, 2012).

Una zona turística, es un espacio que, por sus atractivos, seduce a una gran cantidad de visitantes que esta zona puede convertirse en turística por su belleza natural, su infraestructura de ocio, sus edificios históricos o su oferta de eventos.

### ✓ **Centro turístico**

Es un conglomerado urbano o en su zona de influencia. Agrupa suficientes atractivos que motiven la visita y debe abastecer al área con planta turística (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018).

Es un espacio urbanizado, cuenta con atractivos que por sí solos provocan los flujos turísticos, maneja un radio de influencia de dos horas- distancia, tiempo por carretera pavimentada, con la debida seguridad y señalamientos, cuenta con servicios turísticos básicos y complementarios (Castellanos, 2012).

El centro turístico desempeña el rol de desarrollo turístico donde la actividad turística es la más importante en que las localidades urbanas que dentro de su radio de influencia geográfico cuentan con atractivos turísticos, infraestructura y facilidades que permiten la llegada y estadía de visitantes

### ✓ **Productos turísticos**

Está conformado por bienes y servicios que se ofrecen en el mercado, para así lograr un confort material o de espíritu, ya sea de forma individual o satisfaciendo las necesidades, requerimientos del consumidor en este caso el turista (Cárdenas, 2006).

Los productos turísticos deben ser considerados, a la vez, oportunidades económicas y sociales, para lo que es necesario maximizar los efectos deseados y disminuir los indeseados que traen consigo (Saravia & Muro, 2016).

Los elementos del producto turístico son: los atractivos turísticos, las instalaciones turísticas y la infraestructura que da acceso al lugar.



## **b. Metodologías participativas**

Las técnicas participativas son instrumentos que se utilizan en determinados procesos informativos y de toma de decisiones. Es decir, de lo que la gente sabe, de las experiencias vividas y de los sentimientos que muchas situaciones originan, así como de los problemas y dificultades de nuestro entorno. (Sigalat & Roing, 2012)

El Clacso, (2016) hace referencia a Cunill (1997) que identifica cuatro formas de participación; la social, comunitaria, política y ciudadana.

Donde la social, tiene un plan asociativo entre las instituciones sociales, y la ciudadana, generando de esta manera un tipo de interacción entre ciudadanos y el estado para la definición de metas colectivas y medios para alcanzarlos.

En la metodología participativa la ciudadanía es participe de las conferencias que se harán para plantear ideas sobre el problema turístico, y así saber las necesidades que ellos tiene sobre el turismo.

## **c. Análisis FODA**

La matriz de análisis DAFO (FODA) es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de una institución. El principal objetivo de aplicar la matriz DAFO en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. La matriz DAFO permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra nuestra empresa (Espinosa, 2013).

El análisis FODA son siglas que representan el estudio de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, de una empresa un mercado, o sencillamente a una persona, este acróstico es aplicado a cualquier situación, en el cual, se necesite un análisis o estudio (Matriz de Análisis DAFO, 2018).

Se analiza los aspectos de planificación y gestión de destinos, territorio y destino, producto, promoción, comunicación y comercialización.

#### **d. Metodología de inventario de atractivos turísticos del MINTUR**

Esta tiene como base la guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR), aquí se establece lineamientos técnicos para la identificación, clasificación y valoración de los atractivos con mejores condiciones para el desarrollo de productos turísticos (MINTUR, 2018).

##### **✓ Clasificación de atractivos turísticos**

Para la clasificación de atractivos, García (2019), considera precisamente los recursos turísticos en dos grandes grupos: recursos naturales y recursos culturales. Otra manera en que clasificó los recursos turísticos fue en (1) renovables: recurso que se restaura de manera natural; (2) permanentes: requieren un adecuado aprovechamiento y conservación para evitar su destrucción; y (3) creables: son aprovechados por lapsos de tiempo y aunque no se destruyen, pueden perder interés de acuerdo al momento que se utilicen.

##### **✓ Sitios naturales**

Se reconocen los tipos: montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos,

fenómenos geológicos, costas o litorales, ambientes marinos y tierras insulares y sistemas de áreas protegidas (Victoria, 2013).

#### ✓ **Manifestaciones culturales**

Las manifestaciones culturales son las expresiones o productos de un sistema cultural que reflejan las creencias y los valores básicos de sus miembros, se clasifican así: manifestaciones conceptuales simbólicas: son todas las maneras con las que se pretende explicar o representar, objetiva o subjetivamente, al hombre, al mundo, a lo suprasensible, y a las relaciones que se generan entre ellos. La ideología, la filosofía, la ciencia, el arte, el mito y la religión se ubican en esta categoría (Márquez, 2014).

## 4.2. MARCO REFERENCIAL

### 4.2.1. Generalidades del cantón Quilanga

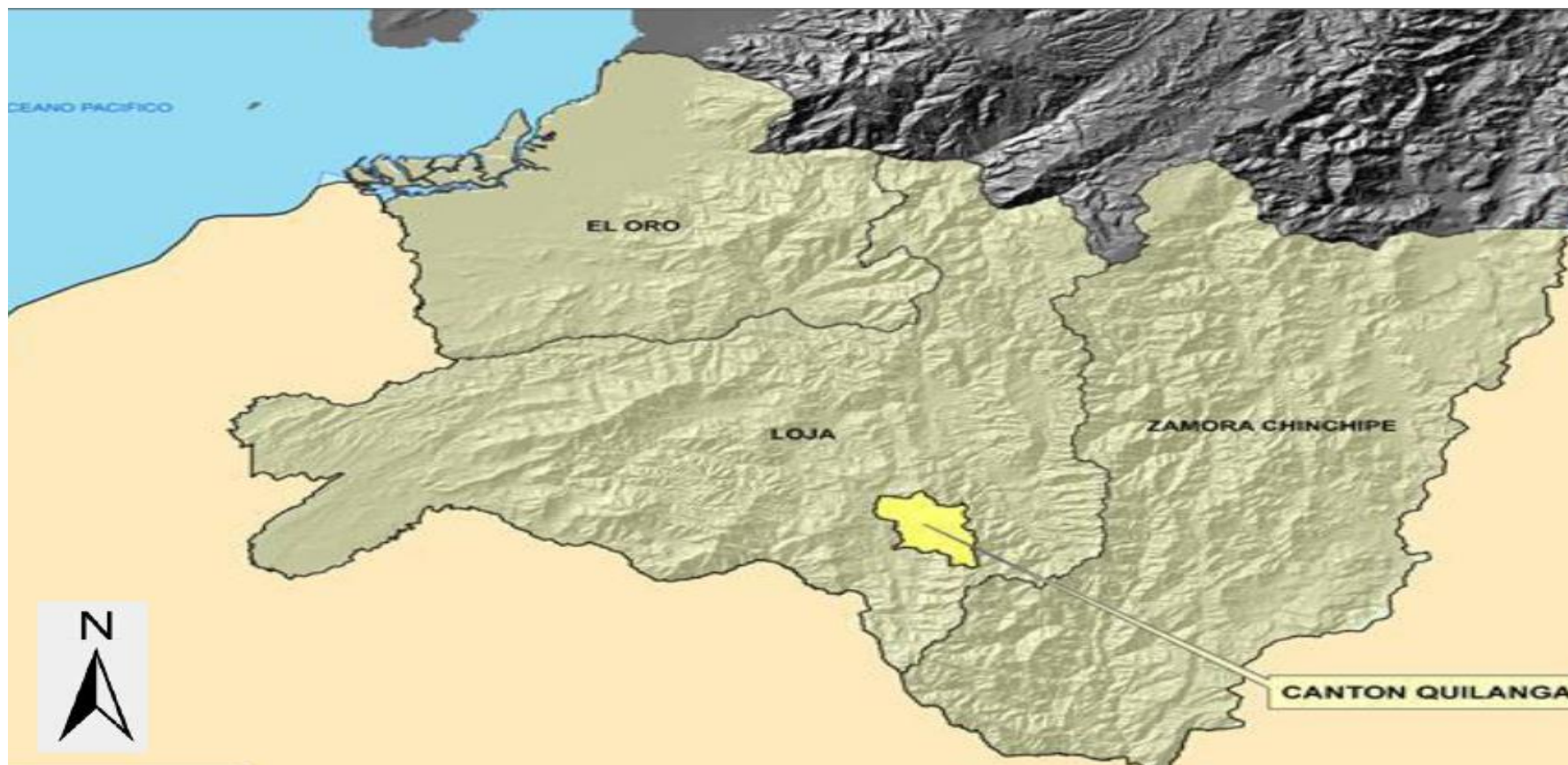
El cantón Quilanga es uno de los cantones más jóvenes y con menor tamaño de la provincia de Loja, creado el 8 de noviembre de 1989. Está ubicado en la parte sur este de la provincia de Loja a una distancia de 96 km de la cabecera provincial, tiene una extensión territorial de 236.68 km<sup>2</sup>, con un rango altitudinal de 1800 m.s.n.m, posee una diversidad de condiciones fisiológicas y de relieve, su temperatura promedio es de 19.8°C, las coordenadas geográficas son: Latitud, 9 530 825 al Norte 9 507 000, Longitud, 699 750 y al Este 688 275.

El cantón Quilanga limita:

- ✓ **Norte:** Cantón Gonzanamá
- ✓ **Sur:** Cantón Espíndola
- ✓ **Este:** Cantón Loja
- ✓ **Oeste:** Cantón Calvas (GAD, Quilanga, 2014-2019).

En la (figura N° 1) se observa la ubicación del cantón Quilanga en la provincia de Loja.

## Ubicación del cantón Quilanga en la provincia de Loja.



Fuente: SENPLADES

Elaborado por: Cabrera Ojeda Oscar Efren

Figura 1. Ubicación del cantón Quilanga en Loja.

## ✓ Población

Según el último censo de población y vivienda, realizado en el 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), el cantón Quilanga alcanza un total de 4337 habitantes; 2.116 mujeres y 2.221 hombres quienes conforman parte de la población del cantón Quilanga, donde la parroquia Quilanga cuenta con 2.721 habitantes.

En el (cuadro N° 1) se observa el total de habitantes del cantón Quilanga, distribuidos en sus diferentes parroquias.

Cuadro 1. *Población del cantón Quilanga*

PARROQUIA	URBANO	RURAL	TOTAL
Fundochamba		353	353
Quilanga	880	1.841	2.721
San Antonio de las Aradas		1.263	1.263
Total	880	3.457	4.337

**Fuente:** (Instituto Nacional de estadística y censo, 2010)

**Elaborado por:** Cabrera Ojeda Oscar Efren.

La población del cantón Quilanga proyectado al 2018 con un índice menor al -0,61% arroja los siguientes datos, el cual se muestra en el (cuadro N° 2).

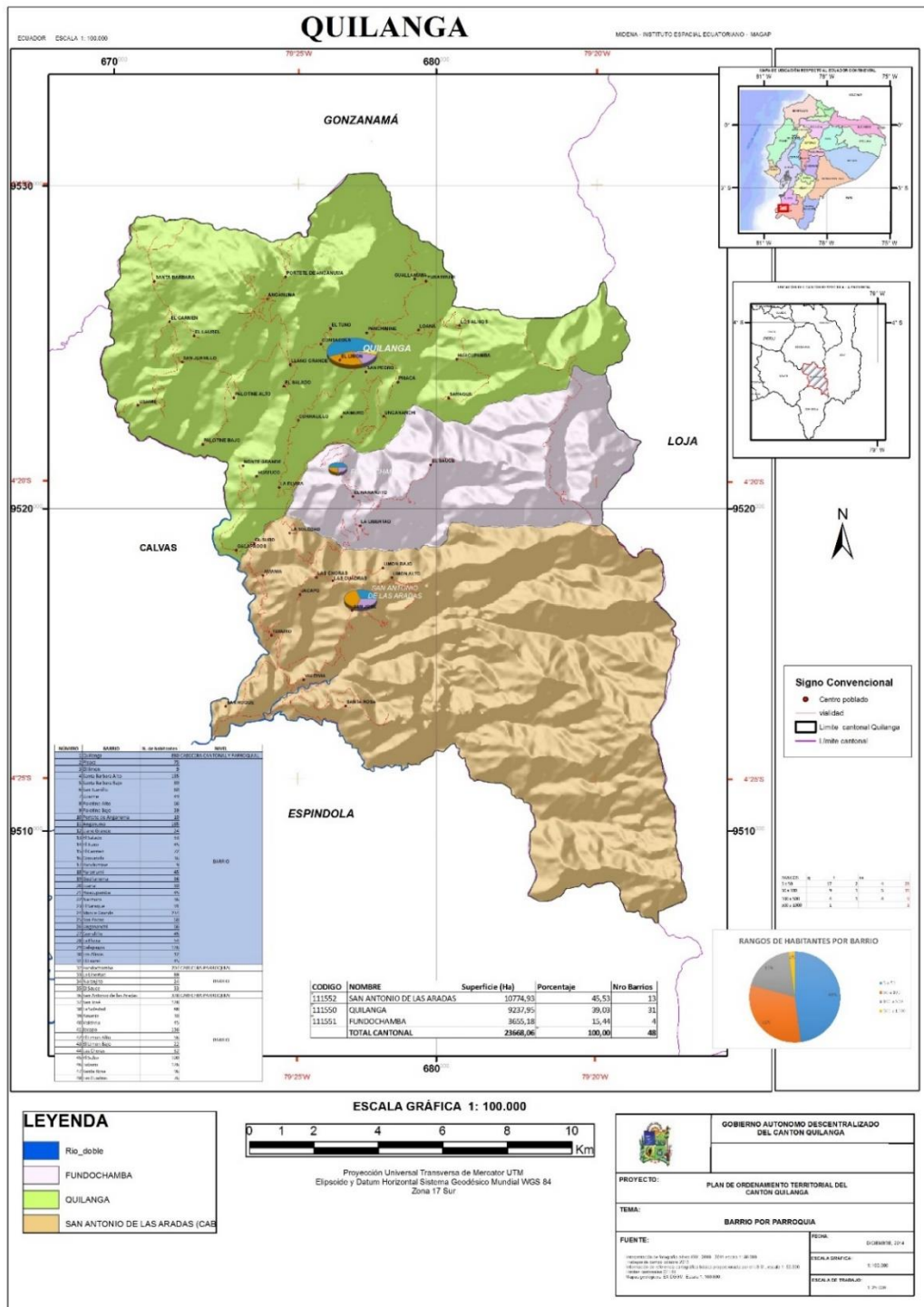
Cuadro 2. *Proyección de habitantes del cantón Quilanga.*

AÑOS	No. HABITANTES
2010	4.337
2011	4.311
2012	4.284
2013	4.258
2014	4.232
2015	4.206
2016	4.181
2017	4.155
2018	4.130

**Fuente:** Datos del INEC proyectados al 2018.

**Elaborado por:** Cabrera Ojeda Oscar Efren.

El cantón está dividido en 3 parroquias: Quilanga, Fundochamba y San Antonio de las Aradas. (Ver Figura N° 2).



Fuente: GAD, Quilanga.

Elaborado por: Técnicos del GAD Quilanga

Figura 2. Mapa Político del cantón Quilanga.

#### **4.2.2. Datos generales de la parroquia Quilanga.**

La parroquia Quilanga fue creada el 8 de noviembre 1989, y ocupa el 37,98% de la superficie del cantón.

##### **✓ Ubicación**

Está ubicada al norte del cantón Quilanga al sur este de la provincia de Loja a una distancia de 96 km.

##### **✓ Límites**

Quilanga tiene los siguientes límites:

- ✓ Norte: con las parroquias de Purunuma y Gonzanamá,
- ✓ Sur: con la parroquia Changaimina y Cariamanga,
- ✓ Este: con la parroquia San Antonio de las Aradas y Fundochamba
- ✓ Oeste: con la parroquia Gonzanamá (Cabrera, 2013).

##### **✓ Clima**

Se puede distinguir tres climas perfectamente diferenciados: subtropical con temperaturas que llegan a los 26°C y comprenden la mayor parte de las tierras bajas integrando a las comunidades: Santa Rosa, Tuburo, Galápagos, El Subo, Monte Grande, La Elvira y Ugananchi; templado con temperatura que oscilan entre 16°C a 20°C y comprende generalmente las cabeceras parroquiales y sus alrededores y el frío que generalmente comprende las tierras altas donde se hallan algunas sectores como: Anganuma, Los Cristales, Casa Vieja, El Chiro, Colambo, Plaza del Inca, Cabuyos, la temperatura en estos lugares llega hasta los 10°C (GAD, Quilanga, 2014-2019).



## ✓ **Flora y fauna**

### ✓ **Flora**

La parroquia cuenta con diversidad de especies forestales, como: arupo faique, guararo, guangazo, nanume, guabo, chirimoyo, balso, higuerón, jorupe, roble andino, wilco, cedros, porotillo, aguacatillo, paltones, motesiso, gualtaco, arabiscos, guabila o pacay.

También la presencia de arbustos como: ají pinga de mono, platanillo, algodón, lechero, chocho silvestre, condurango, pico, saúco negro, tunas. Frutales: naranja, guaba, guayaba, mango, aguacate, papaya, maracuyá.

### ✓ **Fauna**

Las principales especies de aves y mamíferos que se encuentran en la parroquia son: pavas de monte, águila, chiroca, sucaco, loro, perdiz, pájaro carpintero, zorro, tigrillo, leoncillo, ardillas, yamala, venado, conejos entre otros (Coronel, Ruta Turística del cantón Quilanga, Provincia de Loja, 2016).

### ✓ **Población**

La demanda efectiva de la parroquia Quilanga en el 2010 es de 2.721 habitantes, entre hombres y mujeres según el último censo realizado por el INEC, con una tasa de crecimiento de  $-0,37\%$  anual y para proyectar a lo efectivo se debe tomar el % anual, que es de  $-0,37\%$  para el 2018 es de 2.641 habitantes, lo que permite proyectar para la investigación a realizarse lo que se verá en el (cuadro N° 3) (GAD, Quilanga, 2014-2019).

Cuadro 3. Demanda efectiva

AÑOS	No. HABITANTES
2010	2.721
2011	2.711
2012	2.701
2013	2.691
2014	2.681
2015	2.671
2016	2.661
2017	2.651
2018	2.641

Fuente: INEC Datos proyectados al 2018

Elaborado: Cabrera Ojeda Oscar Efrén.

### ✓ División política

La cabecera cantonal está distribuida en una parroquia urbana que lleva el nombre de Quilanga, y en barrios rurales como se lo puede observar en el (cuadro N° 4).

Cuadro 4. División política de la parroquia Quilanga

<b>División Política Territorial de la Parroquia Quilanga</b>	
<b>Cabecera</b>	Quilanga
<b>Parroquia Urbana</b>	
<b>Barrios Rurales</b>	
Pisaca	Consacola
El limón	Panchimine
Santa Bárbara Alto	Yurarrumi
Santa Bárbara Bajo	Loana
El Laurel	Huacupamba
San Juanillo	Naimuro
Uzaimé	El Saraque
Palotina Alto	Monte Grande
Palotina Bajo	San Pedro

Portete de Anganuma	Ungananchi
Anganuma	Corralillo
Llano Grande	La Elvira
El Salado	Galápagos
El Tuno	Guallanuma
El Carmen	Los Alisos
Huayuco	

**Fuente:** Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial

**Elaborado:** Cabrera Ojeda Oscar Efren.

#### **4.2.2. Historia de la parroquia Quilanga**

##### **✓ Historia**

El nombre Quilanga es de origen quichua, viene de dos vocablos Quil= quillico (un gavilán) y Anga= nido de gavilanes. Quilanga esta ubicado sobre la base del cerro Chiro, lo cual le da aspecto de nido, en la cima de esta se encuentra numerosas cuevas que fueron algun día morada de los indios que habitaban ahí, asi como de un gavilan, un ave rapaz de contextura mediana y espigaga, de color negro que tiene algunas plumas del ala color blanco. En las cuevas de muy poca exploración científica, se han encontrado restos arqueológicos y humanos hallados por personas oriundas del lugar (Feijoo, 2014).

Quilanga en sus inicios era conocida con el nombre de Huanco Colla, este era un valle en el que su jurisdicción se extendía hasta las cercanías de Amaluza, estaba habitada por tribus Calvas. Desde el año 1860 sus pobladores emprendieron la lucha por subir a este caserío de categoría, consiguiendo el 15 de junio de 1863 en la primera presidencia de Gabriel García Moreno se obtenga el título de parroquia la cual bautizaron como Quilanga, es así como surgió una nueva parroquia en el cantón Loja (Feijoo, 2014).

### ✓ **Festividades cívicas**

El 8 de noviembre de 1989: el presidente de la República, Rodrigo Borja, sanciona favorablemente la cantonización de Quilanga el 31 de octubre y ordena su publicación en el Registro Oficial, cuestión que se cumple el 8 de noviembre de 1989.

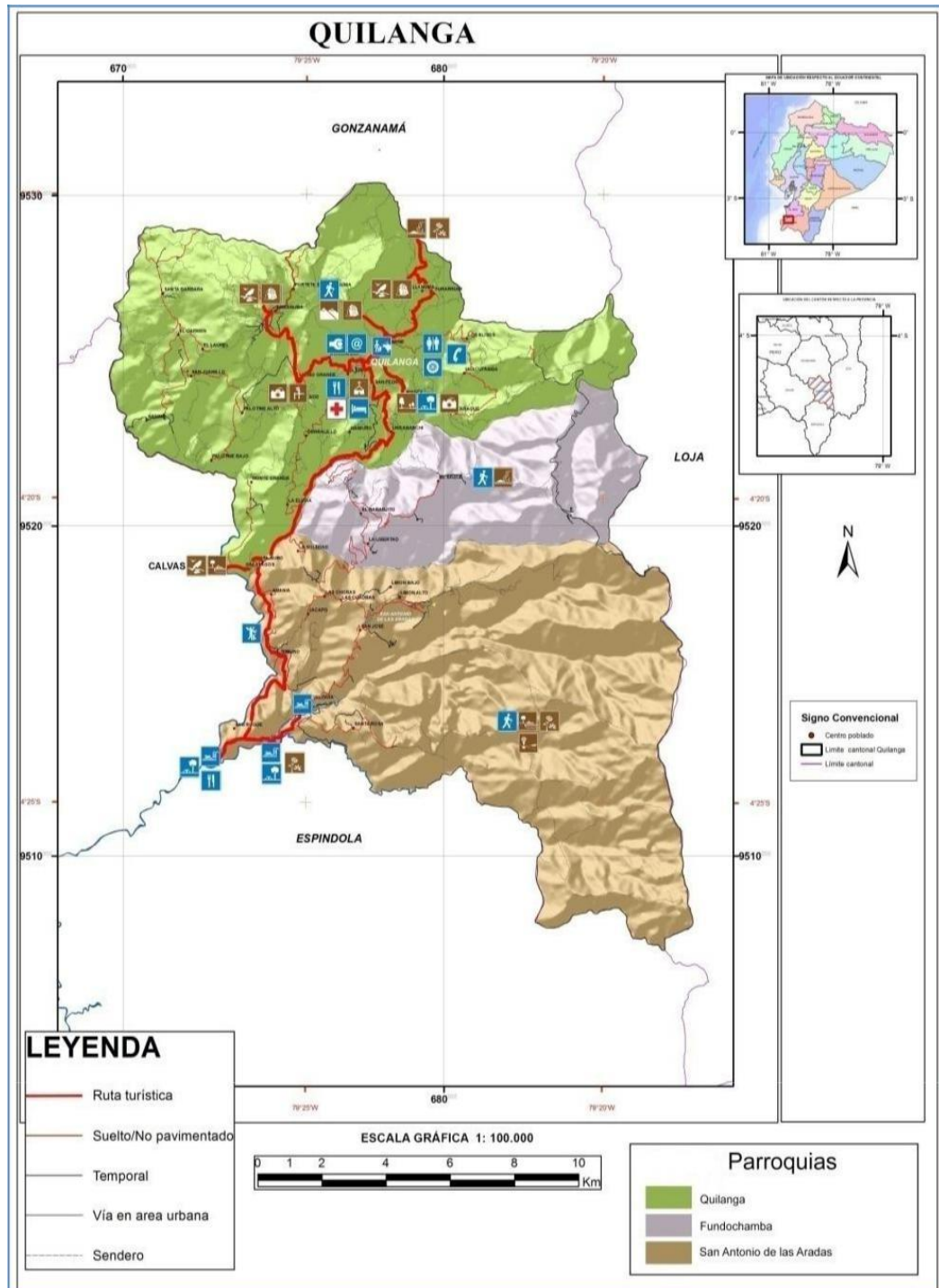
El GAD fue conformado el 10 de Agosto de 1990 han habido hasta el momento cuatro alcaldes: don Tarquino Añasco Ochoa, el Lcdo. Miguel Antoliano Salinas Jaramillo, el Licenciado Freddy Cueva Rojas que lo dirigió por tres períodos y el Ingeniero Francisco Jaramillo que se encuentra en la dirección del Gobierno Autónomo Descentralizado. No hay ninguna duda, que la cantonización les permitió a los quilanguenses contar con mejores vías de comunicación, mejorar las calles de sus barrios, de las parroquias y la cabecera cantonal; aumentar el alumbrado eléctrico y el aseo público, la construcción de su moderna casa municipal, escuelas, áreas verdes; y ganar en capacidad de gestión de su territorio. También crecieron en identidad: tienen su cantón, al que festejan anualmente los que han quedado y regresan los que emigraron con recuerdos y añoranzas, tienen sus símbolos cantonales (escudo, bandera y su himno) y se autogobiernan, es decir, cumplieron una etapa significativa del desarrollo de los pueblos (GAD, Quilanga, 2014-2019).

### ✓ **Festividades religiosas**

- ✓ 29 de junio, es la principal fiesta religiosa comercial en honor a San Pedro muy concurrida por el comercio de animales domésticos, productos agrícolas y artesanales.
- ✓ Último domingo de julio, festividad de San Vicente Ferrer.
- ✓ Tercer domingo de septiembre fiesta de Jesús del Gran Poder y San Roque en honor a Cristo Pobre el 29 de noviembre.

#### 4.2.4. Aspectos de interés turística

✓ **Mapa turístico**



Fuente: GAD, (2015)  
Elaborado por: Cabrera Ojeda Oscar Efren  
Figura 3. Mapa turístico.

### ✓ **Atractivos turísticos**

Entre los principales atractivos turísticos de la parroquia Quilanga se tienen:

Atractivos naturales

- ✓ Cerro Chiro (Cuevas, Mascaron del Inca).
- ✓ Petroglifo de Anganuma.
- ✓ Pampas de Pisaca.
- ✓ Petroglifo de Yurarrumi.
- ✓ Chorrera el Guabo.
- ✓ Balneario el Molino.
- ✓ Piedra Pailapamba.
- ✓ Mirador Llano Grande.
- ✓ Monumentos y Parques.

Dentro de los atractivos culturales se puede mencionar:

- ✓ Fiesta de cantonización.
- ✓ El 29 de junio en honor a San Pedro patrono de Quilanga.
- ✓ El último domingo de julio en honor a San Vicente Ferrer.
- ✓ El 15 de septiembre en honor a San Roque.
- ✓ El 29 de noviembre en honor a Cristo Pobre.
- ✓ Feria Ganadera Mayo.

### ✓ **Tradiciones**

Dentro de los principales platos que ofrece la parroquia son: Sancocho de Congatullo, sopa de carne de espinazo de chancho, seco de res, conserva de leche, tortillas de harina de maíz.

Una de las costumbres antiguas de los Quilanguense, es el trasquile que consiste en el corte de cabello a un niño de 4 a 6 años de edad por parte del padrino de bautizo, se acostumbra a que a cada invitado a la fiesta y

que corta la trenza del niño, debe depositar dinero para las necesidades del menor.

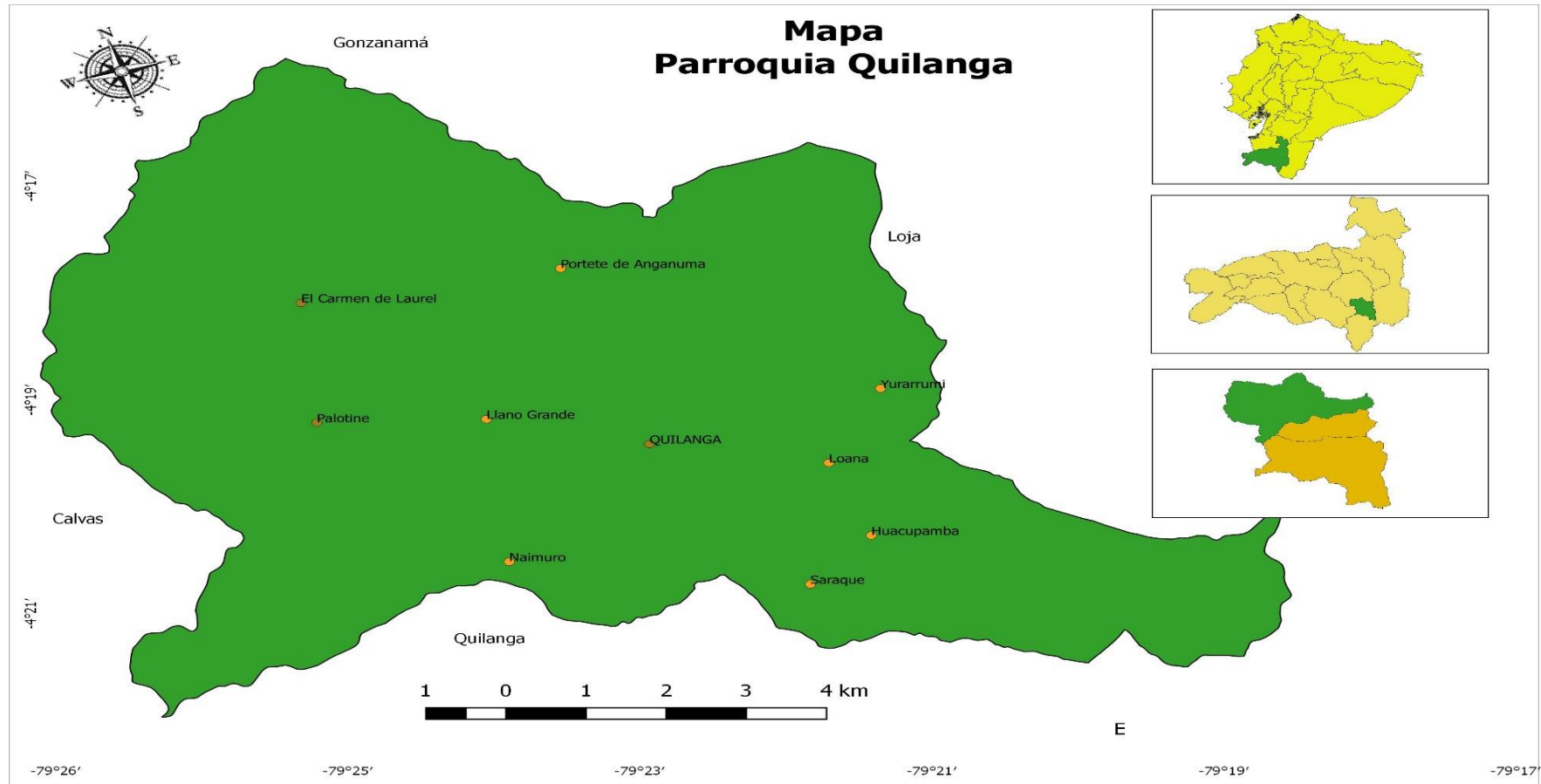
Otra de las tradiciones es la lidia de gallos, las veladas en fiestas religiosas, los bailes populares, juegos pirotécnicos, celebraciones de onomásticos (Santa Rosa y San Ramón), día del padre, de la madre y la asistencia a misa los días domingos. Las fiestas religiosas y los bailes populares, es común realizar actividades como: elección de la reina, encuentros deportivos, números artísticos.

### ✓ **Turismo en Quilanga**

Quilanga tiene gran potencial turístico de gran relevancia como: agroturismo, turismo religioso, turismo cultural y ecoturismo, además la amabilidad de su gente; sin embargo, la falta de promoción, difusión y aumentar la demanda de turistas, esto se debe a la falta de conocimiento por parte de la población y descuido de las autoridades.

En base a su economía se sustenta en la producción del café, y gracias a ello el nivel económico de la población está mejorando, han logrado exportar su producto a un valor justo.

## Mapa de la parroquia Quilanga



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Cabrera Ojeda Oscar Efren

Figura 4. Mapa de la parroquia Quilanga



## **5. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **5.1. Materiales**

Los materiales que se utilizó para el desarrollo de este trabajo investigativo son:

- ✓ Computador e impresora.
- ✓ Cámara fotográfica.
- ✓ Material de oficina: hojas de papel bond, carpeta, esferos, borrador, lápices, etc.
- ✓ Material Bibliográfico: libros, folletos, internet, informes, etc.
- ✓ Flash memory.
- ✓ GPS.
- ✓ Proyector.
- ✓ Papelotes.
- ✓ Marcadores.

### **5.2. MÉTODOS**

#### **5.2.1. Métodos**

##### **✓ Método Inductivo**

Se realizó un estudio general, permitiendo establecer una información sobre el diagnóstico situacional de la parroquia, con este método se procedió a revisar toda la información obtenida a través de diferentes medios de consulta libros, tesis, documentos de web, folletos, trípticos etc.; para tener un conocimiento acerca del tema y así desarrollarlo. Con la aplicación de este método se conoció la realidad de la Parroquia Quilanga, con la finalidad de analizarla y posteriormente plantear soluciones.

✓ **Método deductivo**

Este método se lo utilizó para la recolección y redacción de la información del diagnóstico situacional la cual ayudó a tener una explicación más clara acerca del tema a investigar, a través de conceptos, principios y definiciones.

✓ **Método analítico**

Se analizó el resultado, producto de la observación a partir de los hechos de una situación particular. Es por eso que se torna necesario conocer la naturaleza del objeto con el fin de estudiar o comprender su origen. Con este método se conoció el objeto de estudio que se aplicó en la parroquia Quilanga con el propósito de establecer analogías, comportamientos determinados en el área o sitio de estudio.

✓ **Método descriptivo**

Este método ayudó a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas, no se limita a la recolección de datos, de la misma forma ayudó a la descripción de datos generales y características de la parroquia.

✓ **Método bibliográfico**

Este método se utilizaró para recopilar información de fuentes bibliográficas como: libros, trípticos, guías, etc. que permitieron obtener datos del lugar.

### **5.3. Técnicas**

#### **✓ Técnica documental**

Esta técnica constituyó una parte primordial del proceso de investigación, tuvo como característica principal la aplicación de documentos, los mismos que permitieron recopilar, seleccionar, analizar y demostrar resultados sumamente confiables. Con la recolección de datos se pudo determinar criterios que a su vez permitieron justificar el estudio de causas, hechos y fenómenos.

#### **✓ Técnica de campo**

Este método permitió tener contacto directo con el objeto de estudio a través de la observación, también se recopiló información por intermedio de testimonios con el fin de confrontar términos que sirvieron de base para encontrar la verdad establecida.

#### **✓ La entrevista**

Esta técnica se la aplicó con el fin de obtener información relevante y real a través de los principales actores del GAD Municipal, autoridades, visitantes y personas involucradas en la actividad turística.

#### **✓ Observación directa**

Se empleó esta técnica, al momento de levantar la información para las fichas de inventario de atractivos turísticos del MINTUR, ya que a través de esta técnica se pudo evidenciar la realidad de los mismos.

#### **✓ FODA**

El análisis FODA permitió realizar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio a través de las fortalezas, oportunidades, debilidades y

amenazas, logrando de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permitió tomar decisiones acordes con los objetivos formulados.

#### **5.4. METODOLOGÍA PARA EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS**

##### **5.4.1. Para el cumplimiento del primer objetivo: Realizar el diagnóstico del componente turístico de la parroquia Quilanga, Cantón Quilanga, Provincia de Loja.**

Para el desarrollo de este objetivo se utilizó el método descriptivo, inductivo y deductivo, los cuales ayudaron a desglosar toda la información de los atractivos turísticos y recursos de la parroquia Quilanga. Otro de los métodos utilizados es el método bibliográfico que ayudó en la recopilación de información secundaria, libros, trípticos, etc. que permitieron obtener datos referentes del lugar.

De igual forma se utilizó la matriz de Carla Ricaurte (2009) para el desarrollo del diagnóstico turístico, que permitió evaluar la situación actual de un destino o atractivo turístico.

También se utilizó la técnica de observación directa la cual consistió en realizar un sondeo rápido del lugar. Otra de las técnicas es la de campo que permitió realizar el contacto directo a través de la observación, además se recopiló información por intermedio de testimonios.

Del mismo modo se utilizó la técnica de observación directa, está sirvió para realizar la ficha de atractivos turísticos del MINTUR, determinando de esta manera el potencial turístico de esta localidad. Además, se aplicó la ficha de resumen de atractivos turísticos, la misma que ayudó a describir los diferentes recursos que se encuentran en el entorno a investigar.

Se utilizó un GPS el cual ayudó a ubicar las diferentes coordenadas geográficas, altura y distancias de cada uno de los atractivos turísticos que se encuentran en esta parroquia.

### **Validación de la información levantada mediante metodología participativa**

#### **Proceso de implementación de metodología participativa**

Se presentó los respectivos oficios al alcalde del cantón para pedir el permiso para el levantamiento de información, a su vez se entregó convocatorias a los líderes de cada comunidad, autoridades del cantón y personas involucradas en el ámbito turístico. Los oficios se detallan en el (anexo N° 2).

#### **Implementación del taller de validación**

Este taller se realizó en el salón social del municipio del cantón al cual asistieron alrededor de 50 personas en donde se realizó el análisis del PDOT del cantón, del cual surgieron comentarios y sugerencias de lo que se debería implementar dentro del PDOT. Las fotografías se detallan en el (anexo N° 3).

Finalmente, para el cumplimiento de este objetivo específico, se manejó las técnicas de la entrevista y la matriz FODA mediante las cuales se obtuvo información del estado actual de la parroquia y de las diferentes; fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

**5.4.2. Para realizar el segundo objetivo: Elaborar una propuesta de Desarrollo Turístico para la parroquia Quilanga mediante la aplicación de una metodología participativa.** Se utilizó el método analítico

Las entrevistas que se aplicó a los participantes de la parroquia ayudaron a la recopilación de información del estado actual del sector donde se encuentran ubicados los atractivos turísticos.

Reunida toda la información se inició con la elaboración y diseño de la propuesta, para la cual se plantearon cuatro objetivos estratégicos a través de los cuales se busca potencializar la afluencia de turistas en la ciudad, de igual forma fortalecer los bienes patrimoniales de la ciudad y de sus atractivos y recursos contribuyendo a impulsar el desarrollo turístico de la parroquia.

Se realizó la segunda reunión participativa con los involucrados en la actividad turística, el resultado del trabajo que se obtuvo son las siguientes propuestas para la parroquia: implementación de una ruta turística, implementación de un centro de información turístico I-TUR, elaboración de guías turísticas y talleres.

**5.4.3. Para desarrollar el tercer objetivo: Proponer estrategias para la aplicación de la propuesta planteada para el desarrollo turístico de la parroquia Quilanga.**

Se realizó las fichas correspondientes para cada objetivo estratégico que la parroquia eligió dentro del taller participativo que se realizó dentro del segundo objetivo, en la ficha se encuentra el objetivo estratégico, el medio por el cual se va a desarrollar, dentro de los detalles se encuentra el nombre y objetivos que se va a cumplir.

Para el desarrollo del tercer objetivo se utilizó la investigación descriptiva y analítica los cuales ayudaron a determinar las propuestas que se emplearan para el fortalecimiento turístico de la parroquia.

Se consideró la implementación de una ruta turística la cual permitirá potenciar los atractivos naturales y culturales de la parroquia, así mismo la implementación de un centro de información turístico I-TUR el cual ayudaría a mejorar la gestión de turismo en la parroquia.

Otra de las propuestas planteadas es la elaboración de guías turísticas las cuales darán a conocer, promocionar, difundir y fomentar la información turística de la parroquia.

Finalmente, la última propuesta planteada es el desarrollo de talleres turísticos dirigidos a la comunidad con los cuales se pretende fortalecer la oferta, producto y servicios de las empresas turísticas públicas y privadas.

## 6. RESULTADOS

### 6.1. Diagnóstico del componente turístico de la parroquia Quilanga, cantón Quilanga, provincia de Loja.

#### 6.1.1. Diagnóstico – Resultados de aplicación de la matriz de Carla Ricaurte

##### a. Datos generales

Según las proyecciones realizadas por el INEC (2010) la parroquia Quilanga en el año 2018 tendrá una población decreciente tal como se muestra en el (cuadro N° 5).

Cuadro 5. *Población de la parroquia Quilanga*

AÑOS	No. HABITANTES
2010	2.721
2011	2.711
2012	2.701
2013	2.691
2014	2.681
2015	2.671
2016	2.661
2017	2.651
2018	2.641

Fuente: INEC 2010

Elaboración: Cabrera Ojeda Oscar Efren

##### b. Oferta de servicios

La parroquia de Quilanga, cuenta con varios servicios e infraestructura turística entre ellos alojamiento, alimentación y esparcimiento, servicios comerciales (incluido turismo), públicos, transportes y comunicaciones.



## ✓ Alojamiento

Entre los establecimientos que brindan alojamiento en la parroquia Quilanga, se encuentran: una pensión, una residencia y una hostería esta información se presenta en el (cuadro N° 6).

Cuadro 6. *Servicios de alojamiento*

N°	Nombre del establecimiento	Servicio						Observación
		Tipo	alim	Tv	bar	hab	Plazas	
1	Pensión "Quilanga" Luna Briceño Laura	Pensión	X	9	X	7	30	Consta en el catastro del ministerio de turismo
2	Residencia R&R Internacional Ing. Jesús Rojas	Residencia	X	7		6	25	No consta en el catastro
3	Estancia Jaramillo Sr. Ángel Jaramillo	Estancia	X	6		6	15	No consta en el catastro

Fuente: Catastro turístico y Trabajo de campo

Elaboración: Cabrera Ojeda Oscar Efren

## ✓ Alimentación

La parroquia de Quilanga es ciudad de paso y cuenta con 7 establecimientos que ofrecen servicios de alimentación y 1 fuente de soda, en estos lugares se puede degustar diversos menús, como se observa en el (cuadro N°7).

Cuadro 7. *Servicio de alimentación*

Nombre	Propietario	Dirección	Capacidad	N° de mesas
Edwards Restaurante	Sra. Patricia Rojas	Bolívar y 10 de agosto	60 pax	9
Restaurante Central	Sra. Yolanda Marín	Bolívar y 10 de agosto	40 pax	8
Restaurante Bravo	Sra. Esperanza Pardo	18 de noviembre entre Sucre y Atahualpa	20 pax	5
Restaurante Acapulco	Sra. Elvia Ochoa	18 de noviembre y Sucre	50 pax	10

Restaurante La Boliviana	Sra. Yesica Suruco	Bolívar y Predesur	70 pax	12
Restaurante El Buen Sabor	Sra. Alba Tapia	Av. Loja	30 pax	6
Restaurante Asadero JMC	Sr. Walter Tandazo	Bolívar	20 pax	8
Fuente Soda Alitas Candelita y Beer	Sra. Glenda Cueva	Atahualpa entre Bolívar y Predesur	16 pax	7

**Fuente:** Catastro turístico y Trabajo de campo.

**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efren

### ✓ Instalaciones de esparcimiento y otros servicios de la parroquia

En cuanto a la infraestructura con la que cuenta la parroquia para el servicio de esparcimiento y otros servicios que sirven de complemento y apoyo al turista que visita la comunidad, se presenta el (cuadro N° 8).

*Cuadro 8. Esparcimiento y otros servicios*

ESPARCIMIENOS		OTROS SERVICIOS	
Descripción	N°	Descripción	N°
Discoteca	1	Técnico turístico	1
Bares	2	Cooperativa de Ahorro y crédito Quilanga	1
Instalaciones deportivas	3	Bancos del barrio	4

**Fuente:** Trabajo de campo.

**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efren

### c. Infraestructura de servicios básicos

#### ✓ Viabilidad y transporte

Quilanga está ubicada a 96 km<sup>2</sup> de Loja, para llegar al cantón vía terrestre desde Loja se toma la vía de primer orden Loja-Catamayo-Gonzanamá-Quilanga. También se puede hacer uso de la vía de segundo orden que recorre el tramo Loja-Malacatos-Purunuma-Quilanga.

El cantón cuenta con 29,94 Km de vía asfaltada con doble tratamiento superficial, como a su vez existen 104, 53 Km de vías lastradas dentro de

la parroquia urbana Quilanga y 58,58 Km de vías de tierra, mismas que no cuentan con una capa de lastre que permite una movilidad adecuada sobre la época invernal (GAD, Quilanga, 2014-2019).

La parroquia de Quilanga cuenta con el servicio de buses y camionetas, la vía de acceso cuenta con señalética vial adecuada, es importante recalcar que carece en su totalidad de señalética turística, (ver cuadro N° 9).

**Cuadro 9. Servicios de transporte**

Nombre de la Cooperativa	Estación y parada	Tipo de transporte		Frecuencia del servicio	Tipo de vehículo	Buses que entran en los barrios
		Local	Inter-Cantonal			
Coop. Unión Cariamanga	X		X	Diario	Bus	En 6 barrios
Coop. Unión Catamayo	X		X	Diario	Bus	En 6 barrios
Coop. de transporte Loja	X		X	Diario	Bus	En 6 barrios
Coop. de camionetas 30 de septiembre			X	Diario	Camioneta	Recorre todos los 30 barrios de la parroquia
Coop. de transporte mixto Quilanga Express	X	X	X	Diario	Camioneta	Recorre todos los 30 barrios de la parroquia
Rancheras de cada comunidad son privadas	X	X		Diario	Rancheras	Recorre todos los 30 barrios de la parroquia

**Fuente:** Trabajo de campo.

**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efren

### ✓ **Comunicación**

La parroquia de Quilanga cuenta con las siguientes operadoras de servicio telefónico que se detallan en el (cuadro N° 10).

Cuadro 10. *Comunicación de la parroquia Quilanga*

<b>OPERADORAS DE COMUNICACIÓN DE QUILANGA</b>			
<b>Descripción de las líneas móvil de la parroquia Quilanga</b>			
Claro	CNT	Movistar	Telefonía Convencionales
Cabinas telefónicas	2	Cyber café	3
Además, el servicio de internet en la parte urbana de la localidad en las comunidades rurales no hay servicio de internet. El uso del internet en las instituciones educativas es fundamental para el proceso de aprendizaje.			

**Fuente:** Trabajo de campo.

**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efren

#### **d. Sanidad**

La parroquia de Quilanga cuenta con servicios de sanidad los cuales se detallan en el (cuadro N° 11).

Cuadro 11. *Servicios básicos de la comunidad de la parroquia Quilanga*

<b>SANIDAD DE LA PARROQUIA DE QUILANGA</b>		
<b>Agua</b>	<b>Alcantarillado</b>	<b>Disposición de residuos sólidos</b>
La parroquia se abastece de agua potable que es tratada con cloro, está conformando por 6 microcuencas principales, y en su mayoría sus aguas recorren de este a oeste, para posteriormente unirse a otros afluentes hasta depositar sus aguas en el Océano Pacífico. Además, en los barrios rurales se abastecen de líquido vital mediante el uso de vertientes y de agua entubada.	La red de alcantarillado de la parroquia Quilanga en la zona urbana es mixta de aguas lluvias y sanitaria, así mismo en la parte urbana la población cuenta con baterías sanitarias, en la zona rural la población en su mayoría cuenta con letrinas, pozos sépticos, pozo ciego y otras comunidades no dispone de ningún tipo de servicio higiénico	La recolección de los residuos sólidos la realiza con 2 trabajadores y un chofer, quienes recogen los residuos sólidos en la ciudad de Quilanga y en la comunidad de Anganuma los días lunes y viernes.  En la ciudad de Quilanga se realiza la clasificación de la recolección de residuos orgánicos se realiza en el horario de 8h30 a 12h00, en este horario se incluyen los residuos del mercado. En el horario de 13h00 a 16h00 se recolectan los residuos orgánicos más los residuos hospitalarios del Subcentro de salud.
<b>Servicios de Salud</b>	La parroquia de Quilanga cuenta con el Centro de Salud Quilanga, el Subcentro de salud San Juanillo y el dispensario médico del Seguro Social en el barrio Anganuma.	

	<p>Los diferentes centros de salud cuentan con un médico general, un odontólogo y un auxiliar de enfermería que laboran de lunes a viernes.</p> <p>Por medio de este centro se brinda atención primaria en salud, con medicina preventiva no cuenta con un laboratorio o en casos complicados los pacientes preferiblemente se trasladan hacia el hospital de Loja o Cariamanga.</p>
<b>Energía</b>	<p>La parroquia cuenta con el servicio de energía eléctrica en todos los barrios, el 100% de la población se beneficia de este servicio, sin restricciones de horario. La parte urbana de la parroquia se beneficia del alumbrado público y produciéndose la inseguridad en la parte rural por la falta de la misma.</p> <p>Cabe recalcar que la parroquia en la mayoría de servicios se está implementando a lo largo del territorio y no existe instalaciones que ofrezcan combustible, las gasolineras más cercanas tenemos en la ciudad de Gonzanamá a 20Km en un tiempo de 20 minutos se puede llegar otra estación encontramos en la ciudad de Cariamanga 50Km.</p>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Cabrera Ojeda Oscar Efren

## ✓ Educación

De acuerdo a información proporcionada por la Dirección Distrital 11D06, en la parroquia existen en la actualidad 11 instituciones educativas. Durante el año lectivo 2017 – 2019 se han fusionado nueve instituciones educativas las mismas que se encuentran fuera de funcionamiento al no existir estudiantes matriculados en las mismas; existen escuelas fisco misional, fiscal, las cuales son unidocentes en los barrios y completas en las cabeceras parroquiales y en la cabecera cantonal.

Los centros educativos de la parroquia funcionan bajo régimen costa período lectivo mayo - febrero, los establecimientos que brindan el servicio de educación en la parroquia Quilanga son los siguientes, (ver cuadro N° 12).

Cuadro 12. *Instituciones educativas de la parroquia Quilanga.*

LUGAR	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO
Palotine Alto	Carlos Manuel Ojeda Palacios
Monte Grande	Caupolicán
Quilanga	Unidad Educativa Quilanga

Santa Bárbara	Francisco Javier Riofrío
Saraque	Ignacio Alcocer
Huacupamba	Isla Santa Cruz
Galápagos	Joaquín Añazco
Yurarrumi	José Mejía Lequerica
El Carmen	Luis Felipe Mora
La Elvira	Río Putumayo
Anganuma	Rosario C de Murillo

**Fuente:** Trabajo de campo.

**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efrén

### ✓ Seguridad

La parroquia Quilanga, los servicios que brinda es la seguridad al turista y a la ciudadanía que habita, ésta se destaca en el (cuadro N° 13).

Cuadro 13. *Seguridad de la parroquia de Quilanga*

<b>La seguridad de la parroquia de Quilanga</b>	
Jefatura política	Cuerpo de Bomberos
Comisaría nacional	Policía nacional

**Fuente:** Trabajo de campo.

**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efrén

El cantón Quilanga cuenta con unidades de policía comunitaria (UPC), que brindan seguridad al cantón estas se encuentran ubicadas en la parroquia Quilanga, así mismo cuenta con una cámara del 911.

### e. Gobernanza

El organismo que gobierna Quilanga es el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Quilanga, la cual se encuentra administrada por el mismo, teniendo organizaciones que ayudan a su buen desarrollo como: comités de barrio, organizaciones de mujeres, comités de padres de familia, organizaciones religiosas, clubes. La presencia de estas organizaciones es necesaria para alcanzar la gobernabilidad democrática

y la participación y colaboración ciudadana, para de esta manera trabajar por el bienestar de la ciudad y de la población.

Quilanga trabaja directamente con el Gobierno local y provincial, sin recibir el apoyo e involucrar la ayuda de instituciones extranjeras en sus proyectos, para ello los actores sociales y gubernamentales se asocian para emprender en proyectos o planes de desarrollo parroquial y cantonal los que se detallan en el (cuadro N° 14).

*Cuadro 14. Autoridades principales de la cabecera cantonal*

Nombre de la autoridad	Cargo que desempeñan
Ing. Francisco Jaramillo	Alcalde del cantón
Ing. Fernando Mesías Santín Luna	Vicealcalde del cantón
Reverendo Padre Herman Yaguana Santín	Párroco del cantón
Abg. Dani Ochoa	Comisario Nacional de Policía
Srgto. Klever Carrión	Jefe de UPC- Quilanga
Dra. Laura Soto Granda	Directora Distrital de educación Quilanga
Dra. Alicia Hidalgo	Directora del subcentro de salud Quilanga
Dr. Max López Chonillo	Notario
Lic. Colón Atarihuana	Rector de la Unidad Educativa Quilanga
Abg. Jairo Patricio Jiménez	Jefe de la Unidad de Gestión Social, Cultural y Turismo del GAD- Quilanga.

**Fuente:** Trabajo de campo.

**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efrén.

En el cantón Quilanga el tejido social que lo conforma está en base a la formación de asociaciones, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, club deportivo, cultural y organizaciones de personas adultas, con miras a rescatar las tradiciones y costumbre que los caracteriza a cada uno de los quilanguenses, esta se puede observar en el (cuadro N° 15).

Cuadro 15. Organizaciones gubernamentales y club deportivos de la parroquia Quilanga

<b>ORGANIZACIONES GUBERNAMENTALES Y CLUB DEPORTIVOS DE LA PARROQUIA DE QUILANGA</b>	
Liga deportiva cantonal	Junta cantonal de protección de derechos.
Club hipertensos y diabéticos	Seguro campesino
Club de madres Quilanga	Asociación de personas con discapacidad
Cooperativa de ahorro y crédito Quilanga limitada	Cuatro barrios del banco

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Cabrera Ojeda Oscar Efren

#### f. Servicios de la comunidad receptora

En cuanto a la comunidad receptora de la parroquia los servicios que brindan se determinan en el (cuadro N° 16).

Cuadro 16. Comunidad receptora de la parroquia de Quilanga

<b>SERVICIOS DE LA COMUNIDAD RECEPTORA DE LA PARROQUIA QUILANGA</b>	
<b>Comunidad receptora</b>	<p>En cuanto a la comunidad receptora se determinó que se organizan en mingas para realizar actividades de limpieza de caminos, carreteras.</p> <p>La mayor parte de la población considera al turismo como una actividad económica alterna y estacional, debido a que solamente durante la temporada alta se dedican a generar turismo, le resto del año realizan otras actividades.</p> <p>Los problemas más acentuados que pueden afectar el desarrollo turístico en la ciudad es la inexistencia de guías locales capacitados, además para llegar a los atractivos más lejanos no existe senderos y señalética, el personal que labora en hoteles y restaurantes no tiene capacitación en lo que se refiere a turismo.</p>
<b>Actividades económicas</b>	<p>En la cabecera cantonal la principal actividad económica que tienen los Quilanguenses es la agrícola y la que mayormente genera producción y sostenibilidad de las familias, y dinamizar la economía.</p> <p>Las actividades productivas del territorio según la participación de la Población Económicamente Activa, se distribuye de la siguiente manera: manufactura 5.96%, comercio 5.96%, en el campo agropecuario 65.37% y otras actividades el 22, 71%. Como podemos observar que el mayor porcentaje se encuentra concentrado en actividad agropecuaria</p>



	derivándose principalmente en la agricultura y ganadería (GAD, Quilanga, 2014-2019).
<b>Problema social</b>	De acuerdo a la información obtenida mediante la entrevista que se realizó a personas de las comunidades y por observación directa, se determinan los principales problemas sociales que se pueden identificar en la parroquia entre ellos se encuentran: la migración especialmente por parte de los jóvenes entre los 18 y 30 años, debido a la falta de fuentes de trabajo. Otro problema que afecta al cantón es el alto índice de consumo de alcohol el mismo que es la causa de la desestructuración familiar así mismo en muchos casos es la causa de la violencia intrafamiliar.

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Cabrera Ojeda Oscar Efren

### g. División parroquial de Quilanga

La parroquia de Quilanga está dividida en los siguientes barrios los cuales se describen (ver cuadro N° 17).

Cuadro 17. Descripción de los barrios rurales de Quilanga

DIVISIÓN POLÍTICA TERRITORIAL DE LA PARROQUIA QUILANGA	
Cabecera Parroquia Urbana	Quilanga
<b>Descripción de los barrios rurales de Quilanga</b>	
<b>Pisaca</b>	En el barrio cuenta con energía eléctrica y agua potable y letrinas, cuenta con señal telefónica claro y cnt, cuenta con un recurso que se la conoce como la pampa Pisaca.
<b>El limón</b>	En el barrio cuenta con agua entubada, señal telefónica no tiene atractivos además cuenta con letrinas.
<b>Santa Bárbara Alto</b>	Cuenta con servicios básicos y además cuenta con el atractivo de las pailas rotas, señal telefónica las líneas de claro, cnt y movistar.
<b>Santa Bárbara Bajo</b>	Cuenta con servicios básicos y además cuenta con el atractivo de las pailas rotas, señal telefónica movistar claro y cnt y además letrinas.
<b>El Laurel</b>	El barrio cuenta con energía eléctrica y no cuenta con lugares turísticos la comunidad se dedica a lo que es la agricultura y ganadería, señal telefónica movistar claro y cnt y además letrinas.

<b>San Juanillo</b>	El barrio cuenta con energía eléctrica y no cuenta con lugares turísticos la comunidad se dedica a lo que es la agricultura y ganadería, cuenta con señal telefónica.
<b>Uzaimé</b>	El barrio cuenta con energía eléctrica y no cuenta con lugares turísticos la comunidad se dedica a lo que es la agricultura y ganadería, cuenta con letrinas.
<b>Palotine Alto</b>	El barrio cuenta con energía eléctrica y no cuenta con lugares turísticos la comunidad se dedica a lo que es la agricultura y ganadería cuenta con señal telefónica letrinas.
<b>Palotine Bajo</b>	El barrio cuenta con energía eléctrica y no cuenta con lugares turísticos la comunidad se dedica a lo que es la agricultura y ganadería
<b>Portete de Anganuma</b>	La comunidad cuenta con dos fiestas tradicionales servicios básicos como energía eléctrica, agua entubada, telefonía móvil y letrinas.
<b>Anganuma</b>	La comunidad cuenta con recursos turísticos, un petroglifo que tiene forma de sirena, y un arqueológico; el barrio cuenta con fiestas tradicionales y servicios básicos.
<b>Llano Grande</b>	El barrio mencionado cuenta con un mirador el cual esta destacado como atractivo turístico y su comunidad se dedica a la ganadería y agricultura su localidad cuenta con letrinas y la señal móvil.
<b>El Salado</b>	Esta comunidad no cuenta con atractivos turísticos, pero cuenta con energía eléctrica y alumbrado público además sus habitantes tienen letrinas.
<b>El Tunó</b>	Esta comunidad no cuenta con recursos turísticos, pero como está cerca al cerro tiene sus atractivos más cercanos lo que es el cerro, las cuevas y el mascarón del inca, esta localidad tiene el servicio, agua entubada, energía eléctrica y además alumbrado público su señal telefónica de claro, cnt, movistar.
<b>El Carmen</b>	Esta comunidad no cuenta con atractivos turísticos, pero cuenta con agua entubada, energía eléctrica y además su comunidad se dedica a lo que es a la agricultura y ganadería y tiene alumbrado público y sus habitantes cuentan con letrinas.
<b>Consacola</b>	Esta comunidad no cuenta con recursos turísticos, pero como está cerca al cerro tiene sus atractivos más cercanos lo que es el cerro, las cuevas y el mascarón del inca cuenta con agua entubada y cada habitante cuentan con letrinas.

<b>Panchimine</b>	Esta comunidad no cuenta con recursos turísticos, pero como está cerca al cerro tiene sus atractivos más cercanos lo que es el cerro, las cuevas y el mascarón del inca además cuenta con señal telefónica y el servicio de energía eléctrica cada habitante cuenta con letrinas.
<b>Yurarrumi</b>	La comunidad cuenta con un recurso turístico que es el petroglifo y además cuenta con una chorrera la más cercana a la comunidad y tiene sus habitantes el servicio de energías eléctrica cada habitante tiene letrinas.
<b>Loana</b>	La comunidad cuenta con la quebrada de Hupanamaca donde todos los años en carnaval acuden los visitantes a este sitio se lo denominada como recurso turístico sus habitantes cuentan con el servicio de energía eléctrica y letrinas.
<b>Huacupamba</b>	Esta comunidad no cuenta con atractivos turísticos, pero tiene el servicio de energía eléctrica y cada habitante cuenta con letrinas.
<b>Naimuro</b>	En esta localidad cuenta con el servicio de energía eléctrica, letrinas y no cuenta con atractivos turísticos, ni recursos turísticos.
<b>El Saraque</b>	Esta comunidad no cuenta con atractivos turísticos, ni recursos, pero cuentan con letrinas y energía eléctrica y alumbrado público.
<b>Monte Grande</b>	Esta comunidad no cuenta con atractivos turísticos, pero cuenta con energía eléctrica y alumbrado público cada morador cuentan con letrinas.
<b>San Pedro</b>	Esta comunidad no cuenta con atractivos turísticos, pero cuentan con energía eléctrica alumbrado público y señal telefónica.
<b>Ungananchi</b>	En este sector solo cuenta con un atractivo turístico el nombre es la urna del Divino Niño y cuenta con poca señal telefónica agua potable y cada morador cuenta con letrinas y alumbrado público.
<b>Corralillo</b>	En este lugar no tiene atractivos, pero cuenta con un recurso de una capilla de la Virgen del Cisne además cada morador cuenta con letrinas y agua entubada y alumbrado público.
<b>La Elvira</b>	Esta comunidad cuenta con una urna de la Virgen del Cisne cuenta con el servicio de energía eléctrica y agua entubada, cada morador cuenta con letrinas y sus vías de acceso son de segundo orden.
<b>Galápagos</b>	En el barrio no cuenta con atractivos, pero cuenta con un recurso natural las lagunas las espumosas además cuentan con el servicio de energía eléctrica.

<b>Guallanuma</b>	Esta comunidad no cuenta con atractivos turísticos pero sus moradores cuentan con el servicio de energía eléctrica y además tiene letrinas y la señal telefonía móvil.
<b>Los Alisos</b>	Esta comunidad no cuenta con atractivos turísticos pero sus moradores cuentan con energía eléctrica y letrinas, alumbrado público señal telefónica.
<b>Huayuco</b>	Esta comunidad no cuenta con atractivos turísticos, pero cuenta con señal telefónica y servicios básicos.

**Fuente:** Trabajo de campo.




**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efren

### 6.1.2. Validación de la información levantada mediante metodología participativa







#### a. Resultados del taller (priorización de atractivos y FODA)

En el taller realizado se tomó en cuenta los siguientes atractivos los cuales se detallarán a continuación en el (cuadro N° 18).

Cuadro 18. *Atractivos y recursos que se presentó en la reunión de la parroquia Quilanga*

<b>ATRACTIVOS CULTURALES DE LA PARROQUIA QUILANGA</b>	
Ciudad de Quilanga	
Parque Central	
Parque San Roque	

<p>Mirador de Ilano Grande</p>	
<p><b>ATRATIVOS Y RECURSOS NATURALES</b></p>	
<p>Cerro Chiro</p>	
<p>Cuevas del Cerro Chiro</p>	
<p>Mascarón del Inca</p>	
<p>Pampa de Pisaca</p>	
<p>Petroglifo la Sirena</p>	
<p>Parque de las Piedras</p>	
<p>Petroglifo Yurarrumi</p>	

<p>Cascada el Guabo</p>	
<p>Quebrada Hupanamaca</p>	
<p>Laguna las Espumosas</p>	
<p>Las pailas rotas</p>	
<p><b>Fiestas tradicionales de la Parroquia Quilanga</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Fiesta de cantonización</li> <li>✓ El 29 de junio en honor a San Pedro patrono de Quilanga.</li> <li>✓ El último domingo de julio en honor a San Vicente Ferrer</li> <li>✓ El 15 de septiembre en honor a San Roque</li> <li>✓ El 29 de noviembre en honor a Cristo Pobre.</li> </ul>	
<p><b>Platos típicos de la parroquia</b></p>	
<p>Seco de Gallina Criolla</p>	
<p>Sango con Huevo</p>	

Tamal con café	
Repe	
Yuca con Queso	
Miel con Quesillo	
El aguado de leche	
Mermelada de leche	

**Fuente:** Trabajo de campo.

**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efrén

Durante el desarrollo de la metodología participativa los involucrados manifestaron, que se deberían tomar en consideración, los atractivos y recursos turísticos que tiene la parroquia, los mismos que se describen en el (cuadro N° 19).

*Cuadro 19. Atractivos que se consideraron en la reunión participativa*

<b>ATRATIVOS Y RECURSOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA</b>	
✓	Quebrada de Aminduro
✓	Las 3 Lomos del Salado
✓	Fincas cafetaleras
✓	Fiestas tradicionales del Parque San Roque
✓	Cruz de limón 3 de mayo
✓	Feria ganadera
✓	Pan de horno
✓	Mote con chicharrón
✓	Molloco
✓	La chuchuca
✓	Molo de guineo
✓	Guarapo
✓	El cura sin cabeza
✓	Historia de los brujos de Quilanga

**Fuente:** Trabajo de campo.

**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efren

Así mismo se desarrolló el análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene la parroquia, ya que esto ayudaría a buscar soluciones para el mejoramiento de la parte turística de la parroquia.

### **6.1.3. Ficha de resumen de atractivos turísticos de la parroquia Quilanga.**

La parroquia Quilanga cuenta con gran variedad de atractivos y recursos turísticos naturales y culturales, en donde se ha considerado tomar en cuenta los más relevantes como se detallan en el (cuadro N° 20).

*Cuadro 20. Atractivos y recursos de la parroquia Quilanga*

	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA
1	Cerro Chiro	Atractivo natural	Montaña	Alta montaña	I
2	Mascarón del Inca	Atractivo natural	Tierras insulares	Roca	I
3	Cuevas del Cerro Chiro	Atractivo natural	Fenómeno espeleológicos	Cuevas o cavernas	I
4	Chorrera el Guabo	Atractivo natural	Río	Cascadas	I



5	Pampa de Pisaca	Atractivo natural	Planicie	Baja montaña	I
6	Pailas Rotas	Atractivo natural	Ríos	Río	II
7	Lagunas las Espumosas	Atractivo natural	Ríos	Río	I
8	Petroglifo de Yurarrumi	Manifestación cultural	Arquitectura	Área arqueológica	I
9	Mirador Llano Grande	Manifestaciones culturales	Realización técnico, científicas	Obras de ingeniería	I
10	Petroglifos de Anganuma	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Área arqueológica	I
11	El parque de las Piedras Pailapamba	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Área arqueológica	I
12	Fiestas en honor a San Pedro	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	I
13	Fiestas a Honor a Cristo Pobre	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	I
14	Parque Central	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	I
15	Cultivo de Café	Manifestaciones culturales	Realización técnico, científicas	Centros agropecuarios y pesqueros	I
16	Plato típico "Sancocho de Congatullo"	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Eventos gastronómicos	I


**Fuente:** Fichas para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos

**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efren

### a. Inventario de atractivos turísticos

A continuación, se detallan cada uno de los atractivos y recursos de la parroquia tanto culturales y naturales que posee la parroquia.

Cuadro 21. *Ficha 1 Cerro el Chiro*

<b>Nombre del atractivo:</b> Cerro el Chiro		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Atractivos naturales	<b>Tipo:</b> Montaña	<b>Subtipo:</b> Alta montaña
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Quilanga	<b>Localidad:</b> Quilanga
		<p><b>Ubicación.</b> – El cerro se encuentra ubicado 2 Km y medio al norte de la cabecera cantonal de Quilanga, a dos horas de camino por senderos, vías para llegar al cerro se puede acceder por el barrio el tuno, y barrio Panchimine.</p> <p><b>Coordenadas UTM:</b>                  Latitud: 0677143                  Longitud: 9526344</p>
<p><b>Fuente:</b> Trabajo de Campo</p>		
<p><b>Características.</b></p> <p>Relieve montañoso, con pendientes cóncavas, en la parte alta con terrenos escarpados, símbolo que representa y caracteriza al cantón Quilanga. Su nombre de Chiro, proviene del quechua Chiru, que significa lado, no es un cerro geográficamente individualizado, más bien forma parte de una cordillera que se inicia justamente en su cúspide a 2670 m.s.n.m., Geográficamente está ubicado a 0677143 Este y 9526344 Norte, identificado y calificado como atractivo de montaña constituido en mirador. Este predominan tipos de rocas piroclas, brechas tobáceas pertenecientes a la era Paleozoica.</p> <p>El paisaje es un mosaico de unidades y estructuras vegetales, mayormente áreas de pastoreo en la parte media y baja (kikuyo, grama), relictos vegetales compuestos por especies importantes como: <i>cedrella sp</i>(cedro), <i>Chusquea sp</i>, <i>Myrcianthes rhopaloides</i>, <i>Baccharis obtusifolia</i>, <i>Myrcine sodiriana</i> (maco-maco), <i>palicourea sp</i>, <i>piper sp</i>, <i>Viburnum triphyllum</i>, <i>Myrcia fallax</i>(saco), <i>Thenstroemia macrocarpa</i>, <i>Mauria heterophilla</i>, <i>Oreopanax sessiliflorus</i>, <i>Lafoensia acuminata</i>, <i>Mikania sp</i>, <i>Bomaria sp</i>, <i>Anthurium sp</i>, <i>Glussia sp</i>(duco), <i>Miconia corymbiformis</i>, <i>Muycine andina</i>, <i>Mirica pubescens</i>, entre otras</p>		
<p><b>Recomendaciones</b></p> <p>Para visitar el cerro se debe llevar ropa ligera y zapatos adecuados, además no olvidar gorra, cámara fotográfica, y agua.</p>		
<p><b>Actividades Turísticas</b></p> <p>Se puede realizar excursiones, observación de flora y fauna, una vista panorámica de la ciudad y el cantón Quilanga.</p>		

**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efren

Cuadro 22. Ficha 2 Mascarón del Inca

<b>Nombre del atractivo:</b> Mascarón del Inca		<b>Jerarquía:</b> I	
<b>Categoría:</b> Atractivos naturales		<b>Tipo:</b> Tierras insulares	<b>Subtipo:</b> Roca
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Quilanga		<b>Localidad:</b> Quilanga
		<p><b>Ubicación.</b> – Ubicado a 2.5 Km. Al norte de la ciudad de Quilanga, para llegar al cerro se debe caminar desde el barrio el Tuno para llegar al recurso se halla una roca antropomorfa con el más cercano parecido al rostro de un indio.</p> <p><b>Coordenadas UTM:</b>                  Latitud: 0677374 - Longitud: 9526052</p>	
<p><b>Fuente:</b> Trabajo de Campo</p>			
<p><b>Características.</b></p> <p>El Mascarón del Inca es otro elemento que forma parte del cerro el Chiro y es una muestra más de la existencia de que en este cerro hubo asentamientos antiguos, está localizado a 2.277 msnm. Es un peñasco que tiene forma de rostro posiblemente de un cacique, se lo puede observar desde la ciudad, aquí encontramos especies de flora: enredaderas, árboles, orquídeas, plantas arbustivas, duco, sauco, chilcas, porotillo y fauna como: armadillos, zorro, tigrillo, ave chiroca, azulejos, jilguero, reptiles como iguanas, macanche y el colambo.</p>			
<p><b>Recomendaciones</b></p> <p>Para visitar el recurso se debe llevar ropa ligera y zapatos adecuados, además no olvidar gorra, cámara fotográfica y agua.</p>			
<p><b>Actividades Turísticas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Montañismo</li> <li>✓ Escalada</li> <li>✓ Senderismo</li> <li>✓ camping</li> <li>✓ Picnic</li> <li>✓ Observación de flora y fauna</li> </ul>			

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efren


Cuadro 23. Ficha 3 Cuevas del cerro

<b>Nombre del atractivo:</b> Cuevas del Cerro Chiro		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Atractivos naturales	<b>Tipo:</b> Fenómenos espeleológicos	<b>Subtipo:</b> Cuevas o cavernas
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Quilanga	<b>Localidad:</b> Quilanga
		<p><b>Ubicación.</b> – Ubicado a 2.5 Km. Al norte de la ciudad de Quilanga, para llegar a las cuevas se debe caminar desde el barrio el Tuno es la entrada más cercana.</p> <p><b>Coordenadas UTM:</b>                  Latitud: 0677043- Longitud: 9526151</p>
<p><b>Fuente:</b> Trabajo de Campo</p>		
<p><b>Características</b></p> <p>Estas cuevas están a una altura de 2.363 msnm y a una temperatura media de 16°C, temperatura que varía de acuerdo a la cueva visitada.</p> <p>Las dimensiones aún no han sido exploradas, puesto que no han sido investigadas en su totalidad, ya que se distribuyen en distintas direcciones dando una estructura ondulada; además estas cuevas son húmedas y estrechas. En cuestión de longitudes recorridas sin peligro, no existen datos reales. Sin embargo, de acuerdo a la exploración realizada se considera que las cinco primeras cuevas no son peligrosas, luego el acceso es difícil por la estreches y la falta de oxígeno.</p>		
<p><b>Recomendaciones</b></p> <p>Se debe llevar linterna; el atractivo es restringido en época de invierno. El horario de visita es preferible de 07:00 am a 17:00 pm.</p> <p>Se debe llevar ropa ligera y zapatos adecuados, además no olvidar gorra, cámara fotográfica y agua.</p>		
<p><b>Actividades Turísticas</b></p> <p>Se pueden realizar expediciones hacia el interior de las cuevas tomando las debidas precauciones, el lugar se presta para caminatas y toma de fotos.</p>		

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efren

Cuadro 24. Ficha 4 Chorrera el Guabo

<b>Nombre del atractivo:</b> Chorrera el Guabo		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Atractivo natural	<b>Tipo:</b> Ríos	<b>Subtipo:</b> Cascada
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Quilanga	<b>Localidad:</b> Guayanuma
 <p><b>Ubicación.</b> – Se encuentra ubicado en el barrio Guayanuma a 18 Km. de la ciudad de Quilanga.</p> <p><b>Coordenadas UTM:</b>          Latitud: 0677143          Longitud: 9526344</p>		
<b>Fuente:</b> Trabajo de Campo		
<p><b>Características</b></p> <p>Esta chorrera tiene una caída de más de 20 m. de alto, el agua baja del cerro Colambo, la mayoría del tiempo el agua es fría al contorno de la chorrera está formada por rocas grandes, y en la caída se ha formado un pozo de 7 m. de radio aproximadamente y 2.5 m de profundidad, alrededor de la chorrera hay una extensa vegetación, la temperatura oscila de 10 a 19°C, a una altura de 2.350 msnm. Cubre una extensión de 2 hectáreas.</p>		
<p><b>Recomendaciones</b></p> <p>Para visitar el lugar se debe ir en épocas de verano, se puede llegar en vehículo de ahí caminar 3 minutos desde la vía hasta la chorrera.</p>		
<p><b>Actividades Turísticas</b></p> <p>Se puede realizar un turismo deportivo o escalada, toma de fotografías, caminatas, senderismo, camping, Picnic, observación de flora y fauna etc.</p>		

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efren


Cuadro 25. Ficha 5 Pampa de Pisaca

<b>Nombre del atractivo:</b> Pampa de Pisaca		<b>Jerarquía:</b> I	
<b>Categoría:</b> Atractivos naturales	<b>Tipo:</b> Montaña	<b>Subtipo:</b> Baja montaña	
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Quilanga	<b>Localidad:</b> Pisaca	
		<p><b>Ubicación.</b> – Ubicadas en el sector de Pisaca a 3 km de distancia desde la ciudad de Quilanga, por lo que se puede transportar en vehículo o se puede realizar una caminata de 35 minutos.</p> <p><b>Coordenadas UTM:</b>                  Latitud: 0678626 - Longitud: 9523724</p>	
<p><b>Fuente:</b> Trabajo de Campo</p> <p><b>Características.</b></p> <p>Estas pampas están a una altura de 1.857 msnm, la temperatura promedio es igual a la de la ciudad de Quilanga de 16°C.</p> <p>Este atractivo es una planada sobre una loma, la cual se la delimita por el caserío que la rodea. Por lo que el área en mención es de propiedad comunal. Su característica relevante es el pastizal pequeño verde. A su alrededor se puede notar como flora destacada, los árboles de eucaliptos que forman parte de la ornamentación de los jardines de las casas.</p> <p>Además, para esparcimiento existe una cancha de básquet e indor. Este lugar lo visitan los estudiantes de escuelas y colegios que realizan caminatas o excursiones de cortos períodos.</p>			
<p><b>Recomendaciones</b></p> <p>Para acceder al lugar se puede ir a pie o en vehículo se demora 15 minutos desde la ciudad de Quilanga, llevar ropa y zapatos cómodos, repelente, agua gorra, cámara fotográfica, binoculares, no arrojar basura.</p>			
<p><b>Actividades Turísticas</b></p> <p>Se realiza deportes: futbol, ecuaboli, caminatas, toma de fotografías, observación de flora.</p>			

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efren


Cuadro 26. Ficha 6 Pailas Rotas

<b>Nombre del atractivo:</b> Pailas Rotas		<b>Jerarquía:</b> II	
<b>Categoría:</b> Atractivos naturales		<b>Tipo:</b> Ríos	<b>Subtipo:</b> Río
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Quilanga	<b>Localidad:</b> Quilanga	
		<p><b>Ubicación.</b> – Este sitio se encuentra ubicado a 20 Km de la ciudad de Quilanga en el límite de los cantones Quilanga, Gonzanamá y Calvas.</p> <p><b>Coordenadas UTM:</b>                  Latitud: 0669903- Longitud: 9526013</p>	
<b>Fuente:</b> Trabajo de Campo			
<b>Características.</b>			
<p>Las pailas rotas se encuentran en la quebrada Yunguilla, estas son un conjunto de piscinas e hidromasajes naturales, a lo largo de medio kilómetro del río Yunguilla, para llegar al lugar hay que utilizar la carretera Panamericana, que se halla asfaltada, hasta Lujinuma a 10 minutos al occidente de Gonzanamá, ingresar por la izquierda a una carretera lastrada, pasar el puente hacia el barrio Santa Bárbara, avanzar unos 5 minutos hasta pasar la gallera y virar a la derecha, bajar todo el tramo, unos 3 minutos, para estacionar el vehículo en la propiedad del señor Herrera.</p> <p>Desde allí se camina con dirección al sur, por un sendero paralelo al río, existen una gran variedad de piscinas que son apropiadas para nadar, el hidromasaje que se forma de la fuerza del agua se encuentra al final, el riachuelo se desliza por un acantilado rocoso, que con el paso del tiempo y el correr del agua han permitido que esta roca se vaya moldeando, generando orificios de tres metros de profundidad, con forma de pailas, los moradores de la zona cuentan que estos caminos eran rutas de los chasquis.</p> <p>Las fuentes de agua de las pequeñas lagunas son cristalinas. Al llegar a una peña se encuentra un pequeño hoyo, fue un lugar donde los incas almacenaban la chicha y la fermentaban para la realización de rituales en las lagunas sagradas, que hoy son consideradas turísticas.</p>			
<b>Recomendaciones</b>			
Utilizar ropa ligera y cómoda, cámara fotográfica, gorra, protector solar, no arrojar basura, ropa de baño.			
<b>Actividades Turísticas</b>			
Entre las actividades turísticas que se pueden desarrollar se destacan:			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Natación</li> <li>✓ Observación de flora y fauna</li> <li>✓ Caminatas</li> <li>✓ Fotografía</li> <li>✓ Escalada en roca.</li> </ul>			

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efren

Cuadro 27. Ficha 7 Lagunas las Espumosas


<b>Nombre del atractivo:</b> Lagunas las Espumosas		<b>Jerarquía:</b> I	
<b>Categoría:</b> Atractivos naturales		<b>Tipo:</b> Ríos	<b>Subtipo:</b> Río
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Quilanga		<b>Localidad:</b> Galápagos
		<p><b>Ubicación.</b> – Se ubica al suroeste de la cabecera cantonal ubicado en el río Yunguilla, a 10 minutos del barrio Galápagos.</p> <p><b>Coordenadas UTM:</b>                  Latitud: 0669903- Longitud: 9526013</p>	
<p><b>Fuente:</b> Trabajo de Campo</p>			
<p><b>Características</b></p> <p>Las Espumosa es un lugar donde el agua del río Yunguilla se estaciona y se forma piscinas naturales y por el exceso de microorganismos se forma espuma en la superficie del agua haciéndola más vistosa, el atractivo está a una altura de 1.206 msnm, con temperaturas de 16 a 21°C.</p> <p>La flora existente en el sector es arbórea como los eucaliptos, faiques, sauco, porotillo, y árboles frutales y fauna como armadillos zorros, aves como la chiroca, azulejos, reptiles etc.</p>			
<p><b>Recomendaciones</b></p> <p>Llevar zapatos cómodos, ropa para baño, agua, cámara fotográfica y no ensuciar el lugar, protector solar.</p>			
<p><b>Actividades Turísticas</b></p> <p>Entre las actividades principales desarrolladas en el atractivo que se realizan son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pesca en el río</li> <li>✓ Natación</li> <li>✓ Observación de flora y fauna</li> <li>✓ Fotografía</li> </ul>			

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efren




Cuadro 28. Ficha 8 Petroglifo de Yurarrumi

<b>Nombre del atractivo:</b> Petroglifo de Yurarrumi.		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestación cultural	<b>Tipo:</b> Arquitectura	<b>Subtipo:</b> Área arqueológica
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Quilanga	<b>Localidad:</b> Yurarrumi
		<p><b>Ubicación.</b> – Este recurso se encuentra a 18 Km. de la ciudad de Quilanga por la vía que conduce hacia la Chorrera el Guabo.</p> <p><b>Coordenadas UTM:</b>                  Latitud: 0678850                  Longitud: 9527401</p>
<p><b>Fuente:</b> Trabajo de Campo</p>		
<p><b>Características</b></p> <p>En el sector tenemos un clima subtropical y templado, la temperatura es de 16°C tiene una altura de 2.308 msnm. en este atractivo se muestra una piedra que tiene una imagen representativa de un Jefe, de forma geométrica, la piedra tiene una forma ovoide, de 2.68m de longitud, 1.64m de ancho y 1.35m de alto, en un lado de la piedra encontramos un rostro en forma cuadrangular, al otro lado está una figura completa del gran Jefe y al lado izquierdo una menos definida, el gran Jefe está de frente y de pie con la mano izquierda en el ombligo y la derecha sosteniendo un bastón, sobre la cabeza lleva una corona formada por dos espirales, se encuentra descuidado ya que no existe un control sobre el bien.</p>		
<p><b>Recomendaciones</b></p> <p>Para acceder a este lugar, llevar ropa y zapatos cómodos, repelente, agua gorra, cámara fotográfica.</p>		
<p><b>Actividades Turísticas</b></p> <p>Se realiza, caminatas, toma de fotografías, observación de flora, fauna, camping.</p>		

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efren


Cuadro 29. Ficha 9 Mirador Llano Grande

<b>Nombre del atractivo:</b> Mirador Llano Grande.		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestaciones culturales	<b>Tipo:</b> Arquitectura	<b>Subtipo:</b> Área arqueológica
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Quilanga	<b>Localidad:</b> Llano Grande
 <p><b>Ubicación.</b> – Está ubicado a 2 Km antes de llegar a la ciudad de Quilanga, en el barrio Llano Grande, vía Gonzanamá-Quilanga.</p> <p><b>Coordenadas UTM:</b>                  Latitud: 0675579                  Longitud: 9526477</p> <p><b>Fuente:</b> Trabajo de Campo</p>		
<p><b>Características</b></p> <p>El mirador se encuentra un poco descuidado. Este atractivo está ubicado en el barrio Llano Grande en un sitio alto, donde se puede observar la cabecera cantonal, Fundochamba y los relieves del cantón. En este sector hay un clima subtropical y templado, las temperaturas promedian de 16°C a una altura de 2.041 msnm.</p> <p>El mirador tiene un radio de 50m aproximadamente, en el centro del mirador se allá una cruz de metal de 3.50 metros de altura y un ancho de 50 centímetros.</p>		
<p><b>Recomendaciones</b></p> <p>Se recomienda llevar, gorra, llevar cámara fotográfica, agua. Respetar las normas de seguridad, tener precaución al momento de realizar la observación para evitar resbalar por el peñasco.</p>		
<p><b>Actividades Turísticas</b></p> <p>Entre las actividades principales desarrolladas en el atractivo que se realizan son: toma de fotografías, disfrutar de la naturaleza y de la vista panorámica de la ciudad.</p>		

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efren


Cuadro 30. Ficha 10 Petroglifos de Anganuma

<b>Nombre del atractivo:</b> Petroglifos de Anganuma		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestaciones culturales	<b>Tipo:</b> Arquitectura	<b>Subtipo:</b> Área arqueológica
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Quilanga	<b>Localidad:</b> Anganuma
 <p><b>Ubicación.</b> – Se encuentra ubicado a 7 Km de la ciudad de Quilanga, en el sector de Anganuma, vía Gonzanamá - Quilanga.</p> <p><b>Coordenadas UTM:</b> Latitud: 0677143 Longitud: 9526344</p> <p><b>Fuente:</b> Trabajo de Campo</p>		
<p><b>Características</b></p> <p>Esta piedra está a una altura de 2.273 msnm, la temperatura promedio es de 16°C. Anganuma es un barrio de la parroquia urbana de Quilanga. El petroglifo se ubica al suroeste del poblado.</p> <p>La piedra que alberga esta imagen tiene forma de prisma con base cuadrangular. Sus dimensiones son: 3.40m ancho y 3.67m de largo 1.25m alto; la superficie es de textura lisa, pero por varias depresiones de origen natural su relieve ha cambiado, dando la forma de tasines junto a la figura que se identifica como petroglifo. Esta imagen ocupa un poco más de un metro cuadrado de superficie, ubicado en la esquina inferior derecha, parece tratarse de la forma de una serpiente formada por la singular combinación de líneas rectas y curvas con sección de “Y”.</p>		
<p><b>Recomendaciones</b></p> <p>Para visitar el lugar se puede hacer en el día debido a que no existen iluminarias. Se debe ir con zapatos cómodos, ropa ligera, gorra, llevar cámara fotográfica y agua.</p>		
<p><b>Actividades Turísticas</b></p> <p>Actualmente cuenta con una carretera de segundo orden para llegar al atractivo. Se puede realizar actividades recreativas como caminatas, toma de fotografías, disfrutar de la naturaleza.</p>		

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efren


Cuadro 31. Ficha 11 *Parque de las piedras Pailapamba*

<b>Nombre del atractivo:</b> Parque de las piedras Pailapamba		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestaciones culturales	<b>Tipo:</b> Arquitectura	<b>Subtipo:</b> Área arqueológica
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Quilanga	<b>Localidad:</b> Anganuma
 <p><b>Ubicación.</b> – El Parque de las piedras se encuentra ubicado en el sector Anganuma a 6 km de la ciudad de Quilanga, vía Gonzanamá - Quilanga.</p> <p><b>Coordenadas UTM:</b> Latitud: 0674350 - Longitud: 9526849</p> <p><b>Fuente:</b> Trabajo de Campo</p>		
<p><b>Características</b></p> <p>El parque de las piedras está a una altura de 2.281msnm con una temperatura de 12 a 16°C, éste se ubica en el barrio Anganuma sector Pailapamba este sitio se encuentra en la propiedad de la Sra. Luz Quezada, en éste lugar son muy pocos los turista que lo visitan por falta de conocimiento y promoción, en el sitio se puede observar muchas figuras de piedras, las que tienen forma, de tacines, morteros que servían para labores agrícolas de los antepasados, tiene canales que permite la fluidez del agua, otras piedras tienen la forma de una persona, podemos observar la flora, encontramos árboles frutales como: limones, naranjas, plantas de guineo, caña, café, flores etc, además eucalipto, y en fauna, aves, ardilla, zorro, conejo, tigrillo.</p>		
<p><b>Recomendaciones</b></p> <p>Para visitar el lugar se debe cancelar 0.50ctv, y no destruir las plantas y frutas que hay en el lugar.</p> <p>Se debe ir con zapatos cómodos, ropa ligera, gorra, llevar cámara fotográfica.</p>		
<p><b>Actividades Turísticas</b></p> <p>Se puede realizar actividades recreativas como caminatas, toma de fotografías, disfrutar de la naturaleza, camping, senderismo.</p>		

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efren

Cuadro 32. Ficha 12 Fiestas a Honor a San Pedro

<b>Nombre del atractivo:</b> Fiestas en Honor a San Pedro		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestaciones culturales	<b>Tipo:</b> Acervo cultural y popular	<b>Subtipo:</b> Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Quilanga	<b>Localidad:</b> Quilanga
 <p><b>Ubicación.</b> – La ciudad de Quilanga donde se celebra esta fiesta está ubicada al suroriente de la provincia de Loja, a 20 km de la ciudad de Gonzanamá y a 50 km de la ciudad de Cariamanga.</p> <p><b>Coordenadas UTM:</b> Latitud: 0677437 Longitud: 9524700</p> <p><b>Fuente:</b> Trabajo de Campo</p>		
<p><b>Características</b></p> <p>Los priostes de San Pedro conjuntamente con el Municipio del cantón Quilanga, son los organizadores de esta festividad que se inicia con la tradicional novena que se reza todas las noches con los devotos, esto dura nueve días de anterioridad a la fiesta.</p> <p>El día de vísperas se realiza el evento cultural con lo más tradicional de este sector, presentaciones de música, danza, juegos pirotécnicos y baile popular. El 29 de junio, día principal de la festividad se celebra la misa en honor a San Pedro, la procesión por las calles de la ciudad y se culmina con el bazar de los productos del lugar que dan los devotos. En la ciudad de Quilanga la celebración de la fiesta en honor a San Pedro su patrono es muy antigua, data de los inicios de Quilanga como parroquia.</p>		
<p><b>Recomendaciones</b></p> <p>Respetar las tradiciones del pueblo y participar según como sea la naturaleza de cada evento.</p>		
<p><b>Actividades Turísticas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Eventos culturales</li> <li>✓ Eventos deportivos</li> <li>✓ Eventos religiosos.</li> </ul>		

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efren

Cuadro 33. *Ficha 13 Fiestas a Honor a Cristo Pobre*

<b>Nombre del atractivo:</b> Fiestas en Honor a Cristo Pobre		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestaciones culturales	<b>Tipo:</b> Acervo cultural y popular	<b>Subtipo:</b> Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Quilanga	<b>Localidad:</b> Quilanga
		<p><b>Ubicación.</b> – La ciudad de Quilanga donde se celebra esta fiesta está ubicada al suroriente de la provincia de Loja, a 20 km de la ciudad de Gonzanamá y a 50 km de la ciudad de Cariamanga.</p> <p><b>Coordenadas UTM:</b>                  Latitud:0677437                      Longitud: 952470</p>
<p><b>Fuente:</b> Trabajo de Campo</p> <p><b>Características</b></p> <p>La organización de la fiesta en honor a Cristo Pobre está liderada por el párroco de Quilanga, los priostes y devotos, muchos provenientes del Perú y de otros cantones de la provincia, migrantes y benefactores residentes en el extranjero. La celebración se inicia el 19 de noviembre con el traslado de la imagen desde Anganuma hasta Quilanga. Por la noche se inicia la novena en la que participan los diferentes barrios del cantón. La noche de vísperas es el día 28 de noviembre, la cual es amenizada por bandas de pueblo, juegos pirotécnicos, castillos, vaca loca, el baile popular.</p> <p>Al siguiente día es la misa de acción, luego se desarrolla el bazar con productos obsequiados por los devotos. En la tarde se realizan eventos de carácter cultural como danzas y música en general, ya en la noche la procesión de la Imagen de Cristo Pobre hace su paso por las calles de Quilanga acompañada de bandas de pueblo y por todos los devotos, que incluso vienen desde el Perú.</p>		
<p><b>Recomendaciones</b></p> <p>Respetar las tradiciones del pueblo y participar según como sea la naturaleza de cada evento.</p>		
<p><b>Actividades Turísticas</b></p> <p>Todas las que se programen por motivo de las fiestas.</p>		

**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efren


Cuadro 34. Ficha 14 Parque central Quilanga

<b>Nombre del atractivo:</b> Parque central Quilanga		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestaciones culturales	<b>Tipo:</b> Arquitectura	<b>Subtipo:</b> Monumento
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Quilanga	<b>Localidad:</b> Quilanga
 <p><b>Ubicación. –</b> El parque central de Quilanga se ubicada al suroriente de la provincia de Loja, a 20 km de la ciudad de Gonzanamá y a 50 km de la ciudad de Cariamanga.</p> <p><b>Coordenadas UTM:</b> Latitud:0677437 Longitud: 9524745</p> <p><b>Fuente:</b> Trabajo de Campo</p>		
<p><b>Características</b></p> <p>El parque central de Quilanga está ubicado a una altitud de 1.885msnm y su clima es de 16°C éste es un atractivo que engalana el centro histórico principalmente constituido por figuras de pino, en él se halla el único monumento del cantón que representa al Señor Agustín Emilio Rojas Luna en honor a su noble labor y aporte a la ciudad de Quilanga aprovechando su cargo como presidente del Municipio de Gonzanamá en el período 1.984-1.986.</p> <p>En el monumento se pueden apreciar dos placas la primera rindiéndole homenaje al señor Agustín Emilio Rojas, conferida por el ilustre municipio de Quilanga y la segunda es una placa de agradecimiento al municipio, retribuida por la familia del prestigioso personaje.</p>		
<p><b>Recomendaciones</b></p> <p>Para visitar el lugar se recomienda ir con cualquier ropa, no destruir las figuras de pino que se hallan en el lugar.</p> <p>No rayar o manchar el monumento con pinturas.</p> <p>Cámara para las fotografías.</p>		
<p><b>Actividades Turísticas</b></p> <p>Se puede realizar toma de fotografías, observación del monumento.</p>		

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efren

Cuadro 35. Ficha 15 Cultivo de Café


<b>Nombre del atractivo:</b> Cultivo de café		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Categoría:</b> Manifestaciones culturales	<b>Tipo:</b> Realizaciones técnicas y científicas	<b>Subtipo:</b> Centros agropecuarios y pesqueros
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Quilanga	<b>Localidad:</b> Quilanga
 <p><b>Ubicación.</b> – Plantaciones de café ubicadas en la parroquia de Quilanga, en las fincas orgánicas.</p> <p><b>Coordenadas UTM:</b> Latitud: 0676733 - Longitud: 9525607</p> <p><b>Fuente:</b> Trabajo de Campo</p>		
<p><b>Características</b></p> <p>El cultivo de café se hace en la parroquia de Quilanga, en 3 fincas orgánicas que han ganado la taza dorada por el sabor, la forma como se siembra y cuida el café y otros productos de la zona.</p> <p>El proceso de producción del café, es una cadena donde las familias cafetaleras, hacen el proceso que va desde la selección de las semillas hasta la entrega de café en el centro de acopio.</p> <p>El café Quilanguense presenta las siguientes características:</p> <p><b>Aroma</b></p> <p><b>Sabor</b></p> <p><b>Acidez</b></p> <p><b>Cuerpo</b></p>		
<p><b>Recomendaciones</b></p> <p>Dar previo aviso a los dueños de las fincas orgánicas para visitas.</p>		
<p><b>Actividades Turísticas</b></p> <p>Conocer el proceso de cultivo y elaboración del producto final el café, de una manera artesanal o técnica en otros casos, degustación del café, fotografía.</p>		

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efren



Cuadro 36. *Ficha 16 Sancocho de Congatullo*

<b>Nombre del atractivo:</b> Sancocho de Congatullo		<b>Jerarquía:</b> I	
<b>Categoría:</b> Manifestaciones culturales	<b>Tipo:</b> Acervo cultural y popular	<b>Subtipo:</b> Gastronomía	
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Quilanga	<b>Localidad:</b> Quilanga	
		<p><b>Ubicación.</b> – El restaurante de la ciudad de Quilanga se ubica al suroriente de la provincia de Loja, a 20 km de la ciudad de Gonzanamá y a 50 km de la ciudad de Cariamanga</p> <p><b>Coordenadas UTM:</b>                  Latitud:0677437 Longitud: 9524745</p>	
<p><b>Fuente:</b> Trabajo de Campo</p>			
<p><b>Características</b></p> <p>Este restaurante está ubicado a una altitud de 1.885msnm, con un clima templado de 16°C. En donde se prepara este plato tradicional de la ciudad de Quilanga, el Sancocho de Congatullo el cual se elabora de la siguiente manera:</p> <p><b>Ingredientes para 5 personas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 1 libra de yuca</li> <li>✓ 2 plátanos verdes</li> <li>✓ 1 choclo grande</li> <li>✓ ½ col pequeña</li> <li>✓ 2 onzas arroz</li> <li>✓ 1 ½ libra de carne y espinazo (o hueso de chanco)</li> <li>✓ ½ cucharada de orégano</li> <li>✓ 1 zanahoria amarilla</li> <li>✓ Sal y aliños al gusto (comino, ajo, pimienta, cebolla)</li> </ul> <p><b>Preparación:</b></p> <p>Se cocina la carne con el agua necesaria, sal y aliños, luego se agrega el choclo en rodajas, la yuca y el plátano picada en trozos grandes, hojas de col, los granos de arrochillo. Cuando esté suave la carne cernirla en un colador para trasladarla a una cacerola, llevarla nuevamente al fuego hasta que hierva, de 20 a 35 minutos. Rebanar los plátanos pelados en rodajitas, así como la col y ponerlas en el caldo hirviendo, manteniendo el hervor hasta que suavicen, las porciones se sirve en platos ondulados pequeños, el precio de cada plata es de \$3 a 4 dólares por platillo</p>			
<p><b>Recomendaciones</b></p> <p>Se recomienda visitar el lugar y degustar este plato típico.</p>			
<p><b>Actividades Turísticas</b></p> <p>Plato tradicional característico de Quilanga</p> <p>Ferias gastronómicas</p>			

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efren

## **b. Análisis FODA**

Mediante este análisis se presentan los factores internos y externos que tiene la parroquia de Quilanga, estos factores se dividen en fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, que son fundamentales para el planteamiento de las respectivas estrategias (ver cuadro N° 37).

Cuadro 37. Matriz FODA

<b>FODA</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Extensa variedad de recursos turísticos tanto naturales y culturales con alto potencial de desarrollo turístico.</li> <li>✓ Poca contaminación de recursos Naturales</li> <li>✓ Clima y tierra que favorecen el desarrollo de flora y fauna diversa.</li> <li>✓ Facilidad de acceso a muchos de los sitios de interés turístico.</li> <li>✓ Población amable y servicial.</li> <li>✓ Fincas destinadas al agroturismo</li> <li>✓ Conocimientos ancestrales</li> <li>✓ Potencialidad de productos con identidad territorial.</li> <li>✓ Voluntad política de sus autoridades locales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Conservar las cuencas hidrográficas con acciones de reforestación y conservación ambiental (bosques)</li> <li>✓ Creciente interés en implementar el agroturismo</li> <li>✓ Inversión en infraestructura turística.</li> <li>✓ Las vías de acceso hacia la parroquia en buen estado.</li> <li>✓ Transporte permanente hacia la parroquia.</li> <li>✓ Quilanga se encuentra cerca de atractivos turísticos de gran relevancia.</li> <li>✓ Reconocimiento nacional e internacional gracias a la producción del café.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Insuficiente promoción y difusión de los atractivos en las redes sociales.</li> <li>✓ Falta de senderización y señalética turística.</li> <li>✓ Poca capacitación y concienciación a la población sobre el valor de los recursos turísticos que posee.</li> <li>✓ Limitado acceso de transporte hacia los recursos turísticos en temporada invernal.</li> <li>✓ Falta de cuidado y mantenimiento a los recursos turísticos.</li> <li>✓ Falta de guías turísticas.</li> <li>✓ No existe un inventario de atractivos turísticos.</li> <li>✓ Inexistencias de operadoras de turismo en el cantón.</li> <li>✓ La infraestructura turística no cuenta con personal especializado.</li> <li>✓ Deficiente asignación de recursos económicos destinados en turismo por parte del GAD Cantonal.</li> <li>✓ Desinterés y desconocimiento sobre las ventajas que puede brindar el turismo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Desinterés y desconocimiento sobre las ventajas que puede brindar el turismo.</li> <li>✓ Deterioro de los atractivos turísticos.</li> <li>✓ La actividad turística en otros cantones es superior a la que hay en Quilanga.</li> <li>✓ Poco control de visitantes, no existe un registro del total de turistas que llegan a la ciudad.</li> <li>✓ Pérdida del patrimonio familiar (venta de tierra).</li> <li>✓ Migración de jóvenes a otras ciudades por falta de empleo.</li> <li>✓ Inexistencia de planes para conservaciones de bienes patrimoniales naturales y culturales por parte del GAD</li> </ul>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Cabrera Ojeda Oscar Efrén

### **c. Discusión**

Para el desarrollo del primer objetivo del trabajo investigativo se determinó la situación actual del lugar, se realizó un diagnóstico turístico para ello se utilizó la matriz de Carla Ricaurte Quijano.

A través de este diagnóstico se determinó los datos generales, oferta de servicios, infraestructura de servicios básicos, gobernanza y comunidad receptora con que cuenta la parroquia.

De igual forma para el levantamiento de información turística se tomó en consideración las fichas de jerarquización de atractivos turísticos del MINTUR 2017, para ello se consideró los atractivos turísticos naturales y culturales más importantes de la parroquia.

En el desarrollo de la presente investigación, se utilizó la técnica de la entrevista, con la finalidad de conocer las diferentes necesidades que poseen las diferentes comunidades. La entrevista fue aplicada a propietarios de restaurantes, hoteleros, hosterías, y a los diferentes líderes de cada comunidad.

De acuerdo a criterios expuestos por las personas entrevistadas, se concluye que existe un gran interés al querer emprender iniciativas y proyectos turísticos con el plan de atraer un mayor número de turistas a la parroquia, mediante la potencialización de los atractivos turísticos y el valor cultural con que cuenta esta localidad.

Para la determinación del análisis FODA se tomó en cuenta las entrevistas y el taller participativo que se realizó en conjunto con la comunidad, en donde su mayor fortaleza son los recursos naturales y culturales que posee la parroquia.

**6.1. Propuesta de desarrollo turístico para la parroquia Quilanga mediante la aplicación de una metodología participativa**

Cuadro 38. Matriz de propuestas y estrategias.

<p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p>	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Amplia variedad de recursos turísticos tanto naturales y culturales con alto potencial de desarrollo turístico.</li> <li>2. Poca contaminación de recursos Naturales</li> <li>3. Clima y tierra que favorecen el desarrollo de flora y fauna diversa.</li> <li>4. Facilidad de acceso a muchos de los sitios de interés turístico.</li> <li>5. Población amable y servicial.</li> <li>6. Fincas destinadas al agroturismo</li> <li>7. Conocimientos ancestrales</li> <li>8. Potencialidad de productos con identidad territorial.</li> <li>9. Voluntad política de sus autoridades locales</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Insuficiente promoción y difusión de los atractivos en las redes sociales.</li> <li>2. Falta de senderización y señalética turística.</li> <li>3. Poca capacitación y concienciación a la población sobre el valor de los recursos turísticos que posee.</li> <li>4. Limitado acceso de transporte hacia los recursos turísticos en temporada invernal.</li> <li>5. Falta de cuidado y mantenimiento a los recursos turísticos.</li> <li>6. Falta de guías turísticas.</li> <li>7. No existe un inventario de atractivos turísticos.</li> <li>8. Inexistencias de operadoras de turismo en el cantón</li> <li>9. La infraestructura turística no cuenta con personal especializado.</li> <li>10. Deficiente asignación de recursos económicos destinados en turismo por parte del GAD cantonal.</li> <li>11. Deterioro de los atractivos turísticos.</li> <li>12. Inexistencia de planes para conservaciones de bienes patrimoniales por parte del GAD</li> <li>13. Desinterés y desconocimiento sobre las ventajas que puede brindar el turismo.</li> </ol>
OPORTUNIDADES	FO	DO

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Conservar las cuencas hidrográficas con acciones de reforestación y conservación ambiental. (bosques)</b></li> <li>2. <b>Creciente interés público en implementar el agroturismo</b></li> <li>3. <b>Inversión en infraestructura turística.</b></li> <li>4. <b>Las vías de acceso hacia la parroquia en buen estado.</b></li> <li>5. <b>Transporte permanente hacia la parroquia.</b></li> <li>6. <b>Quilanga se encuentra cerca de atractivos turísticos de gran relevancia.</b></li> <li>7. <b>Reconocimiento nacional e internacional gracias a la producción del café.</b></li> <li>8. <b>Políticas públicas favorables al turismo.</b></li> </ol>	<p>F1, F2, F3, F4, F6, F8, O1, O2, O3, O6, O7, O8. Diseñar un producto turístico.</p> <p>F1, F4, F6, F8, O2, O3, O7, O8 Elaborar una guía de los atractivos turísticos de la parroquia</p> <p>F2, F4, F6, F8, O2, O3, O4, O5, O7, O8 Alianza públicas y privadas para proponer emprendimientos turísticos</p>	<p>D1, D5, D8, D9, O2, O3, O6, O7, O8, Publicidad para la parroquia y sus atractivos</p> <p>D1, D5, D8, D9, O2, O3, O6, O7, O8, Diseñar una marca para la promoción de la parroquia</p> <p>D1, D2, D3, D4, D5, D6, D7, D8, D9, D10, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8</p> <p>Gestionar la planificación del turismo en el GAD (Departamento de turismo y normativa)</p> <p>D1, D3, D4, D5, D6, D7, D8, D9, D10, O1, O2, O3, O6, O7</p> <p>Convenios con instituciones públicas anexas a la actividad turística</p> <p>D3, D5, D6, D9, D10, O2, O6, O7, O8 Capacitaciones para la comunidad receptora.</p>
<b>AMENAZAS</b>	<b>FA</b>	<b>DA</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Desinterés y desconocimiento sobre las ventajas que puede brindar el turismo.</b></li> <li>2. <b>Deterioro de los atractivos turísticos.</b></li> <li>3. <b>La actividad turística en otros cantones es superior a la que hay en Quilanga.</b></li> <li>4. <b>Poco control de visitantes, no existe un registro del total de turistas que llegan a la ciudad.</b></li> <li>5. <b>Pérdida del patrimonio familiar (venta de tierra).</b></li> <li>6. <b>Migración de jóvenes a otras ciudades por falta de empleo.</b></li> <li>7. <b>Inexistencia de planes para conservaciones de bienes patrimoniales por parte del GAD</b></li> </ol>	<p>F1, F4, F5, F6, F8, A1, A3, A5, A6, A7 Gestionar recursos económicos para la actividad turística en el GAD parroquial</p> <p>F1, F2, F4, F5, F6, F7, F8, A1, A3, A5, A6, A7 Proponer un producto turístico</p> <p>F1, F4, F5, F6, F7, F8, A1, A5, A6, A7 Gestionar el apoyo económico de instituciones que fomentan el turismo.</p>	<p>D1, D5, D6, D7, A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7 Gestión para puntos de información turística</p> <p>D1, D5, D6, D7, A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7 Gestión para el mantenimiento de los recursos turísticos</p>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Cabrera Ojeda Oscar Efren

**a. La matriz de estrategias FODA permite establecer los siguientes objetivos estratégicos.**

1. Diseñar un producto turístico.
2. Elaborar una guía de los atractivos turísticos de la parroquia.
3. Alianza pública y privada para proponer emprendimientos turísticos.
4. Gestionar recursos económicos para la actividad turística en el GAD parroquial.
5. Gestionar el apoyo económico de instituciones que fomentan el turismo.
6. Publicidad para la parroquia y sus atractivos.
7. Diseñar una marca para la promoción de la parroquia.
8. Gestionar la planificación del turismo en el Gad (Departamento de turismo y normativa).
9. Convenios con instituciones públicas anexas a la actividad turística
10. Capacitaciones para la comunidad receptora.
11. Gestión para puntos de información turística.
12. Gestión para el mantenimiento de los recursos turísticos.

Las propuestas que se plantearon del objetivo dos para la parroquia Quilanga, con las que se va a trabajar con la comunidad son:

- ✓ Diseñar un producto turístico
- ✓ Gestionar la planificación del turismo en el Gad,
- ✓ Promoción y publicidad,
- ✓ Capacitaciones, en las que se detallan en los siguientes cuadros.

## 6.2. Diseño de la propuesta

Cuadro 39. Propuesta del objetivo estratégico 1 para la parroquia Quilanga.

OBJETIVO ESTRATEGICO	RECURSOS NATURALES Y MANIFESTACIONES CULTURALES	PROPUESTA	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Diseñar un producto turístico	<b>Recursos Naturales</b>	Senderos interpretativos Auto guiados	1. Actividades que se realizan en contacto directo con la naturaleza. 2. Se auto explican sin necesidad de personal. 3. El sendero interpretativo puede ser conducido por un guía. 4. Los visitantes realizan el recorrido del sendero con la ayuda de folletos, guías, señales interpretativas, señalamientos preventivos, restrictivos e informativos o lugares de información.	1. Efectos de contaminación en general. 2. No participa en actividades recreativas. 3. Información limitada sobre los atractivos
	Cascada			
	Mirador		1. Permite recorrer a su propio ritmo. 2. Permite mantener un recorrido independiente.	No es participativo.
	<b>Manifestaciones Culturales</b>	Ruta Turística	1. Tener una interpretación directa con el atractivo. 2. Tener una información relevante de los recursos que se va a visitar en la ruta, los puntos de acceso, distancia de cada atractivo. 3. Puede generar financiamiento para las actividades turísticas de las áreas. 4. Intercambio cultural entre turistas y comunidad local. 5. Reconocimiento nacional e internacional gracias a la producción del café. 6. Mejora la infraestructura.	1. No pueden entrar al sitio algunas personas que presenten discapacidad. 2. La alteración del hábitat natural de la fauna, debido a la llegada masiva de los turistas, provocar así trastornos en los animales. 3. Si no se respeta la capacidad de carga establecida en cada visita, puede aparecer degradación en las áreas.
	Petroglifos			
	Producción de café		1. Adquirir reconocimiento y posición en el mercado.	No se puede llegar a un diálogo con los propietarios.
Moliendas tradicionales de dulce	1. Ayuda a la economía de muchas zonas rurales.			

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Cabrera Ojeda Oscar Efrén



Cuadro 40. Objetivo estratégico 2. Para la parroquia Quilanga

OBJETIVO ESTRATEGICO	PROPUESTA	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Gestionar la planificación del turismo en el Gad	Oficina de turismo (Unidad)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tener profesionales en la rama de turismo.</li> <li>2. A través de esta Unidad se logra fortalecer la actividad turística mediante la planificación, organización y ejecución de proyectos turísticos que vayan encaminados a mejorar las condiciones de vida de la población local, se pretende que esta Unidad se implemente en las instalaciones del GAD cantonal.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Financiamiento con costos altos para la ejecución de la unidad de turismo.</li> <li>2. Contratación de técnicos no a fin al turismo.</li> <li>3. Designación de presupuesto.</li> </ol>
	Implementación de un centro de información turístico I-TUR	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fortalecer el turismo de la comunidad.</li> <li>2. Facilitar material impreso informativo: mapas, guías, folletos.</li> <li>3. Contar con personal en la rama de turismo.</li> <li>4. Ofrecer información a través de redes tecnológicas de información o información audiovisual.</li> <li>5. Dar información gratuita de lugares turísticos.</li> <li>6. Información estadística de los visitantes.</li> <li>7. Información de manera personal al turista.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se necesita de infraestructura.</li> <li>2. Contratación de personal que no tengan conocimientos turismo.</li> <li>3. Asignación de presupuesto.</li> <li>4. Se necesita material promocional en gran cantidad.</li> </ol>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Cabrera Ojeda Oscar Efrén

Cuadro 41. *Objetivo estratégico 3 de la parroquia Quilanga.*

OBJETIVO ESTRATEGICO	PROPUESTA	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Promoción y publicidad	Ferias turísticas externas a la parroquia	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Llegada de los turistas.</li> <li>2. Información de atractivos naturales y culturales.</li> <li>3. Venta de productos.</li> <li>4. Promoción directa de los emprendimientos locales.</li> <li>5. Contar con estadísticas de los turistas que visitan la comunidad.</li> <li>6. Promoción directa de la potencialidad turística de la parroquia.</li> <li>7. Segmento amplio de turistas informados.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Poco personal para atender en los stands y con capacidades en turismo limitadas.</li> <li>2. Gastos de elaboración de materiales para la feria.</li> <li>3. Espacios reducidos.</li> <li>4. Poco interés en la participación de la comunidad en la feria.</li> </ol>
	Guías turísticas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promocionar de manera integral los atractivos naturales y culturales de la parroquia.</li> <li>2. Facilita que los establecimientos turísticos den información a los turistas.</li> <li>3. Dar información completa.</li> <li>4. Información turística en 2 idiomas.</li> <li>5. Información para niños y personas con capacidades especiales.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Demanda de recursos.</li> <li>2. Costo por el número de impresiones.</li> <li>3. No existe contacto directo con el turista</li> <li>4. No se puede responder inquietudes</li> </ol>
	Promoción en medios	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Puntuales medios de comunicación.</li> <li>2. Información en las redes sociales.</li> <li>3. Promocionar los recursos de la comunidad.</li> <li>4. Se arma una discusión o debate.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Material promocional no adecuado.</li> <li>2. Pocos recursos para pagar espacios.</li> <li>3. La facilidad de espacios es limitada.</li> <li>4. Los costos son muy elevados.</li> </ol>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Cabrera Ojeda Oscar Efren

Cuadro 42. *Objetivo estratégico 4 de la parroquia Quilanga.*

OBJETIVO ESTRATEGICO	PROPUESTA	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Capacitación	Campañas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Las personas encargadas de realizar la campaña turística mantienen un contacto directo con la población y los prestadores de servicio.</li> <li>2. Dar a conocer los diferentes atractivos turísticos que posee la parroquia a través de trípticos, guías, y hojas volantes.</li> <li>3. Usan múltiples tipos de tácticas y acciones, lo que ofrece un rango amplio de posibilidades para que las personas o turistas se unan y participen.</li> <li>4. Tiempos cortos.</li> <li>5. Se llega a más personas.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se debe tener en cuenta gastos por pasajes, comida. Etc.</li> <li>2. No tenga una buena acogida, porque las personas de la localidad no le den el interés debido.</li> </ol>
	Talleres	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La participación activa del sector turístico.</li> <li>2. Talleres presenciales, virtuales y semipresenciales.</li> <li>3. Generar nuevas ideas de desarrollo turístico a través de charlas realizadas por personas capacitadas en este ámbito.</li> <li>4. Se motiva a plantear iniciativas de fomento turístico a través de varias modalidades de turismo (Ecoturismo, aventura, turismo comunitario, rural etc.).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. No cuenta con el servicio de internet en las viviendas de cada participante.</li> <li>2. Disponibilidad de tiempo.</li> <li>3. No contar con bastantes participantes para el desarrollo del taller.</li> <li>4. Costos de implementación.</li> </ol>
	Redes de capacitaciones	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar convenios con instituciones como el MINTUR y MINISTERIO DEL AMBIENTE.</li> <li>2. Dentro de las capacitaciones se desarrollan temas basados en necesidades del territorio.</li> <li>3. Trabajar de manera articulada con la académica con UNL, UTP, Internacional, Institutos).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Disponibilidad de tiempo</li> <li>2. Poco interés en los participantes.</li> <li>3. Sujetos a aceptación de las autoridades de las instituciones.</li> </ol>

Fuente: Trabajo de Campo  
 Elaboración: Cabrera Ojeda Oscar Efrén

### 6.2.1. Validación de la propuesta mediante metodología participativa.

De acuerdo al segundo taller participativo que se desarrolló el día lunes 04 de febrero de 2019 en el salón municipal de la parroquia Quilanga, se socializó las diferentes necesidades que existen en la parroquia; posteriormente se planteó las diferentes propuestas turísticas, en conjunto con la comunidad teniendo en cuenta las diferentes opiniones de los participantes, las mismas que servirán como apoyo al trabajo que se está determinando en el presente proyecto de tesis, los mismos que se presentan en el (cuadro N° 43).

Cuadro 43. *Objetivos estratégicos de la propuesta*

<b>Objetivo Estratégicos</b>	<b>Propuestas seleccionadas</b>
Diseñar un producto turístico	Ruta Turística
Gestionar la planificación del turismo en el Gad	Implementación de un centro de información turístico I-TUR
Promoción y publicidad	Guía turística
Capacitación	Talleres presenciales

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Cabrera Ojeda Oscar Efrén.

### **Discusión.**

Para el desarrollo del segundo objetivo se utilizó la matriz de estrategias las mismas que sirvieron para plantear los objetivos estratégicos.

A través del taller participativo realizado con la comunidad se consideró las siguientes propuestas planteadas: Ruta turística, implementación de un centro de información turístico I-TUR, guía turística, talleres presenciales, que se pueden desarrollar para beneficio de la localidad siendo estas la implementación de una ruta turística, la implementación de un centro de información, la elaboración de guías turísticas y la realización de talleres turísticos.

### 6.3. Estrategias para la aplicación de la propuesta planteada para el desarrollo turístico de la parroquia Quilanga.

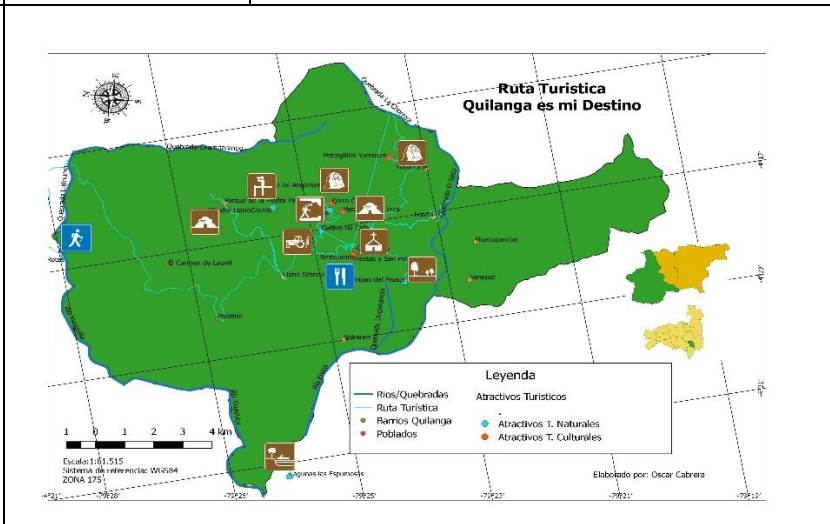
Cuadro 44. *Diseño de un producto turístico*

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO</b>	→ <b>DISEÑAR UN PRODUCTO TURÍSTICO</b>	
<b>MEDIO</b>	→ <b>RUTA TURÍSTICA</b>	
<b>DETALLES</b>	<b>Nombre</b>	1 Quilanga es mi destino
	<b>Objetivo general</b>	Potenciar los atractivos naturales y culturales de la parroquia.
	<b>Objetivo específico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Integrar los principales atractivos de la parroquia, priorizados por sus pobladores.</li> <li>✓ Diversificar la oferta para aumentar la demanda turística dentro de la parroquia.</li> <li>✓ Incentivar a la comunidad a involucrarse en la actividad turística.</li> </ul>
	<b>Denominación</b>	Ruta turística Natural y Cultural
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>Visión de futuro</b>	Los turistas que ingresan al Ecuador visitan la parroquia Quilanga, y disfrutan de sus atractivos turísticos.
	<b>Medios de Gestión</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Recursos del Gad parroquial</li> <li>✓ Recursos de la Cooperación Internacional</li> <li>✓ Créditos internos y externos no reembolsables</li> <li>✓ Alianzas estratégicas (convenios interinstitucionales)</li> </ul>
	<b>Responsables</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ GAD parroquial Quilanga</li> <li>✓ Gobierno provincial de Loja ( Departamento de turismo y planificación)</li> <li>✓ Ministerio de turismo</li> <li>✓ Asociación de pro café</li> </ul>
	<b>Formas de Ejecución</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Convenio con la UNL para trabajo de titulación de un estudiante de turismo</li> <li>✓ Contratación de un profesional de turismo</li> <li>✓ Convenio con Gad provincial o municipal para asistencia técnica con un profesional de turismo.</li> <li>✓ Aporte de técnicos del MINTUR</li> </ul>

	<p><b>Parámetros a considerar para su diseño</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Estudio previo de tesista</li> <li>✓ Diagnóstico</li> <li>✓ Levantamiento de información y jerarquización de los atractivos naturales y culturales a través de las fichas MINTUR 2017.</li> <li>✓ Considerar puntos de georreferenciación.</li> <li>✓ Dimensiones de la ruta.</li> <li>✓ Trazado del recorrido.</li> <li>✓ Diseño de ruta.</li> <li>✓ Plan del itinerario.</li> <li>✓ Categorización de los servicios, y actividades turísticas</li> <li>✓ Determinación de actividades que se pueden desarrollar en el espacio turístico.</li> <li>✓ Personal requerido.</li> <li>✓ Determinación de servicios básicos en el entorno de la ruta</li> <li>✓ Vías acceso en la ruta: de primer, segundo y tercer orden.</li> <li>✓ Forma de mantener los medios interpretativos en buen estado.</li> <li>✓ Sistema de seguridad a mantenerse en la ruta</li> <li>✓ Forma de controlar los impactos en los recursos</li> </ul>
	<p><b>Superficie y extensión sugeridas</b></p>	<p>Distancia 50km  Punto de partida 1: parque central  Punto de llegada 1: Cerro Chiro  Punto de partida 2: parque central  Punto de llegada 2: Pailas Rotas  Duración: dos días.</p>
	<p><b>Estructura de la Ruta</b></p>	<p>ITINERARIO:  <b>Diseño de la ruta:</b>  La ruta comprende como puntos principales los siguientes.  ✓ Cerro Chiro  ✓ Pailas Rotas  Dentro de los sitios visitamos puntos estratégicos como:  ✓ Mascarón del Inca  ✓ Cuevas del cerro Chiro  ✓ Chorrera del guabo  ✓ Pampa de Pisaca  ✓ Pailas Rotas  ✓ Lagunas las espumosas  ✓ Petroglifo de Yurarumi  ✓ Mirador de llano grande  ✓ Petroglifo de Anganuma  ✓ Parque de las piedras  ✓ Parque Central  Las actividades a cumplir en cuanto a horarios son los tomados durante el viaje.  Lugar de encuentro: Parque central de la parroquia  07h30 salida 09h20.</p> <p><b>DIÁ 1 LOJA- QUILANGA CERRO CHIRO</b>  <b>07h50</b> Check in en el hotel  <b>08h30</b> Desayuno  <b>09h20</b> Traslado a la cascada el guabo</p>

		<p> <b>10h15</b> Llegada a la cascada y observación de aves  <b>11h00</b> Traslado al petroglifo Yurarumi  <b>11h30</b> Llegada al petroglifo Yurrarumi y observación de fauna y flora  <b>12h30</b> Almuerzo  <b>13h30</b> Traslado a las cuevas del Cerro Chiro  <b>14h20</b> Llegada a las Cuevas y observación de Orquídeas  <b>16h00</b> Traslado al mascarón del Inca  <b>16h30</b> Llegada al mascarón observación de fauna y toma de fotografías  <b>16h50</b> Traslado a la pampa de Pisaca  <b>17h20</b> Llegada a la pampa de Pisaca  <b>19h00</b> Traslado al hotel  <b>20h00</b> Cena en el restaurante la Boliviana  <b>20h45</b> Noche libre         </p> <p> <b>DIA 2: QUILANGA - PAILAS ROTAS</b>  <b>07h15</b> Desayuno – chek out del hotel  <b>08h00</b> Salida al mirador Llano Grande y toma de fotografías  <b>08h45</b> Salida al barrio Anganuma al petroglifo la Sirena  <b>09h20</b> Visita al parque de la piedras  <b>10h00</b> Salida a las Pailas Rotas  <b>11h45</b> Arribo a las Pailas Rotas recorrido y observación de orquídeas y toma de fotografías  <b>14h00</b> Almuerzo en la comunidad de Santa Bárbara  <b>15h00</b> Traslado a la ciudad de Quilanga  <b>16h20</b> Arribo a la ciudad  <b>16 h20</b> Visita a la ciudad compra de artesanías en Quilanga  <b>18h00</b> Cena  <b>19h00</b> Retorno a la ciudad de Loja         </p> <p> <b>Precio total por pax \$ 51.</b> </p>
--	--	--

**Mapa General de la Ruta**




**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efrén

Cuadro 45. La planificación del turismo en el GAD cantonal de Quilanga

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO</b>	→ <b>GESTIONAR LA PLANIFICACIÓN DEL TURISMO EN EL GAD</b>	
<b>MEDIO</b>	→ <b>IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA I-TUR</b>	
<b>DETALLES</b>	<b>Nombre</b>	<b>1</b> <b>I-TUR QUILANGA</b>
	<b>Objetivo general</b>	Apoyar la gestión de turismo en la parroquia
	<b>Objetivo específico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Informar al turista sobre el potencial turístico que tiene la parroquia.</li> <li>✓ Satisfacer de información relevante a los turistas.</li> <li>✓ Crear una base de datos estadísticos de ingreso de los turistas.</li> </ul>
	<b>Denominación</b>	Centro de información turístico I-TUR.
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>Visión de futuro</b>	La parroquia proporciona información confiable a los turistas que la visitan.
	<b>Medios de financiamiento</b>	Recursos del GAD de Quilanga Recursos de la Cooperación Internacional Créditos no reembolsables Alianzas estratégicas (convenios interinstitucionales).
	<b>Responsables</b>	GAD cantonal de Quilanga MINTUR GAD provincial de Loja
	<b>Formas de Ejecución</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Convenio con la UNL para prácticas preprofesionales de marketing turístico</li> <li>✓ Contratación de un profesional de turismo y diseñador de espacios.g</li> <li>✓ Aporte de técnicos de MINTUR</li> <li>✓ GAD provincial de Loja</li> </ul>



	<p><b>Parámetros a considerar para su diseño</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Estudio previo de tesista</li> <li>✓ Personal requerido para atender el I-TUR</li> <li>✓ Material impreso informativo: mapas, guías, folletos, imagen corporativa.</li> <li>✓ Espacio necesario para la ubicación del centro de información.</li> </ul>
	<p><b>Superficie y extensión</b></p>	<p>De acuerdo a los espacios planificados por el GAD.</p>
	<p><b>Estructura: consideraciones mínimas</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Personal</li> <li>✓ Mobiliario</li> <li>✓ Equipo</li> </ul>
<p><b>Implantación general del I-TUR</b></p>		

**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efren.

Cuadro 46. La promoción y publicidad de la parroquia.

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO</b>	—————> <b>PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD</b>	
<b>MEDIO</b>	—————> <b>GUÍA TURÍSTICA</b>	
<b>DETALLES</b>	<b>Nombre</b>	<b>1</b>
		<b>GUÍA TURÍSTICA DE LA PARROQUIA QUILANGA</b>
	<b>Objetivo general</b>	Promocionar turísticamente la parroquia.
	<b>Objetivo específico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Promocionar de manera integral los atractivos naturales y culturales de la parroquia.</li> <li>✓ Brindar información completa de los diferentes atractivos y la infraestructura turística.</li> <li>✓ Llegar con información del potencial turístico de la parroquia a un mayor número de demandantes.</li> </ul>
	<b>Denominación</b>	Guía Turística
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>Visión de futuro</b>	La parroquia es conocida turísticamente a nivel local, provincial y nacional.
	<b>Fuentes de financieras</b>	GAD Quilanga Alianzas estratégicas (convenios interinstitucionales con la UNL/carrera de turismo) Apoyo de empresas privadas MINTUR
	<b>Responsables</b>	GAD cantonal de Quilanga MINTUR
	<b>Formas de Ejecución</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Convenio con la UNL para prácticas preprofesionales de turismo</li> <li>✓ Convenio con Gad provincial o municipal</li> <li>✓ Aporte de técnicos de MINTUR</li> <li>✓ Aporte de un diseñador gráfico para la elaboración de la guía.</li> </ul>
	<b>Parámetros a considerar para su diseño</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Estudio previo de tesista.</li> <li>✓ Levantamiento de información de los atractivos naturales y culturales.</li> <li>✓ Categorización de los servicios, y actividades turísticas</li> <li>✓ Traducción a otro idioma</li> <li>✓ Registro fotográfico de los lugares de interés</li> <li>✓ Clasificar por servicios</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Informar las actividades que se puede realizar, ferias, fiestas religiosas y civiles populares, rutas turísticas, y otros lugares de ocio y entretenimiento</li> <li>✓ Datos de interés como las direcciones y teléfonos de servicios y emergencia</li> <li>✓ Colocar un mapa turístico, con las coordenadas UTM, levantadas por la tesista y ampliado según necesidad</li> <li>✓ Características de impresión</li> </ul>
	<b>Características de impresión sugerir</b>	Dimensiones: 30 x 20 cm Número de páginas: 30 Número de idiomas: 2 español e inglés Tipo de papel
	<b>Estructura:</b>	Atractivos turísticos e infraestructura turística

**Diseño de la Guía**



**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efren.

## Diseño de la marca turística que identifica la parroquia Quilanga

### Marca

Se ha diseñado un logo el cual es el identificativo para el turismo en la parroquia Quilanga, sus características van de acuerdo a lo que representa la misma.



Elaborado por: Cabrera Ojeda Oscar Efrén

Figura 5. Marca turística de la parroquia Quilanga

### Descripción:

La marca se realizó tomando en cuenta componentes que están dentro de la actividad del turismo, ésta fue hecha de acuerdo a los atractivos que tiene la parroquia, se simboliza el cerro Chiro, las cascadas, el café, y los petroglifos, los cuales forman parte del mismo.

Cuadro 47. Capacitaciones y talleres a los prestadores de servicios turísticos de la parroquia.

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO</b>	—————→ <b>CAPACITACIÓN</b>	
<b>Medio</b>	—————→ <b>TALLER DE CAPACITACIÓN PRESENCIAL</b>	
<b>Detalles</b>	<b>Nombres</b>	1 Fortalecimiento de capacidades para la promoción turística de Quilanga
	<b>Objetivos</b>	
	<b>Objetivo General:</b> . Fortalecer las capacidades locales en temas de turismo	
	<b>Objetivos específicos:</b> ✓ Generar conocimientos dentro del ámbito turístico en los pobladores de Quilanga ✓ Apoyar a la generación de emprendimientos turísticos. ✓ Involucrar a la población en la actividad turística.	
	<b>Denominación</b>	TALLERES
	<b>Características</b>	
	<b>Visión de futuro:</b> La población apoya al desarrollo turístico de la parroquia	
	<b>Fuentes de Financiamiento:</b> Recursos del Gad Recursos de la Cooperación Internacional Alianzas estratégicas (convenios interinstitucionales) Convenios con el MINTUR	
	<b>Responsables:</b> GAD Cantonal de Quilanga Ministerio de Turismo	
	<b>Formas de ejecución:</b> ✓ Convenio con la UNL para prácticas preprofesionales ✓ Contratación de un profesional de turismo ✓ Convenio con Gad provincial o municipal ✓ Aporte de técnicos de MINTUR ✓ Convenios con empresas privadas	
	<b>Temáticas del taller</b>	
	✓ Conocimiento de la actividad turística ✓ Valoración de recursos naturales y culturales locales ✓ Atención al turista ✓ Emprendimientos turísticos	
	<b>Parámetros a considerar para su diseño</b>	
✓ Estudio previo de tesista ✓ Determinación de las actividades que se puede desarrollar en el Taller ✓ Perfil del instructor ✓ perfil de los asistentes ✓ Cronograma establecido para el taller. ✓ Contenidos a tratarse en el taller.		
<b>OBSERVACIONES</b>	<b>Se adjunta un modelo de planificación de la capacitación</b>	

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Cabrera Ojeda Oscar Efren

## SÍLABO DEL TALLER DE CAPACITACIÓN PRESENCIAL

Cuadro 48. *Sílabo del taller presencial.*

DATOS GENERALES	
<b>MEDIO DE CUMPLIMIENTO DE ESTRATEGIA/ nombre general</b>	Talleres de capacitación / Conocimiento de la actividad turística
<b>NOMBRE ESPECIFICO DEL TALLER</b>	Participando de la actividad Turística
<b>Departamento:</b>	GAD municipal del cantón Quilanga
<b>Requisito:</b>	Vivir en el territorio
<b>Inicio – término:</b>	Dos días viernes y sábado
<b>Extensión horaria:</b>	08h00 a12h00
<b>Horas</b>	20 horas
<b>Duración del taller</b>	4 días

### CARACTERÍSTICAS.

El taller es, en su totalidad de naturaleza teórica y práctica. Brinda al participante diferentes conceptos, definiciones y características para conocer la actividad turística en territorio, y los beneficios que se obtienen de ella para fortalecer el desarrollo del Gad y mejorar la economía de sus pobladores. Los principales temas son:

- ✓ Motivación para la actividad turística
- ✓ Características básicas de los territorios orientadas hacia el turismo
- ✓ Reconociendo atractivos

### LOGRO DEL TALLER:

Al finalizar el curso, el participante tendrá la capacidad de reconocer el potencial turístico de su territorio y las formas de motivar a otras personas a visitar y disfrutar de sus bondades.

### UNIDAD DE APRENDIZAJE:

Días	Contenidos				
		Actividades de Aprendizaje			
	Saberes Básicos	Actividades del docente	Actividades grupales	Recursos	Criterios de evaluación

Viernes	<p>Conocimientos básicos del turismo, su desarrollo nacional e internacional.</p> <p>✓ Motivación para la actividad turística</p> <p>✓ Características básicas de los territorios orientadas hacia el turismo</p>	<p>Explicación del expositor. Presentación del Sílabo</p> <p>Desarrollo de las temáticas</p>	<p>Lluvia de ideas</p> <p>Trabajos grupales con ejemplos prácticos sobre los contenidos teóricos: identificación de sus territorios</p>	<p>Multimedia, pizarra, plumones folletos</p> <p>Papelotes marcadores</p>	<p>Papelotes con resultados grupales</p>
Sábado	<p>✓ Características básicas de los territorios orientadas hacia el turismo</p> <p>✓ Reconociendo atractivos</p> <p>Importancia del Turismo en la economía.</p>	<p>Lluvia de ideas</p> <p>Clase teórica practica sobre atractivos turísticos</p>	<p>Trabajos grupales con ejemplos prácticos sobre los contenidos teóricos: identificación de atractivos</p>	<p>Multimedia, pizarra, plumones folletos</p> <p>Papelotes marcadores</p>	<p>Papelotes con resultados grupales</p>

**Perfil del capacitador**

- ✓ Profesional del área turística
- ✓ Mínimo 2 años de experiencia en capacitación en comunidades
- ✓ Mínimo 3 años de ejercicio profesional
- ✓ Facilidad en el manejo de grupos de personas

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efren.

## 7. DISCUSIÓN

Según Cartuche, Armijos, Romero, & Ocampo (2019, pág. 23), citado de (Palacios Molina & Reyes Vélez, 2016), en Ecuador la actividad turística juega un papel muy importante que permite dinamizar la economía principalmente en la parte rural, siendo así que las políticas de estado en su gran mayoría están direccionados a potencializar esta actividad productiva, de esta forma el turismo en el Ecuador forma parte del modelo de gestión implementado en los últimos años, formando parte del cambio de la matriz productiva, que es un modelo que básicamente va direccionado a innovar y potencializar nuevas actividades productivas especialmente en zonas rurales que han sido menos entendidas por los gobiernos de turno.

Al realizar las visitas a la parroquia Quilanga y sus barrios, se pudo evidenciar los recursos naturales y culturales que posee cada zona; cabe destacar que los diferentes pisos climáticos del lugar hacen posible una gran producción agrícola y ganadera. La población en general se beneficia de la venta de los productos tanto agrícolas como ganaderos.

Actualmente en la parroquia Quilanga sus habitantes han implementado servicios turísticos mínimos, de alojamiento y alimentación que no cumplen los estándares de calidad; es importante recalcar que dichos establecimientos no se encuentran a un registrados en el catastro del MINTUR, en lo que se refiere al esparcimiento encontramos; canchas de uso múltiple, coliseo de deportes, piscina, discoteca, bares los cuales permiten que los turistas disfruten de su estadia. En la matriz de Ricaurte (2009) entre los lugares de esparcimiento menciona, discotecas, cines, teatros y bares, pero en la parroquia no se cuenta con todos estos servicios debido a que no existe una llegada masiva de turistas, motivo por el cual la población ha invertido sus recursos en servicios turísticos básicos. Según Henche (2015) la oferta turística rural ha de adaptarse a las exigencias de esta demanda, lo que implica más flexibilidad y alojamientos y pueblos adaptados a las necesidades emergentes. Se ha de definir el turismo rural como una alternativa de adaptación a los cambios en las necesidades de los consumidores.



Otro servicio que ofrece la parroquia es la guianza de turistas, cabe recalcar que este servicio es brindado por personas que no están capacitadas pero que poseen conocimientos empíricos sobre los recursos naturales y manifestaciones culturales, por esta razón en la parroquia no se brindan servicios de calidad a los turistas y por ende no es posible fortalecer la actividad turística, según Martínez (1999) como se citó en Schaerer & Dirven (2001, pág. 14) uno de los obstáculos para el desarrollo del turismo rural es la falta de personal calificado para todo tipo de actividades relacionadas con la actividad turística. Turistas de distinta procedencia y con distintos intereses tienen distintas necesidades y expectativas respecto a las actividades y servicios ofrecidos en el área rural. Los recepcionistas, guías, etc. debieran recibir capacitación para entender estas diferencias culturales y de comportamiento de los turistas.

La parroquia cuenta con infraestructura de servicios básicos entre ellos el sistema vial que permite llegar a la parroquia las vías que conducen desde Gonzanamá- Quilanga y Amaluza- Quilanga se encuentran asfaltadas, mientras las que conducen desde los barrios al centro de Quilanga de segundo orden que cuentan con señalética vial deficiente y carecen totalmente de señalética turística; el transporte público es limitado, pero cuenta con servicio de transporte privado como son camionetas y rancheras que movilizan la población y turistas tanto nivel local y cantonal.

En la parroquia existe el servicio de telefonía móvil y convencional, así mismo cuenta con el servicio de internet el mismo que prácticamente solo hay en la ciudad. Al respecto Millán (2010) el turismo mediante su desarrollo y crecimiento es un espacio geográfico conlleva retos como la necesidad de renovar constantemente la infraestructura de servicios básicos como las vías de acceso, transporte, internet que son partes indispensable dentro de la actividad turística y desde esta manera lograr un equilibrio entre accesibilidad y sostenibilidad.

Es fundamental para el desarrollo de las comunidades contar con servicios básicos, debido a que son importantes para el desarrollo de la actividad turística; la población cuenta con agua potable y en ciertos lugares con agua entubada; la comunidad no tiene alcantarillado por ello se realiza la eliminación de excretas

por medio de letrinas; el centro parroquial elimina la basura por medio de carro recolector, para luego ser depositado en el relleno sanitario en cambio en los barrios la basura inorgánica es quemada y la orgánica es utilizada como abono en los huertos. Al respecto Martínez (1999) como se citó en Schaerer & Dirven (2001, pág. 14) explica que el desarrollo del turismo rural se enfrenta a una serie de obstáculos entre ellos está la infraestructura necesaria (alojamiento, caminos, agua potable y entubada, comunicaciones, electricidad, recolección de basura, que es generalmente precaria o inexistente).

Mediante la visita de campo se identificó que en la parroquia Quilanga las actividades que generan la mayoría de ingresos económicos son la agricultura y la ganadería y una mínima parte se dedican al comercio. Martínez (1999) como se citó en Schaerer & Dirven (2001, pág. 13) explica que, en una comunidad netamente agrícola y ganadera se debería fomentar el agroturismo debido a que está asociado a la participación activa del turista en actividades agropecuarias y a la prestación de servicios de alojamiento y gastronomía local.

El cantón Quilanga se encuentra liderada por: el alcalde, concejales, jefe político, sacerdote, comisario nacional y líderes barriales. El personal municipal es encargado de la planificación de actividades y proyectos que se desarrollan en la parroquia para beneficios de la comunidad, entre estas actividades se encuentran mingas y organizaciones de fiestas religiosas y cívicas.

En esta parroquia se puede disfrutar de atractivos naturales y manifestaciones culturales, donde se pueden desarrollar diferentes actividades turísticas: caminatas, observación de flora y fauna, camping, etc. Schaerer & Dirven (2001, pág. 11) ofrece servicios que permiten al excursionista o turista familiarizarse con la naturaleza en su estado original, esto es, sin intervención humana, por esta razón se debe de preservar las características que constituyen el atractivo de las zonas ecoturísticas, además dentro del turismo cultural define al que se basa en la utilización de los recursos culturales, históricos, costumbristas de un territorio, orientándose hacia la preservación y mejor conocimiento de los mismos.

Mediante las fichas de inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador se realizó el inventario de los atractivos turísticos naturales y culturales de la parroquia Quilanga, donde nos dio como resultado que los atractivos tienen jerarquía I, adicional se consideró el apoyo de la información del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón del año 2014 – 2019. Cartuche, Romero & Romero (2018, pág. 104), mencionan que en el Ecuador la metodología para la evaluación y jerarquización de atractivos, establece los lineamientos técnicos para la identificación, clasificación y valoración de los atractivos con mejores condiciones para el desarrollo de productos turísticos.

Luego de haber concluido el levantamiento de información se propone crear estrategias para potenciar el turismo de acuerdo a las principales necesidades que existen en la parroquia entre ellas: diseñar un producto turístico, gestionar la planificación del turismo en el GAD, promoción y publicidad y capacitaciones, las cuales fueron seleccionadas mediante la participación de la comunidad, de acuerdo a Troncoso (2008), la relación entre turismo y desarrollo es orientada mediante las propuestas y acciones dirigidas al incentivo del crecimiento turístico, como asimismo las expectativas respecto de los beneficios que se espera obtener.

La metodología participativa adjudica una importancia central a la participación de la población local buscando involucrarla en las instancias de decisión y gestión, y también señalándola como destinataria de los beneficios que se generarían por el turismo.

Lo que se debe implementar en la parroquia Quilanga son: una ruta turística, implementación de un I-TUR, guía turística y talleres de capacitaciones presenciales, en donde se presentan los lineamientos generales para que puedan ejecutarse, en concordancia con Troncoso (2008), es posible reconocer que la implementación de modelos de desarrollo con la utilización de metodologías de planificación centralizada, ha dado lugar a propuestas que otorgan al desarrollo local un rol preponderante, orientadas a alcanzar un desarrollo sustentable, cuyas premisas se gestionan parcialmente con las del desarrollo local.

## 8. CONCLUSIONES

Luego de haber culminado con el presente trabajo investigativo se llegó a las siguientes conclusiones:

- ✓ La parroquia Quilanga cuenta con una diversidad de recursos turísticos naturales y culturales que pueden ser aprovechados para el desarrollo turístico para esta localidad.
- ✓ La demanda turística en Quilanga es esporádica, debido a que la localidad no se encuentra preparada para recibir una afluencia de turistas en cualquier momento, pese a contar con infraestructura turística.
- ✓ Al momento de realizar el FODA, se pudo evidenciar todos los atributos que tiene la parroquia y que pueden fortalecerse en el turismo, teniendo en cuenta las falencias, el deterioro de sus atractivos o la poca actividad turística de Quilanga.
- ✓ La matriz de estrategias fue fundamental para poder realizar las acciones pertinentes y así dar cumplimiento con cada una de ellas.
- ✓ La falta de promoción y señalética turística son factores que influyen en el desarrollo del turismo de la parroquia.
- ✓ La población juega el papel importante para proponer estrategias de fomento turísticos en la localidad.
- ✓ A través de las reuniones participativas se logró determinar las principales propuestas a desarrollarse en beneficio del desarrollo turístico del territorio.
- ✓ La realización de una ruta turística permitirá promocionar los atractivos turísticos y dar a conocer la parroquia.
- ✓ La voluntad política de los actores del municipio es importante porque se nota el compromiso que tienen con la actividad turística.

## 9. RECOMENDACIONES

Terminado los tres objetivos con todos los procedimientos desde la recolección de información, desarrollo de la propuesta y socialización del mismo se llegó a las siguientes recomendaciones: al GAD de Quilanga:

- ✓ Trabajar en el mantenimiento de los diferentes atractivos turísticos, como en la implementación de señalética turística para darle un mayor realce a la parroquia.
- ✓ Brindar apoyo para la ejecución de proyectos turísticos que vayan encaminados en beneficio de la parroquia con el fin de que ésta sea más conocida.
- ✓ Realizar convenios con el MINTUR para poder desarrollar talleres participativos con la comunidad.
- ✓ Implementar una Unidad de Turismo con la finalidad de que exista una persona encargada de brindar información turística a las personas que visiten esta parroquia.
- ✓ Se recomienda al Ministerio de Turismo, y al Ministerio del Ambiente realizar capacitaciones a las comunidades que desean apostarle al turismo como una actividad de desarrollo económico de la parroquia de manera sostenible.
- ✓ Se recomienda al GAD municipal realizar el debido mantenimiento y apertura vial hacia a los atractivos naturales.

## 10. BIBLIOGRAFÍA

- ✓ UNESCO. (2013). *Educación para el Desarrollo Sostenible*. place de Fontenoy, 75352 París 07 SP, Francia: Helmut Langer. Obtenido de <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002167/216756s.pdf>
- ✓ Agüera, O. (Septiembre de 2018). *La Cooperación al Desarrollo a través del turismo en países subdesarrollados*. Obtenido de <http://www.globaleducationmagazine.com/la-cooperacion-al-desarrollo-traves-del-turismo-en-paises-subdesarrollados/>
- ✓ Amézaga, C., Rodríguez, D., Núñez, M., & Herrera, D. (2013). *Repiica.iica.int*. Obtenido de Orientaciones estratégicas para el fortalecimiento de la gestión asociativa: <http://repiica.iica.int/docs/B3246e/B3246e.pdf>
- ✓ Andrade, B., Arenas, F., & Guijon, R. (21 de Diciembre de 2015). *Sustainability, Agri, Food and Environmental Research*. Recuperado el 18 de Octubre de 2018, de "Revisión crítica del marco institucional y legal chileno de ordenamiento territorial, el caso de la zona costera": <https://cuhsu.uct.cl/index.php/safer/article/viewFile/882/796>
- ✓ Angulo, G. (2002). *CAPITULO I: El Espacio Turístico y las zonas y centros de interes Turístico Nacional*. Chile.
- ✓ Avalos, J. P. (13 de Diciembre de 2017). *Elementos de Ingeniería Administrativa*. Obtenido de ESPOCH: [http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/pdf/40/ing\\_administrativa.completo.pdf](http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/pdf/40/ing_administrativa.completo.pdf)
- ✓ Boullon, R. (2004). *Planificacion del Espacio Turistico*. México: Trillas.
- ✓ Cabrera, R. (2013). *Proyecto: Monografía de la provincia de Loja, Cantón Quilanga*. Loja.
- ✓ Cárdenas. (2006). *Proyectos turísticos. Localizacion e inversion 2da edición*. México: Trillas.
- ✓ Cartuche, D., Armijos, L., Romero, C., & Ocampo, C. (2019). Evaluación del desarrollo turístico en el Bosque Petrificado Puyango (BPP), sur del Ecuador. *Espacios*, 23.
- ✓ Cartuche, D., Romero, J., & Romero, Y. (2018). Evaluación multicriterio de los recursos turísticos en la Parroquia Uzhcurrumi, Canton Pasaje, Provincia de El Oro. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo.*, 104.
- ✓ Castellanos, H. (2012). *Planiación del espacio Turístico*. México: Trillas turismo.
- ✓ Castillo et al. (2015). EL TURISMO EN ECUADOR. NUEVAS TECONTRIBUCIÓN AL CRECIMIENTO ECONÓMICONDENCIAS EN EL TURISMO SOSTENIBLE Y CONTRIBUCIÓN AL CRECIMIENTO ECONÓMICO. *Galega de Economía*, 01.
- ✓ Castillo, & Castaño. (2014). La promocion turística a través de técnicas tradicionales y nuevas. *Scielo*.
- ✓ CLACSO, C. L. (2016). *Grupos de Trabajo seleccionados para el período 2016 - 2019*. Obtenido de Procesos y metodologías participativas: [https://www.clacso.org.ar/grupos\\_trabajo/detalle\\_gt.php?ficha=572&s=5&idioma](https://www.clacso.org.ar/grupos_trabajo/detalle_gt.php?ficha=572&s=5&idioma)

- ✓ Consejo Nacional de Planificación, CNP. (30 de Octubre de 2015). *DOCUMENTO FINAL PDOT 2015*. Obtenido de MARCO LEGAL Y METODOLOGÍA EMPLEADA POR EL GAD PARROQUIAL: [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/0660822960001\\_DOCUMENTO%20FINAL%20PD%20Y%20OT%202015%20CUBIJIES\\_30-10-2015\\_18-16-33.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0660822960001_DOCUMENTO%20FINAL%20PD%20Y%20OT%202015%20CUBIJIES_30-10-2015_18-16-33.pdf)
- ✓ Cordero, E. (21 de Diciembre de 2015). *Sustainability, Agri, Food and Environmental Research*. Recuperado el 17 de Octubre de 2018, de Análisis legal y doctrinario del Ordenamiento y Planificación Territorial en Chile, características, relación y diferencias.: <https://cuhsu.uct.cl/index.php/safer/article/viewFile/882/796>
- ✓ Coronel, J. (2016). *Ruta Turística del cantón Quilanga, Provincia de Loja*. Loja.
- ✓ Espinosa, R. (29 de Julio de 2013). *Estrategia Marketing*. Obtenido de LA MATRIZ DE ANÁLISIS DAFO : <https://robertoepinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>
- ✓ Feijoo, R. (2014). *Repositorio UTPL*. Obtenido de Proyecto: Monografías de la provincia de Loja , Cantón Quilanga: <http://dspace.utpl.edu.ec/browse?type=author&value=Feijoo+Ord%C3%B3n+Rosibel+Alexandra>
- ✓ Fuentes, M. (21 de Diciembre de 2015). *Sustainability, Agri, Food and Environmental Research 3(2)*. Recuperado el 18 de Octubre de 2018, de Análisis legal y doctrinario del Ordenamiento y Planificación: <https://cuhsu.uct.cl/index.php/safer/article/viewFile/882/796>
- ✓ GAD. (15 de Febrero de 2014-2019). *Sni*. Recuperado el 6 de Julio de 2018, de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Quilanga: [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdiagnostico/1160002370001\\_DIAGNOSTICO\\_13-02-2015\\_15-58-52.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1160002370001_DIAGNOSTICO_13-02-2015_15-58-52.pdf)
- ✓ García, J., & García, R. (2016). EL TURISMO CULTURAL EN MÁLAGA. UNA APUESTA POR LOS MUSEOS. *International Journal of Scientific Management Tourism*, 4.
- ✓ Garita, R. (2013). Tecnología Móvil: desarrollo de sistemas y aplicaciones para las Unidades de Información. *E-Ciencias de la Información* , 2.
- ✓ Garry, S., & Martínez, R. (Septiembre de 2016). *Repositorio CEPAL*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2018, de Fortalecimiento de la cadena de turismo en el Departamento de La Libertad, El Salvador: [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40605/1/S1600959\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40605/1/S1600959_es.pdf)
- ✓ Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural San Francisco de Borja. (2015-2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. San Francisco.
- ✓ Gonzales, H. M. (Abril de 2012). *Ordenamiento Territorial*. Obtenido de <https://www.uazuay.edu.ec/bibliotecas/publicaciones/UV-57.pdf>
- ✓ González, T. (2005). Problemas en la definición de microempresa. *Revista Venezolana de Gerencia*.

- ✓ Gracia, A. (15 de Mayo de 2019). *Definición y clasificación de los recursos turísticos*. Obtenido de Entorno Turístico: <https://www.entornoturistico.com/los-recursos-turisticos-se-clasifican/>
- ✓ Gracia, C. (5 de Julio de 2017). *Turismo Comunitario en Ecuador*. Obtenido de Scielo Analytics: [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322016000400011](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322016000400011)
- ✓ Henche, B. (Junio de 2015). *Cuadernos de Turismo*. Obtenido de Características diferenciales del producto turístico rural: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/18481>
- ✓ Inéz, Á. (10 de Febrero de 2016). *Que es el Big Data*. Obtenido de Forbes: <http://forbes.es/business/3238/que-es-el-big-data/>
- ✓ Instituto de Normalización Previsional (INP). (10 de julio de 2014). *Fundamentos de la Teoría*. Obtenido de Asapbiblioteca: [http://www.asapbiblioteca.com.ar/wp-content/uploads/2014/10/fundamentos\\_de\\_teoría\\_de\\_la\\_planificación\\_ahumada.pdf](http://www.asapbiblioteca.com.ar/wp-content/uploads/2014/10/fundamentos_de_teoría_de_la_planificación_ahumada.pdf)
- ✓ Instituto Nacional de estadística y censo. (19 de Junio de 2010). *INEC*. Obtenido de Población y Demografía: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- ✓ INTEDYA, I. D. (27 de Abril de 2016). *Normas de Calidad Turística*. Obtenido de Intedya: <http://www.intedya.com/internacional/8/consultoria-calidad-turistica-.html>
- ✓ Lalangui, J. E. (2017). Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: Sus inicios, características y desarrollo. *Universidad y Sociedad* , 9.
- ✓ Langer, C. (15 de Abril de 2019). *Qué es y cómo funciona la realidad aumentada*. Obtenido de <https://es.ccm.net/faq/30104-que-es-y-como-funciona-la-realidad-aumentada>
- ✓ Loor, L., Alonso, A., & Pérez, M. (Junio de 2018). LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL ECUADOR: ¿TURISMO CONSCIENTE O TURISMO TRADICIONAL? *ECA Sinergia*, 9(1). Obtenido de [file:///D:/HP/Downloads/1195-13-3506-1-10-20180701%20\(3\).pdf](file:///D:/HP/Downloads/1195-13-3506-1-10-20180701%20(3).pdf)
- ✓ Lugo, Gonzale, Cañizales, L, M, D, . . . F. (1 de Noviembre de 2018). *Planificación*. Obtenido de Planificación definición según autores (1): [https://www.academia.edu/30007870/Planificación\\_definición\\_según\\_autores\\_1\\_](https://www.academia.edu/30007870/Planificación_definición_según_autores_1_)
- ✓ Maldonado, C. (10 de Enero de 2010). *SlideShare*. Recuperado el 11 de Julio de 2018, de Que es un atractivo turístico: <https://es.slideshare.net/patumaldonado/que-es-un-atractivo-turistico>
- ✓ Márquez, A. (27 de Mayo de 2014). *Manifestaciones culturales del mundo*. Obtenido de Prezi: <https://prezi.com/d6ylzigwunhb/manifestaciones-culturales-del-mundo/>
- ✓ Martínez, D. (30 de Junio de 2015). *Planificación Turística: Fases y componentes*. Obtenido de Depto de Turismo UPTAEB - Lara: <http://turismoenaccionturismo.blogspot.com/2015/06/planificacion-turistica-fases-y.html>
- ✓ Matriz de Análisis DAFO. (2 de Julio de 2018). *Matrizfoda*. Obtenido de La matriz FODA es una herramienta de análisis: <http://www.matrizfoda.com/dafo/>



- ✓ Mazatepec. (s.f.). *Transparenciamorelos*. Recuperado el 06 de Noviembre de 2018, de vii Estrategias para el Ordenamiento Territorial y el Desarrollo Urbano.: [http://www.transparenciamorelos.mx/sites/default/files/07%20VII.%20Estrategias%20de%20Odenamiento%20parte1\\_5.pdf](http://www.transparenciamorelos.mx/sites/default/files/07%20VII.%20Estrategias%20de%20Odenamiento%20parte1_5.pdf)
- ✓ Millán, M. (2010). Planificación, Transporte, Turismo y Territorio. *Revista de Investigaciones Turísticas*, 100.
- ✓ Ministerio de Turismo del Ecuador. (2018). *Manual de atractivos turísticos*. Quito.
- ✓ MINTUR. (06 de Junio de 2017). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador 2017. 1ra Parte.: [https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1\\_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017\\_2daEd.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf)
- ✓ MINTUR. (2018). Guía Metodológica para la Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios. En M. d. Turismo.
- ✓ Molina, S. (2000). *Conceptualización del Turismo. México*. Mexico.
- ✓ Montecinos, A. (11 de Octubre de 2017). *Cegaho.wordpress*. Obtenido de CEGAHO Centro Empresarial Gastronómico Hotelero: <https://cegaho.wordpress.com/2017/10/11/definicion-de-gastronomia-y-turismo-gastronomico/>
- ✓ Moure, M. R. (5 de Julio de 2017). *Dialnet-TurismoCientificoYCiudadesDelFuturo-5975082.pdf*. Obtenido de TURISMO CIENTÍFICO Y CIUDADES DEL FUTURO: <file:///D:/HP/Downloads/Dialnet-TurismoCientificoYCiudadesDelFuturo-5975082.pdf>
- ✓ Murga, Á. (1 de Agosto de 2014). *SOSTENIBILIZAR EL CURRÍCULUM*. Obtenido de Dialnet-SostenibilizarElCurriculum-5010916.pdf: <file:///D:/HP/Downloads/Dialnet-SostenibilizarElCurriculum-5010916.pdf>
- ✓ Nicolás, M. (4 de Mayo de 2018). *Principales asistentes de voz y en qué se diferencian*. Obtenido de Oleoshop: <https://www.oleoshop.com/blog/asistentes-de-voz>
- ✓ Ordoñez, Cevallos, & Vera. (2017). fortalecimiento microempresarial del cantón Balzar mediante el asesoramiento y la capacitación continua en áreas administrativas y financieras. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales en línea*: <http://www.eumed.net/rev/caribe/2017/03/fortalecimiento.html>.
- ✓ Ortega, L., Montiel, J., Bravo, M., & Ortiz, R. (19 de Julio de 2016). *Universidad de Guadalajara*. Obtenido de Departamento de turismo, Recreacion y servicio: [https://bdcucea.cucea.udg.mx/proy\\_formulacion/programa\\_firmado/155\\_Planificaci%C3%B3n%20Tur%C3%ADstica.pdf](https://bdcucea.cucea.udg.mx/proy_formulacion/programa_firmado/155_Planificaci%C3%B3n%20Tur%C3%ADstica.pdf)
- ✓ Oyarzún, E., & Szmulewicz, P. (2018). *Fortalecimiento de la Gestion de destinos Turísticos*. Bogotá. Recuperado el 13 de Noviembre de 2018, de [file:///D:/HP/Downloads/2189-Texto%20del%20art%C3%ADculo-7471-1-10-20101028%20\(1\).pdf](file:///D:/HP/Downloads/2189-Texto%20del%20art%C3%ADculo-7471-1-10-20101028%20(1).pdf)
- ✓ PDyOT GAD,Quilanga. (15 de Febrero de 2014- 2019). *Sni*. Recuperado el 6 de Julio de 2018, de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial: <http://app.sni.gob.ec/sni->

link/sni/PORTAL\_SNI/data\_sigad\_plus/sigadplusdiagnostico/1160002370001\_DIA  
GNOSTICO\_13-02-2015\_15-58-52.pdf

- ✓ Ramos, & Sota. (2014). Fortalecimiento institucional y agenda post 2015. *Dialnet.unirioja*, 143.
- ✓ Ricaurte, C. (2009). *Manual para diagnóstico turístico local*. Recuperado el 2 de Febrero de 2019, de [unrn.edu.ar/blogs/pt/.../6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf](http://unrn.edu.ar/blogs/pt/.../6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf)
- ✓ Rodríguez et al. Manchay, R. G. (2015). *Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Nueva Fátima, cantón Zosoranga*. Zosoranga.
- ✓ Salguero, R. A. (Mayo de 2012). *La planificación territorial como instrumento de gestión*. Obtenido de Un análisis de la experiencia reciente en Guatemala: [http://www.repositorio.usac.edu.gt/1357/1/15\\_1582.pdf](http://www.repositorio.usac.edu.gt/1357/1/15_1582.pdf)
- ✓ Sánchez, D. (10 de Abril de 2017). *Repositorio.puce.edu.ec*. Obtenido de La competitividad turística de Ecuador, período de análisis 2007-2015: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/13318/Tesis%20Daniela%20S%C3%A1nchez%20%20pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- ✓ Sánchez, I. (Mayo de 2017). *Scielo*. Recuperado el 18 de Octubre de 2018, de La planeación estratégica en el Sistema de Salud cubano: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1029-30192017000500019](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1029-30192017000500019)
- ✓ Saravia, M., & Muro, M. (2016). *Revista de ciencias sociales, segunda época*. Obtenido de Productos turísticos. Metodología para su elaboración: <http://www.unq.edu.ar/advf/documentos/593819f510992.pdf>
- ✓ Schaerer, J., & Dirven, M. (Noviembre de 2001). *El turismo rural en Chile. Experiencias de agroturismo en las Regiones del Maule, La Araucanía y Los Lagos*. Recuperado el 10 de Febrero de 2019, de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4503/S0111940\\_es.pdf;jsessionid=0DFC8E29A687FBB1FC709E04E77A9C9C?sequence=1](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4503/S0111940_es.pdf;jsessionid=0DFC8E29A687FBB1FC709E04E77A9C9C?sequence=1)
- ✓ SENPLADES. (02 de Noviembre de 2010). *Lineamiento para la Planificación del Desarrollo y el Ordenamiento Territorial*. Quito. Obtenido de <https://www.zonaeconomica.com/tipos-estrategias>
- ✓ Shapiro, J. (Noviembre de 2018). *Descripción general de la planificación*. Obtenido de En qué consiste la planificación : <https://www.civicus.org/documents/toolkits/Description%20general%20de%20la%20planificacion.pdf>
- ✓ Sigalat, & Roing. (2012). *Las metodologías participativas: herramientas que contribuyen a la integración comunitaria y cohesión social*. Obtenido de <https://www.fes-sociologia.com/files/congress/12/papers/3126.pdf>
- ✓ slideshare. (10 de Mayo de 2017). *Slideshare*. Obtenido de Clasificación de la planificación: <https://es.slideshare.net/ferona12/clasificacin-de-la-planificacin>
- ✓ SPTIP. (Mayo de 2016). *Subsecretaría de Planificación Territorial de la Inversión Pública Buenos Aires*. Obtenido de Guía de planificación territorial: [https://www.mininterior.gov.ar/planificacion/pdf/AS\\_14659169801.pdf](https://www.mininterior.gov.ar/planificacion/pdf/AS_14659169801.pdf)

- ✓ Tassara, C., & Urzi, A. (2017). *Redalyc*. Obtenido de Cooperación Internacional para el desarrollo: Gobierno, economía y sociedad evolución de las políticas y escenarios futuros: <http://www.redalyc.org/pdf/3375/337552122010.pdf>
- ✓ TelescopioUG. (6 de Octubre de 2014). *Slideshare*. Obtenido de Análisis FODA: Definición, características y ejemplos: <https://es.slideshare.net/TelescopioUG/anlisis-foda-definicion-caractersticas-y-ejemplos>
- ✓ Thompson, I. (2017). *Marketing-free*. Obtenido de Definición de Marketing: <http://www.marketing-free.com/marketing/definicion-marketing.html>
- ✓ Toro, Galán, Pico, Roza, & Suescún. (2015). Planificación Turística desde el enfoque de la competitividad: caso Colombia. *Turismo y Sociedad*, xvi, 132. Obtenido de file:///D:/HP/Downloads/La\_planificacion\_turistica\_desde\_el\_enfoque\_de\_la\_.pdf
- ✓ Troncoso, C. A. (2008). TURISMO, DESARROLLO Y PARTICIPACIÓN LOCAL. LA EXPERIENCIA DE. *Aportes y Transferencias*, 12(02), 110-130. Recuperado el 10 de Febrero de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/276/27615331007.pdf>
- ✓ Victoria, A. (24 de Noviembre de 2013). *Clasificación de los atractivos turísticos*. Obtenido de Prezi: <https://prezi.com/e-9mphgmqumw/clasificacion-de-los-atractivos-turisticos/>
- ✓ Vidal. (Agosto de 2018). *Turismo y tecnología: cómo la tecnología revoluciona el sector turístico*. Obtenido de <https://www.wearemarketing.com/es/blog/turismo-y-tecnologia-como-la-tecnologia-revoluciona-el-sector-turistico.html>
- ✓ Zambrano, & Basurto. (27 de Mayo de 2016). Un acercamiento de la planificación estratégica y las organizaciones sanitarias. *Dominio de las ciencias*, 2(3), 7-8. Recuperado el 18 de Octubre de 2018

## 11. ANEXOS

### Anexo 1 Anteproyecto de Tesis



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL  
Y ADMINISTRATIVA**

**CARRERA DE ADMINISTRACION TURÍSTICA**

**TITULO:**

**“FORTALECIMIENTO TURISTICO SOSTENIBLE DEL PLAN  
DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL PARA  
LA PARROQUIA QUILANGA, CANTÓN QUILANGA,  
PROVINCIA DE LOJA”**

Anteproyecto de tesis previo  
la obtención del título de  
Ingeniero en Administración  
Turística.

**AUTOR:**

**OSCAR EFREN CABRERA OJEDA**

**LOJA - ECUADOR**

**1859  
2018**

**1. TEMA:**

**“FORTALECIMIENTO TURISTICO SOSTENIBLE DEL PLAN DE  
DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL PARA LA PARROQUIA  
QUILANGA, CANTÓN QUILANGA, PROVINCIA DE LOJA”**

## 2. PROBLEMÁTICA

(Cortada, 2016) Manifiesta que: el turismo tiene un gran impacto sobre la cultura de los pueblos y la naturaleza, donde el paisaje se conjuga con los servicios, las costumbres y tradiciones de la población, así mismo permite construir nuevas alternativas económicas para las comunidades locales.

El desarrollo y la operación inapropiada del turismo pueden degradar el hábitat y los paisajes, agotar los recursos naturales y generar grandes impactos en el ambiente. En cambio, el turismo responsable puede ayudar a crear conciencia sobre la conservación, la cultura local además de llevar consigo oportunidades económicas a los países y comunidades autóctonas de cada región (Olla, 2014).

Basándose en las tendencias actuales, las perspectivas económicas y la previsión del grupo de expertos de la OMT, la organización anticipa que las llegadas de turistas internacionales en el mundo crecerán a un ritmo de entre el 4% y el 5% en 2018. En su informe *Turismo Towards 2030*. Se anticipa que Europa y las Américas crecerán entre el 3,5% y el 4,5%, Asia y el Pacífico entre el 5% y el 6%, África entre el 5% y el 7% y Oriente Medio entre el 4% y el 6% (Organización Mundial del Turismo OMT, 2018).

La Coordinación General de Estadística e Investigación del MINTUR, en su reporte destaca que solo en diciembre de 2017 se registró el mayor incremento de llegadas en el año, es decir un crecimiento del 30,3% superior con relación a diciembre de 2016 al recibir a 171.926 personas extranjeros que recorrieron los diversos destinos turísticos del país (Ministerio de Turismo MINTUR, 2017).

A pesar de que el turismo es una herramienta muy significativa para el desarrollo económico de los pueblos, y que según las evidencias expresadas en los párrafos anteriores sobre el incremento en el sector turístico, desde los territorios no se ha creado hasta la actualidad una

imagen que permita aprovechar los recursos turísticos con que cuenta el país, donde se destaque sus riquezas naturales, así como su diversidad cultural, representando un problema para el desarrollo económico, generando altos niveles de desempleo y estancamiento económico. Por esta razón es trascendental que cada GAD trabaje individualmente en la construcción de su propia imagen que le brinde fuerza y consistencia como destino turístico.

En el ámbito turístico la provincia de Loja, posee una gran riqueza arquitectónica, la misma que se ve reflejada en sus iglesias que aún conservan su estilo antiguo, así como en su gran diversidad de atractivos naturales y culturales en los cuales se podría disfrutar de los diferentes ecosistemas que poseen cada uno de sus cantones y parroquias sin embargo no han sido impulsados de forma sostenible y planificada lo cual representa un problema para el desarrollo económico, generando altos niveles de desempleo y estancamiento económico.

El cantón Quilanga está ubicado en la parte sur este de la provincia de Loja a 96km del cantón Loja, tiene una población de 4.337 habitantes. Cuenta con diversos recursos tanto naturales como culturales; actualmente presenta baja afluencia de turistas, escasa ocupación hotelera, los recursos no son aprovechados turísticamente por falta de infraestructura y promoción; y en especial existe desconocimiento del funcionamiento del sistema turístico en la población y sobre los beneficios económicos que esta actividad genera.

Entre los principales problemas que impiden el desarrollo turístico se encuentran: Falta de aprovechamiento sostenible de los atractivos turísticos naturales y culturales; desorganización por parte del GAD cantonal y su falta de interés en la inversión turística, nivel bajo de propuestas turísticas a través de proyectos, profesionales poco capacitados en la rama del turismo; por otro lado la mala comunicación e información que existe entre las autoridades encargadas y la comunidad genera la falta de interés de los habitantes en el ámbito turístico. Debido

a esto la mayor parte de ellos se dedican a la agricultura y ganadería, limitando la capacidad de gestión turística en el cantón y por ende impidiendo el desarrollo socioeconómico de sus habitantes.



### **3. JUSTIFICACIÓN**

Como estudiante de la Carrera de Administración Turística de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, considerando la misión social que tiene esta Universidad con la colectividad de formar profesionales exitosos, con el objetivo de poder solucionar problemas sociales inmersos en el turismo, con el fin de poner en práctica los conocimientos adquiridos durante periodo de enseñanzas y aprendizajes académicos de la carrera. Así mismo debido que es un requisito fundamental para obtener el título de Ing. en Administración Turística.

La importancia de la presente investigación se fundamenta en la necesidad de incentivar el turismo a la vez que se protegen las riquezas naturales y culturales del país, para que puedan ser visitadas por las presentes y futuras generaciones; el enfoque del fortalecimiento turístico el cual puede constituirse en una fuente de ingresos importantes para el País, puesto que los recursos naturales proveen un punto fuerte a favor en este sentido, e incentivan a las personas que habitan en las comunidades locales sobre la importancia vital que tienen los recursos naturales.

En la Constitución de la Republica de Ecuador 2008 en el Art. 396 se manifiesta: El estado adoptará las políticas y medidas oportunas que eviten los impactos ambientales negativos. Todo daño al ambiente, además de las sanciones correspondientes, implicará también la obligación de restaurar integralmente los ecosistemas e indemnizar a las personas y comunidades afectadas.

En este sentido el presente proyecto toma en cuenta que el turismo sostenible es una alternativa para salvaguardar los recursos naturales, culturales ya que se fomenta la protección al ambiente a la vez que se generan ganancias; la propuesta de turismo enfocado al fortalecimiento turístico realizándolo de manera responsable bajo los lineamientos del

“SUMAK KAWSAY O BUEN VIVIR” abre las puertas para que se diseñen muchos más proyectos futuros de este estilo.

La implementación del fortalecimiento turístico permitirá reforzar la actividad turística de la parroquia Quilanga, el cual es de mucho interés para los habitantes del sector, puesto que al final de dicho estudio se estará incentivado a la población a mejorar su estilo de vida, cuidando sus recursos naturales de manera sustentable, realizándolo de forma responsable y esto a su vez ayuda a sus habitantes a crear una mentalidad de superación y transformación económica, y por consiguiente el desarrollo del cantón Quilanga.

En la actualidad es evidente la necesidad de efectuar un adecuado fortalecimiento turístico al plan de desarrollo y ordenamiento territorial, si se desea que un territorio pueda llegar a tener un valor importante como producto turístico y consiguientemente pueda ser relevante dentro de la economía local de la zona como un eje promotor de desarrollo, es así que se pretende diversificar la oferta turística en la parroquia Quilanga, para convertirla en un destino turístico sostenible competitivo.

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1. Objetivo general**

- Fortalecer turísticamente el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Quilanga, Cantón Quilanga, provincia de Loja.

### **4.2. Objetivos específicos**

- Realizar el diagnóstico del componente turístico de la parroquia Quilanga, Cantón Quilanga, Provincia de Loja.
- Elaborar una propuesta de Desarrollo Turístico para la parroquia Quilanga mediante la aplicación de una metodología participativa.
- Proponer estrategias para la aplicación de la propuesta planteada para el desarrollo turístico de la parroquia Quilanga.

## **5. MARCO TEORICO**

### **5.1. Antecedentes del tema.**

#### **5.1.1. La planificación**

- 5.1.1.1.** Estrategias de la planificación
- 5.1.1.2.** Planificación estratégica
- 5.1.1.3.** Planificación Territorial
- 5.1.1.4.** Planificación de desarrollo.
- 5.1.1.5.** Características de la planificación
- 5.1.1.6.** Fases de la planificación.
- 5.1.1.7.** Fases de la planificación turística.
- 5.1.1.8.** Desarrollo sostenible en la planificación.

#### **5.1.2. Diagnostico Turístico**

- 5.1.2.1.** Sistema turístico
- 5.1.2.2.** Infraestructura turística
- 5.1.2.3.** Demanda
- 5.1.2.4.** Factores de la demanda
- 5.1.2.5.** Oferta
- 5.1.2.6.** Capacidad de carga
- 5.1.2.7.** Competencia
- 5.1.2.8.** Comunidad receptora

#### **5.1.3. Tipos de turismo**

- 5.1.3.1.** Turismo de masas
- 5.1.3.2.** Turismo científico
- 5.1.3.3.** Turismo de sol y playa
- 5.1.3.4.** Turismo de aventura
- 5.1.3.5.** Turismo Cultural
- 5.1.3.6.** Turismo histórico
- 5.1.3.7.** Turismo religioso
- 5.1.3.8.** Turismo gastronómico
- 5.1.3.9.** Turismo comunitario
- 5.1.3.10.** Ecoturismo
- 5.1.3.11.** Turismo Sostenible
- 5.1.3.12.** Turismo Consciente

#### **5.1.4. Espacio Turístico**

- 5.1.4.1. Territorio
- 5.1.4.2. Ordenamiento Territorial
- 5.1.4.3. Zona
- 5.1.4.4. Área
- 5.1.4.5. Centro turístico
- 5.1.5. Atractivo Turístico
  - 5.1.5.1. Clasificación de atractivos turísticos
  - 5.1.5.2. Sitios naturales
  - 5.1.5.3. Manifestaciones culturales
- 5.1.6. Inventario de atractivos
  - 5.1.6.1. Jerarquización de atractivos turísticos
- 5.1.7. Análisis FODA
- 5.1.8. Visión Filosófica
  - 5.1.8.1. Misión
  - 5.1.8.2. Visión
  - 5.1.8.3. Objetivos
  - 5.1.8.4. Políticas
- 5.1.9. Metodologías aplicadas al turismo
  - 5.1.9.1. Metodologías del MINTUR
  - 5.1.9.2. Metodología de Carla Ricaurte Quijano
  - 5.1.9.3. Otras metodologías
- 5.2. Marco referencial**
  - 5.2.1. Generalidades del Cantón Quilanga
    - 5.2.1.1.1. Datos generales de la parroquia Quilanga.
    - 5.2.1.1.2. Ubicación
    - 5.2.1.1.3. Límites
    - 5.2.1.1.4. Clima
    - 5.2.1.1.5. Población
    - 5.2.1.1.6. División política.
    - 5.2.1.1.7. Recursos.
      - 5.2.1.1.7.1. Suelos.
      - 5.2.1.1.7.2. Flora y Fauna
      - 5.2.1.1.7.3. Hidrografía
  - 5.2.1.2. Historia del Cantón Quilanga.

**5.2.1.2.1.** Historia.

**5.2.1.2.2.** Servicios básicos.

**5.2.1.2.3.** Festividades cívicas.

**5.2.1.2.4.** Festividades Religiosas.

**5.2.1.2.5.** Autoridades de la parroquia

**5.2.1.2.6.** Descripción de las parroquias

**5.2.2.** Aspectos económicos

**5.2.2.1.** Edad de la PEA

**5.2.2.2.** Ganadería

**5.2.2.3.** Agricultura.

**5.2.2.4.** Comercio.

**5.2.3.** Aspectos de interés turístico

**5.2.3.1.** Mapa turístico

**5.2.3.2.** Atractivos turísticos

**5.2.3.3.** Planta turística

**5.2.3.4.** Tradiciones

## **6. METODOLOGÍA**

El presente estudio se desarrollará en la Parroquia Quilanga, perteneciente al cantón Quilanga, provincia de Loja, la cual se realizará de forma cualitativa y cuantitativa, a su vez se usarán métodos y técnicas de revisión bibliográfica.

### **6.1. TIPOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Los tipos de investigación que se aplicarán son:

#### **6.1.1. Investigación de campo.**

Este tipo de investigación se aplicará para evaluar la situación actual de la localidad, así como también permitirá conocer el grado de conocimiento que tienen las autoridades, prestadores de servicios turísticos y los habitantes en materia de actividad turística, en donde mediante esta información se buscará los correctivos y las acciones necesarias al momento de desarrollar las estrategias en el Plan de Desarrollo Turístico.

#### **6.1.2. Investigación descriptiva.**

Se aplicará con la finalidad de interpretar los hechos o fenómenos que se obtendrá de la recopilación de la información necesaria en la parroquia Quilanga, para poder desarrollar las estrategias adecuadas.

### **6.2. MÉTODOS Y TECNICAS**

#### **6.2.1. Método Inductivo.**

Este proceso forma parte de un razonamiento lógico, que va desde lo particular a lo general. Empieza con una recopilación de datos, que se da a través de la observación de casos particulares y permiten fijar afirmaciones de tipo generalizado. Este método cumple con los siguientes procesos: observación, experimentación, comparación.

Con la aplicación de este método se conocerá la realidad de la Parroquia Quilanga, con la finalidad de poder analizarla y posteriormente plantear soluciones.

### **6.2.2. Método Deductivo.**

Este método va de lo general a lo particular, el cual permitirá presentar definiciones, normativas, lineamientos, a partir de las cuales se pueda sintetizar, comparar, generalizar y demostrar.

Los pasos a seguir de esta metodología son: síntesis, generalización.

Con que este método se elaborará y recapitulará conocimientos que quedaran bien desarrollados para su aplicación y proceso.

### **6.2.3. Método Analítico.**

Este método consiste en la descomposición de uno o más elementos, con el fin de observar la naturaleza de causa-efecto. El análisis es el resultado, producto de la observación a partir de los hechos de una situación particular. Es por eso que se torna necesario conocer la naturaleza del objeto con el fin de estudiar o comprender su origen.

Con este método se conocerá el objeto o tipo de estudio que se aplicará en la Parroquia Quilanga con el propósito de establecer analogías, comportamientos determinados en el área o sitio de estudio, las cuales permitirán diseñar nuevas teorías o propósitos a seguir.

## **6.3. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

Con las técnicas de investigación aplicadas en el presente trabajo, se determinarán conclusiones para poder desarrollar las estrategias necesarias en la propuesta de Desarrollo Turístico.

### **6.3.1. Técnica Documental.**

Esta técnica constituye una parte primordial del proceso de investigación. Tiene como característica principal la aplicación de documentos, los mismos que permiten recopilar, seleccionar, analizar y demostrar resultados sumamente confiables. Con la recolección de datos se puede determinar criterios que a su vez permitan justificar el estudio de causas, hechos y fenómenos. Esta apreciación incluye la utilización de instrumentos claramente definidos.



En lo que se refiere al trabajo de investigación, se aplicará específicamente la observación, también a la aplicación de encuestas y entrevistas que están dirigidas a las autoridades, prestadores de servicios turísticos y habitantes, las cuales facilitarán el proceso de investigación.

### **6.3.2. Técnica de Campo.**

Este método permitirá tener contacto directo con el objeto de estudio a través de la observación, también admite recopilar información por intermedio de testimonios con el fin de confrontar términos que sirvan de base para encontrar la verdad establecida. La observación se convierte en un elemento trascendental en el proceso metodológico de la investigación, a la vez sirve como un instrumento de ayuda al investigador, con la finalidad de obtener más datos. Gran parte de los avances o logros de la ciencia ha sido mediante la aplicación de este proceso.

Para el procesamiento y análisis de los datos recopilados a través del trabajo de campo se desarrollará de manera estadística mediante la aplicación de tablas, cuadros de tabulación de frecuencia, y gráficos tipo circular.

### **6.3.3. Técnica de MARPP.**

Esta técnica será utilizada para socializar el estudio realizado, la cual nos permite de manera eficaz y sencilla realizar la socialización de los resultados obtenidos en la investigación, y poner en conocimiento de las personas que se encuentran involucradas.

## **6.4. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

Con los instrumentos de investigación que se aplicarán se determinará las acciones necesarias, que a su vez permitirán medir la información recopilada producto de la observación de campo realizada en la parroquia Quilanga.

#### **6.4.1. La entrevista.**

Es un instrumento de recopilación de datos mediante una conversación profesional, que nos permitirá adquirir una información acerca de lo que se investiga, dando importancia al punto de vista turístico en base a los criterios, de sostenibilidad.

#### **6.4.2. Guía de observación.**

Esto se da mediante un cuestionario previamente diseñado, el cual permitirá conocer la opinión o valoración de un fenómeno, producto de una muestra preferencial ya estipulada.

La guía de observación es un instrumento que servirá para realizar visitas y obtener un diagnóstico previo de la situación actual de la localidad de estudio; a través de esta temática orientará que los resultados que se obtiene mediante la aplicación de esta guía permitirán tomar las respectivas líneas estratégicas a seguir dentro de la propuesta de desarrollo turístico.

#### **6.4.3. FODA**

El análisis FODA permitirá realizar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio a través de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, logrando de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite tomar decisiones acordes con los objetivos formulados.

### **6.5. POBLACIÓN Y MUESTRA**

La población la conforman los habitantes de la parroquia Quilanga, con la finalidad de determinar el número de encuestas a realizar es necesario determinar el tamaño de la muestra para lo cual se aplicará la siguiente formula:

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

- Parámetro a utilizar en el proyecto.

**n** = Tamaño de muestra

**N**= Universo

**Z=** 95% nivel de confianza  
**P=** 50% probabilidad a favor  
**Q=** 50% probabilidad en contra  
**E=** 5% margen de error de estimación

#### **6.6. ANALISIS DE RESULTADO.**

Para la tabulación de la información se utilizará el programa de Microsoft Office Excel, el cual permitirá diseñar tablas y gráficos. La información de tipo cualitativa fue analizada e interpretada a través del método analítico-sintético. Para la información cuantitativa se aplicó el análisis estadístico, y se lo interpretó por intermedio de los métodos: analítico sintético e inductivo-deductivo.

#### **6.7. METODOLOGÍA PARA EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS**

**Para el cumplimiento del primer objetivo: Realizar el diagnóstico del componente turístico de la parroquia Quilanga, Provincia de Loja.**

Se utilizará la investigación descriptiva, el método inductivo y deductivo y como instrumento la entrevista. Aquí se realizará el diagnóstico de la situación actual, para lo cual se utilizará la recopilación de información de fuentes secundarias a través de información sobre estadísticas y censos, mediante la revisión de los diferentes documentos existentes en la municipalidad, finalmente se realizará la constatación de la información existente en el PDOT actual y la información obtenida. Para poder clasificar y ordenar la información obtenida del estudio de campo se utilizará la Matriz de Carla Ricaurte Quijano.

**Para realizar el segundo objetivo: Elaborar una propuesta de Desarrollo Turístico para la parroquia Quilanga mediante la aplicación de una metodología participativa.**

El tipo de investigación a utilizar para dar cumplimiento al segundo objetivo será la investigación de campo, utilizando el método analítico y como técnica la encuesta. Se identificará a los actores sociales de la

parroquia, después se procederá a invitarlos a las diferentes reuniones, cuando se lleve a cabo la primera reunión se explicará el motivo de la misma y el procedimiento a seguir en la formulación de las diferentes estrategias que ayudaran a desarrollar la propuesta de desarrollo turístico sostenible de la parroquia Quilanga. Se realizarán fichas de inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo para la identificación y jerarquización de los Atractivos Turísticos que posee esta localidad.

Se utilizará la herramienta Global Position System (GPS), esta servirá para realizar la georreferencia de los atractivos turísticos, además de la observación directa y toma de fotografías que permitirá el desarrollo de las fichas de inventario de los atractivos turísticos.

La elaboración de la propuesta de desarrollo turístico se realizará mediante talleres participativos con la comunidad, definiendo con ellos y de forma participativa los principales sitios o atractivos a potenciar mediante la propuesta.

**Para desarrollar el tercer objetivo: Proponer estrategias para la aplicación de la propuesta planteada para el desarrollo turístico de la parroquia Quilanga.**

Para el cumplimiento de este objetivo se utilizará la investigación descriptiva, así como el método inductivo, deductivo y sintético los cuales nos ayudarán a plantear programas y proyectos a partir del análisis de la problemática del territorio. Los programas serán presentados en el siguiente esquema

- a. Denominación del programa
- b. Justificación del programa
- c. Objetivos del programa

El proyecto de igual forma se desarrollará tomando en cuenta la matriz de marco lógico.

Igualmente se plantearán estrategias que permitan potenciar y promocionar los proyectos turísticos que ya estén implementados.

## 7. CRONOGRAMA

**Cuadro N° 1 Cronograma de Trabajo**

OBJETIVOS	ACTIVIDADES	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6			
		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. Realizar el diagnóstico del componente turístico de la parroquia Quilanga, Provincia de Loja.	Revisión del PDOT del GAD parroquial	x																							
	Investigación de campo		x	x	x																				
	Realización de encuestas y entrevistas			x	x	x																			
	Utilizará la Matriz de Carla Ricaurte Quijano.																								
	Verificación de la información del PDOT				x	x	x																		
	Planteamiento de observaciones sobre la información encontrada en el PDOT					x	x	x																	
	Presentación del primer objetivo											x													
	Revisión del primer objetivo											x													
	Correcciones del primer objetivo											x													
2. Elaborar una propuesta de Desarrollo Turístico para la parroquia Quilanga mediante la aplicación de una metodología participativa.	Realizar el inventario de atractivos turísticos										x	x													
	Realizar la categorización de los atractivos turísticos											x	x												
	Presentación del segundo objetivo													x											
	Revisión del segundo objetivo													x											
	Correcciones del segundo objetivo														x										
3. Proponer estrategias para la aplicación de la propuesta planteada para el desarrollo turístico de la parroquia Quilanga.	Desarrollo de las diferentes estrategias para el fortalecimiento del PDOT.															x	x								
	Promoción y difusión de los atractivos turísticos																x	x							
	Presentación del Tercer Objetivo																	x							
	Correcciones del tercer objetivo																		x						
	Presentación del primer borrador de tesis																			x					
	Corrección borrador de Tesis																				x	x			
	Presentación del Proyecto																							x	

Fuente: Observación directa

Elaboración: Cabrera Ojeda Oscar Efren

### **3. RECURSOS Y PRESUPUESTO**

#### **a. Recursos Humanos**

- La investigación estará a cargo del aspirante Cabrera Ojeda Oscar Efren.
- Director de Tesis.
- Personas involucradas en la actividad turística.
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Quilanga.

#### **b. Recursos Materiales**

- Computador e impresora
- Cámara fotográfica
- Material de oficina: hojas de papel bond, carpeta, esferos, borrador, lápices, etc.
- Material Bibliográfico: libros, folletos, internet, informes, etc.
- Flash Memory
- GPS
- Proyector

#### **c. Recursos Institucionales**

Las fuentes de información bibliográficas serán: Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Quilanga internet, bibliotecas públicas y privadas.

## 8. Presupuesto

**Cuadro N° 2 presupuesto**

<b>Recursos</b>	<b>Gastos</b>
<b>Recursos Humanos</b>	
Director de tesis	
Docentes	
Tesista	
<b>Recursos Institucionales</b>	
Gad Parroquial	
Ministerio de Turismo	
<b>Recursos Materiales</b>	
Esferos	\$. 15,00
Copias	\$. 30,00
Impresiones	\$. 100,00
carpetas	\$. 30,00
Internet	\$. 80,00
Empastados	\$. 15,00
Papel bond	\$. 10,00
Grapas	\$. 1.50
<b>Logística</b>	
Alimentación	\$. 150,00
Transporte	\$. 400,00
Alojamiento	\$. 50,00
<b>Recursos tecnológicos</b>	
GPS	\$. 100,00
Cámara fotográfica	\$. 100,00
Flash Memory	\$. 15,00
Proyector	\$. 100,00
Computadora	\$. 500,00
Mapas	\$. 50,00
<b>Subtotal</b>	<b>\$. 1656.50</b>
Imprevistos 10%	\$. 165.65
<b>TOTAL.</b>	<b>\$. 1822.15</b>

**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Cabrera Ojeda Oscar Efren.

## 9. BIBLIOGRAFIA

- Analisis Integral de Turismo DATATUR. (11 de Julio de 2018). *Sectur*. Obtenido de La Secretaría de Turismo:  
<http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador FEPTCE. (7 de Noviembre de 2016). *www.feptce.org*. Obtenido de Turismo Comunitario:  
<https://www.scoop.it/t/turismo-comunitario>
- UNESCO. (2013). *Educación para el Desarrollo Sostenible*. place de Fontenoy, 75352 París 07 SP, Francia: Helmut Langer. Obtenido de  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002167/216756s.pdf>
- Ander, E. (Mayo de 2017). Obtenido de Precisiones conceptuales y terminologicas: planificacion: <http://abacoenred.com/wp-content/uploads/2017/05/Introduccion-a-la-planificaci%C3%B3n-Ander-Egg-Ezequiel.pdf>
- Andino, D. (29 de Febrero de 2012). *Escuela Superior Politécnica de Chimborazo*. Obtenido de Plan de Desarrollo Turístico para la Parroquia Flores Cantón Riobamba Provincia Chimborazo:  
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2191/1/23T0331%20.pdf>
- Avalos, J. P. (13 de Diciembre de 2017). *Elementos de Ingeniería Administrativa*. Obtenido de ESPOCH: [http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/pdf/40/ing\\_administrativa.completo.pdf](http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/pdf/40/ing_administrativa.completo.pdf)
- Bellroy. (17 de Enero de 2017). Obtenido de FODA personal o definición de uno mismo: <http://www.analisisfoda.com/foda-personal-definicion-uno/>
- Buen, Vivir. (4 de Julio de 2017). *Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo*. Obtenido de Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial:  
[http://instrumentosplanificacion.senplades.gob.ec/documents/20182/21646/FI\\_CHAS\\_INSTRUMENTOS\\_PDyOT.pdf/1b53c626-81d0-4bba-8a30-79b632c92104](http://instrumentosplanificacion.senplades.gob.ec/documents/20182/21646/FI_CHAS_INSTRUMENTOS_PDyOT.pdf/1b53c626-81d0-4bba-8a30-79b632c92104)
- Cabrera Marquez, R. A. (2013). *Proyecto: Monografía de la provincia de Loja, Cantón Quilanga*. Loja.
- Calderón, S. (8 de Mayo de 2009). *Blogspot*. Recuperado el 11 de Julio de 2018, de Estudios del Turismo:  
<http://estudiosdelturismo.blogspot.com/2009/05/conceptos-de-patrimonio-atractivo.html>
- Carballido, D. (Octubre de 2013). *Concepto de territorio: ¿Arma de distraccion masiva?* Obtenido de [file:///C:/Users/hp/Downloads/012\\_didactica06.pdf](file:///C:/Users/hp/Downloads/012_didactica06.pdf)
- Cárdenas. (2006). *Proyectos turísticos. Localización e inversión 2da edición*. México: Trillas.



## ANEXO 2. Oficio y convocatoria

TN° 4039



UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURIDICA SOCIAL  
Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACION TURISTICA

Loja, 28 de Noviembre de 2018

Señor.

Ing. Francisco Jaramillo Alverca.

**PRESIDENTE DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL  
CANTÓN QUILANGA**

Ciudad.

De mi consideración:

En mi calidad de encargada de la Gestión Académica de la Carrera de Administración Turística, de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, le hago llegar a usted, el atento y cordial saludo personal e institucional y los deseos de éxito, en las delicadas funciones que cumple.

A la vez, hago oportuna la ocasión para solicitar, de manera comedida y respetuosa, se autorice a la estudiante: Sr. **Oscar Efrén Cabrera Ojeda** portador de la cédula de identidad **1104785611**, estudiante del Decimo ciclo de la Carrera de Administración Turística, realizar la investigación de su tesis previa a la obtención del Título de Ingeniero en Administración Turística, nombre **"FORTALECIMIENTO TURÍSTICO AL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL, (PDOT) PARA LA PARROQUIA QUILANGA, CANTÓN QUILANGA, PROVINCIA DE LOJA "**

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

Atentamente,

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACION TURISTICA  
DIRECCION  
LOJA-ECUADOR

Ing. Diana E. Rojas Landacay Mg, Sc.

CI.: 1103580260

**Gestora Académica de la Carrera de Administración Turística**

Ciudad Universitaria "Guillermo Falconi Espinosa" Casilla letra "S"  
Teléfono: 2547 - 252 Ext. 101: 2547-200  
diana.e.rojas@unl.edu.ec

RECEIVED  
30 NOV 2018  
13:00  
Monserrate Arriba



**"FORTALECIMIENTO TURISTICO SOSTENIBLE DEL PLAN DE DESARROLLO Y  
ORDENAMIENTO TERRITORIAL PARA LA PARROQUIA QUILANGA, CANTÓN  
QUILANGA, PROVINCIA DE LOJA"**

**Convocatoria**

El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Quilanga y la carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja, convocan a las autoridades del cantón, a los señores presidentes de las juntas barriales y personal involucrado en la actividad turística de la parroquia Quilanga, a participar del taller de metodologías participativas en el que se realizará la validación de la información del diagnóstico turístico levantado en la parroquia, así como también se realizará la selección de los principales atractivos turísticos que deberán ser considerados dentro del PDOT del cantón.

El taller se llevará a cabo el día viernes 30 de noviembre del presente mes y año, a las 09h00 en el salón social del GAD Municipal.

Su participación permitirá validar las propuestas de fortalecimiento turístico de la parroquia que se plantearan a través del proyecto de tesis antes mencionado y demostrar el trabajo conjunto que se realizará en beneficio de la parroquia.

Orden a tratarse:

1. Bienvenida.
2. Presentación Tesista.
3. Análisis general del PDOT.
4. Resultados diagnóstico.
5. Validación información diagnóstico
6. Priorización atractivos turísticos.
7. FODA.
8. Agradecimiento.

Loja, 27 de noviembre de 2018

  
Sr. Oscar Efraín Cabrera Ojeda  
**Tesista Responsable**

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

### ANEXO 3. Fotografías del cumplimiento del primer objetivo

Foto N°1 taller participativo



**Fuente.** Trabajo de campo  
**Elaboración.** Cabrera Ojeda Oscar Efren

Foto 2. Mirador Llano Grande



**Fuente.** Trabajo de campo  
**Elaboración.** Cabrera Ojeda Oscar Efren

Foto 3. Petroglifo la Sirena



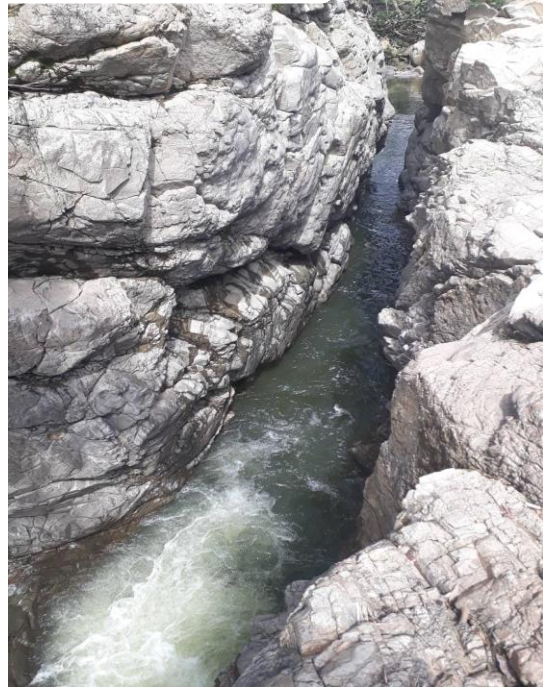
**Fuente.** Trabajo de campo  
**Elaboración.** Cabrera Ojeda Oscar Efren

Foto 4. Chorrera el Guabo



**Fuente.** Trabajo de campo  
**Elaboración.** Cabrera Ojeda Oscar Efen

Foto 5. Pailas Rotas



**Fuente.** Trabajo de campo  
**Elaboración.** Cabrera Ojeda Oscar Efen

Foto 6. Parque de las piedras



**Fuente.** Trabajo de campo  
**Elaboración.** Cabrera Ojeda Oscar Efen

Foto 7. Las cuevas



**Fuente.** Trabajo de campo  
**Elaboración.** Cabrera Ojeda Oscar Efen

Foto 8. Mascarón del Inca



**Fuente.** Trabajo de campo  
**Elaboración.** Cabrera Ojeda Oscar Efren

Foto 9. Petroglifo de Yurarrumi



**Fuente.** Trabajo de campo  
**Elaboración.** Cabrera Ojeda Oscar Efren

Foto 10. Material audiovisual para la presentación del



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
FACULTAD JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACION TURISTICA

"FORTALECIMIENTO TURÍSTICO AL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL (PDOT) PARA LA PARROQUIA QUILANGA, CANTÓN QUILANGA, PROVINCIA DE LOJA."




**ANÁLISIS DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL (PDOT)**

**FASE UNO: Diagnóstico Sectorial**

- Diagnóstico Socio-cultural- Sitios Turísticos
- Cerro Chiro
- Mascarón del Inca
- Cuevas subterráneas
- Laguna encantada y laguna las espumas – GALÁPAGOS.
- Pampa de Pisaca
- Petroglifos en Anganuma
- Petroglifos en el barrio El Lumo (Yurarrumi).

**RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO**

**DATOS GENERALES**

UBICACIÓN DE LA COMUNIDAD.

Nombre de la Provincia	Loja
Nombre del Cantón	Quilanga
Nombre de la Parroquia	Quilanga
Nºo. Habitantes en el Conglomerado Urbano	2.721 Habitantes

**OFERTA DE SERVICIOS**

**Alojamiento**



**Alimentación**

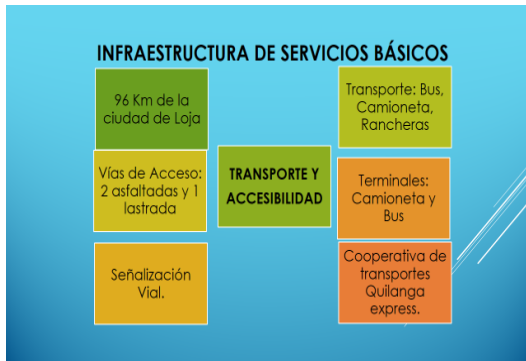


**Espectáculos**



**Otros servicios**







**FIESTAS TRADICIONALES**

Dentro de los atractivos culturales se puede mencionar:

- Fiesta de cantonización
- El 29 de junio en honor a San Pedro patrono de Quilanga.
- El último domingo de julio en honor a San Vicente Ferrer
- El 15 de septiembre en honor a San Roque
- El 29 de noviembre en honor a Cristo Pobre.

**ANÁLISIS FODA**

<p><b>Fortalezas:</b> Capacidades Internas que pueden ayudar a la comunidad alcanzar sus objetivos</p>	<p><b>Debilidades:</b> Limitaciones internas que pueden interferir con la capacidad de la comunidad para lograr sus objetivos</p>
<p><b>Oportunidades:</b> Factores externos que pueden provocar que la comunidad los utilice a su favor</p>	<p><b>Amenazas:</b> Factores externos actuales y emergentes que pueden dificultar el rendimiento de la comunidad</p>

Muchas  
**GRACIAS**

**Fuente.** Trabajo técnico  
**Elaboración.** Cabrera Ojeda Oscar Efren

## ANEXO 4. Fichas de inventario de atractivos



FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																					
Código del atractivo:	1	1	1	5	5	0	M	C	0	1	0	6	0	1	0	0	10				
	Provincia	Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo							
<b>1. DATOS GENERALES</b>																					
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																					
Petroglifo la Sirena en Anganuma																					
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo													
MANIFESTACIONES_CULTURALES				ARQUITECTURA				ÁREA ARQUEOLÓGICA													
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO</b>																					
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia													
LOJA				QUILANGA				QUILANGA													
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal		2.6 Número		2.7 Transversal													
Anganuma				S/N		S/N		S/N													
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				Click		2.10 Altura (msnm)											
-4.27629				-79.43188						2.273											
2.11 Información del administrador																					
a. Tipo de Administrador:				texto				b. Nombre de la Institución:				texto									
c. Nombre del Administrador:				texto				d. Cargo que ocupa:				texto									
e. Teléfono / Celular:				S/N				f. Correo Electrónico:				S/N									
Observaciones: Ninguna																					
<b>3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>																					
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																					
a. Clima:				Templado				b. Temperatura(°C):				16°C		c. Precipitación Pluviométrica (mm):				1178mm			
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																					
a. Cultura				<input checked="" type="checkbox"/>				b. Naturaleza				<input type="checkbox"/>		c. Aventura				<input type="checkbox"/>			
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																					
a. Pristino				<input type="checkbox"/>				b. Primitivo				<input type="checkbox"/>		c. Rústico Natural				<input type="checkbox"/>			
d. Rural				<input checked="" type="checkbox"/>				e. Urbano				<input type="checkbox"/>									
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																					
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención															
		Ingreso		Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar							
Libre		<input checked="" type="checkbox"/>		0.00		0.00		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> texto							
Restringido		<input type="checkbox"/>		0.00		0.00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> texto							
Pagado		<input type="checkbox"/>		0.00		0.00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> texto							
d. Maneja un sistema de reservas:				<input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:				Efectivo <input type="checkbox"/>				Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>	
e. Precio:				Desde 0,00		Hasta 0,00		Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>				Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>				Cheque <input type="checkbox"/>					
g. Meses recomendables de visita:																					
Marzo a Diciembre																					
Observaciones: S/N																					
<b>4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO</b>																					
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																					
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):												Quilanga									
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		7 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		de 0.30 h/min		d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.: -4.2619		Long.: -79.38592									
Observaciones: Ninguna																					
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																					
				Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado							
a. Tarrostra (M) <input checked="" type="checkbox"/>				a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>		-4.2619 -79.38592		-4.27629 -79.43188		7km		texto		Bueno							



b. Segundo orden <input checked="" type="checkbox"/>		-4.28241 -79.42631	-4.27629 -79.43188	1,5km	texto	Regular
c. Tercer orden <input type="checkbox"/>		0	0	0	texto	
Observaciones:						
b. Acuático (U) <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 (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>		Internacional: <input type="checkbox"/>			
Observaciones: texto						
<b>4.3 Servicio de transporte (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>						
a. Bus <input type="checkbox"/>	b. Buseta <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. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoas <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>	
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique				
Observaciones: Ninguna						
<b>4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>						
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia			d. Detalle (Traslado origen / destino)	
		Día	Semana	Mensual	Eventual	
Coop. De Transporte mixto Quilanga Express	Parada	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	transporte privada
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto
<b>4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>						
General <input type="checkbox"/>	Discapacidad Física <input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input checked="" type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input checked="" type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>	
Observaciones: texto						
<b>4.5 Señalización</b> <input type="checkbox"/>						
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>		
Observaciones: ninguna						
<b>5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS</b> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>						
<b>5.1 Planta turística (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>						
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones
						Número de Plazas

Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	2	13	55		
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hosteria	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hosteria	<input checked="" type="checkbox"/>	1	6	15		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
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 type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: Ninguna					Observaciones: Ninguna						
<b>Alimentos y bebidas</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Establecimientos registrados</b>	<b>Número de Mesas</b>	<b>Número de Plazas</b>	<b>Alimentos y bebidas</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Establecimientos registrados</b>	<b>Número de Mesas</b>	<b>Número de Plazas</b>		
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	7	58	270		
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	1	4	15		
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input checked="" type="checkbox"/>	1	7	14		
Observaciones: Ninguna					Observaciones: Ninguna						
<b>Agencias de Viaje</b>		<b>Establecimientos registrados</b>			<b>Agencias de Viaje</b>		<b>Establecimientos registrados</b>				
Mayoristas		0			Mayoristas		0				
Internacionales		0			Internacionales		0				
Operadoras		0			Operadoras		0				
Observaciones: s/n					Observaciones: s/n						
<b>Guia</b>	<b>Local</b>	<b>Nacional</b>	<b>Nacional Especializado</b>	<b>Cultura</b>	0	<b>Guia</b>	<b>Local</b>	<b>Nacional</b>	<b>Nacional Especializado</b>	<b>Cultura</b>	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
Observaciones: texto					Observaciones: s/n						
<b>5.2 Facilidades en el entorno al atractivo</b> <input type="checkbox"/>											
<b>Categoría (M)</b>	<b>Tipo (M)</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Coordenadas</b>	<b>Administrador</b>	<b>Accesibilidad universal</b>	<b>Estado (U)</b>				
							<b>B</b>	<b>R</b>	<b>M</b>		
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de información		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	I-Tur		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de interpretación		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de facilitación turística		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de recepción de visitantes		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardiana		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Miradores		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de avistamiento de aves		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de vigilancia para salvavidas		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos		<input type="checkbox"/>	0	0	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estaciones de sombra y descanso		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Áreas de acampar		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Refugio de alta montaña		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estacionamientos		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
e. Otros <input type="checkbox"/>				0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Observaciones: s/n	
<b>5.3 Complementarios a la actividad turística (M)</b> <input type="checkbox"/>	
<b>a. En el Atractivo</b> <input type="checkbox"/>	<b>b. En la ciudad o poblado cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/> Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/> Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/> Cajero automático <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/> Cajero automático <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>
Especifique: s/n	Especifique: Cuenta con 4 Bancos del Barrio
Observaciones: s/n	
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO</b> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>	
<b>6.1 Atractivo (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>	
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/> c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: s/n	
<b>6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)</b>	
<b>6.1.1.1 Naturales (M)</b>	<b>6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)</b>
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/> b. Actividades forestales <input checked="" type="checkbox"/> c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input checked="" type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/> e. Negligencia / abandono <input checked="" type="checkbox"/> f. Huaquearía <input checked="" type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input checked="" type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/> h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/> i. Falta de mantenimiento <input checked="" type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/> k. Generación de residuos <input type="checkbox"/> l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/> n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/> o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: s/n
Observaciones: s/n	
<b>6.2 Entorno (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>	
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/> c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: s/n	
<b>6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)</b>	
<b>6.2.1.1 Naturales (M)</b>	<b>6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)</b>
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/> b. Actividades forestales <input checked="" type="checkbox"/> c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input checked="" type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/> e. Negligencia / abandono <input checked="" type="checkbox"/> f. Huaquearía <input checked="" type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input checked="" type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/> h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/> i. Falta de mantenimiento <input checked="" type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/> k. Generación de residuos <input type="checkbox"/> l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/> n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/> o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: s/n
Observaciones: Ninguno	
<b>6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo</b> <input type="checkbox"/>	
a. Declarante: <input type="text"/>	b. Denominación: <input type="text"/> c. Fecha de declaración: <input type="text"/> d. Alcance: <input type="text"/>
Observaciones: <input type="text"/>	
<b>7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>	
<b>7.1 Servicios Básicos</b> <input type="checkbox"/>	
<b>a. En el atractivo</b> <input type="checkbox"/>	<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>
Agua: <input type="checkbox"/>	Agua <input checked="" type="checkbox"/>
Especifique: s/n	Especifique: agua potable
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>	Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/>
Especifique: s/n	Especifique: red eléctrica
Saneariamiento: <input type="checkbox"/>	Saneariamiento: <input checked="" type="checkbox"/>

Especifique: s/n		Especifique: alcantarillado						
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>						
Especifique: s/n		Especifique: relleno sanitaria						
Observaciones: s/n								
<b>7.2 Señalética en el atractivo</b> <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	ninguna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	ninguna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	Ninguno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	Ninguno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	Ninguno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concientización	0	0	0	Ninguno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	texto							
Observaciones: Ninguno								
<b>7.3 Salud (más cercano) (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas 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"/>		1			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>		1			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0			
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones: s/n								
<b>7.4 Seguridad (M)</b> <input type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>		texto						
b. Policía nacional <input type="checkbox"/>		texto						

c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>	texto
d. Otra	<input type="checkbox"/>	texto
Observaciones: Ninguna		
<b>7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>		
<b>a. En el atractivo</b> <input type="checkbox"/>		<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>
Fija <input type="checkbox"/>	Linea telefonica <input type="checkbox"/> Fibra optica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/> Linea telefonica <input checked="" type="checkbox"/> Fibra optica <input type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satelite <input type="checkbox"/> Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input checked="" type="checkbox"/> Satélite <input type="checkbox"/> Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>	Satelital <input type="checkbox"/> Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: s/n		
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: s/n		
<b>7.6 Multiamenazas (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>		
Deslaves <input checked="" type="checkbox"/>	Sismos <input type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>
Sequia <input type="checkbox"/>	Inundaciones <input type="checkbox"/>	Aguajes <input type="checkbox"/>
Incendios forestales <input checked="" type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento: texto	Nombre del documento: texto Año de elaboración: de 0
Observaciones: Ninguna		
<b>8. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>		
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?	SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>	Año de elaboración:
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?	SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:
texto		
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:
texto		
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:
texto		
Observaciones: Ninguna		
<b>9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>		
<b>9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b> <input checked="" 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. Parasailing <input type="checkbox"/>	
p. Esqui acuático <input type="checkbox"/>	q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>
s. Pesca deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	
Observaciones: Ninguna		
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>		
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>
d. Otro <input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones: texto		
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>		
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input 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. Caminata <input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>	
k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input checked="" type="checkbox"/>	m. Observación de astros <input type="checkbox"/>
n. Otro <input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones: Ninguna		
<b>9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b> <input type="checkbox"/>		

9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/>													
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>			b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>			c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>							
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>			d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>			i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>							
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>			f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales <input type="checkbox"/>			i. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>							
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>			h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>			g. Fotografía <input type="checkbox"/>							
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>			l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>			m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>							
n. Convivencia <input type="checkbox"/>			o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>			Otro <input type="checkbox"/>			texto				
Observaciones: Ninguno													
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/></span>													
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)													
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: texto													
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>													
Medio Promocional		Dirección y nombre de los medios promocionales					Periodicidad de la promoción						
a. Página WEB <input type="checkbox"/>		URL: texto					Ninguna						
b. Red Social <input type="checkbox"/>		Nombre: texto					Ninguna						
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>		Nombre: texto					Ninguna						
d. Material POP <input type="checkbox"/>		Nombre: texto					Ninguna						
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>		Nombre: texto					Ninguna						
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>		Nombre: texto					Ninguna						
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>		Nombre: texto					Ninguna						
h. Otro <input type="checkbox"/>		Nombre: texto					Ninguna						
Observaciones: Ninguna													
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:</span>													
Observaciones: Ninguna													
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/></span>													
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>													
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro: Ninguna													
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes: Ninguna													
c. Temporalidad de visita al atractivo													
Alta (meses) <input type="checkbox"/>		Especifique: texto					Número de visitantes: 0						
Baja (meses) <input type="checkbox"/>		Especifique: texto					Número de visitantes: 0						
d. Llegada de turistas													
<input type="checkbox"/> Turista nacional				Llegadas mensuales		Total anual		<input type="checkbox"/> Turista extranjero					
Ciudades de origen				texto		0		0		Países de origen			
				texto		0		0					
				texto		0		0					
Observaciones: Ninguna													
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>													
Nombre del Informante Clave: texto					Contactos: (+593)								
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>					Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>								
Lunes a viernes 0		Fines de semana 0		Días feriados 0		Permanente <input type="checkbox"/>		Estacional <input type="checkbox"/>		Esporádica <input type="checkbox"/>		Inexistente <input type="checkbox"/>	
Observaciones: Ninguno													

12. RECURSO HUMANO				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	SII <input type="checkbox"/>
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/> 0		d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/> 0				
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input type="checkbox"/>		g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M) <input type="checkbox"/>		
Primaria <input type="checkbox"/> 0	Secundaria <input type="checkbox"/> 0	Primeros Auxilios <input type="checkbox"/> 0	Hospitalidad <input type="checkbox"/> 0	Inglés <input type="checkbox"/> 0	Alemán <input type="checkbox"/> 0	
Tercer Nivel <input type="checkbox"/> 0	Cuarto Nivel <input type="checkbox"/> 0	Atención al Cliente <input type="checkbox"/> 0	Guianza <input type="checkbox"/> 0	Francés <input type="checkbox"/> 0	Italiano <input type="checkbox"/> 0	
Otro <input type="checkbox"/> <u>texto</u>	Sensibilización de discapacidades <input type="checkbox"/> 0	Otro <input type="checkbox"/> <u>texto</u>	Chino <input type="checkbox"/> 0	Otro <input type="checkbox"/> <u>texto</u>		
Observaciones: <u>texto</u>						
13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)						
Ubicado en el sector de Anganuma, en la vía Gonzanamá – Quilanga a una distancia de 7km de la ciudad de Quilanga. Este parque está a una altura de 2273 msnm, la temperatura promedio es de 16°C. Anganuma es un barrio de la parroquia urbana de Quilanga. El petroglifos se ubica al sudoeste del poblado, al borde de la vía que conduce a Gonzanamá.						
14. ANEXOS						
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)						
Fuente: <u>Trabajo de campo</u>						
b. Ubicación gráfica del Atractivo						
Fuente: <u>Google Earth Pro</u>						
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)						
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:		
Apellido y Nombre	<u>Cabrera Ojeda Oscar Efran</u>	Apellido y Nombre	<u>Cartuche Paqui David Vladimir</u>	Apellido y Nombre	<u>Cartuche Paqui David Vladimir</u>	
Institución	<u>Universidad Nacional de Loja</u>	Institución	<u>Universidad Nacional de Loja</u>	Institución	<u>Universidad Nacional de Loja</u>	
Cargo	<u>Estudiante</u>	Cargo	<u>Ingeniero en Admionistración Turística</u>	Cargo	<u>Ingeniero en Admionistración Turística</u>	
Correo Electrónico	<u>ocabrerao@unl.edu.ec</u>	Correo Electrónico	<u>david.cartuche@unl.edu.ec</u>	Correo Electrónico	<u>david.cartuche@unl.edu.ec</u>	
Teléfono	<u>0980762633</u>	Teléfono	<u>0997192641</u>	Teléfono	<u>0997192641</u>	
Firma		Firma		Firma		
Fecha	<u>11/12/2018</u>	Fecha	<u>11/12/2018</u>	Fecha	<u>11/12/2018</u>	

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	1	1	5	5	0	A	N	0	4	0	4	0	1	0	0	4
	Provincia	Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo			
<b>1. DATOS GENERALES</b>																	
<b>1.1 Nombre del Atractivo Turístico</b>																	
Chorrera el Guabo																	
<b>1.2 Categoría</b>						<b>1.3 Tipo</b>						<b>1.4 Subtipo</b>					
ATRATIVOS_NATURALES						RÍOS						CASCADA					
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO</b>																	
<b>2.1 Provincia</b>						<b>2.2 Cantón</b>						<b>2.3 Parroquia</b>					
LOJA						QUILANGA						QUILANGA					
<b>2.4 Barrio, Sector o Comuna</b>						<b>2.5 Calle Principal</b>			<b>2.6 Número</b>			<b>2.7 Transversal</b>					
Guayanuma						S/N			S/N			S/N					
<b>2.8 Latitud (grados decimales)</b>						<b>2.9 Longitud (grados decimales)</b>						<b>2.10 Altura (msnm)</b>					
-4,26193						-79,38592						2.350					
<b>2.11 Información del administrador</b>																	
a. Tipo de Administrador:						b. Nombre de la institución:						c. Precipitación Pluviométrica (mm):					
texto						texto						19°C					
c. Nombre del Administrador:						d. Cargo que ocupa:						e. Precipitación Pluviométrica (mm):					
texto						texto						19°C					
e. Teléfono / Celular:						f. Correo Electrónico:						Observaciones:					
S/N						S/N						Ninguna					
<b>3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>																	
<b>3.1 Características climatológicas</b>																	
a. Clima:						b. Temperatura(°C):						c. Precipitación Pluviométrica (mm):					
Templado						19°C						19°C					
<b>3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)</b>																	
a. Cultura						b. Naturaleza						c. Aventura					
<input type="checkbox"/>						<input checked="" type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>					
<b>3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico</b>																	
a. Prístino						b. Primitivo						c. Rústico Natural					
<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>					
d. Rural						e. Urbano						Observaciones:					
<input checked="" type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						Ninguna					
<b>3.4 Ingreso al atractivo (U)</b>																	
a. Tipo de ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención											
		Ingreso		Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar			
Libre		0:00		0:00		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto			
Restringido		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto			
Pagado		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto			
d. Maneja un sistema de reservas:						f. Forma de Pago:						g. Meses recomendables de visita:					
<input type="checkbox"/>						Efectivo <input type="checkbox"/> Dinero Electrónico <input type="checkbox"/> Depósito Bancario <input type="checkbox"/> Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>						Marzo a Diciembre					
e. Precio:		Desde 0,00		Hasta 0,00		Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/> Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/> Cheque <input type="checkbox"/>						Observaciones:					
												S/N					
<b>4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO</b>																	
<b>4.1 Acceso (U)</b>																	
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):																	
Quilanga																	
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		18 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:				1:00 h/min		d. Coordenadas (grados decimales):							
										Lat.: -4,2619 Long.: -79,38592							
Observaciones: Ninguna																	
<b>4.2 Vías de Acceso (M)</b>																	
a. Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado							
a. Primer orden		0		0		0		texto									



b. Segundo orden <input checked="" type="checkbox"/>		-4,29802-79,40116	-4,2619-79,38592	18KM	texto	Regular	
c. Tercer orden <input type="checkbox"/>		0	0	0	texto		
Observaciones:							
b. Acuático (U) <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 (U) <input type="checkbox"/>		Nacional: <input type="checkbox"/>		Internacional: <input type="checkbox"/>			
Observaciones: texto							
<b>4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/></b>							
a. Bus <input type="checkbox"/>	b. Buseta <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. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <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 type="checkbox"/>	Especifique					
Observaciones: Ninguna							
<b>4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/></b>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)	
		Día	Semanal	Mensual	Eventual		
Coop. De Transporte mixto Quilanga Express	Parada	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	transporte privada	
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	
<b>4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/></b>							
General <input type="checkbox"/>	Discapacidad Física <input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input checked="" type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input checked="" type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>		
Observaciones: texto							
<b>4.5 Señalización <input type="checkbox"/></b>							
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>			
Observaciones: ninguna							
<b>5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS</b> Si <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
<b>5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/></b>							
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	
						Número de Plazas	

Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	2	13	55		
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hosteria	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hosteria	<input checked="" type="checkbox"/>	1	6	15		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
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 type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: Ninguna					Observaciones: Ninguna						
<b>Alimentos y bebidas</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Establecimientos registrados</b>	<b>Número de Mesas</b>	<b>Número de Plazas</b>	<b>Alimentos y bebidas</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Establecimientos registrados</b>	<b>Número de Mesas</b>	<b>Número de Plazas</b>		
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	7	58	270		
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	1	4	15		
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input checked="" type="checkbox"/>	1	7	14		
Observaciones: Ninguna					Observaciones: Ninguna						
<b>Agencias de Viaje</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Establecimientos registrados</b>			<b>Agencias de Viaje</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Establecimientos registrados</b>				
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: s/n					Observaciones: s/n						
<b>Guía</b>	<b>Local</b>	<b>Nacional</b>	<b>Nacional Especializado</b>	<b>Cultura</b>	0	<b>Guía</b>	<b>Local</b>	<b>Nacional</b>	<b>Nacional Especializado</b>	<b>Cultura</b>	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
Observaciones: texto					Observaciones: s/n						
<b>5.2 Facilidades en el entorno al atractivo</b> <input type="checkbox"/>											
<b>Categoría (M)</b>	<b>Tipo (M)</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Coordenadas</b>	<b>Administrador</b>	<b>Accesibilidad universal</b>	<b>Estado (U)</b>				
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de información		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	I-Tur		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de interpretación		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de facilitación turística		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de recepción de visitantes		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardiana		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Miradores		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de avistamiento de aves		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de vigilancia para salvavidas		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos		<input type="checkbox"/>	0	0	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estaciones de sombra y descanso		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Áreas de acampar		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Refugio de alta montaña		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estacionamientos		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
e. Otros <input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Observaciones: s/n	
<b>5.3 Complementarios a la actividad turística (M)</b> <input type="checkbox"/>	
<b>a. En el Atractivo</b> <input type="checkbox"/>	<b>b. En la ciudad o poblado cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/> Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/> Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/> Cajero automático <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/> Cajero automático <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>
Especifique: s/n	Especifique: Cuenta con 4 Bancos del Barrio
Observaciones: s/n	
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO</b> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>	
<b>6.1 Atractivo (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>	
a. Conservado <input type="checkbox"/> b. Alterado <input type="checkbox"/> c. En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> d. Deteriorado <input type="checkbox"/>	
Observaciones: s/n	
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"/> c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/> e. Negligencia / abandono <input checked="" type="checkbox"/> f. Huaquearías <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input checked="" type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/> h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/> i. Falta de mantenimiento <input checked="" type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/> k. Generación de residuos <input type="checkbox"/> l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/> n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/> o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: s/n
Observaciones: s/n	
<b>6.2 Entorno (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>	
a. Conservado <input type="checkbox"/> b. Alterado <input type="checkbox"/> c. En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> d. Deteriorado <input type="checkbox"/>	
Observaciones: s/n	
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"/> c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/> e. Negligencia / abandono <input checked="" type="checkbox"/> f. Huaquearías <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input checked="" type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/> h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/> i. Falta de mantenimiento <input checked="" type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/> k. Generación de residuos <input type="checkbox"/> l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/> n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/> o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: s/n
Observaciones: Ninguno	
<b>6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo</b> <input type="checkbox"/>	
a. Declarante: texto	b. Denominación: texto
b. Fecha de declaración: texto	c. Alcance: texto
Observaciones: texto	
<b>7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>	
<b>7.1 Servicios Básicos</b> <input type="checkbox"/>	
<b>a. En el atractivo</b> <input type="checkbox"/>	<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>
Agua: <input type="checkbox"/>	Agua: <input checked="" type="checkbox"/>
Especifique: s/n	Especifique: agua potable
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>	Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>
Especifique: s/n	Especifique: red eléctrica
Saneamiento: <input type="checkbox"/>	Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>

Especifique: <i>s/n</i>		Especifique: <i>alcantarrillado</i>						
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>						
Especifique: <i>s/n</i>		Especifique: <i>relleno sanitaria</i>						
Observaciones: <i>s/n</i>								
<b>7.2 Señalética en el atractivo</b> <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<i>ninguna</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<i>ninguna</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<i>Ninguno</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<i>Ninguno</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	<i>Ninguna</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	Tótem de sitio	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De información botánica	De información botánica	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	<i>Ninguno</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	<i>texto</i>							
Observaciones: <i>Ninguno</i>								
<b>7.3 Salud (más cercano) (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas 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"/>		1			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>		1			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0			
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones: <i>s/n</i>								
<b>7.4 Seguridad (M)</b> <input type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	Riesgo	<i>texto</i>						
b. Policía nacional <input type="checkbox"/>		<i>texto</i>						

c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>		Del	texto	
d. Otra <input type="checkbox"/>			texto	
Observaciones: Ninguna				
<b>7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>				
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>
Fija <input type="checkbox"/>		Linea telefonica <input type="checkbox"/>	Fibra optica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>		Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input checked="" type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>		Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Satelital <input type="checkbox"/>
Observaciones: s/n				
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: s/n				
<b>7.6 Multiamenazas (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>				
Deslaves <input checked="" type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>
Sequia <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>		Aguajes <input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento:	Nombre del documento:	Año de elaboración: de 0
Observaciones: Ninguna				
<b>8. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b>				SI <input type="checkbox"/>
				NO <input checked="" type="checkbox"/>
				S/I <input type="checkbox"/>
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Año de elaboración:
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD S)?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:
texto				
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:
texto				
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:
texto				
Observaciones: Ninguna				
<b>9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b>				SI <input checked="" type="checkbox"/>
				NO <input type="checkbox"/>
				S/I <input type="checkbox"/>
<b>9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b> <input checked="" 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. Parasailing <input type="checkbox"/>
p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>	q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesca deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones: Ninguna				
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>				
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d Otro <input type="checkbox"/>	texto
Observaciones: texto				
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>				
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input 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. Caminata <input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>
k. Pínic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input checked="" type="checkbox"/>	m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	texto
Observaciones: Ninguna				
<b>9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b> <input type="checkbox"/>				

9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/>		
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales <input type="checkbox"/>	j. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>	g. Fotografía <input type="checkbox"/>
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>
n. Convivencia <input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/> <input type="text"/>
Observaciones: Ninguno		
<b>10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>		
<b>10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)</b>		
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: <input type="text"/>		
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL: <input type="text"/>	Ninguna
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
Observaciones: Ninguna		
<b>10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:		
Observaciones: Ninguna		
<b>11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>		
<b>11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos</b> <input type="checkbox"/>		
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/>	Años de registro: Ninguna
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes: Ninguna	
c. Temporalidad de visita al atractivo		
Alta (meses) <input type="checkbox"/>	Especifique <input type="text"/>	Número de visitantes: 0
Baja (meses) <input type="checkbox"/>	Especifique <input type="text"/>	Número de visitantes: 0
d. Llegada de turistas		
<input type="checkbox"/> Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual
<input type="checkbox"/> Turista extranjero	Llegadas mensuales	Total Anual
Ciudades de origen	<input type="text"/>	0
	<input type="text"/>	0
	<input type="text"/>	0
	<input type="text"/>	0
Observaciones: Ninguna		
<b>11.2. Frecuencia de visita según informantes clave</b> <input type="checkbox"/>		
Nombre del Informante Clave: <input type="text"/>	Contactos: <input type="text"/>	(+593)
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>		Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>
Lunes a viernes 0	Fines de semana 0	Días feriados 0
Permanente <input type="checkbox"/>	Estacional <input type="checkbox"/>	Esporádica <input type="checkbox"/> Inexistente <input type="checkbox"/>
Observaciones: Ninguno		

12. RECURSO HUMANO										SI	NO	SI/	
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo					0	d. Número de personas especializadas en turismo					0		
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):			f. Número de personas capacitadas por temática (M)			g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M)							
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0		
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0		
Otro	texto			Sensibilización de discapacidades	0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto		
Observaciones: texto													
13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)													
Se encuentra ubicado en el barrio Guayanuma a 18 Km, de la ciudad de Quilanga, esta Chorrera tiene una caída de más de 20 m. de alto, la mayoría del tiempo el agua es fría al contorno de la chorrera está formada por rocas grandes, y en la caída se ha formado un laguna de 7 m. de longitud aproximadamente y 2.5 m de profundidad, alrededor de la chorrera hay una extensa vegetación, la temperatura oscila de 10 a 19°C.													
14. ANEXOS													
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)													
Fuente: Trabajo de campo													
b. Ubicación gráfica del Atractivo													
Fuente: Google Earth Pro													
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)													
ELABORADO POR:				VALIDADO POR:				APROBADO POR:					
Apellido y Nombre		Cabrera Ojeda Oscar Efrén		Apellido y Nombre		Cartuche Paqui David Vladimir		Apellido y Nombre		Cartuche Paqui David Vladimir			
Institución		Universidad Nacional de Loja		Institución		Universidad Nacional de Loja		Institución		Universidad Nacional de Loja			
Cargo		Estudiante		Cargo		Ingeniero en Admionistración Turística		Cargo		Ingeniero en Admionistración Turística			
Correo Electrónico		ocabrerao@unl.edu.ec		Correo Electrónico		david.cartuche@unl.edu.ec		Correo Electrónico		david.cartuche@unl.edu.ec			
Teléfono		0980762633		Teléfono		0997192641		Teléfono		0997192641			
Firma				Firma				Firma					
Fecha		01/10/2018		Fecha		01/10/2018		Fecha		01/10/2018			

## ANEXO 5. Desarrollo del segundo objetivo

Foto 1. Taller participativo del segundo objetivo



Fuente. Trabajo de campo

Elaboración. Cabrera Ojeda Oscar Efren

Foto 2. Material audiovisual del taller del segundo objetivo

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

**PROPUESTAS**

"FORTALECIMIENTO TURÍSTICO SOSTENIBLE DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL PARA LA PARROQUIA QUILANGA, CANTÓN QUILANGA, PROVINCIA DE LOJA."

NOMBRE: OSCAR EFREN CABRERA OJEDA  
CICLO: DECIMO "C"

**Fortalecimiento al PDyOT Quilanga**


Datos generales de la parroquia

- Provincia y cantón: Loja
- Población: 2.721- Proyección: 2.641
- Extensión: 236.68 km<sup>2</sup>
- Superficie: 37.98%
- Altura: 1800 m.s.n.m



### PRODUCTO TURÍSTICO


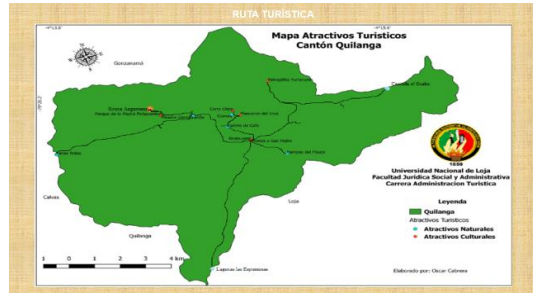
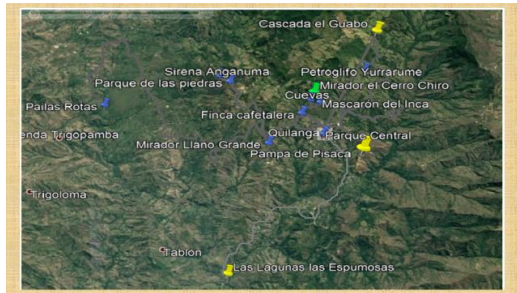
OBJETIVO ESTRATEGICO	RECURSOS NATURALES Y MANIFESTACIONES CULTURALES	PROPIUESTA	VENTAJAS	DEVENTAJAS
Diseñar un producto turístico	Recursos Naturales	Senderos Interpretativos Aulaguiños	1. Actividades que se realicen en contacto directo con la naturaleza. 2. Se auto financie un porcentaje de personal.	Efectos de contaminación en general.
	Cascada		1. El sendero interpretativo puede ser construido en el valle. 2. Los visitantes realizan el recorrido del sendero con la ayuda de folletos, guías, señalizaciones, señalamientos, presentaciones, restrictivas e informativas o lugares de información.	No participa en actividades recreativas. Mantiene dudas.
	Misabor		1. Promocionar a su propio ritmo. 2. Permitir mantener un recorrido independiente.	No es participativo.



Los senderos adaptados son aquellos que están en el terreno en que pero con el apoyo de ayudas, como: el tener un lugar o tener un atractivo que presente un lugar.

### PRODUCTO TURISTICO

OBJETIVO ESTRATEGICO	RECURSOS NATURALES Y MANIFESTACIONES CULTURALES	PROPIUESTA	VENTAJAS	DEVENTAJAS
Diseñar un producto turístico	Manifestaciones Culturales	Ruta Turística	1. Tener una intersección directa con el atractivo. 2. Tener una información relevante de los recursos que se va a visitar en la ruta. Los puntos de acceso distancia de cada atractivo.	No pueden entrar al solo personal que presenten discapacidad.
	Petroglifos		1. Puede generar financiamiento. 2. Reconocimiento cultural entre turistas y comunidad local.	La atención de la fauna para las actividades turísticas de los hoteles o la llegada masiva de visitantes, llegando a provocar trastornos en el animal.
	Producción de café Milenarios tradicionales		1. Reconocimiento nacional. 2. Reconocimiento gracias a la producción del café. 3. Mejora la infraestructura.	1. No se respeta la capacidad de carga establecida en cada zona, puede haber degradación en las áreas. 2. Ayuda a la economía de muchas zonas turísticas.

### GESTIONAR LA PLANIFICACIÓN DEL TURISMO EN EL GAD.

OBJETIVO ESTRATEGICO	PROPIUESTA	VENTAJAS	DEVENTAJAS
Gestionar la planificación del turismo en el Gad.	Oficina de turismo (Unidad)	1. Tener profesionales en la rama de turismo. 2. A través de esta Unidad se genera turismo: actividad turística mediante la planificación, organización y operación de proyectos turísticos que vayan encaminados a mejorar las condiciones de vida de la población local, se pretende que esta Unidad de empromente en las instalaciones del GAD Cantonal.	1. Financiamiento con costos altos para la operación de la unidad de turismo. 2. Contratación de personal a fin al turismo. 3. Desagregación de presupuesto.
	Implementación de un centro de información turística (TUR)	1. Fomentar el turismo de la comunidad. 2. Facilitar material impreso informativo: mapas, pases, folletos. 3. Contar con personal en la rama de turismo. 4. Ofrecer información a través de redes tecnológicas de información e información adicional. 5. Dar información gratuita de lugares turísticos. 6. Información estadística de los visitantes. 7. Información de manera personal al turista.	1. Se necesita de infraestructura. 2. Contratación de personal a fin al turismo. 3. Desagregación de presupuesto. 4. Se necesita material promocional en gran cantidad.



### INCORPORAR UN PROFESIONAL DE TURISMO AL GAD

OFICINA DE TURISMO (UNIDAD)



**DETUR**  
Departamento de Turismo




I-TUR



**EL ROL DEL PROFESIONAL EN TURISMO**  
Por Lic. Tiv Ulises Guano Loza  
Lima Per

### DISEÑO DE LA PROPUESTA

OBJETIVO ESTRATEGICO	PROPIUESTA	VENTAJAS	DEVENTAJAS
Promoción y publicidad	Ferias turísticas externas al GAD	1. Llegadas de los turistas. 2. Información de atractivos naturales y culturales. 3. Venta de productos. 4. Promoción directa de los emprendimientos locales. 5. Contar con establecimientos de los turistas que visitan la comunidad. 6. Promoción directa de la potencialidad turística de la parroquia. 7. Seguimiento amplio de turistas informados.	1. Pocos Personal para atender en los stands y con capacidades en turismo. limitados. 2. Costos de elaboración de producción. 3. Espacios reducidos. 4. Poco interés en la participación de la comunidad en la feria.
	Guías turísticas	1. Promocionar de manera integral los atractivos naturales y culturales de la parroquia. 2. Facilitar que los establecimientos turísticos den información a los turistas. 3. Dar información completa. 4. Información también en el idioma 2 idiomas. 5. Información para niños y personas con discapacidad especiales.	1. Escasez de recursos. 2. Costo por el número de impresiones. 3. No se ven controlados desde con el turista. 4. No se puede responder inquietudes.
	Promoción en medios	1. Puntualidad medios de comunicación. 2. Información en las redes sociales. 3. Promocionar los recursos de la comunidad. 4. Se arma una discusión o debate.	1. Material promocional no adecuado. 2. Poco recursos para pagar espacios. 3. La facilidad de espacios es limitada. 4. Los costos son muy elevados.



DISEÑO DE LA PROPUESTA				
OBJETIVO ESTRATÉGICO	BENEFICIARIOS	PROPUESTA	VENTAJAS	DEVENTAJAS
Capacitación	Prestadores de servicio de Alojamiento, alimentación y acompañantes turísticos.	Campañas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Las personas encargadas de realizar la campaña turística mantienen un contacto directo con la población y los prestadores de servicio.</li> <li>2. Dar a conocer los diferentes atractivos turísticos que posee la parroquia a través de folletos, pósters y hojas volantes.</li> <li>3. Usar múltiples tipos de técnicas y acciones, lo que ofrece un rango amplio de posibilidades para que las personas o turistas se unan y participen.</li> <li>4. Tiempo corto.</li> <li>5. Se llega a más personas.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se debe tener en cuenta pasajes, comida etc.</li> <li>2. No tenga una buena acogida, porque las personas de la localidad no le den el interés debido.</li> </ol>
		Talleres	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La participación activa de sector turístico.</li> <li>2. Talleres presenciales, virtuales y semipresenciales.</li> <li>3. Generar nuevas ideas de desarrollo turístico a través de charlas realizadas por personas capacitadas en este ámbito.</li> <li>4. Se motiva a planear iniciativas de fomento turístico a través de varias modalidades de turismo (Ecoturismo, aventura, turismo comunitario, rural etc.)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. No cuenta con el servicio de internet en las viviendas de alta participación.</li> <li>2. Disponibilidad de tiempo.</li> <li>3. No contar con bastantes participantes para el desarrollo del taller.</li> <li>4. Costo de implementación.</li> </ol>
		Redes de capacitaciones	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar convenios con instituciones como el INTOTUR y miembros del ambiente.</li> <li>2. Dentro de las capacitaciones se desarrollan temas basados en necesidades del territorio.</li> <li>3. Trabaja de manera articulada con la academia con UNL, UTPA, INTERNACIONAL INSTITUCIONES.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Disponibilidad de tiempo.</li> <li>2. Poco interés en las participaciones.</li> <li>3. Sujeto a aceptación de las autoridades de las instituciones.</li> </ol>



Fuente. Trabajo técnico  
Elaboración. Cabrera Ojeda Oscar Efren

## INDICE DE CONTENIDOS

<b>CARATULA</b>	i
<b>CERTIFICACIÓN</b>	ii
<b>AUTORÍA</b>	iii
<b>CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS</b>	iv
<b>DEDICATORIA</b>	v
<b>AGRADECIMIENTO</b>	vi
<b>1. TITULO</b>	1
<b>2. RESUMEN</b>	2
<b>ABSTRACT</b>	3
<b>3. INTRODUCCIÓN</b>	4
<b>4. REVISIÓN DE LITERATURA</b>	7
4.1. Marco Conceptual	7
4.1.1. Normativa legal	7
4.1.2. La planificación	9
4.1.3. Importancia de la planificación	9
4.1.4. Clasificación de la planificación	10
4.1.5. Características de la planificación	13
4.1.6. Desarrollo sostenible	14
4.1.7. Estrategias de la planificación	15
4.1.8. Fases de la planificación	17
4.1.9. Fortalecimiento turístico	18
4.1.10. Metodologías para la actividad turística	23
4.2. MARCO REFERENCIAL	30
4.2.1. Generalidades del cantón Quilanga	30
4.2.2. Datos generales de la parroquia Quilanga.	34
4.2.2. Historia de la parroquia Quilanga	37
<b>5. MATERIALES Y MÉTODOS</b>	43
5.1. Materiales	43
5.2. MÉTODOS	43
5.2.1. Métodos	43
5.3. Técnicas	45
5.4. METODOLOGÍA PARA EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS	46
<b>6. RESULTADOS</b>	50

6.1. Diagnóstico del componente turístico de la parroquia Quilanga, cantón Quilanga, provincia de Loja.	50
6.1.1. Diagnóstico – Resultados de aplicación de la matriz de Carla Ricaurte	50
6.1.2. Validación de la información levantada mediante metodología participativa	62
6.1.3. Ficha de resumen de atractivos turísticos de la parroquia Quilanga.	66
a. Inventario de atractivos turísticos	67
6.1. Propuesta de desarrollo turístico para la parroquia Quilanga mediante la aplicación de una metodología participativa	87
6.2. Diseño de la propuesta	90
6.2.1. Validación de la propuesta mediante metodología participativa.	94
6.3. Estrategias para la aplicación de la propuesta planteada para el desarrollo turístico de la parroquia Quilanga.	95
<b>7. DISCUSIÓN</b>	106
<b>8. CONCLUSIONES</b>	110
<b>9. RECOMENDACIONES</b>	111
<b>10. BIBLIOGRAFÍA</b>	112
<b>11. ANEXOS</b>	118
<b>INDICE DE CONTENIDOS</b>	165

## INDICE DE CUADROS

Cuadro 1. <i>Población Cantón de Quilanga</i> .....	32
Cuadro 2. Proyección de habitantes del cantón Quilanga.....	32
Cuadro 3. Demanda efectiva .....	36
Cuadro 4. División política de la parroquia Quilanga.....	36
Cuadro 5. Población de la parroquia Quilanga.....	50
Cuadro 6. <i>Servicios de alojamiento</i> .....	51
Cuadro 7. Servicio de alimentación .....	51
Cuadro 8. Esparcimiento y otros servicios .....	52
Cuadro 9. Servicios de transporte.....	53
Cuadro 10. Comunicación de la parroquia Quilanga.....	54
Cuadro 11. Servicios básicos de la comunidad de la parroquia Quilanga	54
Cuadro 12. Instituciones Educativas de la parroquia Quilanga. ....	55
Cuadro 13. Seguridad de la parroquia de Quilanga .....	56
Cuadro 14. <i>Autoridades principales de la Cabecera Cantonal</i> .....	57
Cuadro 15. Organizaciones gubernamentales y club deportivos de la parroquia Quilanga .....	58
Cuadro 16. Comunidad receptora de la parroquia de Quilanga .....	58
Cuadro 17. Descripción de los Barrios Rurales de Quilanga.....	59
Cuadro 18. Atractivos y recursos que se presentó en la reunión de la parroquia Quilanga .....	62
<i>Cuadro 19. Atractivos que se consideraron en la reunión participativa</i> ....	66
Cuadro 20. Atractivos y Recursos del Parroquia Quilanga.....	66
Cuadro 21. <i>Ficha 1 Cerro el Chiro</i> .....	68
<i>Cuadro 22. Ficha 2 Mascarón del Inca</i> .....	69
Cuadro 23. Ficha 3 Cuevas del cerro .....	70
Cuadro 24. Ficha 4 Chorrera el Guabo .....	71
Cuadro 25. Ficha 5 Pampa de Pisaca.....	72
Cuadro 26. Ficha 6 Pailas Rotas .....	73
Cuadro 27. Ficha 7 Lagunas las Espumosas.....	74
Cuadro 28. <i>Ficha 8 Petroglifo de Yurarrumi</i> .....	75
Cuadro 29. <i>Ficha 9 Mirador Llano Grande</i> .....	75

Cuadro 30. Ficha 10 Petroglifos de Anganuma.....	77
Cuadro 31. Ficha 11 Parque de las piedras Pailapamba .....	78
Cuadro 32. Ficha 12 Fiestas a Honor a San Pedro.....	79
Cuadro 33. Ficha 13 Fiestas a Honor a Cristo Pobre.....	80
Cuadro 34. Ficha 14 Parque central Quilanga .....	81
Cuadro 35. Ficha 15 Cultivo de Café .....	82
Cuadro 36. Ficha 16 Sancocho de Congatullo.....	83
Cuadro 37. Matriz FODA .....	85
Cuadro 38. Matriz de Propuestas y estrategias. ....	87
Cuadro 39. Propuesta del objetivo estratégico 1 para la parroquia Quilanga. ....	90
Cuadro 40. <i>Objetivo estratégico 2. Para la parroquia Quilanga</i> .....	91
Cuadro 41. <i>Objetivo estratégico 3 de la parroquia Quilanga.</i> .....	92
Cuadro 42. Objetivo estratégico 4 de la parroquia Quilanga. ....	93
Cuadro 43. Objetivos Estratégicos de la propuesta .....	94
Cuadro 44. Diseño de un producto turístico.....	95
Cuadro 45. La planificación del turismo en el GAD cantonal de Quilanga	97
Cuadro 46. La promoción y publicidad de la parroquia. ....	100
Cuadro 47. Capacitaciones y talleres a los prestadores de servicios turísticos de la parroquia.....	102

## **INDICE FIGURAS**

Figura 1. Ubicación del cantón Quilanga en Loja.....	31
Figura 2. Mapa Político del cantón Quilanga.....	33
Figura 3. Mapa turístico. ....	39
Figura 4. Mapa de la parroquia Quilanga.....	42
Figura 5. Marca turística de la parroquia Quilanga .....	102