



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

TEMA:

**“Fortalecimiento al Plan de Desarrollo y Ordenamiento
Territorial (PDOT) en el Ámbito Turístico para la parroquia
rural Yangana de la provincia de Loja”**

Tesis previa a la obtención del grado de
ingeniera en administración turística

AUTORA:

Marianela Fernanda Chávez Duchi

DIRECTORA:

Ing. Jhohana Mercedes Larrea Silva Mg.Sc

LOJA - ECUADOR

2021

CERTIFICADO DEL DIRECTOR DE TESIS

Ingeniera.

Jhohana Mercedes Larrea Silva Mg. Sc.

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

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de tesis titulado **“Fortalecimiento al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) en el Ámbito Turístico para la parroquia rural Yangana de la provincia de Loja”**, de la autoría de la señorita **Marianela Fernanda Chávez Duchi**, 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, autorizo su presentación ante el tribunal respectivo previo a optar por el grado de Ingeniera en Administración Turística.

Loja, Septiembre 2021



Firma digitalizada por:
JHOHANA
MERCEDES LARREA
SILVA

Jhohana Mercedes Larrea Silva Mg. Sc
DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **Marianela Fernanda Chávez Duchi** declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus Representantes Legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

Autora: **Marianela Fernanda Chávez Duchi**

Firma:

C.I. 1104113400

Fecha: Loja, 26 de noviembre del 2021

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

Yo, **Marianela Fernanda Chávez Duchi** declaro ser la autora de la tesis titulada **“Fortalecimiento al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) en el Ámbito Turístico para la parroquia rural Yangana de la provincia de Loja”**, previo a la obtención del grado de INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los veintiséis días del mes de noviembre del dos mil veintiuno, firma la autora.

Firma:

Autor: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Cédula: 1104113400

Dirección: Daniel Álvarez Burneo

Correo electrónico: marianela.chavez@unl.edu.ec

Teléfono: 0959489848

DATOS COMPLEMENTARIOS

Directora de tesis: Jhohana Mercedes Larrea Silva Mg. Sc

TRIBUNAL DE GRADO:

Presidente del Tribunal: Arq. Alexandra Elizabeth Aguilera Maldonado, Mg. Sc

Miembro del tribunal: Dr. Olga Margarita Cueva Paredes Mg. Sc

Miembro del tribunal: Dr. Eduardo Martínez Martínez, M.A.E.

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación dedico a Dios que me ha regalado la vida, salud, inteligencia y sabiduría para seguir adelante y poder alcanzar una meta más en mi vida.

A mis padres Flavio Chávez y Francia Duchi que son el motivo y pilar fundamental en mi vida, por creer en mí, darme el apoyo incondicional, los valores y principios que me han inculcado y la gran oportunidad de tener una buena educación.

También dedico a mis hermanas Carmen y Cristina por acompañarme y apoyarme en este transcurso de mi vida, a mis sobrinos Sarai, Milka y Sebastián que forman parte de mi vida y son un motivo más para seguir adelante.

Marianela Fernanda Chávez Duchi

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de vivir y ayudarme a cumplir una meta más en vida y a mis padres que me ayudaron con el apoyo económico y llegar a cumplir un sueño más.

Agradezco a la Universidad Nacional de Loja, al Gestor académico y docentes de la Carrera de Administración Turística de la Facultad Jurídica Social y Administrativa, por sus enseñanzas, valores y conocimientos impartidos durante estos 5 años de vida y formación universitaria.

De manera especial a mi directora de tesis Ing. Jhohana Mercedes Larrea Silva Mg. Sc. por guiarme durante toda la elaboración del presente proyecto y quién a más de guiarme, también me brindo su amistad.

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

1. TÍTULO

“FORTALECIMIENTO AL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL (PDOT) EN EL ÁMBITO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA RURAL YANGANA DE LA PROVINCIA DE LOJA”

2. RESUMEN

El trabajo de investigación “Fortalecimiento al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) en el Ámbito Turístico para la parroquia rural Yangana de la provincia de Loja” se fundamentó en el diagnóstico turístico como un periodo para el desarrollo y fortalecimiento de la actividad del turismo dentro de la parroquia, ya que busca perfeccionar la capacidad de gestión turística con los actores involucrados en el turismo y su comunidad en general.

El objetivo general del presente trabajo de investigación es: Fortalecer turísticamente al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia rural Yangana de la provincia de Loja. Para ello se plantearon tres objetivos específicos.

Primero: Realizar un diagnóstico de situación actual del componente turístico de la parroquia Yangana, para dar cumplimiento a este objetivo se utilizaron diversos métodos y técnicas como fuentes documentales y bibliográficas, de igual manera se aplicaron los métodos, analítico-sintético, inductivo, deductivo, descriptivo, científico, observación directa, entrevistas, metodología de Carla Ricaurte (2009), matriz de priorización de atractivos turísticos utilizados en la mancomuna bosque seco y para el levantamiento de Información de atractivos turísticos se utilizó las fichas del Ministerio de Turismo (MINTUR 2017) de los atractivos posteriormente priorizados teniendo en cuenta la infraestructura y servicios básicos de cada atractivo.

Para el cumplimiento del segundo objetivo: elaborar una propuesta de desarrollo turístico para fortalecer la parroquia, se desarrolló la matriz foda y foda cruzado en la que se pudo conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la comunidad, de la misma manera se tomó en consideración la matriz de estrategias de la cual se obtuvo 3 objetivos estratégicos: diseñar productos turísticos para el fortalecimiento de la parroquia Yangana; desarrollar una propuesta de promoción y difusión turística y desarrollar una propuesta de capacitación turística con temas sobre motivación y guianza turística para los moradores y prestadores de servicios turísticos de la parroquia las propuestas fueron seleccionadas y validadas mediante el presidente y sus colaboradores de la Junta parroquial de la parroquia Yangana en la reunión participativa, como la validación de los temas de capacitación para los prestadores de servicios turísticos en la parroquia mediante una escala de Linker aplicada a los mismos.

Para el desarrollo del tercer objetivo: Determinar el perfil del turista y preferencias de la demanda efectiva relacionado con las propuestas planteadas del objetivo 2 en la parroquia Yangana, para llevar cabo este objetivo se aplicó encuestas a los cantones de Loja, Catamayo, Zamora, Saraguro y Chinchipe ya que son lugares aledaños hacia la parroquia, a través de las encuestas aplicadas virtualmente se determinó segmentos por edades de turistas donde se pudo determinar el perfil de turistas, y con esto la posible demanda potencial hacía las propuestas planteadas y demanda efectiva de las propuestas de ruta turística y sendero interpretativo y así tener un respaldo real y aseguramiento del desarrollo y aplicación de las propuestas validadas.

Finalmente se describen las conclusiones y recomendaciones que van dirigidas principalmente al Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Yangana para establecer convenios y alianzas con el sector público y privado para el desarrollo de proyectos turísticos y así ayudar al fortalecimiento y desarrollo turístico de la parroquia.

Palabras claves: Fortalecimiento turístico, desarrollo turístico,

ABSTRACT

The research work "Strengthening the Development Plan and Territorial Ordering (PDOT) in the Tourist Area for the rural Yangana parish of the province of Loja" was based on the tourist diagnosis as a period for the development and strengthening of the tourism activity within the parish, since it seeks to improve the capacity of tourism management with the actors involved in tourism and its community in general.

The general objective of this research work is: To strengthen tourism to the Development Plan and Territorial Ordering of the rural parish Yangana of the province of Loja. For this, three specific objectives were set.

First: To carry out a diagnosis of the current situation of the tourist component of the Yangana parish, to fulfill this objective, various methods and techniques were used such as documentary and bibliographic sources, in the same way, analytical-synthetic, inductive, deductive, methods were applied. descriptive, scientific, direct observation, interviews, methodology of Carla Ricaurte (2009), matrix of prioritization of tourist attractions used in the dry forest pool and for the information gathering of tourist attractions, the records of the Ministry of Tourism were used (MINTUR 2017) of the attractions subsequently prioritized taking into account the infrastructure and basic services of each attraction.

For the fulfillment of the second objective: to elaborate a tourism development proposal to strengthen the parish, the SWOT and SWOT matrix was developed in which the strengths, opportunities, weaknesses and threats of the community could be known, in the same way it was taken in consideration of the strategy matrix from which 3 strategic objectives were obtained: design tourism products to strengthen the Yangana parish; develop a proposal for the promotion and dissemination of tourism and develop a proposal for tourism training with topics on tourism motivation and guidance for the residents and providers of tourism services in the parish. The proposals were selected by the president and his collaborators of the Parish Board of the parish Yangana in the participatory meeting, as the validation of the swot and the socialization and validity of the training topics for the providers of tourist services in the parish was carried out through a Linker scale applied to them.

For the development of the third objective: Determine the tourist profile and preferences of the effective demand related to the proposed proposals of objective 2 in the Yangana parish, to carry out this objective, surveys were applied to the cantons of Loja, Catamayo, Zamora, Saraguro and Chinchipe since they are neighboring places to the parish, through the surveys applied virtually, segments by age of tourists were determined where the profile of tourists could be determined, and with this the possible potential demand for the proposed proposals and effective demand of the tourist route and interpretive trail proposals and thus have real support and assurance of the development and application of the validated proposals.

Finally, the conclusions and recommendations that are directed mainly to the Decentralized Autonomous Government of the Yangana parish are described to establish agreements and

alliances with the public and private sectors for the development of tourism projects and thus help the strengthening and tourism development of the parish.

Keywords: tourism strengthening, tourism development

3. INTRODUCCIÓN

“A manera introductoria hablaremos acerca de la ordenación del territorio”. Para (Méndez, 1990; Gómez Orea, 1994 y Hildenbrand,1996) Citados en Massiris Cabeza (2002) la ordenación es una política de estado que responde a la necesidad de controlar el crecimiento espontaneo y poco controlado del territorio.

En cambio, para Méndez (1990) la ordenación busca organizar, armonizar y administrar la ocupación del espacio de manera que se puedan prever los efectos que provocan las actividades socioeconómicas y precisar los medios y líneas de acción apropiados para alcanzar los objetivos y prioridades de desarrollo, en un todo conforme con las nociones de uso sostenido y de viabilidad de uso y con los objetivos superiores del bienestar social, de la calidad de vida y de la valoración del medio ambiente.

La planificación para Lima Maza (2019) explica que el mundo con su rápido crecimiento necesita ser planificado. En cambio desde la mirada de Loo, Alonso, & Pérez (2018) citado en Cartuche Paqui & Cabrera Ojeda, (2019) el turismo debe ser planificado desde el enfoque de hacer buen uso de los recursos naturales y culturales en la medida que sea un turismo sostenible. En el contexto ecuatoriano existen leyes que regulan la planificación territorial y están en el COOTAD art. 295, establece que los gobiernos autónomos están en la capacidad de involucrar a las personas para que se planifique de una manera conjunta con los moradores, ciudadanos, donde ellos vean las necesidades que tienen y bajo ese componente se puedan establecer normativas. Así mismo, la ex Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo del Ecuador (2011) estableció los planes de desarrollo y ordenamiento territorial que tienen el compromiso de desarrollar una buena planificación.

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

Bajo este paraguas de la planificación territorial a nivel nacional, regional y local es de gran importancia la evaluación de la oferta y la demanda en estos tiempos de pandemia, lo cual

la crisis obliga a revisar y ajustar los planes de ordenamiento territorial. En lo que concierne a la provincia de Loja y sus parroquias, las autoridades han desarrollado planes de mejoramiento de algunos sectores de carácter turístico, pero sin un estudio previo, la cual no determina una buena planificación turística.

En el caso de la parroquia Yangana siendo una de las parroquias con la cercanía del eje vial en buenas condiciones que promueve que el turismo se desarrolle, no se ha avanzado como debería ser, por lo tanto, durante el estudio previo y levantamiento de información se evidenció que el problema radica en que las autoridades no se han preocupado en fortalecer el turismo como una actividad económica, sino más bien la prioridad es desarrollar otras obras básicas que si bien es cierto son primordiales pero no aportan al turismo y se aleja de la realidad que el turismo puede ser un mejor aliado para generar ingresos económicos que dinamicen la economía en el sector.

La falta de aprovechamiento de los atractivos turísticos naturales y culturales, poco 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 son los principales problemas que afronta la parroquia en el ámbito turístico.

Para el desarrollo del fortalecimiento del PDOT se ha seguido un sistema metodológico riguroso desde el planteamiento de las preguntas de investigación:

1. ¿Cuál es la situación actual en el ámbito turístico de la parroquia Yangana de la Provincia de Loja?
2. ¿Cómo fortalecer la actividad turística de la parroquia rural Yangana de la provincia de Loja?
3. ¿Cuál es el nivel de aceptación hacia las estrategias planteadas para el fortalecimiento turístico por parte de la comunidad y posibles visitantes a la parroquia?

Estas preguntas de investigación ayudaron a determinar los objetivos que tienen la función de determinar a manera general la línea base del diagnóstico, establecer posibles estrategias con la comprobación y aceptación de la demanda efectiva.

Por lo tanto, para ayudar a minimizar los impactos producidos por esta problemática en la investigación se planteó estrategias que ayuden a generar nuevos productos turísticos, un estudio de demanda efectiva con su respectivo perfil de turista, con estas y otras estrategias que se han planteado se pretende dar las herramientas necesarias a las autoridades de turno para la aplicación y generación de un destino posible a visitar.

La investigación resulta estratégica debido a que con las estrategias podrán direccionarse al perfil del turista adecuado y a ahorrar esfuerzos innecesarios en estrategias que no aporten a la generación del turismo en la parroquia Yangana.

4. MARCO TEORICO

4.1. Introducción al marco teórico

Para Grevtsova (2016) la importancia del marco teórico está relacionado a que, a través de las teorías tenemos una línea base, para interpretar, conocer y analizar las investigaciones en el campo que se desea trabajar, por lo tanto, (Sánchez Ruíz & Quito Cabrera 2019a; Sanchez Ruiz & Lima Maza 2019b y Vivanco Jiménez & Guerrero Guerrero, 2019) explican que en el tema de fortalecimientos turísticos de los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT), debemos hacer hincapié en la normativa legal de los planes de los mismos, planificación, características, estrategias y fases de la planificación; fortalecimiento turístico, metodologías para la actividad turística, diagnóstico turístico, metodologías participativa, análisis FODA, y marco referencial.

4.1.1 Normativa legal

Tabla 1 Normativa Legal.

<p>Los planes de desarrollo y ordenamiento territorial nacen bajo un marco legal de la Constitución de la República del Ecuador en el año 2008. La Secretaria Técnica Planifica Ecuador (exSENPLADES) bajo su normativa establece dos normas que los rigen: la primera ley del Código orgánico de organización territorial autonomía y descentralización (COOTAD, 2010), es norma jurídica que establece la organización político-administrativa del estado Ecuatoriano y el rol de los diferentes niveles de gobierno; y la segunda, el Código orgánico de Planificación y Finanzas Públicas (COPLAFIP, 2010), cuyo objeto es organizar, normar y vincular el Sistema nacional descentralizado de planificación participativa con el sistema nacional de finanzas públicas y regular su funcionamiento en los diferentes niveles del sector público, en el marco del régimen de desarrollo, del buen vivir, de las garantías y los derechos constitucionales. Cada uno es parte fundamental del referente jurídico para la realización de la pertinencia legal de los PDOT.</p>	
<p>Constitución de la República del Ecuador:</p> <p>Según la (Constitución de la República del Ecuador, 2008) Los gobiernos municipales tendrán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determine la ley</p>	<p>Art. 145.- Ejercicio de la competencia de infraestructura física, equipamientos y espacios públicos de la parroquia rural.- A los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales les corresponde, concurrentemente y en coordinación con los gobiernos autónomos descentralizados provinciales y municipales, según corresponda, planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y espacios públicos de alcance parroquial, contenidos en los planes de desarrollo y</p>

	<p>acorde con sus presupuestos participativos anuales. Para lo cual podrán contar con la concurrencia y apoyo de los gobiernos autónomos descentralizados provinciales y municipales.</p> <p>Art. 264.- Los gobiernos municipales tendrán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determine la ley: 1. Planificar el desarrollo cantonal y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, con el fin de regular el uso y la ocupación del suelo urbano y rural.</p> <p>Art. 279.- El sistema nacional descentralizado de planificación participativa organizará la planificación para el desarrollo. El sistema se conformará por un Consejo Nacional de Planificación, que integrará a los distintos niveles de gobierno, con participación ciudadana, y tendrá una Secretaría Técnica, que lo coordinará. Este consejo tendrá por objetivo dictar los lineamientos y las políticas que orienten al sistema y aprobar el Plan Nacional de Desarrollo, y será presidido por la presidenta o presidente de la República. Los consejos de planificación en los gobiernos autónomos descentralizados estarán presididos por sus máximos representantes e integrados de acuerdo con la ley. Los consejos ciudadanos serán instancias de deliberación y generación de lineamientos y consensos estratégicos de largo plazo, que orientarán el desarrollo nacional.</p>
	<p>Art. 280.- El Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores. Para facilitar la comprensión, la presente investigación se ha basado en la normativa que el</p>

<p>Secretaría Técnica de Planificación "Planifica Ecuador"</p>	<p>estado ecuatoriano ha establecido a través de la Secretaría Técnica de Planificación "Planifica Ecuador" menciona que:</p> <p>Según la constitución en los artículos 262 y 267 inclusive, las competencias exclusivas de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) regionales, provinciales, cantonales, distritales y parroquiales, están encabezadas por el siguiente enunciado: Planificar el desarrollo y formular correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, provincial, cantonal y parroquial. Así mismo de acuerdo al art.43 de la COPFP, Los Planes de Ordenamiento Territorial son los instrumentos de la planificación del desarrollo que tiene por objeto ordenar, compatibilizar y armonizar las decisiones estratégicas de desarrollo respecto a los asentamientos humanos, las actividades económico-productivas y el manejo de los recursos naturales en función a las cualidades territoriales. (SENPLADES, 2011)</p>
<p>Código de organización territorial, autonomías y descentralización (COOTAD)</p> <p>En el Capítulo II del COOTAD (2010) se detalla la planificación del desarrollo y del ordenamiento territorial (PDOT), en el cual se tomará en consideración los siguientes artículos</p>	<p>Art. 295.- Planificación del desarrollo. - Los gobiernos autónomos descentralizados, con la participación protagónica de la ciudadanía, planificarán estratégicamente su desarrollo con visión de largo plazo considerando las particularidades de su jurisdicción, que además permitan ordenar la localización de las acciones públicas en función de las cualidades territoriales. Los planes de desarrollo deberán contener al menos los siguientes elementos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Un diagnóstico que permita conocer las capacidades, oportunidades y potencialidades de desarrollo y las necesidades que se requiere satisfacer de las personas y comunidades. b) La definición de políticas generales y particulares que determinen con claridad objetivos de largo y mediano plazo. c) Establecimiento de lineamientos estratégicos como guías de acción para lograr los objetivos.

	<p>d) Programas y proyectos con metas concretas y mecanismos que faciliten la evaluación, el control social y la rendición de cuentas.</p>
<p>Código orgánico de planificación y finanzas públicas (COPLAFIP)</p> <p>De acuerdo COPLAFIP (2010) En la sección tercera de los PDOT de Los gobiernos autónomos descentralizados (GAD) se ha tomado como referente a los siguientes artículos:</p>	<p>Art. 41.- Planes de Desarrollo. - Los planes de desarrollo son las directrices principales de los gobiernos autónomos descentralizados respecto de las decisiones estratégicas de desarrollo en el territorio. Estos tendrán una visión de largo plazo, y serán implementados a través del ejercicio de sus competencias asignadas por la Constitución de la República y las Leyes, así como de aquellas que se les transfieran como resultado del proceso de descentralización.</p> <p>Art. 43.- Planes de Ordenamiento Territorial.- Los planes de ordenamiento territorial son los instrumentos de la planificación del desarrollo que tienen por objeto el ordenar, compatibilizar y armonizar las decisiones estratégicas de desarrollo respecto de los asentamientos humanos, las actividades económico-productivas y el manejo de los recursos naturales en función de las cualidades territoriales, a través de la definición de lineamientos para la materialización del modelo territorial de largo plazo, establecido por el nivel de gobierno respectivo.</p> <p>Los planes de ordenamiento territorial deberán articular las políticas de desarrollo y las directrices de ordenamiento del territorio, en el marco de las competencias propias de cada nivel de gobierno y velarán por el cumplimiento de la función social y ambiental de la propiedad. Los gobiernos parroquiales rurales podrán formular un solo plan de desarrollo y ordenamiento territorial.</p> <p>Art. 48.- Vigencia de los planes. - Los planes de desarrollo y de ordenamiento territorial entrarán en vigencia a partir de su expedición mediante el acto normativo correspondiente.</p> <p>Es obligación de cada gobierno autónomo descentralizado publicar y difundir sus respectivos planes de desarrollo y de ordenamiento territorial,</p>

	así como actualizarlos al inicio de cada gestión.
Ley de Turismo	De acuerdo a la Ley vigente de Turismo (2014) en el Capítulo I, sección Generalidades, se toma como referente los siguientes artículos: Son principios de la actividad turística, los siguientes: a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución por medio de la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional; b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización; c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas; d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y, e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos (Art.3/ Ley de Turismo/ 2014).

Fuente: Constitución de la república del Ecuador, (COOTAD), Planifica Ecuador, Ley de turismo
Elaboración: Marianela Fernanda Chavez Duchi

4.2. Planificación territorial

La planificación territorial para algunos autores (Ander Egg, 1995 y Bosier, 2007) citados en Chiarella Quinhoes & Yakabi (2016, p. 150-151) mencionan que la planificación se construye como un fruto de interacción, negociación y discusión que en algunos casos se relaciona estrechamente y se modifica la estructura de los territorios. Por otro lado, en el mismo contexto (Ander Egg, 1995 y Bosier, 2007) explican que La planificación no es neutra con el objeto, ya que lo modifica antes, durante y después del proceso, generando una dinámica particular.

El Ordenamiento Territorial tiene un contenido planificador y está orientado a conseguir el desarrollo equitativo, equilibrado y sostenible de las diferentes regiones. En tal sentido,

condiciona y prevalece sobre la planificación sectorial, el urbanismo y la planificación económica Gómez Orea (2001) citados en (Chiarella Quinhoes R. , 2010).

4.2.1. Planificación territorial urbana

La “Nueva Agenda Urbana” mundial aprobada en Quito en octubre de 2016 en la tercera Conferencia de las Naciones Unidas sobre Vivienda y Desarrollo Urbano Sostenible (HABITAT III) como desarrollo de la “Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible” promueve un desarrollo territorial sostenible y equilibrado, donde los municipios y los asentamientos humanos sean compactos y estén conectados; que se fortalezca la relación entre el medio urbano y el medio rural, así como la relación intersectorial en la ordenación territorial sobre la base de la colaboración interinstitucional de los distintos niveles administrativos y de la participación social; la resiliencia de los pueblos y ciudades, a través del consumo y la producción sostenible, la protección y la puesta en valor de los servicios de los ecosistemas y la biodiversidad, y la adaptación y la mitigación del impacto del cambio climático en los sistemas urbanos; y entornos urbanos inclusivos y sostenibles, que creen empleo justo y equitativo, que sean productivos, competitivos, diversificados e innovadores.

Frente al énfasis en el crecimiento, se propone recuperar la densidad de los asentamientos urbanos, limitar los procesos de expansión de las zonas edificadas y hacer de las iniciativas de renovación y reutilización de los espacios construidos el centro de las iniciativas de futuro.

La gestión activa de unos espacios agrarios que son esenciales para la sostenibilidad global del territorio y que se enfrentan a profundos cambios, la interconexión de los espacios naturales y la incorporación de la perspectiva paisajística a las intervenciones en el territorio son iniciativas necesarias para recuperar la biodiversidad y restaurar los ciclos naturales. Así mismo, se debe fomentar una infraestructura verde que provea de múltiples servicios a la sociedad, y que facilite los flujos ambientales y sociales entre los ámbitos urbanos, rurales y naturales. Las políticas de transporte, energía, espacios naturales, cohesión social, gestión de residuos y abastecimiento de agua solo son verdaderamente eficientes y viables si derivan de un modelo territorial y urbano previamente consensuado y orientado a lograr los objetivos. (Directrices de ordenamiento territorial de la CAPV)

4.2.2. Planificación territorial rural

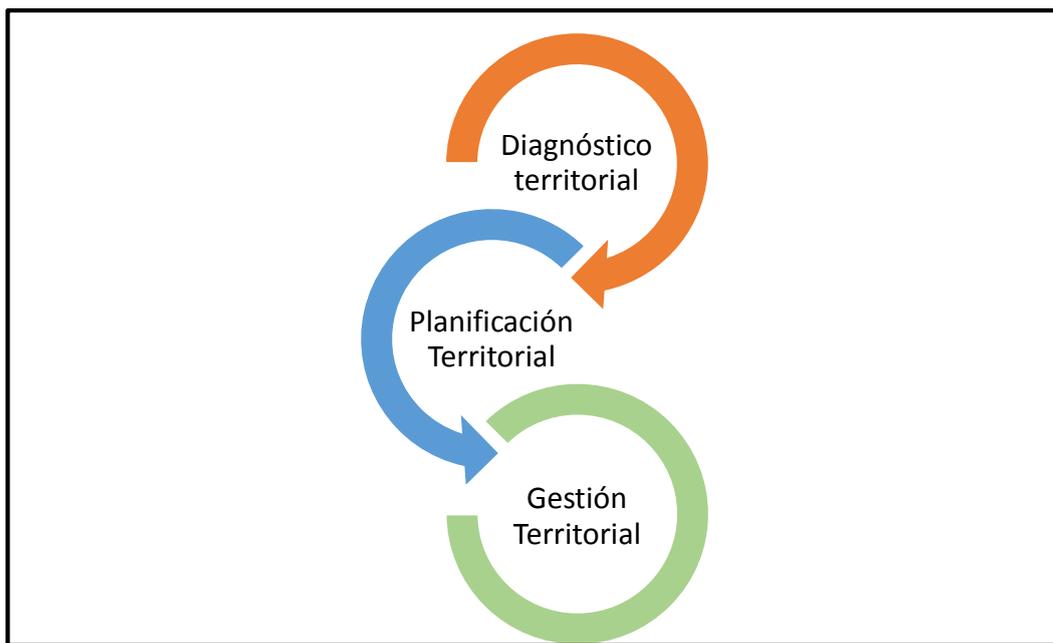
El Ordenamiento Territorial Rural (OTR) se considera como un proceso político-técnico-administrativo orientado a la organización, planificación y gestión del uso y ocupación del territorio, en función de las características y restricciones biofísicas, culturales, socioeconómicas y político-institucionales. Este proceso debe basarse en objetivos explícitos. Propicia un uso inteligente y justo del territorio, aprovecha oportunidades, reduce riesgos, protege recursos en el largo plazo y reparte en forma racional costos y beneficios del uso y la conservación entre los actores involucrados. Los procesos de OTR deben partir de la definición del sistema territorial o Sistema Socio-Ecológico (SSE) sobre el cual se operará y evaluar sus transformaciones en términos de cambios en la provisión de servicios ecosistémicos (SE), nivel de apropiación de los beneficios que derivan de dichos servicios y factores de control que determinan las dinámicas. Los cambios en el uso y la cobertura del suelo suelen ser un control directo de la dinámica de los SSE y responsables de la modificación de la distribución de beneficios entre actores y, por lo tanto, de la generación de conflictos. El diseño de un plan de OTR requiere transitar una serie de pasos imbricados entre sí: el diagnóstico y caracterización del SSE, la planificación propiamente dicha y la gestión del plan. Un plan y los pasos que involucra puede plantearse a distintas escalas, pero, la oportunidad de incorporar la perspectiva basada en SE se asocia al nivel de paisaje y a escalas próximas a las dimensiones de unidades administrativas tales como departamentos o municipalidades. (Paruelo et al, 2014)

“El Ordenamiento Territorial es un instrumento de la política ambiental que regula las modalidades del uso del suelo y orienta el emplazamiento de las actividades productivas, en el marco de la política de desarrollo regional y a partir de procesos de planificación participativa”. La Carta Europea de Ordenación del Territorio de 1983, indica que el OT es, por un lado, una disciplina científica que analiza de manera interdisciplinaria el territorio. Por otro, es una técnica administrativa que interviene en las diferentes dimensiones de la organización del territorio. Finalmente, es también una política pública que atraviesa sectores y jurisdicciones y que opera tanto sobre el sector público como el privado. La Carta presenta algunas de las concepciones del OT para distintos autores e instituciones Massiris Cabeza (2002) y Paruelo et al. (2014)

El proceso de OTR debe ser:

- a) Participativo: los distintos sectores involucrados deben participar en todas las etapas del proceso.
- b) Interactivo: considera la interacción entre los elementos/actores involucrados.
- c) Iterativo: revisa y repite sus etapas tantas veces como sea necesario.

Figura 1. Etapas del ordenamiento territorial



Fuente: Paruelo, y otros, 2014

Elaboración: Marianela Fernanda Chavez Duchi

4.2.3. 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 Racanac, 2012)

4.3. Planificación turística

“La planificación turística ha sido definida, de manera general como el proceso racional u ordenado para alcanzar el crecimiento o el desarrollo turístico” (Osorio García, 2006, p. 293).

En 1999 la Organización Mundial de Turismo (OMT) facilitó modelos de planificación para los ámbitos municipales y locales, en los que se profundiza los modelos de planificación estratégica aplicada al turismo, en sus aspectos de ordenamiento territorial, de modalidades turísticas, de gestión y creación de productos turísticos, además logrará distinguir los elementos de análisis externos e los internos, refiere a necesidad de establecer prioridades en las distintas fases del proceso y define al participación de los representantes de la comunidad como tal como un elemento e interacción esencial. (Monteserín Abella, 2009)

La planificación del turismo es fundamental para contribuir al desarrollo de las localidades a través de este subsector económico muy dinámico y de constante crecimiento, aunque esta requiera constantemente de nuevos enfoques que respondan a la realidad local y diversidad de contextos territoriales. En este escenario, la presente investigación se enfoca en determinar la necesidad de una planificación turística desde un enfoque comunitario pertinente con el contexto actual santaelenense. (Yumisaca et al. 2019, p. 133)

Como ejemplo, se muestra el caso de Madrid – España donde se puede evidenciar la capacidad de liderazgo que se alinea con la imagen de la ciudad democrática, justa y equitativa. Mediante la gestión del destino se puede velar por su sostenibilidad, conciliar al máximo todos los elementos en juego y promover el mayor retorno social posible de las actividades turísticas. (Turismo 2020 Barcelona, 2017)

Tabla 2. Programas de actuación "Turismo 2020 Barcelona Turística"

PROGRAMA	PROPÓSITO	LÍNEAS DE ACCIÓN
1. Gobernanza	El propósito de este programa es fortificar las áreas por medio de mecanismos de gestión departamental, teniendo como finalidad un buen desarrollo y liderazgo público en cuanto a la actividad turística involucrada con otros agentes.	<ul style="list-style-type: none"> • Enlace interno • Relaciones institucionales • Participación y deliberación colectiva • Puntos estables e internacionales • Consorcio de Turismo de Barcelona
2. Conocimiento	Ampliar las presentaciones de diferentes maneras para el desarrollo de la actividad turística en Barcelona y determinar las posibles soluciones que se puedan tomar en consideración en esta actividad con las capacidades y opiniones del público	<ul style="list-style-type: none"> • Observatorio del destino • Barcelona Investigación y tecnología • Educación y divulgación
3. Destino Barcelona	Dar una experiencia única al visitante con nuevas experiencias vividas y con ánimos de regresar al destino, teniendo en consideración el cuidado del medio ambiente y que garantice la calidad de vida urbana a los turistas y el desarrollo de las actividades dentro del territorio, plasmando en su mente como un destino turístico favorito para sus vidas.	<ul style="list-style-type: none"> • Criterios de sostenibilidad turística • Marketing del destino • Estrategia territorial del destino • Atractivos de visita y productos turísticos
4. Movilidad	Estudiar la infraestructura turística que tiene el destino para el desarrollo de las actividades y el mejoramiento de las mismas, para su fácil visita y poder tomar decisiones para el mejoramiento de su gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Movilidad turística

5. Alojamientos	Mejorar las condiciones de pernoctación de los turistas hacia el destino	<ul style="list-style-type: none"> • Método especial urbanístico de alojamientos turísticos • Políticas positivas para el alojamiento turístico
6. Gestión de espacios	Acoplar las actividades de la vida diaria con las actividades turísticas en espacios urbanos que se ofrecen en el destino de visita	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión turística de los distritos • Espacios de gran afluencia • Equilibrio urbano • Plan de turismo accesible
7. Desarrollo económico	Fomentar la visita al lugar para el desarrollo y crecimiento de oportunidades para los prestadores de servicios turísticos y futuros prestadores de servicios turísticos de la ciudad, y así potenciar el destino y el mayor retorno de visitantes posibles.	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de desarrollo económico local • Mejora de la calidad del empleo • Impulso de la empresa responsable y socialmente innovadora
8. Comunicación y acogida	Vender al destino de una manera más divertida y única, utilizando medios dinámicos y divertidos para que llamen la atención y la curiosidad de visita al destino y así poder tener a un turista satisfecho y con una nueva experiencia.	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de comunicación • Plan de información y acogida a los visitantes
9. Fiscalidad y financiación	Abrir una amplia gama de actividades turísticas hacia el visitante y así hacer crecer y desarrollar la economía de la ciudad, teniendo beneficios tanto para el visitante como para los funcionarios de la actividad turística	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de fiscalidad del turismo Planificación y criterios de los recursos del IEET
10. Regulación y ordenación	Abrir un abanico de herramientas en la planificación territorial turística para minimizar los efectos negativos que se realizan durante la actividad del turismo y así garantizar el buen nivel de control del turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Cambios en las ordenanzas municipales • Instrumentos de planificación urbanística • Control e inspección de las actividades turísticas

Fuente: Arias 2017

Elaboración: Marianela Fernanda Chavez Duchi

4.3.1. Características de la planificación turística en comunidades urbanas

Lo característico de la planificación urbana es actuar en el seno de un conjunto socio espacial específico que, sea cual fuere su forma ecológica, constituye una unidad colectiva de reproducción de la fuerza de trabajo.

- La planificación urbana respeta siempre la lógica estructural del modo de producción capitalista (dominante), es decir, sus articulaciones esenciales. Por consecuencia está subordinada a esta lógica y no puede corregir más que sus articulaciones no esenciales.
- La planificación urbana sitúa de una cierta autonomía en relación a grupos sociales concretos. Esta autonomía es indudable cuando se trata de las clases dominadas (obreros, campesinos, pequeña burguesía y mediana burguesía), pero también existe relación o las fracciones hegemónicas de la clase dominante cuando éstas anteponen sus intereses inmediatos y particulares en perjuicio de sus intereses generales y a largo plazo, es decir, de la estabilidad del mismo sistema considerado de forma global. (Garnier, 1976)

4.3.2. Características de la planificación turística en comunidades rurales

Para Grande Ibarra (2021) explica algunas características que se debe tomar en cuenta para la planificación de turismo rural; una perspectiva global, un buen conocimiento, un enfoque sistémico, planificación orientada a la demanda, planificar producto.

Desde la perspectiva global explica Grande Ibarra que debemos ver desde el punto de vista territorial como sectorial. Desde la parte territorial plantear estrategias dentro del ámbito nacional. Es cierto que cada lugar, cada región o cada comarca tienen una identidad propia, unas características únicas y particulares que le otorgan una singularidad que, lejos de ser una traba, se convierte en uno de los principales factores de competitividad.

El buen conocimiento es necesario realizar, como paso previo, un buen diagnóstico de situación desde la posición global comentada anteriormente. Necesitamos conocer de una manera rigurosa, y no intuitiva, lo que está sucediendo en el sector. Y hay que ir más allá de los simples datos cuantitativos.

Desde el año 1995 no se realiza un análisis global de la situación del producto turismo rural de ámbito nacional. Demasiado tiempo para no disponer de una revisión tanto en lo que se refiere a la oferta como a la demanda. Desde esta fecha la oferta alojativa se ha multiplicado casi por 10, los gustos de la demanda han cambiado, la profesionalidad en el sector es

distinta, el papel de las administraciones públicas también se ha modificado. La realidad en resumen es radicalmente diferente

El enfoque sistemático hace una comparación entre turismo en general y el turismo rural en particular se comportan como un sistema, en decir como un conjunto complejo de elementos que interrelacionan. Todos los componentes interactúan entre sí. Así todos los factores dependen unos de otros y la alteración en cualquiera de ellos tiene un efecto en el resto. Es necesario que desarrollemos la planificación teniendo en cuenta este principio. Durante mucho tiempo se ha trabajado considerando cada uno de los elementos de una manera individual. Esto ha afectado muy especialmente a los alojamientos, probablemente por la razón ya expuesta de considerarles como el elemento definitorio del producto. Volveremos sobre este punto más adelante.

Desde la planificación orientada a la demanda, no podemos olvidar que trabajamos fundamentalmente para un mercado al que tenemos que dar respuesta. Ese es el objetivo fundamental. Y la demanda no opera como queremos. En el primer modelo del turismo rural la demanda aparecía en un segundo plano probablemente por dos razones. La primera es que el producto no nace para satisfacer a un mercado ya existente, sino fundamentalmente para cubrir una necesidad del medio rural, sin experiencia previa y con un cierto grado de inmadurez que hace trabajar desde una posición un tanto alejada del mercado. La segunda razón viene marcada por la necesidad de tener que desarrollar un producto desde cero, lo que prioriza la creación de infraestructuras y la formación del sector.

Por último, planificar el producto debido a que es uno de los aspectos a los que es necesario prestar una mayor atención. Vendemos producto y este tiene que estar bien definido y bien producido. En este sentido es necesario asumir que el producto ya no es sólo el alojamiento. Durante los primeros años, y como ya se ha comentado, se consideraba que hacer turismo rural era ir a un alojamiento de turismo rural y, más concretamente, a una casa rural. A pesar de que el que hemos denominado primer modelo consideraba que la base del producto era el descubrimiento del medio y la identidad rural, la realidad es que la dinámica generalizó la idea de que era la tipología alojativa la que definía el producto. Esto ha sido viable en un primer momento por el efecto novedad y por la fuerte promoción (Grande Ibarra, 2021).

4.4. Estrategias de la planificación.

4.4.1. Estrategias de promoción y difusión

Esta estrategia busca dar identificación al destino, se debe difundir información principal del lugar, desarrollar actitudes y promover acciones que beneficien a la comunidad receptora, a la vez que aportan a la imagen de dicho lugar. Haciendo por completo competitivo un destino, principalmente utilizar las nuevas formas de comunicación como la web, y elaborar un plan de marketing donde las acciones lleven al posicionamiento de este lugar. (SENPLADES, 2010).

4.4.2. Estrategias de Producción y Gestión de Información para la planificación

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 información contribuye, asimismo, a proveer los elementos necesarios para mejorar el diseño de las acciones formuladas y la asignación de los recursos. En el ámbito local, favorece el empoderamiento de las comunidades, permitiéndoles asumir el control sobre las posibilidades de bienestar y desarrollar al máximo sus potencialidades. (SENPLADES, 2010)

4.4.3 Estrategias de Transferencia metodológica y fortalecimiento de capacidades

Permite alcanzar niveles de homologación de los procesos, para facilitar su comparabilidad, replicabilidad y articulación con todos los actores. Fortalecer las capacidades aspirando a mejorar los conocimientos conceptuales y prácticos que dirijan a la sostenibilidad y eficiencia de los procesos de planificación turístico y su desarrollo. (SENPLADES, 2010)

4.4.4 Seguimiento, evaluación y retroalimentación de los planes de desarrollo y ordenamiento territorial.

Desarrollar participativamente metodologías, baterías de indicadores y herramientas técnicas que permitan la construcción de procesos coordinados de seguimiento y evaluación, y control, tomando como referencia a la planificación turística nacional, regional, y local. (SENPLADES, 2010)

4.4.5. Cooperación internacional (integración)

Fortalecimiento de las mesas de cooperación para el apoyo técnico a los procesos de planificación del desarrollo y ordenamiento territorial de los Gads. Coordinar las acciones que cada nivel de gobierno debe realizar en el territorio y que requieran de financiamiento, partiendo de las prioridades identificadas en el proceso de planificación y demás elementos específicos de un territorio determinado. (SENPLADES, 2010)

a. 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. (Martinez & Garry, 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 (Szmulewicz & Oyarzún M, 2002)

4.5.1. Importancia del fortalecimiento turístico en las comunidades

El turismo comunitario provee no solo beneficios materiales sino también orgullo cultural, concientiza a la comunidad sobre el Medio Ambiente y su valor económico, así como crea una sensación de propiedad a través de la diversificación de fuentes de ingresos.

Los beneficios de la tecnología de la información y las comunicaciones impulsan el turismo comunitario, no solo porque facilita el acceso rápido a la información, sino porque establece un vínculo directo con el cliente en correspondencia con las necesidades de los clientes y las posibilidades para convertirse en un medio relevante de transmisión cultural cuando sea apropiado.

En la actualidad el turismo comunitario rural en Ecuador constituye una importante área estrategia del sector y de la economía nacional, pero al mismo tiempo, se precisa generar

los apoyos necesarios para trabajo y se relacionan directamente con el desarrollo y convivir económico, social y político del mundo.

Sin dudas las particularidades del turismo comunitario, que aquí se presentan desde la experiencia ecuatoriana sirve de marco para renovar las posiciones tradicionales que aún perduran y que lejos de reconocer la relevancia del turismo comunitario, lo consideran una actividad menor y menos ventajosa.

Ahora se trata de un redimensionamiento de las concepciones acerca del turismo y su impronta económica, responsabilidad que asumen académicos e investigadores ante la perplejidad que algunas personas valoran este tipo de turismo frente al turismo de sol y playa. (Mullo Romero et al. 2019)

El turismo puede convertirse en una estrategia de desarrollo local y regional teniendo en consideración que se amplían cada vez más las modalidades turísticas, ajustándose a las necesidades de los consumidores turísticos. La Organización Mundial del Turismo (Organización Mundial de Turismo, 2003), en su informe «Turismo y atenuación de la pobreza», afirma que el turismo tiene ventajas para los países subdesarrollados, a saber:

- a) El consumo turístico se realiza en el lugar de producción.
- b) No hay barreras arancelarias significativas contra las exportaciones tradicionales de los países en desarrollo.
- c) El turismo se presenta como una actividad que brinda grandes posibilidades para sumar exportaciones competitivas.
- d) Su producción depende del capital financiero, productivo, humano, pero también natural y cultural.
- e) Es una actividad que aprovecha los recursos.
- f) Requiere elevados índices de mano de obra.
- g) En esta actividad hay más puestos ocupados por mujeres en comparación con otros sectores.

Por lo tanto, la actividad turística impactará positivamente en los lugares, en su desarrollo económico y en la calidad de vida de las personas. Si bien puede generar aspectos

negativos que influirán directamente en la población local (alta dependencia de la actividad turística, aumento de precios, degradación del espacio y contaminación...), los cuales, con una adecuada planificación, pueden atenuarse o evitarse, se observa en el siguiente esquema los puntos de contribución que realiza el turismo. (Gambarota & Lorda , 2017)

4.6. Metodologías para la actividad turística

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

El presente manual de diagnóstico turístico local pretende ser una guía técnica para quienes se enfrentan al reto de planificar para un futuro turístico sostenible, a través del levantamiento de una línea base en un espacio territorial determinado, es decir, a través de la elaboración de un diagnóstico turístico local.

Está compuesto por seis elementos o subsistemas que lo caracterizan. Cada uno de los elementos tiene una función específica y son gobernanza, comunidad receptora, demanda, infraestructura, oferta de servicios y atractivos naturales y culturales. (Ricaurte Quijano, 2009)

- **GOBERNANZA:** Esta encargada de desarrollar o dirigir las actividades turísticas que corresponden a los puestos públicos o privados que están encargados de las decisiones que se llevan a cabo en la actividad del turismo teniendo en cuenta los reglamentos teóricos o proyectos que rigen las mismas actividades.
- **DEMANDA.** Tiene la responsabilidad del uso de las áreas, productos y atracciones que son respectivos a la actividad turística y que puedan generar ingresos económicos, la demanda está compuesto por los visitantes ya sean nacionales, locales o extranjeros caracterizándose en demanda real, potencial o futura.
- **COMUNIDAD RECEPTORA.** Está caracterizada por la participación y desarrollo del territorio turístico, como de su nivel de colaboración del sistema turístico e inversión en la acción del turismo a través de fuentes de empleos para nuevos prestadores de servicios turísticos.
- **ATRATIVOS.** Es parte del sistema turístico con relación a la infraestructura turística, estos atractivos pueden ser atractivos naturales o atractivos culturales dependiendo el destino si cuenta con ellos y para su levantamiento de información

son jerarquizados según sus capacidades o infraestructura para ser potencializados en el sector.

- OFERTA DE SERVICIOS. Contienen los servicios que se ofrece en el destino turístico, como la restauración, hospedaje, entretenimiento, entre otros, con la finalidad de que la estadía del visitante sea acogedora y de buen agrado, esta oferta puede ser evidenciada o de fácil conocimiento mediante los catastros turísticos del cada destino a visitar por parte del turista
- INFRAESTRUCTURA. Es la encargada de ayudar la oferta turística para su desarrollo, como servicios básicos, así mismos servicios de sanidad y gasolineras. También se consideran la infraestructura vial para la facilidad de la visita del turista hacia el destino y que pueda ser más satisfactoria.

4.6.2. Metodología de inventario de atractivos turísticos del MINTUR

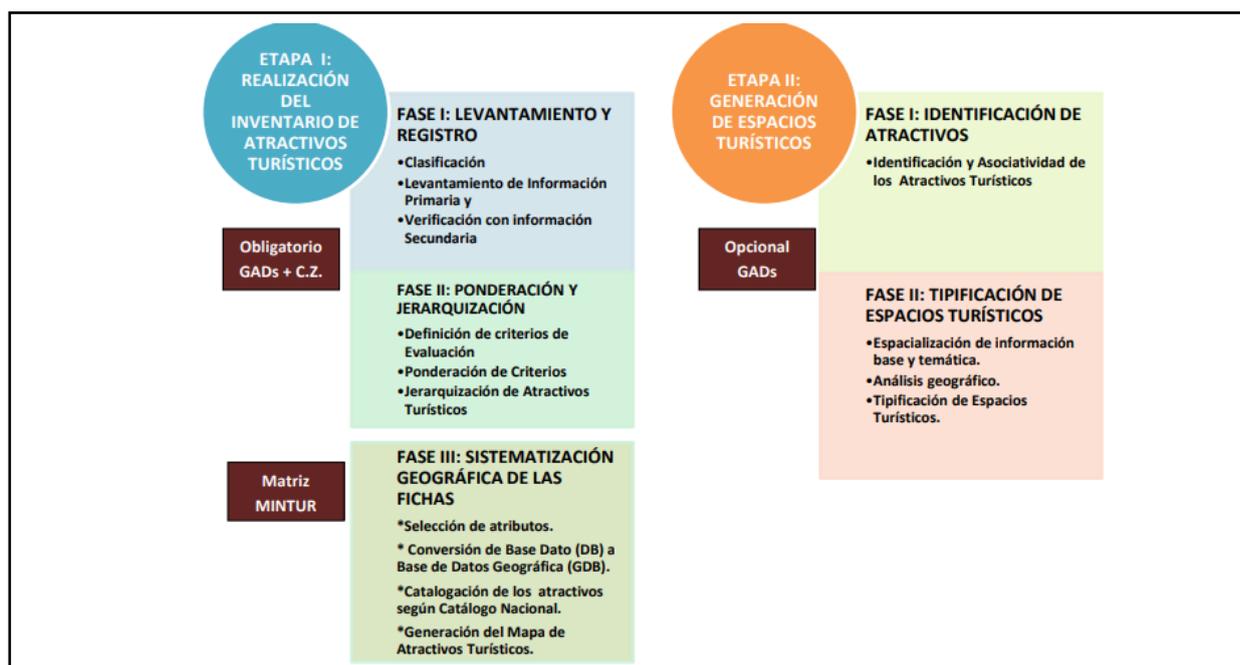
La “Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos en Ecuador”, establece los lineamientos técnicos para la identificación, clasificación y valoración de los atractivos con mejores condiciones para el desarrollo de productos turísticos. Mientras que, para definir espacios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

Es un instrumento dinámico de información integrada para respaldar la gestión, por su capacidad de aportar datos consistentes para planificar, ejecutar y evaluar el territorio facilitando la toma de decisiones en materia de desarrollo turístico. De esta forma el inventario de atractivos nacionales almacenado en una base de datos plana y en una base de datos geográfica constituye un insumo clave para alimentar al Sistema de Información Geográfica Turística orientado a la realización de análisis y planificación territorial turística.

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

Ejemplificando gráficamente se lo resumiría de la siguiente forma:

Figura 2. Metodología de inventario de atractivos turísticos MINTUR



Fuente: Dirección de planificación de destinos Turísticos Mintur 2016

Elaboración: Marianela Fernanda Chavez Duchi

4.6.3. Metodología de priorización de atractivos turísticos utilizados en el proyecto bosque seco.

La metodología de priorización de atractivos turísticos utilizados en la Man Comuna bosque seco, es una metodología que consiste en llenar la matriz en base a las ponderaciones ubicadas en cada celda con opción desplegable, el cual se evalúa varios aspectos en general como: la facilidad para realizar la visitación, donde se considera variables como: acceso en vehículo al atractivo, tipo de acceso, distancia para la visita caminando desde el punto de estacionamiento del vehículo y servicios turísticos básicos en el atractivo; tenencia del atractivo con variables como: del interés público y de interés privado; relación del nombre con su tipología con variables como: nombre del atractivo tiene relación o no tiene relación; se considerarán como atractivos priorizados aquellos sitios o manifestaciones que vayan en un rango de 07 a 15 puntos mientras que se considerarán como recurso complementarios aquellos sitios o manifestaciones que alcancen un rango de -6 a 06 puntos.

4.7. Metodologías participativas

4.7.1. Metodología de análisis rápido y planificación turística (MARPP)

Se trata de un método de investigación participativa y una herramienta de aprendizaje que compensa la omisión de los métodos de investigación tradicionales, que no permiten

entender mejor lo que puede ser la realidad rural. Dicho método se sitúa entre la investigación formal (costosa y larga) y la investigación informal (demasiada corta para lograr resultados seguros y calificados de turismo rural).

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.

4.8 Diagnóstico turístico

El diagnóstico turístico es la etapa del proceso de planificación donde se establece y evalúa la situación de un destino en un momento determinado. En otras palabras, el diagnóstico consiste en una suerte de corte temporal que establece una diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística en un destino. (Ricaurte Quijano, 2009).

4.8.1. Componentes del diagnóstico turístico.

a. Sistema turístico

El sistema turístico es concebido como un 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, también señala como parte integrante del sistema a la Superestructura turística, cuya función es controlar la eficiencia del sistema vigilando el funcionamiento e interrelación de las partes. (Boullón, 2006).

El sistema turístico está compuesto por un conjunto de elementos externos que son la dimensión política, social, cultural, ambiental y económica; e internos como superestructura, oferta, demanda infraestructura y comunidad receptora, vinculados entre sí como una estructura sólida con bases en el desarrollo local en los diferentes factores que lo integran. (Pineda Reasco et al. 2019)

b. Infraestructura turística

Para que el sistema turístico pueda funcionar se requiere que a los atractivos y a la planta turística se sume la infraestructura. En la economía moderna se concibe por infraestructura a la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas. Forman parte de la misma: la educación, los servicios sanitarios, la

vivienda, los transportes, las comunicaciones y la energía. Uno de las funciones primordiales de la infraestructura es vincular entre sí a los asentamientos humanos y resolver las necesidades internas de los mismos, a fin de permitir la circulación de mercaderías, personas, fluidos, energías y noticias.

La otra forma de dividir a la infraestructura en externa o interna, se define por sí misma. Es externa porque es general y es general porque sirve a todos los sectores sin pertenecer especialmente a algunos de ellos, aunque circunstancialmente pueda beneficiar a unos más que a otros.

La infraestructura interna también tiene dos formas: la primera pertenece a la dotación que se da a sí mismo un sector, para manejar en una localización precisa. Es el caso de un parque industrial o un puerto marítimo que deben construir sus propias redes de calles, energía, abastecimiento y eliminación de líquidos, conectándolas a las redes externas disponibles. (Boullón, 2006)

c. Demanda turística

La demanda se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a los ingresos que generan, y si se quiere profundizar el análisis midiendo cómo se distribuyen esos datos entre los distintos tipos de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades. Por lo general, los sistemas estadísticos de América Latina se limitan a la primera forma, pero sólo parcialmente, pues no pasan de los registros globales a nivel de todo el país, con cifras más o menos exactas del turismo receptivo y estimaciones del turismo interno (Boullón, 2006).

- **Demanda Potencial**

La demanda potencial es un nivel máximo de demanda alcanzable por un determinado producto dada una serie de condiciones. En otras palabras, las probabilidades de éxito del mismo en un mercado.

Por medio de cálculos específicos es posible estimar hipotéticamente la capacidad de mercado de un determinado bien o servicio. Por medio del estudio de la demanda potencial es posible conocer la posible acogida de estos.

Lo más habitual es que este concepto se exprese en la práctica por medio de unidades monetarias o cantidad física del producto en cuestión. En otras palabras, mide el valor de ventas o también el volumen de ventas. (Sánchez Galán, 2020)

- **Demanda Futura**

Hacer una proyección implica realizar estudios cuantitativos y cualitativos, los cuales buscan describir cómo será el crecimiento económico en un determinado lapso de tiempo hacia el futuro. La proyección de la demanda permite tener un estimado de los requerimientos de la red de acceso a futuro; se ha considerado un tiempo estimado de proyección de 5 años debido a que se considera un tiempo adecuado en cual se implementarán nuevas tecnologías y por lo tanto la demanda actual cambiará proporcionalmente. (Bolaños Erazo, 2017).

- **Perfil del turista**

El perfil turístico alude a la caracterización a un destino turístico. La caracterización con frecuencia se basa en variables socioeconómicas y demográficas de los turistas. El perfil permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos.

Los destinos turísticos pueden ser caracterizados a través modelos de demanda turística. Los estudios de demanda turística desde la perspectiva económica se han modernizado en dos categorías: los modelos agregados (macroeconómicos) y los modelos desagregados (microeconómicos). Los modelos agregados de demanda turística consideran la demanda como una cuestión de elección y asignación de recursos con el propósito de maximizar la utilidad. Para está teoría, la demanda turística se asocia con el flujo de turistas a un destino, con el gasto del turismo o la duración de la estancia. Entre las variables explicativas de la demanda turística suelen utilizar el ingreso, los precios relativos del destino, los precios de los destinos alternativos y el tipo de cambio (Demelas, 2009) (Fernández & Calderón Gómez, 2012)

d. Oferta turística

Se define como oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos oferentes o

vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado, para ser usado o consumido por los turistas. (Socatelli P, 2013).

Comprende el conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los visitantes, en esta condición se entiende por cualquier establecimiento en donde el cliente y/o usuario son principalmente turista. Por lo tanto, el mismo deberá cumplir con las siguientes condiciones para establecerse como oferta turística:

Vender bienes y servicios que por sus características sean demandados en su mayoría por turistas. Estos establecimientos deberán vender su producto para uso final en zonas turísticas, por lo tanto, la mayoría de sus clientes sean turistas (DATATUR, 2015)

Según Bollón se entiende por oferta a la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un periodo dado. Cuando se trata de bienes (mercancía) lo que se produce y no se vende se puede acumular (dentro de ciertos límites de tiempo para los productos perecederos). Esta posibilidad no tiene vigencia en el caso de los servicios, porque cada vez que expira el tiempo de duración de un servicio (unos minutos para comer en una cafetería y un día, o uno o más meses para la renta de un automóvil) su oferta se renueva, y si no se vende, se pierde, porque los servicios no vendidos no se pueden acumular; por ejemplo, en cada vuelo de una línea aérea se ofrece un nuevo servicio igual a la capacidad total del avión, al que ya no se pueden agregar los asientos vacíos del viaje anterior, que deben considerarse perdidos irremediabilmente. (Boullón, 2006)

Según Quijano (2009), definen a la oferta como la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un periodo dado, la oferta turística está integrada por los servicios que prestan los elementos de la planta turística como alojamiento, alimentación, transporte, información turística, entre otros. También se incluye la oferta de actividades turísticas que tiene un destino. Este subsistema puede caracterizarse a través de inventarios o catastros que aglutinan a todas las empresas e instalaciones de carácter turístico de un lugar determinado. (Ricaurte Quijano, 2009)

e. Competencias

La competitividad se entiende como la relación entre varias entidades, países, etc. para ofrecer el mejor servicio y obtener los mayores resultados de forma equiparable con respecto al resto del mundo.

En la economía de un país hay varios factores clave: el sector público, el sector privado, el sector financiero (que rigen los bancos y la bolsa) y los consumidores. Dicha economía está enfocada de forma diferente dependiendo si el país es desarrollado, en desarrollo o subdesarrollado. Un país que no esté desarrollado no tendrá la misma capacidad de producción que uno que sí lo esté, que es la clave para el crecimiento económico. (Socatelli , 2008)

f. Comunidad receptora

De acuerdo con la modalidad de gestión turística del territorio puede tener mayor o menor participación en el desarrollo. La comunidad receptora puede ser caracterizada por su nivel de participación en la dirección del sistema (en ese caso formaría parte de la superestructura) o por su intervención en la actividad turística a través de empleos directos, indirectos e inducidos. (Ricaurte Quijano, 2009)

Se registra las actividades económicas más rentables que se desarrollan en el destino, así como el tipo y porcentaje de empleo turístico. Se identifica el nivel de participación ciudadana, el grado de formación de los habitantes, las habilidades y destrezas para turismo, actitudes con respecto a la actividad y finalmente problemas sociales existentes en la comunidad. (Quito Cabrera, 2019).

4.9. Análisis FODA

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

4.9.1. Análisis externo

En el análisis externo de la empresa se identifican los factores externos claves para nuestra empresa, como por ejemplo los relacionados con: nuevas conductas de clientes, competencia, cambios del mercado, tecnología, economía, etcétera. Se debe tener un especial cuidado dado que son incontrolables por la empresa e influyen directamente en su desarrollo. La matriz dafo divide por tanto el análisis externo en oportunidades y en amenazas.

- Oportunidades: representan una ocasión de mejora de la empresa. Las oportunidades son factores positivos y con posibilidad de ser explotados por parte de la empresa. Para identificar las oportunidades podemos responder a preguntas como: ¿existen nuevas tendencias de mercado relacionadas con nuestra empresa?, ¿qué cambios tecnológicos, sociales, legales o políticos se presentan en nuestro mercado?

- Amenazas: pueden poner en peligro la supervivencia de la empresa o en menor medida afectar a nuestra cuota de mercado. Si identificamos una amenaza con suficiente antelación podremos evitarla o convertirla en oportunidad. Para identificar las amenazas de nuestra organización, podemos responder a preguntas como: ¿qué obstáculos podemos encontrarnos?, ¿existen problemas de financiación?, ¿cuáles son las nuevas tendencias que siguen nuestros competidores?

4.9.2. Análisis interno

En el análisis interno de la empresa se identifican los factores internos claves para nuestra empresa, como por ejemplo los relacionados con: financiación, marketing, producción, organización, etc. En definitiva, se trata de realizar una autoevaluación, dónde la matriz de análisis FODA trata de identificar los puntos fuertes y los puntos débiles de la empresa.

- Fortalezas: Son todas aquellas capacidades y recursos con los que cuenta la empresa para explotar oportunidades y conseguir construir ventajas competitivas. Para identificarlas podemos responder a preguntas como: ¿qué ventajas tenemos respecto de la competencia?, ¿qué recursos de bajo coste tenemos disponibles?, ¿cuáles son nuestros puntos fuertes en producto, servicio, distribución o marca?

- Debilidades: Son aquellos puntos de los que la empresa carece, de los que se es inferior a la competencia o simplemente de aquellos en los que se puede mejorar. Para identificar las debilidades de la empresa podemos responder a preguntas como: ¿qué perciben nuestros clientes como debilidades?, ¿en qué podemos mejorar?, ¿qué evita que nos compren?

4.10 Marco referencia

En cuanto a lo que se refiere al marco referencial de la investigación, mencionamos algunos estudios en la provincia de Loja, los mismos que buscan fortalecer el plan de ordenamiento territorial y mencionan la importancia de fortalecer los PDOT, debido a que en el tema turístico la planificación del espacio turístico no se ha tomado en cuenta.

a. Fortalecimiento turístico al plan de desarrollo y ordenamiento territorial para la parroquia san pedro de Vilcabamba, cantón Loja, provincia de Loja.

Según la investigación Guerrero (2019) indica:

Esta investigación tiene como objetivo general, Fortalecer turísticamente el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, del Cantón Loja, provincia de Loja y tres objetivos específicos: primero, “Realizar el diagnóstico del componente turístico la parroquia San Pedro de Vilcabamba; Segundo, “Elaborar una propuesta de Desarrollo Turístico para la parroquia San Pedro de Vilcabamba, del cantón Loja, Provincia de Loja” y tercero, “Proponer 3 estrategias para la aplicación de la propuesta planteada para el desarrollo turístico de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, del cantón Loja, Provincia de Loja. Teniendo en cuenta la gran importancia del desarrollo de la actividad dentro de la parroquia, ya que es poseedora de varios atractivos naturales y culturales, está rodeada entre montañas y cerros, bañada por su río Uchima, sin embargo, la actividad turística en la parroquia ha sido muy escasa por la falta información y difusión de los atractivos turísticos y el limitado presupuesto para la misma.

El presente tema de investigación está enfocado a fortalecer la actividad turística aprovechando sus atractivos existentes haciendo caminatas a través de una ruta a los diferentes atractivos, como también haciendo conocer sus productos a través de una feria agro-turística.

Sus Recomendaciones son principalmente dirigidas a las autoridades del GAD parroquial, para que desarrollen una valla publicitaria y convenios con el GAD cantonal para el mejoramiento de las vías y así el desarrollo de la actividad turística sea más factible.

b. Fortalecimiento turístico del plan de desarrollo y ordenamiento territorial para la parroquia Jimbura del cantón Espíndola, provincia de Loja

Tesis elaborada por Yessenia Lima de la Universidad Nacional de Loja y dirigida por el Ingeniero Juan Jefferson Sánchez Ruiz. Mg. Sc. Este trabajo de investigación pretende fortalecer turísticamente a la comunidad en los aspectos de planificación y gestión turística de la parroquia Jimbura con el propósito de crear espacios, actividades complementarias y mejorar o diversificar la economía. Tiene como objetivo general “Fortalecer turísticamente el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial para la Parroquia Jimbura, Cantón Espíndola, Provincia de Loja”. Para ello se plantearon tres objetivos específicos. Primero: Realizar el diagnóstico del componente turístico para la parroquia Jimbura, cantón Espíndola, provincia de Loja, donde fue necesario aplicar la matriz de levantamiento de información de Carla Ricaurte Quijano ajustándola a la realidad de la parroquia de estudio que tiene como finalidad sistematizar la información recopilada del análisis FODA, además con el apoyo de la metodología participativa para el inventario de atractivos turísticos. Segundo: Elaborar una propuesta de desarrollo turístico para la parroquia Jimbura mediante la aplicación de una metodología participativa, donde se realizó el FODA estratégico donde se pretende profundizar el estudio de los atractivos turísticos aprovechando sus fortalezas y debilidades y tercero: proponer estrategias para la aplicación de la propuesta planteada para el desarrollo turístico de la parroquia Jimbura, establecer estrategias que activen el desarrollo de la actividad turística.

En cuento a los resultados realizados como el diagnóstico del componente turístico que permitió obtener información de la situación actual de la parroquia y poder analizar, como también la jerarquización de atractivos turísticos pertenecientes a la parroquia, seguidamente se elaboró propuestas de aplicación con los resultados de la Matriz FODA, y las propuestas planteadas como; senderos interpretativos, cabalgatas, Festival Binacional de danzas con el Perú, capacitación sobre innovación turística, ferias Externas y centro de información turística

Las recomendaciones más importantes son al presidente y principales autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Jimbura, para que realicen las gestiones necesarias destinadas a impulsar proyectos turísticos realmente sostenibles y sustentables para la comunidad, permitiendo difundir los atractivos turísticos ya sea a nivel local, nacional e internacional. También se buscará incrementar el interés de la comunidad para el desarrollo de emprendimientos turísticos y así impulsar un turismo responsable en la parroquia.

c. “Fortalecimiento turístico del plan de desarrollo y ordenamiento territorial para la parroquia San Antonio de las Aradas, cantón Quilanga, provincia de Loja”,

De acuerdo a la tesis de Rosa Quito (2019) menciona:

El trabajo de investigación se diseñó con el objetivo principal de desarrollar la actividad turística y el progreso positivo de la misma, mediante la aplicación de una metodología participativa con las autoridades de la parroquia y actores involucrados en la actividad turística y comunidad en general, teniendo como objetivo general de este trabajo: Fortalecer turísticamente el plan de desarrollo y ordenamiento territorial para la parroquia San Antonio de las Aradas, cantón Quilanga, provincia de Loja; para dar cumplimiento se desarrolló tres objetivos específicos: Realizar el diagnóstico del componente turístico de la parroquia San Antonio de las Aradas, cantón Quilanga, provincia de Loja; elaborar una propuesta de desarrollo turístico para la parroquia San Antonio de las Aradas, mediante la aplicación de una metodología participativa y proponer estrategias para la aplicación de la propuesta planteada para el desarrollo turístico de la parroquia San Antonio de las Aradas, Cantón Quilanga, Provincia de Loja.

Tomando en consideración métodos como: el científico, método analítico, método deductivo, método analítico, método descriptivo y técnicas de investigación como la observación directa que permite la recolección de toda la información para realizar el inventario de atractivos naturales y manifestaciones culturales. Así mismo, por medio de la técnica de la entrevista se obtuvo información cualitativa de la parroquia, se aplicó a los actores que se encuentren directamente involucrados con la actividad turística, además se utilizó la metodología de MARPP, la cual permitió validar la información y priorizar atractivos y objetivos estratégicos.

Como resultados obtenidos mediante el cumplimiento de tres objetivos específicos se obtuvo el diagnóstico turístico actual de la parroquia donde se demuestra que existe un gran potencial turístico en la parroquia, cuenta con seis atractivos naturales y cinco atractivos; cuatro propuestas de desarrollo turístico para la parroquia San Antonio de las Aradas los mismos que se desarrollaron con sus respectivos propuestas, ventajas y parámetros a considerar para el desarrollo turístico y se realizó los lineamientos fundamentales que deben tomar en cuenta para realizar o ejecutar las estrategias.

Se realizaron recomendaciones a las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial donde se debe incluir actividades prioritarias como la implementación del Centro de información turística para que se pueda coordinar, planificar y organizar la actividad turística.

5. METODOLOGÍA

5.1. Muestra y población

Población y muestra

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:

$$n = \frac{N \times (Z)^2 \times (p) \times (q)}{(d)^2 \times (N - 1) + (Z)^2 \times (p) \times (q)}$$

$$n = \frac{164.301 \times (1,88)^2 \times (0,50) \times (0,50)}{(0,06)^2 \times (164.301 - 1) + (1,88)^2 \times (0,50) \times (0,50)}$$

$$n = \frac{145176.364}{591.48+0.8836}$$

$$n = \frac{145176.364}{592.3636}$$

$$n = 245.07 \rightarrow 245$$

Total 245 encuestas

Parámetros a considerar:

N = tamaño de la población (**164.301**)

Z = nivel de confianza, (0.94%) / (Z=1,88)

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada (50%)

Q = probabilidad de fracaso (50%)

E= precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) (0.6 %)

5.2. Materiales

- **Material bibliográfico:** Como papers, artículos científicos, libros, tesis, que sirvieron como bibliografía y sustento de la investigación, así mismo para la búsqueda del estado del arte.
- **Materiales de oficina:** hojas impresas, lápices, esferográficos, cuadernos de apuntes que sirvieron durante el desarrollo de toda la investigación.
- **Equipos de oficina:** se utilizó la computadora portátil para el desarrollo y procesamiento de toda la información recabada durante la investigación.
- **GPS:** dispositivo que permitió obtener coordenadas geográficas
- **Cámara:** instrumento que permitió evidenciar el desarrollo del trabajo de campo.

5.3. Métodos

- **Método bibliográfico.**

El método bibliográfico en primera instancia permitió conocer toda la información relevante al marco teórico, marco referencial e información general del componente turístico de la parroquia rural Yangana.

- **Método Analítico.**

El método analítico dentro de la investigación ayudó a seleccionar la información idónea que se encuentra en las referencias bibliográficas de libros, artículos científicos, reportes e instrumentos de planificación de la parroquia rural de Yangana.

- **Método Científico.**

Este método permitió conocer los problemas que se producen en la parroquia para posterior a ello dar soluciones que puedan ayudar al desarrollo de las actividades dentro de la actividad turística.

- **Método descriptivo.**

El método descriptivo en el estudio permitió describir los fenómenos de la investigación en lo que se refiere al diagnóstico turístico de la situación actual de la parroquia Yangana, así mismo permitió plasmar los resultados del trabajo de campo de los atractivos turísticos naturales y culturales.

- **Método Inductivo**

Este método permitió tener las primeras premisas generales del marco referencial y el diagnóstico de la situación actual de la parroquia Yangana.

- **Método Deductivo.**

Este método ayudo a determinar las conclusiones y recomendaciones de la investigación en pro de mejorar el fortalecimiento del PDOT de la parroquia rural Yangana.

5.4. Técnicas

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó las siguientes técnicas que se describen a continuación:

- **Observación Directa**

A través de la observación directa se pudo evidenciar las problemáticas y la situación actual de componente turístico de la parroquia Yangana, así mismo se concertó otras técnicas como la entrevista y la encuesta que permitió recolectar la información necesaria en el ámbito económico, social, político, cultural y ambiental.

- **Técnica de Entrevista**

Esta técnica permitió obtener información fehaciente de las autoridades y población involucrada en la actividad turística, además se evidencio la pre disponibilidad de incursionar en la actividad del turismo.

- **Técnica de Encuesta**

Esta técnica nos ayudó a recolectar la información pertinente del componente turístico tanto de la oferta como de la demanda efectiva que tendrán los posibles productos que se desarrollarán en la parroquia Yangana.

5.5. Metodología por objetivos

5.5.1. Metodología del primer objetivo: realizar el diagnóstico de situación actual del componente turístico de la parroquia Yangana.

Para el cumplimiento de este objetivo se utilizó el método bibliográfico que se sustenta en la información recopilada de bases de datos como libros, artículos científicos e instrumentos de planificación (PDOT), también se utilizó el método analítico y descriptivo que tienen

como objetivo analizar y describir la información de las diferentes bases para luego ser redactada en base al objeto de estudio como son el sistema turístico que se sustenta en la infraestructura, servicios, oferta y demanda entre otros aspectos.

Por otro lado, se realizó la matriz de caracterización turística para comunidades de Carla Ricaurte (2009) que permitió recolectar información para la línea base del diagnóstico turístico de la Parroquia Yangana (ver anexo 2), continuando con la elaboración de jerarquización de atractivos turísticos en base a la Ficha de Ministerio de Turismo (Ver anexo 3), para reforzar la ficha antes mencionada se utilizó la matriz de priorización de atractivos turísticos utilizada en la mancomunidad bosque seco con el fin de priorizar los atractivos y recursos naturales y culturales que se encuentran en la parroquia, esta matriz se realizó para priorizar solamente a los atractivos turísticos y ser tomados en cuenta para la elaboración de las estrategias (Ver Anexo 4).

Toda esta información fue recolectada en base al estudio de campo y la técnica de observación directa. Del mismo modo con la técnica de la entrevista se recopiló información del componente turístico por parte de los propietarios de los restaurantes, posadas y fincas que tienen potencial turístico y pueden generar algún tipo de turismo. (Ver anexo 5)

5.5.2. Metodología del segundo objetivo: elaborar una propuesta de desarrollo turístico para fortalecer la parroquia Yangana.

Para el desarrollo del segundo objetivo se realizó el análisis FODA (Ver anexo 6) y FODA CRUZADO (Ver anexo 7) dentro de la localidad en la actividad turística para el fortalecimiento de la misma y así poder tener una idea más clara y poder determinar las posibles estrategias del análisis interno y externo,

El método inductivo ayuda a proponer las posibles estrategias y productos que puedan desarrollarse para fortalecimiento del PDOT de la parroquia Yangana y el método descriptivo ayuda a plasmar las ideas más realistas que se adecuan a la problemática de la parroquia rural Yangana.

Para la validación y socialización de las propuestas y estrategias para el fortalecimiento se realizó mediante la Técnica de MARPP, reunión que se llevó acabo con las autoridades del GAD y los involucrados en la actividad turística quienes fueron los principales involucrados en dar sugerencias y posibles estrategias para el fortalecimiento de la parroquia

Logística de la Técnica de Marpp

Para desarrollar la metodología participativa se coordinó con el presidente del Gad parroquial de Yangana Lic. Cosme Ochoa Maldonado. Mediante oficio de convocatoria se pidió que convocara a los miembros de la junta parroquial para la socialización de resultados previos en la reunión participativa que se realizó el día jueves 15 de julio del 2021 a las 16:00 horas en las instalaciones de GAD de Yangana. (Ver anexo 8)

Así mismo se realizó una convocatoria a los prestadores de servicios para la asistencia, cabe aclarar que el día y hora señalada no asistieron. Para asegurar la asistencia a los presentes se solicitó llenar la hoja asistencia. (Ver anexo 9 y 10)

En esta primera fase se diseñó una orden del día:

- Palabras del presidente de la junta parroquial de Yangana
- Palabras de la directora de la tesis
- Palabras de la tesista
- Presentación del material digital de FODA y las posibles estrategias
- Validación de las estrategias
- Finalización del taller

De igual manera se procedió a validar las estrategias a los actores involucrados principalmente en la actividad turística de la parroquia, mediante una entrevista por vía telefónica a las cuatro personas principales que son quienes brindan los servicios de restauración y alojamiento, esta encuesta se realizó mediante la escala de Linker, la cual tiene una puntuación valorada de 1, 2 y 3 siendo “1” desacuerdo, “2” neutro y “3” de acuerdo (Ver anexo 11).

5.5.3. Metodología del tercer objetivo: determinar el perfil del turista y preferencias de la demanda efectiva relacionado con las propuestas planteadas del objetivo 2 en la parroquia Yangana

Para el cumplimiento de este objetivo se aplicó la encuesta virtual (Ver anexo 12) cuya muestra de la población se obtuvo mediante los datos de la población económicamente activa de los cantones Loja, Catamayo, Saraguro, Zamora, Palanda, y Chinchipe ya que son lugares aledaños hacia la parroquia Yangana, con tasa de crecimiento del año 2010 y con proyección hacia el 2021.

Seguidamente se determinó las encuestas por cada población, como se visualiza en el cuadro 3

Tabla 3 Encuestas por población

Cantón	PEA 2010	Tasa de crecimiento	PEA 2021	Encuestas
Loja	91.978	2.27%	117.737	176
Catamayo	11.738	1.40%	13.678	20
Saraguro	11.266	0.82%	12.325	18
Palanda	3.018	1.50%	3.555	5
Chinchiipe	3.656	0.79%	3.987	6
Zamora	10.757	1.75%	13.019	19
Total			164.301	245

Fuente: INEC 2010

Elaboración: Tesista

Para el cálculo de proyección de cada población se realizó tomando en cuenta los datos del PEA 2010 de cada Cantón con sus respectiva tasa de crecimiento según INEC 2010, para así poder proyectar al año 2021.

La siguiente operación se realizó con la fórmula de proyección tomando en cuenta los datos cantonales:

Encontrar Pn del año 2021 Cantón Loja:

$$P_n = P_o \cdot (1+i)^n$$

$$P_n = 91.978 \cdot (1+2.27\%)^{11}$$

$$P_n = 117.737$$

Parametros a utilizar:

Pn : población 2021

Po: población 2010

i: tasa de crecimiento

n: años de proyección (11 años)

Para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizó la fórmula de poblaciones finitas con un margen de error de 0,06 y un nivel de confianza del 94% equivalente a 1,88 considerando las difíciles condiciones actuales por la pandemia por el Covid que además ocasionaron la dificultad para movilizarse fácilmente a los distintos sitios y aplicar las encuestas personalmente se optó por aplicarles online:

$$n = \frac{N \times (Z)^2 \times (p) \times (q)}{(d)^2 \times (N - 1) + (Z)^2 \times (p) \times (q)}$$

$$n = \frac{164.301 \times (1,88)^2 \times (0,50) \times (0,50)}{(0,06)^2 \times (164.301 - 1) + (1,88)^2 \times (0,50) \times (0,50)}$$

$$n = \frac{145176.364}{591.48+0.8836}$$

$$n = \frac{145176.364}{592.3636}$$

$$n = 245.07 \rightarrow 245$$

Total 245 encuestas

Parámetros a considerar:

N = tamaño de la población (**164.301**)

Z = nivel de confianza, (0.94%) / (Z=1,88)

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada (50%)

Q = probabilidad de fracaso (50%)

E= precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) (0.6 %)

Por último se realizó el análisis y tabulación de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas, determinando la segmentos de mercado de los turistas por los rangos de edades, que ayudarán a determinar el perfil del turista hacía las propuestas planteadas para el Fortalecimiento al PDOT en el ambito turistico para la parroquia Yangana y la demanda potencial y efectiva del mismo.

6. RESULTADOS

6.1. Diagnóstico de situación actual del componente turístico de la parroquia Yangana.

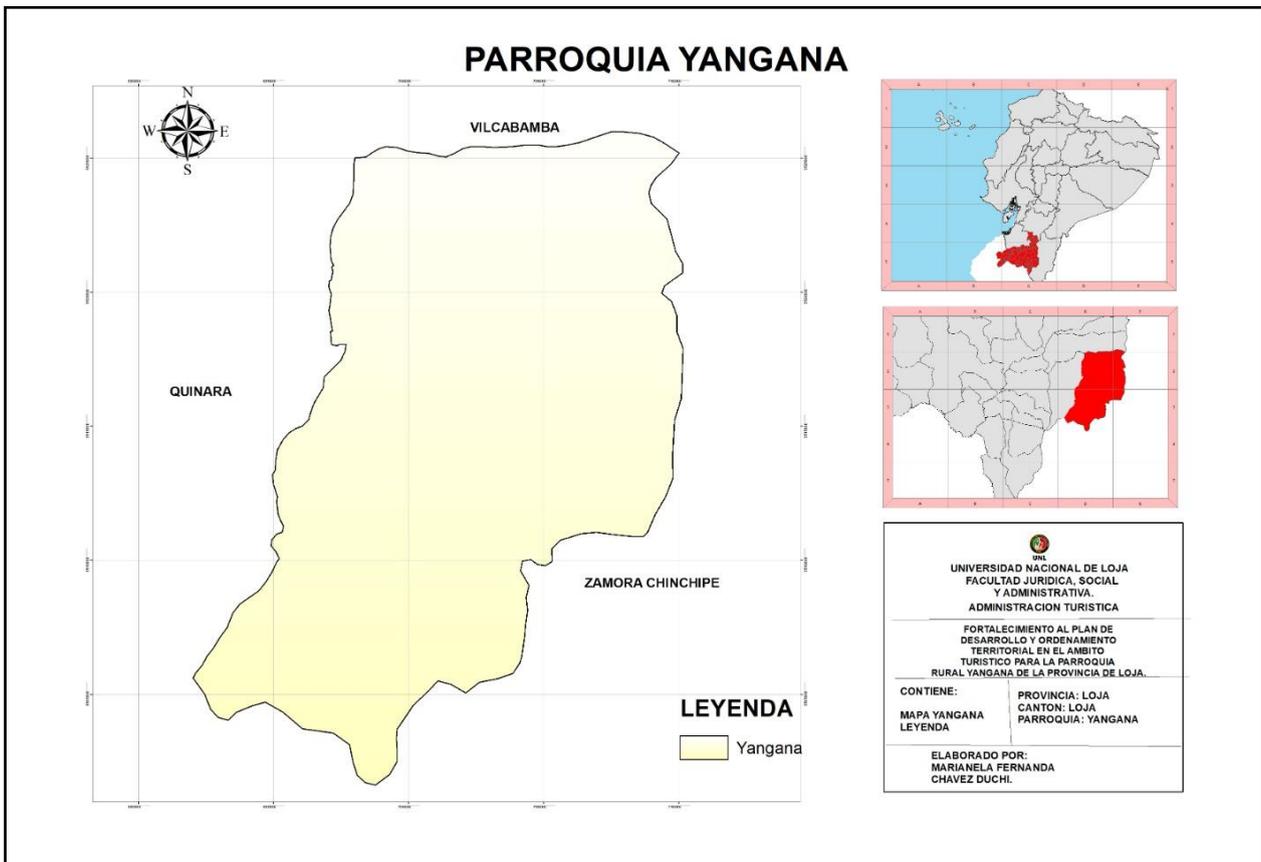
Para realizar el diagnóstico de la situación actual del componente turístico de la parroquia Yangana se debió utilizar la ficha de Carla Ricaurte que tiene el objetivo de explicar la información general del territorio, oferta turística, infraestructura de servicios, gobernanza y comunidad receptora.

6.1.1 Resultados de la matriz de Carla Ricaurte Quijano.

a. Datos Generales

La parroquia Yangana se encuentra a 69 Km de la ciudad de Loja según la red vial estatal provincial del Ministerio de transporte, aproximadamente a 57 en vehículo particular y 1H30 min en bus. La parroquia limita al norte con la parroquia de Vilcabamba, al sur-este con la provincial de Zamora Chinchipe y al oeste con la parroquia de Quinara.

Figura 3. Mapa base de la parroquia Yangana



Fuente: Instituto geográfico militar

Elaborado: Gad parroquial Rural de Yangana

- **Clima y temperatura**

Debido a la ubicación geográfica, y la orografía característica de la provincia de Loja, el clima de la parroquia es Subtropical –sub húmedo con una temperatura promedio de 18 y 22°C, con oscilaciones térmicas muy pequeñas, por lo que no existen los cambios bruscos sean en invierno o verano.

- **Población**

La población de la parroquia está compuesta por 683 mujeres y 836 hombres dando un total de 1519 habitantes según INEC 2010.

Tabla 4. Población de la parroquia Yangana por rangos de edad

Grupos quinquenales de edad	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Menor de 1 año	12	10	22
De 1 a 4 años	57	51	108
De 5 a 9 años	66	58	124
De 10 a 14 años	102	58	160
De 15 a 19 años	80	74	154
De 20 a 24 años	70	58	128
De 25 a 29 años	57	41	98
De 30 a 34 años	45	44	89
De 35 a 39 años	52	44	96
De 40 a 44 años	49	35	84
De 45 a 49 años	43	35	78
De 50 a 54 años	36	26	62
De 55 a 59 años	38	43	81
De 60 a 64 años	34	16	50
De 65 a 69 años	33	28	61
De 70 a 74 años	19	22	41
De 75 a 79 años	21	16	37
De 80 a 84 años	13	12	25
De 85 y mas	9	12	21
Total	836	683	1.519

Fuente: PDOT Parroquia Yangana (2019)

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Según las proyecciones realizadas por el INEC (2010) con el 0.07% la parroquia Yangana en el año 2021 tendrá una población poco creciente tal como se muestra en el siguiente cuadro:

Tabla 5. Población de la parroquia Yangana

Población parroquia Yangana		
N°	Año 2010	N° Habitantes
0	2010	1.519
1	2011	1.520
2	2012	1.521
3	2013	1.522
4	2014	1.523
5	2015	1.524
6	2016	1.525
7	2017	1.526
8	2018	1.528
9	2019	1.529
10	2020	1.530
11	2021	1.531

Fuente: PDOT Parroquia Yangana (2019)

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchí

b. Oferta de servicios

En cuanto a lo que se refiere a la oferta de servicios está compuesta por servicios de alojamiento, restauración y esparcimiento. En la parroquia de Yangana se puede decir que cuenta con pocos servicios.

- **Alojamiento**

En la parroquia Yangana existe un establecimiento de alojamiento informal que no cuenta con los requisitos establecidos por el MINTUR que pertenece al señor Truman Ochoa, con un horario de atención de 8am – 22pm todos los días, consta de 7 habitaciones, tres dobles y cuatro triples, con todos los servicios básicos, con precio de 8\$ por pax, ubicado en el centro de la parroquia.

- **Alimentación**

Se identificó cuatro establecimientos que ofrecen el servicio de alimentación, ubicados en la cabecera cantonal de la parroquia Yangana, ofrecen alimentos propios de la zona como: gallina criolla, carne de cerdo frita, arroz con pollo, sancocho entre otras. (Ver cuadro 6).

Tabla 6. Establecimientos de alimentación

Establecimiento	Propietario	Servicios que ofrece	Capacidad	Teléfono	Ubicación
Restaurante	Beatriz Sarmiento Sarango	Desayunos Almuerzos	16 pax	2199078	Av. Angel Felicísimo Rojas y Arsenio de castillo
Restaurante	Sra Yanganita	Desayunos Desayunos continentales Almuerzos	20 pax	2199064	
Restaurante	Gavidia Patiño	Desayunos Almuerzos	16 pax	S/N	Fernando de la Vega y Carlos Vaca
Restaurante Mercado central	Dalila Cuenca	Desayunos Almuerzos	6 pax	S/N	Arsenio de castillo y 21 de septiembre

Fuente: Estudio de Campo

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi

- **Esparcimiento**

Para el esparcimiento y distracción de la población y visitantes en la parroquia Yangana existen 2 billas ubicadas en la cabecera parroquial, como también existen coliseos de gallos en el centro de Yangana, sin embargo por motivos de pandemia no están en funcionamiento, también existe la cancha deportiva ubicada en el vario la Elvira y la principal multiusos en la cabecera cantonal de la parroquia, la cancha en estos momentos se encuentra en reconstrucción y ampliación para más funcionamientos.

- **Otros Servicios**

Debido a los escasos de facilidades turísticas que brinda la parroquia, se consideró necesario tomar en cuenta el servicio de venta de abarrotes o tiendas, teniendo un total de 5 tiendas ubicadas en la cabecera parroquial.

c. Infraestructura de servicios básicos

- **Transporte y accesibilidad**

Los medios de transporte que se puede acceder son mediante bus inter cantonal e interprovincial y otros medios de transporte local, se puede acceder por camioneta, taxi y motocicletas.

Tabla 7. Transporte de la Parroquia Yangana

	Cooperativa	Teléfono	Frecuencia	Costo
Interprovincial	Cooperativa Sur Oriente	2579019	16h30; 17:30	2.70\$
Interprovincial	Cooperativa de transporte unión Cariamanga	2570295	9H10; 12H30; 16H30	2,75 \$
Inter cantonal	Transporte Vilca Turis	2640065	5h30	2.70\$
Interprovincial	Cooperativa de transporte Yanzatza	254892	9h45	2.75\$
Interprovincial	Cooperativa Loja	2579014	6h45	2.30\$
Interprovincial	Cooperativa Nambija	2579018	10H00; 12H40	3,60\$
Local	Compañía de transporte Mixto Yangana S.A			Vilcabamba-Yangana-Loja 6\$

Fuente: Estudio de Campo

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi

- **Red vial**

La parroquia cuenta con cuatro categorías de vías:

- **Pavimentada o asfaltada, dos o más vías.**

Esta vía está contemplada en el cuarto eje vial del Ecuador; conecta la provincia de Loja con Zamora Chinchipe, y atraviesa de norte a sur a la parroquia Yangana, con una distancia de (34,20 Km). Esta vía conecta los sectores de Chalaca, Patinuma, Suro, Masanamaca, Anganuma y Cachiyacu.

- **Revestimiento suelto o ligero, dos o más vías**

Este tipo de vía comunica a los sectores de Atilio y Caracas con una distancia de 6,24 Km.

- **Revestimiento suelto o ligero, una vía**

Esta vía comunica desde Yangana a los sectores quebrada Seca, Marcopamba, La Elvira, San Gabriel y Comunidades. Y desde Masanamca al barrio Sangopata, con una longitud de 10,30 Km.

- **Camino de verano**

Esta vía conecta desde la Victoria a los sectores Maco, Botijas y hasta llegar a PNP, con una distancia aproximada de 16 km.

- **Caminos de herradura y senderos**

Son las que antiguamente se utilizaban para el tránsito peatonal o en acémilas y que comunicaban a los poblados entre sí. Estas vías tienen una distancia de aproximada 4,98 Km.

- **Calle**

Corresponde a las vías que se encuentran en el perímetro urbano de la cabecera, es decir el centro de la parroquia. Y tiene una distancia de 1,42 Km.

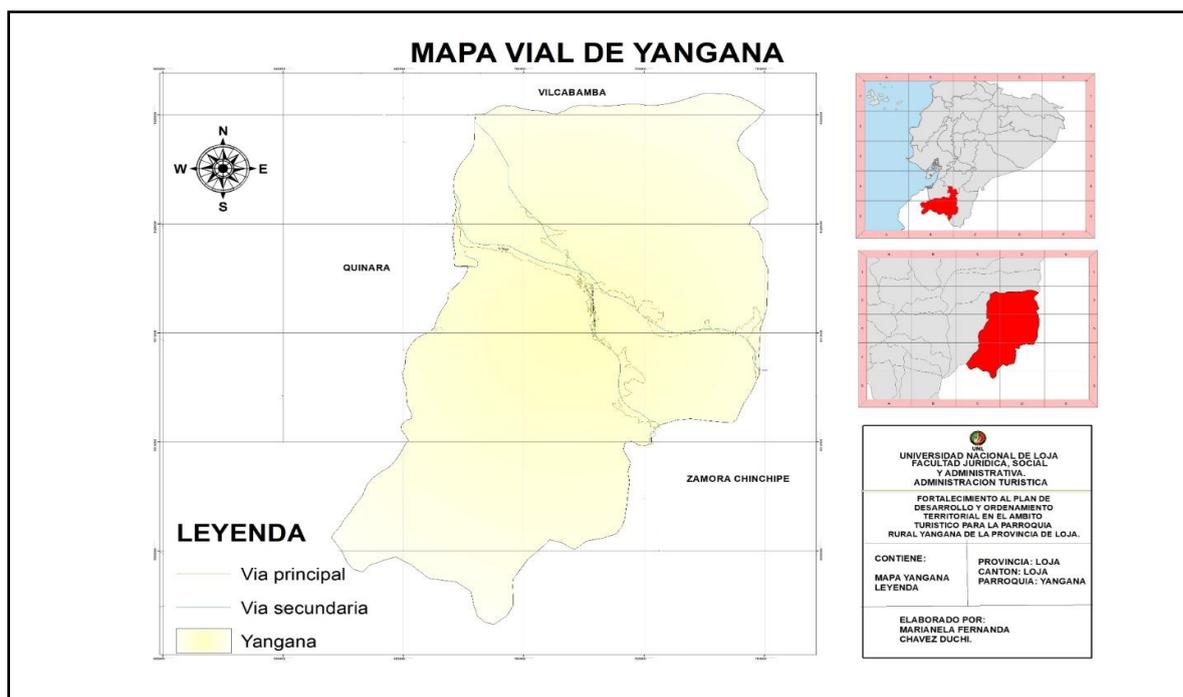
Tabla 8. Jerarquía Vial de la Parroquia.

Jerarquía vial	Tipo de vía	Longitud (km)
1er Orden	Pavimentada o asfaltada, dos o más vías	34,20
2do Orden	Revestimiento suelto o ligero, dos o más vías	6,34
3er Orden	Revestimiento suelto o ligero, una vía	10,30
4to Orden	Camino de verano	18,60
	Herradura	2,44
	Sendero	2,54
	Calle	1,42
	Puente	0,03
Total		75,87

Fuente: PDOT Parroquia Yangana (2019)

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Figura 4. Red Vial de la parroquia Yangana



Fuente: Instituto geográfico militar
Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi

- **Comunicaciones**

La parroquia cuenta con servicio de telefonía fija CNT; sin embargo, debido a la topografía irregular de la parroquia la señal de telefonía móvil es baja, lo cual dificulta la utilización de este servicio puesto que no existe una antena que provea del servicio.

En cuanto al servicio de internet en la cabecera parroquial existe el Infocentro parroquial, donde se brinda el servicio de internet gratuito a la población con un horario de atención de: 09H00 a 12H00 y de 13H00 a 18H00 de lunes a viernes.

En parroquia Yangana no se ha registrado antenas de telecomunicación destinada para telefonía celular, con base a información correspondiente a la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones – SENATEL (PDOT Cantonal, 2019).

- **Telefonía móvil**

Según el Censo de Población y Vivienda 2010 de los 401 hogares de la parroquia Yangana el 57,72 % poseen telefonía móvil y existe un 42,28 % de déficit de cobertura.

- **Telefonía fija**

Según el Censo de Población y Vivienda 2010 de los 401 hogares de la parroquia 131

Yangana, el 91,65 % presentan déficit de cobertura fija, mientras el 8,35 % de hogares se benefician del servicio de telefonía fija. En los talleres participativos los pobladores de la parroquia dieron a conocer que hasta la fecha se tiene la percepción que al menos el 30 % de hogares tienen acceso a telefonía fija, la que también puede incluir el servicio de internet.

- **Disponibilidad de Internet**

Según el Censo de Población y Vivienda 2010 de los 401 hogares de la parroquia Yangana, el 1,52 % poseen el servicio de Internet en sus viviendas, mientras que el resto de hogares presentan déficit en el servicio de internet.

- **Sanidad**

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Yangana 2011, la cabecera parroquial de Yangana cuenta con un sistema de agua potable el mismo que ha sido construido por la Municipalidad de Loja, en convenio con la Cruz Roja y la Comunidad en el año 1.998, cuya planta de tratamiento se ubica en la parte sur de la población y sobre la cota de los 1.865 msnm.

El sistema de distribución cuenta con un caudal de 8 l/s Y para la distribución se utiliza tuberías de PVC de 25, 40, 63, y 90 mm de 1 Mp de presión. El servicio es permanente y abastece a toda la población.

La comunidad con mayor cobertura del servicio de agua por red pública es la cabecera parroquial con 97 % de cobertura. Cabe señalar que existen otros asentamientos que poseen agua potable como Masanamaca y Suro. Los demás barrios que conforman la parroquia poseen agua entubada.

Según datos del Censo 2010, el 65,64 % de viviendas tienen acceso a la red pública de agua potable, el 34,35 % de viviendas no tiene servicio, de este porcentaje, el 30,51 % utiliza el agua de vertientes o quebradas que son captadas y conducidas sin tratamiento (agua cruda) hasta los diferentes tipos de viviendas.

La parroquia Yangana cuenta con servicios básicos, Agua potable, alcantarillado y energía eléctrica, sin embargo, en algunos barrios el abastecimiento de agua y alcantarillado es

escaso por lo cual su principal fuente de abasto en pozo, vertiente, agua lluvia como se explica en el siguiente cuadro:

Tabla 9. Procedencia del agua en las viviendas de la parroquia Yangana.

Procedencia principal del agua recibida					
Vivienda	De red pública	De pozo	De río, vertiente, acequia O canal	Otro (agua lluvia/albarrada)	Total
Total de casos	256	7	119	8	390
%	65,64	1,79	30,51	2,05	100

Fuente: PDOT Parroquia Yangana (2019)

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi

- **Sistema de alcantarillado**

Datos del Censo 2010, confirman la problemática de la eliminación de las aguas negras por la falta de alcantarillado, debido a que apenas un 30,26 % de viviendas de la parroquia está conectada a una red pública de alcantarillado, el 51,53 % está conectado a un pozo séptico o pozo ciego, el 1,79 % a letrina, y lo preocupante es que un 15,13 % de viviendas no tienen ninguna conexión para eliminación de excretas, lo que significa que los moradores de estas viviendas realizan sus necesidades a campo abierto.

Tabla 10. Tipo de conexión del servicio higiénico en las viviendas de la parroquia Yangana.

Tipo de servicio higiénico o escusado							
Viviendas	Conectado a red pública de alcantarillado	Conectado a pozo séptico	Conectado a pozo ciego	Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	Letrina	No tiene	Total
Total de Casos	118	124	77	5	7	59	390

Fuente: PDOT Parroquia Yangana (2019)

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi

El 70% de la población recibe el servicio de agua, a través de la red de agua entubada, la misma que es tratada con cloro para su distribución.

La mayoría de la población elimina sus excretas a la red pública de alcantarillado y a pozo séptico como presentamos en el siguiente cuadro:

- **Sistema de recolección de Basura**

Para la eliminación de los residuos sólidos, existen contenedores ubicados en dos puntos de la parroquia, en contenedor negro, donde se desecha todos los residuos no

degradables, y el contenedor verde para los residuos biodegradables. Una vez a la semana el camión recolector de la basura realiza el vaciado de estos y la basura es transportada a rellenos sanitarios.

Tabla 11. Eliminación de la basura en las viviendas de la parroquia Yangana

Tipo de eliminación de basura	Vivienda	Porcentaje
Carro recolector	143	36.67%
terreno baldío o quebrada	63	16.15%
Incineración o entierro	179	45.90%
Otra forma	5	1.28%
Total	390	100%

Fuente: PDOT Parroquia Yangana (2019)

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi

El Sub-Centro de salud de la parroquia, fue creado el 21 de septiembre de 1993, ubicado en la Av. Ángel Felicísimo Rojas y Leónidas Tamay. Actualmente presta el servicio de salud preventiva y cuenta con Medico Rural, Odontólogo Rural, Auxiliar de Enfermería y un Técnico de atención prioritaria para la realización de visitas médicas domiciliarias.

- **Energía**

La parroquia Yangana cuenta con dos sub-líneas de transmisión eléctrica:

- Sublínea de transmisión eléctrica Yangana – Zumba
- Sublínea de transmisión eléctrica Vilcabamba- Masanamaca

De acuerdo al Censo 2010 la cobertura del servicio eléctrico en la parroquia Yangana es alta con el 96% pero se podría mejorar esta cobertura puesto que 4% no tiene carece del mismo.

Tabla 12. Servicio de Energía Eléctrica en la parroquia Yangana.

Procedencia de luz eléctrica			
Vivienda	Red de empresa eléctrica de servicio público	No tiene	Total
Total de casos	374	16	390
%	95,90	4,10	100

Fuente: PDOT Parroquia Yangana (2019)

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi

d. Gobernanza

La parroquia Yangana, cuenta con la presencia de la Junta Parroquial, El comité de Barrios, Directiva comunitaria, Organizaciones Religiosas, Clubes, Asociaciones de turismo, Asociación de Ganaderos, Asociaciones de agricultores.

Actualmente recibe el apoyo de instituciones gubernamentales como son el Municipio de Loja, el Consejo Provincial, el INPC., el Ministerio de Turismo.

Las instituciones que han apoyado a la comunidad para su desarrollo son las siguientes:

Tabla 13. Servicio de Energía Eléctrica en la parroquia Yangana.

Institución	Nombre	Desde	Hasta	Actividad
Público	Municipio de Loja	2 de octubre	02 de octubre	Trasportes turísticos. Yangana visita a atractivos

Fuente: Presidente de la Junta parroquial de la parroquia Yangana

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi

La Parroquia cuenta con el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial actualización del año 2019-2023. Según el (PDOT) de la parroquia Yangana existen Organizaciones legalizadas y no legalizadas como presentamos en los siguientes cuadros:

Tabla 14. Organizaciones legalizadas

Organización	Actividad Económica	Socios	Ubicación
Asociación de Servicios de Emprendedores 19 de Mayo de la Parroquia Yangana "Asoserempay"	Servicios	5	Centro del poblado
Asociación de Producción Agropecuaria Señor de La Buena Muerte de Yangana Asoproamuary	Agropecuarios	54	Centro del poblado

Fuente: PDOT Parroquia Yangana (2019)

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Tabla 15. Organizaciones legalizadas por el MTOP (Ministerio de transporte y obras públicas)

Organización	Actividad Económica	Socios	Ubicación
Asociación de conservación vial "Los caminantes"	Mantenimiento vial	15	Yangana
Microempresa de conservación vial "Los Estoraques"	Mantenimiento vial	12	Yangana

Fuente: PDOT Parroquia Yangana (2019)

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Tabla 16. Organizaciones no legalizadas

Organización	Actividad Económica	Socios	Ubicación
Asociación de granadilleros	Producción y comercialización	17	Yangana
Asociación de productos lácteos	Producción y comercialización	24	Yangana

Asociación de apicultores	Producción y comercialización	15	Yangana
---------------------------	-------------------------------	----	---------

Fuente: PDOT Parroquia Yangana (2019)

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi

e. Comunidad receptora.

La actividad principal que se dedica la población es el cultivo de productos alimenticios de la zona como: cereales, cultivos como el maíz y el fréjol que son los principales productos tanto en la parte alta como en el valle.

Estos productos sirven para los consumos familiares, para la manutención de cerdos, aves de corral y aún para comercializarlos, Los suelos son también muy aptos para el cultivo de otros cereales como la cebada, trigo, lenteja, arveja y otros. Sus terrenos son de producción temporal razón por la que no se puede dar una cifra exacta de producción agrícola anual.

A continuación, presentamos un cuadro de más actividades de producción de la parroquia:

Tabla 17. Actividades de la parroquia Yangana

Actividad	Población	Porcentaje
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	322	52%
Industrias manufactureras	21	3%
Construcción	124	20%
Comercio al por mayor y menor	23	4%
Transporte y almacenamiento	14	2%
Enseñanza	12	2%
Administración pública y defensa	24	4%
Actividades de los hogares como empleados	11	2%
Otras actividades	56	9%
Trabajo Nuevo	15	2%
TOTAL	622	100%

Fuente: PDOT Parroquia Yangana (2019)

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi.

Las tres actividades productivas más rentables de la comunidad son la elaboración o fabricación de lácteos como es el queso y yogurt, la producción de granadilla por parte de los agricultores de la parroquia y la producción de café.

Los tipos de actividad en las que participa la comunidad son asambleas comunitarias o parroquiales, donde se reúnen los representantes sociales y barriales una sola vez al año para avalar los aspectos significativos del desarrollo parroquial.

A continuación, presentamos un cuadro de las asambleas que se encuentran funcionando para el desarrollo y progreso de la comunidad:

Tabla 18. Asambleas Parroquiales

Asamblea	Descripción
Asamblea Parroquial	Los representantes sociales donde se reúnen una sola vez al año para garantizar los aspectos relevantes del desarrollo parroquial.
Consejo Parroquial de Planificación Participativa	Se encarga de la programación y gestión de las actividades de la parroquia
Coordinación con organizaciones y líderes parroquiales	Mantener el contacto y coordinación con los mecanismos de organización social-barrial de la parroquia con información y consulta de la gestión territorial
De los mecanismos de participación ciudadana en la gestión pública	Audiencias públicas, con el propósito de participar en el debate y en la toma de decisiones

Fuente: PDOT Parroquia Yangana (2019)

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi.

Actitud de la comunidad hacia la actividad turística

En la parroquia existe afluencia de turistas sin embargo no existe un control de registro estadístico de turistas, los únicos datos otorgados por el grupo de turismo comunitario de 10 turistas aproximadamente por fin de semana antes de la situación de pandemia

La época en donde existe mayor afluencia de turistas locales, nacionales y extranjeros es durante el desarrollo de la fiesta del señor de la Buena Muerte que se celebra el primer domingo de octubre de cada año.

Los turistas que acuden a la parroquia son excursionista de paso, debido a la poca existencia de servicios dentro de la parroquia lo cual no le permite pernoctar en la parroquia, por ende, se da la dispersión a las parroquias aledañas lo cual provoca una fuga de recursos económico.

6.1.2. Inventario de atractivos turísticos de la Parroquia Yangana.

Según el PDOT de la parroquia Yangana la parroquia Yangana cuenta con los siguientes atractivos turísticos:

Tabla 19. Inventario de atractivos Naturales y Culturales de la Parroquia Yangana.

N°	NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	UBICACIÓN
01	Estoraques	Atractivos Naturales	Formaciones geomorfológicas	Estoraques	Barrio Suro
02	Cerro Toledo	Atractivos Naturales	Montañas	Cerro	Al este de la parroquia de Yangana
03	Cascada de Suro 1	Atractivos Naturales	Ríos	Cascadas	Barrio Suro
04	Cascada de Suro 2	Atractivos Naturales	Ríos	Cascadas	Barrio Suro
05	La Chorrera	Atractivos Naturales	Ríos	Cascadas	Sector Chiriguana
06	Cascada Pedro Aldaz	Atractivos Naturales	Ríos	Cascadas	Sector Pedro Aldaz
07	Chorrera de Anganuma	Atractivos Naturales	Ríos	Cascadas	Sector Anganuma
08	Cascada Cresta de Gallo	Atractivos Naturales	Ríos	Cascadas	PNP
09	Cascada Cascarilla	Atractivos Naturales	Ríos	Cascadas	Sector Pedro Aldaz
10	Lagunas El Pajón	Atractivos Naturales	Ambientes Lacustrés	Lagunas	Cerro Toledo sector el Pajón
11	Rio Yanga	Atractivos Naturales	Ríos	Rio	Parroquia Yangana
12	Aguas sulfurosas	Atractivos Naturales	Aguas subterráneas	Manantial de Agua Mineral	Sector Cachiyacu

13	Iglesia Santuario del Señor de la Buena Muerte	Atractivos Culturales	Arquitectura	Histórica / Vernácula	Cabecera parroquial de Yangana
14	Churos , (Sector Pangua, Yaguana, Guarami, Nanaro, Cachiyacu)	Atractivos Culturales	Históricas	Áreas arqueológicas	Barrio Suro, Elvira y sector Cachiyacu
15	Piedra de los Siete Huecos	Atractivos Culturales	Históricas	Áreas arqueológicas	Sector Cachi yacu
16	Elaboración de queso	Atractivos Culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	Cabecera parroquial de Yangana
17	Elaboración del licor de granadilla	Atractivos Culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	Barrio Zuro
18	Elaboración del Chuno	Atractivos Culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	Cabecera parroquial de Yangana
19	Elaboración de panela	Atractivos Culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	Barrio Comunidades
20	Hacienda Cachi yacu	Atractivos Culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Centros Agropecuarios y pesqueros	Sector Cachi yacu
21	Casa Hacienda LASOFIA	Atractivos Culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Centros Agropecuarios y pesqueros	Barrio Comunidades
22	Pesca deportiva	Atractivos Culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Centros Agropecuarios y pesqueros	Sector Anganuma

23	Quinta Evita	Atractivos Culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Centros Agropecuarios y pesqueros	
24	Hacienda San Gabriel	Atractivos Culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Centros Agropecuarios y pesqueros	

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Para culminar el primer objetivo específico se detallan las fichas de resumen de los atractivos naturales y culturales. Las fichas que se muestran son las que fueron priorizadas por la metodología de la mancomunidad bosque seco. Se consideraron en función a que cuentan con los requisitos mínimos de infraestructura turística y servicios básicos.

Tabla 20. Ficha resumen de atractivo natural Estoraques

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Estoraques		II
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Sitio Natural	Fenómeno Geológico	Estoraques
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Yangana
<p>Figura 4. Estoraques</p>  <p>Fuente y elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi</p>		<p>Ubicación :</p> <p>Se encuentran ubicados a 1.84 km de distancia aproximadamente del barrio Suro de la parroquia de Yangana del cantón Loja a la altura del Cuarto Eje Vial</p> <p>Coordenadas:</p> <p>-4.33090, -79.20035</p>
Características:		
<p>Los estoraques también conocidos por los habitantes como la “Catedral del Suro”, son característicos de desierto producto de una erosión acelerada, como el agua, el viento y el sol, estos conforman columnas, torres, colinas y crestas montañosas grandes, tienen afinidad con los matorrales de la costa del caribe y de algunos valles secos</p>		

<p>interandinos son riscos de piedra natural que se encuentran ubicados a lo largo del Cuarto Eje Vial (Vilcabamba-Bellavista-Zumba-La Balsa), este atractivo tiene facilidad de transporte durante todo el año, se encuentran ubicados en la propiedad del Sr. Felipe Jaramillo Maldonado y poseen una belleza paisajística única. Dentro de la flora se puede apreciar de las especies como: Faique (<i>Acacia Macrantha</i>); Moshquera (<i>Croton wagneri</i>). En cuanto a fauna se encuentran: Ardillas (<i>Sciurus granatensis</i>); Chucurillo (<i>Mustela frenata</i>); Colibrí (<i>Colibri coruscans</i>); Tórtola (<i>Zenaida auriculata</i>); Colambo (<i>Clelia clelia</i>); Coral (<i>Micrurus sp</i>); Lagartija (<i>Pholidobolus montium</i>). Tiene un potencial turístico muy alto ya que estas son muy atractivos y estimulan la imaginación de las personas para describir en ellas como rompecabezas, figuras de animales, personas y objetos.</p>
<p>Recomendaciones Llevar cámara fotográfica Usar zapatos cómodos Usar bloqueador solar y repelente. Llevar gorra de sol Lleva botella de agua</p>
<p>Actividades Turísticas Fotografía Caminatas Camping</p>

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Tabla 21. Ficha resumen de atractivo Natural Rio Yangana

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Rio Yangana		II
CATEGORIA:	TIPO:	SUBTIPO:
Sitio Natural	Rio	Rio
PROVINCIA:	CANTON:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Parroquia Yangana
<p>Figura 5. Rio Yangana</p> 		<p>Ubicación: La parroquia Yangana se encuentra rodeada de importantes afluentes de agua.</p> <p>Coordenadas: -4.362394, -79.176951</p>
<p>Fuente y elaboración: Marianela Chávez</p>		

<p>Características:</p> <p>El río Yangana posee aguas cristalinas que adornan el paisaje Yanganense y da vida a la actividad agrícola, para depositar sus aguas en el Río Piscopamba</p> <p>A lo largo del río se divisan huertos con plantaciones de cafetos, cañaverales, naranjos y limones, como también variedad de animales como patos, conejos, guachacas que se pueden observar en la noche, vacas, toros entre otras.</p> <p>Las microcuencas de la parroquia Yangana son de gran importancia para la localidad, se constituyen en el principal afluente para el desarrollo de la producción agrícola y ganadera, entre los ríos que forman parte de la parroquia: Río Maco, Río Cachiyacu, Río Chiriguana, Río Guaranumaca, Río Santa cruz, Río Yaguana, Río Piscobamba, Río Masanamaca.</p> <p>Según el Plan de desarrollo y ordenamiento de la parroquia Yangana (2015), la parroquia se constituye prácticamente en una cuenca, en donde todos los drenajes naturales escurren desde las partes altas hacia los ríos Masanamaca, Yangana y río Palmira. Aguas abajo en el barrio Comunidades pertenecen a la parroquia se unen estos ríos y forman el río Piscobamba.</p>
<p>Recomendaciones</p> <p>Llevar cámara fotográfica</p> <p>Usar zapatos cómodos de preferencia botas de caucho</p> <p>Usar bloqueador solar y repelente.</p> <p>Llevar gorra de sol</p> <p>Llevar botella de agua</p>
<p>Actividades Turísticas</p> <p>Fotografía</p> <p>Caminatas</p> <p>Observación de flora y fauna</p> <p>Ciclismo</p>

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchí

Tabla 22. Ficha resumen de atractivo Cultural Iglesia Yangana

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Iglesia Santuario del Señor de la Buena Muerte		II
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestación cultural	Históricas	Arquitectura religiosa
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Parroquia Yangana
<p>Figura 6. Iglesia Santuario de la Buena Muerte</p>		<p>Ubicación:</p> <p>Se encuentra ubicado en la cabecera cantonal de la parroquia en las calles</p>



Fuente y elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Coordenadas:

-4.36281; -79.17465

Características:

La Iglesia del Señor de La Buena Muerte fue construida primeramente como un templo de una sola nave para venerar a la imagen con un estilo colonial, con una dimensión aproximadamente de 30 metros de largo, 12 metros de ancho y unos 10 metros de altura; un estilo eminentemente barroco y pintando su interior al fino estilo colonial a petición del Padre Fernando de La Vega en el sitio que ahora se encuentran las canchas deportivas. En la actualidad existe una Iglesia construida alrededor de 1930 a 1940 aproximadamente, de estilo ecléctico, posee una fachada simétrica que denota su conformación volumétrica en tres naves, la fachada posee elementos decorativos como; arcadas, imposta, claves, torres que rematan en agujas, cúpula radial que se levanta sobre el coro y un retablo antiguo de madera de tipo colonial que fue restaurado hace 3 años por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural ubicada en el centro del poblado frente al parque, cuya obra fue posible con la ayuda de sus devotos. En la Iglesia se venera a la Imagen del Señor de La Buena Muerte la misma que fue traída por el Padre Fernando de La Vega, cuya creación es del escultor Diego de Robles Núñez en el año de 1588 al igual que la Virgen del Cisne, Quinche y Guápulo. Según cuenta la historia la Imagen del Señor de la Buena Muerte fue tallada al norte del Ecuador donde hoy es la parroquia del Quinche ubicada al este de la ciudad de Quito, en la cual perduró por más de un siglo, posteriormente se la trasladó a Quito para ser venerado en el templo de los Jesuitas en donde permaneció por el lapso de 53 años. El Rey de España de ese entonces ordena al Padre Fernando de La Vega a trasladarse a Cuxibamba - Loja después a Valladolid con la imagen para agrandar la fe católica de los pocos españoles que estaban por los sectores de Loyola, Vergel, San Antonio de Las Montañas y la Canela. Pero por el mal temporal solo pudieron llegar hasta las cercanías del Nudo de Sabanilla tocándoles pernoctar en Yangana por los meses de enero a septiembre en donde ordenó la construcción de un templo para venerar a la imagen por el año de 1749. Desde ese entonces hasta la actualidad se venera la Imagen del Señor de La Buena Muerte siendo la segunda romería de la provincia de Loja después de la Virgen de El Cisne. La misma que se la celebra el primer domingo de octubre de cada año con carácter religioso principalmente, cultural, social, agrícola, ganadero y deportivo. A la fiesta religiosa asisten aproximadamente 5.000 feligreses de todas partes de la provincia, país y otros países a pedirle y agradecerle por los milagros recibidos. (Gad Parroquial Yangana, 2015)

<p>Recomendaciones</p> <p>Llevar cámara fotográfica</p> <p>Usar zapatos cómodos</p> <p>Usar bloqueador solar</p> <p>Llevar gorra de sol</p> <p>Llevar botella de agua</p>
<p>Actividades Turísticas</p> <p>Fotografía</p>

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Tabla 23. Ficha resumen de atractivo Piedra siete Huecos

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Piedra de los siete huecos		II
CATEGORIA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestación cultural	Históricas	Sitios y Zonas arqueológicas
PROVINCIA:	CANTON:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Sector Cachiyacu – Yangana

Figura 7. Siete Huecos



Fuente y elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Ubicación:

Se encuentra ubicada en el sector Cachiyacu a 4.64 km de distancia aproximadamente de la parte céntrica de la parroquia Yangana

Coordenadas:

-4.3985491, -79.16379

Características:

La Piedra de los Sietes Huecos está compuesta por siete orificios de distintas dimensiones y se la localiza a 4.64 km de distancia aproximadamente de la parte céntrica de la parroquia, este atractivo se ubica dentro de la propiedad del Sr. Jorge Pardo a lado del Río Cachiyac

El ingreso para la visita a este atractivo se accede desde el Cuarto Eje Vial (Vilcabamba-Bellavista-Zumba-La Balsa) por el lapso de 1.17 km de distancia, y

<p>atravesando por un puente de troncos de árboles que ayudan al trasladarse y poder cruzar de un lado del río hacia el otro.</p> <p>Se debe tener cuidado porque existe ramas de plantas que pueden ser peligrosas y poder cortar, por el motivo que se recomiendan ir con ropa tapada para poder evitar cortaduras en brazos. Cuellos o cara.</p> <p>Se supone que en los orificios los Incas lavaban el cuarzo; de igual manera los moradores del lugar chancaban1 bloques de sal al momento que pasaban por el sitio con su ganado.</p> <p>Entre la flora y fauna que se puede observar la mayoría de sembríos de pinos y animales como chontas y osos.</p>
<p>Recomendaciones</p> <p>Llevar cámara fotográfica</p> <p>Usar zapatos cómodos de preferencia botas de caucho</p> <p>Usar bloqueador solar y repelente.</p> <p>Llevar gorra de sol</p> <p>Lleva botella de agua</p>
<p>Actividades Turísticas</p> <p>Fotografía</p> <p>Caminatas</p> <p>Observación de flora y fauna</p>

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Tabla 24. Ficha resumen de elaboración del queso

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Elaboración de queso		II
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Atractivo cultural	Acervo cultural y popular	Gastronomía
PROVINCIA:	CANTON:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Yangana

Figura 8. Elaboración de queso



Fuente y elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Ubicación:

Se encuentra ubicado en la cabeza cantonal de la parroquia Yangana, Mercado central.

Coordenadas:

-4.2646430470, -79.17591197

Características:

El Queso de Yangana se realiza en la planta de lácteos de la parroquia, conformado por la asociación de productores agropecuarios Señor de la Buena Muerte.

El procedimiento del queso se realiza por medio de la recepción de la leche, mediante pruebas de análisis y del ph para controlar la acides, posterior a ello se realiza la medición y colación de la leche para que se queden las impurezas y poder pasteurizar, después de ello se somete a temperaturas altas, para poder cuajar, una vez cuajada se realiza los cortes respectivos y se separa el suero con la cuajada, mediante este proceso se obtiene el quesillo y se proceden a escurrir, siguiente a ello procede a moler y a moldear para tener final mente el queso y poder empacar y colocar en sus respectivas estanterías.

Este queso es fabricado con materia prima del ganado propia de la parroquia y es comercializada a nivel local como nacional.

Los beneficiarios son tanto directos como indirectos, como productores locales de la materia prima.

De igual manera están emprendiendo con más productos de lácteos y quesos de diferentes sabores y procedimientos de elaboración.

Recomendaciones

Llevar cámara fotografía
Ropa cómoda

Actividades Turísticas

Degustación de alimentos
Turismo gastronómico

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Tabla 25. Ficha resumen de elaboración del chuno

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Elaboración de Chuno		I
CATEGORIA:	TIPO:	SUBTIPO:
Atractivo cultural	Acervo ccultural y popular	Gastronomía
PROVINCIA:	CANTON:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Yangana
<p>Figura 9. Elaboración de chuno</p>  <p>Fuente y elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi</p>		<p>Ubicación:</p> <p>Se encuentra ubicado en la cabeza cantonal de la parroquia Yangana, Mercado central.</p> <p>Coordenadas:</p> <p>-4.365301183, -79.177241775</p>
<p>Características:</p> <p>La elaboración de chuno es muy tradicional en la parroquia, sin embargo, son pocas las personas que realizan este procedimiento y elaboración.</p> <p>La elaboración de chuno se empieza primeramente por el cultivo de la tierra, se siembra la chira, una vez sembrada la chira se espera que aparezca aproximadamente unas cuantas hojas para ser deshierbada, siguiente a eso cuando crezca la planta y en época de luna llena se acorrala, tradición y creencia para el cultivo de esta planta por parte de las personas que realizan este producto, después de este procedimiento dejan que maduren y esperan a la tercera flor para ser cosechada, una vez cosechada se la desbarba o pela el tallo tubérculo para ser molida y cernida, síguete a eso se desagua con agua bien limpia y finalmente se procede a secar para sacar a la venta .</p> <p>Este producto es comprado principalmente por los moradores de la parroquia y de lugares aledaños como Valladolid, Palanda y por personas de la ciudad de Loja, ya que este alimento es conocido por sus propiedades sanadoras de enfermedades como la gastritis, de igual manera para la elaboración y venta de bizcochuelos, coladas, tortillas, entre otros.</p>		

<p>Recomendaciones Llevar cámara fotografía Ropa cómoda</p>
<p>Actividades Turísticas Degustación de alimentos Turismo gastronómico</p>

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Tabla 26. Ficha resumen de elaboración de la panela

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Elaboración de Panela		II
CATEGORIA:	TIPO:	SUBTIPO:
Atractivo cultural	Acervo cultural y popular	Gastronomía
PROVINCIA:	CANTON:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Yangana

Figura 10. Elaboración de queso



Fuente y elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Ubicación:

Km 56 vía antigua a Yangana, barrio comunidades.

Coordenadas:

-4.343485, -79.221729

Características:

La elaboración de la panela en la parroquia Yangana se realiza en la hacienda LASOFIA, esta cuenta con la fábrica y trabajadores que realizan esta elaboración. Para la elaboración de la panela primeramente se realiza el cultivo y cosecha de la caña de azúcar que se obtiene de las plantaciones de la misma hacienda, siguiente a ello se procede a moler la caña en sus respectivas máquinas para luego ser enviadas a las tinajas donde se cocina el líquido a temperaturas altas, este procedimiento se realiza en varios pasos hasta la obtención de la miel de panela, una vez que esté en

<p>el punto se procede a vaciar en otra tina de madera donde se tiene q mover constantemente hasta que se espese y enfrié un poco, para finalizar se colocan el producto en los moldes de panela para que se enfrié total mente y estén listas los bloques de panelas para la venta.</p>
<p>Recomendaciones Llevar cámara fotografía Ropa cómoda</p>
<p>Actividades Turísticas Degustación de alimentos Turismo gastronómico</p>

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Tabla 27. Ficha resumen de elaboración de licor de granadilla

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Elaboración del licor de Granadilla		II
CATEGORIA:	TIPO:	SUBTIPO:
Atractivo cultural	Acervo cultural y popular	Gastronomía
PROVINCIA:	CANTON:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Yangana

Figura 11. Licor de granadilla



Fuente y elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Ubicación:

En el barrio Suro de la parroquia Yangana, vía principal.

Coordenadas:

-4.343485, -79.221729

Características:

El licor de granadilla elaborado por el Señor Rogelio Armijos, es un emprendimiento que poco a poco se va desarrollando y dando a conocer al público, este procedimiento se realiza propiamente con la granadilla cosechada en la parroquia, posterior a ello se realiza la extracción de la pulpa, y con sus respectivos procedimientos se procede a combinar con el alcohol destilado para luego ser sacado a la venta.

Este licor ha concursado varias veces en ferias de emprendimientos.

Cuenta con una página de Facebook donde puede ser contactado para la obtención del producto

<p>Recomendaciones Llevar ropa cómoda Llevar cámara fotográfica</p>
<p>Actividades Turísticas Degustación del producto</p>

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Tabla 28. Ficha resumen propiedad del Sr. Javier Bermeo

Nombre del atractivo:		JERARQUIA:
Pesca Deportiva		II
CATEGORIA:	TIPO:	SUBTIPO:
Atractivo Cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Centros Agropecuarios y pesqueros
PROVINCIA:	CANTON:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Yangana

Figura 12. Pesca deportiva



Fuente y elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Ubicación:

Se encuentra ubicado en la carretera principal del Eje vial a 5km de la cabecera cantonal de la parroquia Yangana.

Coordenadas:

-4.381655, -79.172109

Características:

La propiedad del Sr. Javier Bermeo se encuentra ubicada en la carretera principal del Eje vial a 5km de la cabecera cantonal de la parroquia Yangana, que ayuda a la facilidad y acceso al lugar, cuenta con espacios cómodos para la realización de pesca deportiva, cuenta con una piscina de agua natural y dos piscinas artificiales, sin embargo, por el descuido y despreocupación no están en buen estado y en la actualidad no cuenta con productos o peces para la realización de la actividad.

Está interesado en la actividad de turismo que se pueda generar en su propiedad, como el interés de poder invertir para infraestructura, siempre y cuando tengas apoyo con préstamos a bajo interés para estas actividades, y así poder brindar los servicios brindando las actividades como pesca deportiva, siembra y venta de granadillas, también tiene toda la disponibilidad para el Desarrollo del turismo.

<p>Recomendaciones Llevar ropa cómoda Llevar cámara fotográfica</p>
<p>Actividades Turísticas Pesca Deportiva</p>

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Tabla 29. Ficha resumen Quinta Evita

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Quinta Evita		II
CATEGORIA:	TIPO:	SUBTIPO:
Atractivo Cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Centros Agropecuarios y pesqueros
PROVINCIA:	CANTON:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Yangana

Figura 13. Quinta Evita



Fuente y elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Ubicación:

Se encuentra ubicado a 2.4 Km, desde el centro de la parroquia Yangana

Coordenadas:

-4.367062, -79.171487

Características:

Quinta Evita, Finca del Sr. Trusman Ochoa está orientado a la producción de granadilla y producción de miel de abeja, cuenta con la facilidad de ingreso a la finca, ubicada el sector Sector Surunguche, a 2.4 km aproximadamente por vía a cerro Toledo, y a 35 minutos caminando y 6 min en transporte desde el centro de la parroquia.

Quinta evita cuenta con espacios de cultivo de granadilla, que son cultivas y cosechados para la venta. Esta cosecha se realiza durante el año solo dos veces.

Adicional a esto, se dedica a la producción de miel de abeja, utilizando métodos poco comunes.

Esta dispuesto a sumarse a propuesta turística por la variedad de producción de la misma, del mismo modo está dispuesto y a participar en proyectos que apoyen al desarrollo del turismo para la parroquia.

<p>Recomendaciones Llevar ropa cómoda Llevar cámara fotográfica Zapatos cómodos, preferencias botas de caucho</p>
<p>Actividades Turísticas Agroturismo</p>

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Tabla 30. Ficha resumen Hacienda San Gabriel

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Hacienda San Gabriel		II
CATEGORIA:	TIPO:	SUBTIPO:
Atractivo Cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Centros Agropecuarios y pesqueros
PROVINCIA:	CANTON:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Yangana

Figura 14. Hacienda San Gabriel



Fuente y elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Ubicación:

Se encuentra ubicado Km 56, vía antigua a Yangana, barrio comunidades.

Coordenadas:

-4.353680, -79.220560

Características:

La hacienda San Gabriel es una hacienda de producción de café y caña, que es vendida al parroquia Quinara para la producción de panela y el café cosechado y procesado artesanalmente para el consumo humano

Presta los servicios de hospedaje, alimentación y eventos programados por grupos de personas, cuenta con la infraestructura adecuada para prestar estos servicios, se encuentra ubicado en el Km 56, vía antigua a Yangana en el Barrio Comunidades, de la parroquia Yangana, la hacienda cuenta con espacios cómodos de estacionamiento, área de cabañas con sus respectivas cocinas, área de camping, juegos, área de asados, área de fogata, , también cuenta con

dos senderos que se están adecuando y realizando su respectiva señalización, uno de ellos es dirigido al lugar llamado el Jurupe, un bosque de faique. También presta el servicio de alquiler de carpas, para el área de camping. Está disponible para prestar los servicios de su hacienda y contribuir con el desarrollo del turismo de la parroquia

Las reservaciones se realizan con previa cita.

Cuenta con una página de Facebook: haciendaSanGabrelLoja

Cuentan con proyecto de piscina y habilitar el servicio de zona de camping

Se iglesia se encuentra en restauración.

Recomendaciones

Llevar ropa cómoda

Llevar cámara fotográfica

Zapatos cómodos

Actividades Turísticas

Camping

Senderismo

Agroturismo

Fotografía

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Tabla 31. Ficha resumen Casa Hacienda LASOFIA

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Casa Hacienda LASOFIA		II
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Atractivo Cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Centros Agropecuarios y pesqueros
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Yangana

Figura 15. Casa Hacienda LASOFIA



Fuente y elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Ubicación:

se encuentra se encuentra ubicado en el Km 56, vía antigua a Yangana en el Barrio Comunidades

Coordenadas:

-4.343485, -79.221729

<p>Características:</p> <p>Casa Hacienda LASOFIA se encuentra se encuentra ubicado en el Km 56, vía antigua a Yangana en el Barrio Comunidades, cuenta con espacios cómodos para realizar actividades como picnic, camping y piscina</p> <p>Se realiza el cultivo de la caña y la elaboración de la panela ya que cuenta con la fábrica en las instalaciones de la hacienda y un poco de la cosecha de café.</p> <p>La casa hacienda LASOFIA en varias ocasiones ha prestado los servicios de hospedaje y restauración en las instalaciones de la casa con referencias de personas conocidas.</p> <p>Aún no cuenta con la infraestructura adecuada para proponer un servicio de hostería porque no cuenta con muchas habitaciones para el hospedaje.</p> <p>Recomienda paseos en caballos, caminatas, visitas al río, y solicitar préstamos con bajos intereses para poder mejorar las instalaciones de los lugares que brindan o están dispuestos a dar este tipo de servicios</p>
<p>Recomendaciones</p> <p>Llevar ropa cómoda</p> <p>Llevar cámara fotográfica.</p> <p>Zapatos cómodos</p>
<p>Actividades Turísticas</p> <p>Fotografía</p> <p>Descanso</p>

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Tabla 32. Ficha resumen Hacienda Cachiyacu

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Hacienda Cachiyacu		II
CATEGORIA:	TIPO:	SUBTIPO:
Atractivo Cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Centros Agropecuarios y pesqueros
PROVINCIA:	CANTON:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Yangana

<p>Figura 16. Hacienda Cachiyacu</p>  <p>Fuente y elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi</p>	<p>Ubicación:</p> <p>Cachiyacu se ubica en el Km 10 vía Palanda, a 10 min desde el la parroquia Yangana</p> <p>Coordenadas:</p> <p>-4.39737183, -79.16009995</p>
<p>Características:</p> <p>La Hacienda Cachiyacu se ubica en el Km 10 vía Palanda, En la hacienda Cachiyacu se da la producción Agrícola y la crianza de Ganado. Esta hacienda cuenta con un gran potencial turístico, ya que cuenta las facilidades y las instalaciones para poder ofrecer estos servicios, sin embargo, por el momento no seta disponible, no cuenta con el mantenimiento adecuado, la hacienda cuenta con u área de hospedaje, canchas de deportiva, piscina con sauna, turco e hidromasaje, un salón de pela de gallos y una zona de crianza de animales de gallos finos. Dentro de la propiedad se encuentran los atractivos como la piedra de siete huecos y el agua sal, que da un plus a la hacienda y al desarrollo del turismo para la parroquia.</p>	
<p>Recomendaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> Llevar ropa cómoda Llevar cámara fotográfica Zapatos cómodos 	
<p>Actividades Turísticas</p> <ul style="list-style-type: none"> Senderismo Descanso Camping 	

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi

6.1.3. Análisis de la entrevista.

La entrevista en el primer objetivo se realizó con la finalidad de analizar la predisponibilidad de las autoridades y propietarios turísticos de haciendas y restaurantes.

Lic. Cosme Ochoa

¿Está de acuerdo a que se desarrolle un estudio de fortalecimiento turístico en la parroquia Yangana?

El entrevistado manifestó que actualmente los atractivos turísticos naturales y culturales están descuidados y que por falta de la identificación de recursos turísticos no ha sido posible promocionarlos, por lo tanto, está de acuerdo a que se realice la investigación.

¿Qué beneficios cree usted puede traer el fortalecimiento turístico del PDOT?

Los beneficios que manifestó serían que la parroquia cuente con una línea base de los recursos para que a futuro las autoridades tomen iniciativas para implementar estrategias y proyectos turísticos.

¿Cuáles sería el aporte como autoridad para el fortalecimiento turístico?

El aporte como autoridad sería gestionar con empresas tanto privadas como públicas para el desarrollo de las capacitaciones para los servidores turísticos.

¿Qué estrategias considera que se deben implementar en la parroquia para el fortalecimiento?

Las estrategias que considero que se deben implementar son las capacitaciones para los emprendimientos que se están desarrollando dentro de la parroquia.

¿Qué estrategias se ha implementado en la actualidad para fortalecer el turismo?

Manifestó que en la actualidad no se ha implementado estrategias para el fortalecimiento turístico del PDOT. Ya que los recursos que existen en la parroquia se encuentran en propiedad privada por el motivo de que no se puede invertir económicamente.

¿Cuáles son los emprendimientos turísticos que tienen potencial?

Los emprendimientos que tienen potencial turístico en estos momentos es la producción de granadilla y la elaboración de queso, ya que cuenta con una fábrica de lácteos donde elaboran el famoso queso de la parroquia.

- **Síntesis de las entrevistas a los prestadores de servicios turísticos**

Las entrevistas fueron aplicadas a 5 personas que son los prestadores de servicio turísticos de la parroquia de manera presencial en fecha 1 y 2 de junio del 2021: Sra. Beatriz Sarmiento Sarango, Sra. Yanganita, Sra. Clavidia Patiño, Sra. Dalila Cueva y Sr. Trusman Ochoa, quienes son los involucrados en dar los servicios de restauración y hospedaje en la parroquia.

Usted conoce atractivos o recursos turísticos de la parroquia Yangana, donde las personas llegan a visitar

Las personas que fueron entrevistados mencionaron que existen lugares con gran potencial turístico entre ellas cascadas, riachuelos que se prestan para desarrollar actividades de recreación acuática en épocas de feriado.

Usted cree que existe turismo en la parroquia de Yangana

Los entrevistados mencionaron que es escaso el turismo en la parroquia debido a que no existe centros de recreación turística y las personas que visitan lo hacen de forma eventual por cuestiones de compra de productos agrícolas entre ellos en chuno de achira, quesos y derivados de la granadilla.

Usted se ha beneficiado de la compra de productos o servicios por parte de turistas que llegan a la parroquia.

Las prestadoras de servicio de restauración mencionaron que su beneficio del turismo es de las personas de paso que van de las ciudades de Zumba, Palanda y Loja.

Usted considera que un fortalecimiento turístico podría ayudar a que se conozca la parroquia Yangana

Consideran que el fortalecimiento turístico serviría si las autoridades de la parroquia tomen la iniciativa de implementarlas porque en la actualidad la gestión turística no se ha desarrollado en una gran escala, aun es incipiente en comparación a otras parroquias de la ciudad de Loja.

Usted estaría interesada en participar en capacitaciones para brindar servicios turísticos

Consideran que las capacitaciones serian de gran ayuda debido a que les daría un valor agregado a sus servicios.

Usted que considera que hace falta para que en la parroquia Yangana se desarrolle el turismo.

Consideran que las autoridades deben realizar gestiones para generar asociatividad entre los prestadores de servicios, mayor apoyo a los emprendimientos y una mayor difusión de los atractivos y recursos turísticos de la parroquia.

6.2. Resultados del Segundo objetivo: elaborar una propuesta de desarrollo turístico para fortalecer la parroquia Yangana.

6.2.1 Análisis FODA

Para desarrollar el análisis FODA se partió con la línea base del primer objetivo. La información primaria y secundaria permitió tener una comprensión de las particularidades internas y externas.

Tabla 33. Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Los habitantes tienen la pre disponibilidad para realizar actividades turísticas 2. Biodiversidad de flora y fauna 3. Cuenta con los servicios de alcantarillado y energía eléctrica. 4. Cuenta con varias cooperativas de transporte hacia la parroquia. 5. La mayoría de sus calles son pavimentada o asfaltada. 6. Producción agrícola y ganadera que puede ayudar a la generación de la actividad turística 7. Cuenta con sistema de recolección de basura. 8. Las condiciones climáticas son estables durante todo el año lo que permite tener un clima cálido para desarrollar el turismo. 9. Existe la fábrica de quesos que es conocida a nivel de la provincia. 10. Emprendimientos agrícolas en base a la producción de granadilla (Licor y Yogurt) 11. Existe una gran variedad de recursos turísticos naturales y culturales. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los cambios de comportamiento de los turistas por nuevos destinos pocos saturados 2. La cercanía de poblados que están generando turismo emisor (Palanda, Vilcabamba y Loja. 3. Apoyo por parte del Gobierno provincial de Loja en la producción agrícola. 4. Entidades financieras apoyan emprendimientos y proyectos turísticos. 5. Políticas Nacionales de apoyo para el turismo y desarrollo en la Parroquia. 6. Facilidad de acceso vía terrestre para llegar a la parroquia. 7. Integración de nuevas tecnologías para el desarrollo de la parroquia. 8. Ayuda de recursos por parte del MINTUR y otras instituciones para las capacitaciones.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Escasos servicios turísticos como por ejemplo (Alojamiento, restauración, recreación, otros) 2. Escasa cobertura de señal telefónica 3. Poca inversión para la adecuación de infraestructura turística en los recursos naturales y culturales. 4. Escasa formación de profesionales y prestadores de servicios en el ámbito turístico. 5. Escasa promoción de la parroquia en el ámbito turístico. 6. Limitado acceso a recursos naturales debido a que pertenecen a propiedad privada. 7. Desconocimiento de la comunidad sobre el turismo. 8. Desconocimiento por parte de las autoridades locales sobre los beneficios del turismo. 9. Poca iniciativa para emprendimientos turísticos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Migración de la población a nuevos territorios. 2. Fallas geológicas y deslizamientos del terreno en la zona para el fácil acceso de vista por parte de los turistas. 3. Inflación económica negativa del país 4. Escasos recursos económicos que asigna el Gobierno a los GAD's para el desarrollo de la actividad económica 5. Lugares aledaños con potencial turístico que pueden llevarse la demanda turística. 6. Deterioro de los recursos naturales por intervención de agentes antrópicos. 7. Creciente pérdida de conocimiento de agricultura tradicional.

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchi

6.2.2. Análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas (FODA):

En el siguiente cuadro 2 se muestra el FODA cruzado que permitió obtener los objetivos estratégicos.

Tabla 34. Matriz FODA CRUZADO

		FODA	
		FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p style="text-align: center;">INTERNO</p> <p style="text-align: center;">EXTERNO</p>		<ol style="list-style-type: none"> 1. Los habitantes tienen la pre disponibilidad para realizar actividades turísticas 2. Biodiversidad de flora y fauna 3. Cuenta con los servicios de alcantarillado y energía eléctrica. 4. Cuanta con varias cooperativas de transporte hacia la parroquia. 5. La mayoría de sus calles son pavimentada o asfaltada. 6. Producción agrícola y ganadera que puede ayudar a la generación de la actividad turística 7. Cuenta con sistema de recolección de basura. 8. Las condiciones climáticas son estables durante todo el año lo que permite tener un clima cálido para desarrollar el turismo. 9. Existe la fábrica de quesos que es conocida a nivel de la provincia. 10. Emprendimientos agrícolas en base a la producción de granadilla (Licor y Yogurt) 11. Existe una gran variedad de recursos turísticos naturales y culturales. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Escasos servicios turísticos como por ejemplo (Alojamiento, restauración, recreación, otros) 2. Escasa cobertura de señal telefónica 3. Poca inversión para la adecuación de infraestructura turística en los recursos naturales y culturales. 4. Escasa formación de profesionales y prestadores de servicios en el ámbito turístico. 5. Escasa promoción de la parroquia en el ámbito turístico. 6. Limitado acceso a recursos naturales debido a que pertenecen a propiedad privada. 7. Desconocimiento de la comunidad sobre el turismo. 8. Desconocimiento por parte de las autoridades locales sobre los beneficios del turismo. 9. Poca iniciativa para emprendimientos turísticos.
		FO	DO
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los cambios de comportamiento de los turistas por nuevos destinos pocos saturados 2. La cercanía de poblados que están generando turismo emisor (Palanda, Vilcabamba y Loja. 3. Apoyo por parte del Gobierno provincial de Loja en la producción agrícola. 4. Entidades financieras apoyan emprendimientos y proyectos turísticos. 5. Políticas Nacionales de apoyo para el turismo y desarrollo en la Parroquia. 	<p>F1, F2, F3, F6, F8, F9, F10, O1, O2, O3, O4, O5, O7, O8, O9. Diseñar productos de agroturismo encaminados al fortalecimiento del turismo de la parroquia Yangana</p> <p>F1, F2, F3, F4, F5, F6, F9, F10, F11, O1, O2, O3, O4, O5, O6, P7, O8, O9. Posibilidad de crear una ruta agroturística que complementen otros productos turísticos de la provincia</p>	<p>D3, D5, D6, D7, D8, D9, O3, O4, O5, O6, O7, O8, O9 Proponer un plan de senderización y señalética turística en los atractivos turísticos</p> <p>D4, D7, D8, D9, O3, O4, O5, O6, O7, O8, O9. Proponer talleres de capacitación en la actividad turística</p> <p>D4, D7, D8, D9, O3, O4, O5, O6, O7, O8, O9 Proponer cursos de capacitación para la organización de guías locales en la parroquia.</p>
	OPORTUNIDADES		

6. Facilidad de acceso vía terrestre para llegar a la parroquia. 7. Integración de nuevas tecnologías para el desarrollo de la parroquia. 8. Ayuda de recursos por parte del MINTUR y otras instituciones para las capacitaciones.		D3, D5, O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8, O9 Desarrollar una propuesta de promoción y difusión turística de los atractivos naturales y manifestaciones culturales
AMENAZAS	FA	DA
1. Migración de la población a nuevos territorios. 2. Fallas geológicas y deslizamientos del terreno en la zona para el fácil acceso de vista por parte de los turistas. 3. Inflación económica negativa del país 4. Escasos recursos económicos que asigna el Gobierno a los GAD's para el desarrollo de la actividad económica 5. Lugares aledaños con potencial turístico que pueden llevarse la demanda turística. 6. Deterioro de los recursos naturales por intervención de agentes antrópicos. 7. Creciente pérdida de conocimiento de agricultura tradicional.	F2, F6, F10, F11, F8, A4 Proponer talleres del cuidado del medio ambiente	D7, D8, A4, Gestionar capacitaciones con instituciones locales de la provincia de Loja. D3, D5, D6, A4, Gestión de mantenimiento de la infraestructura de los recursos naturales y culturales.

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi

6.2.3. Elaborar una propuesta de desarrollo turístico para la Parroquia Yangana, mediante la aplicación de metodología participativa.

Mediante la elaboración del FODA cruzado permitió obtener los siguientes objetivos estratégicos:

1. Diseñar productos de agroturismo encaminados al fortalecimiento del turismo de la parroquia Yangana
2. Desarrollar una propuesta de promoción y difusión turística de los atractivos naturales y manifestaciones culturales
3. Proponer un plan de senderización y señalética turística en los atractivos turísticos
4. Crear una ruta agroturística que complementen otros productos turísticos de la provincia

5. Gestión de mantenimiento de la infraestructura de los recursos naturales y culturales.
6. Proponer talleres del cuidado del medio ambiente
7. Proponer talleres de capacitación en la actividad turística
8. Proponer cursos de capacitación para la organización de guías locales en la parroquia.
9. Gestionar capacitaciones con instituciones locales de la provincia de Loja.

De los 9 objetivos estratégicos que resultaron del análisis FODA cruzado se plantea que el objetivo 1 se constituye en los objetivo 1 y 4 que constan de proponer productos turísticos; los objetivos 2 y 3 se constituyen como el objetivo 2 que abarcan principalmente una misma finalidad de desarrollar la promoción y difusión de los atractivos turísticos para el fortalecimiento del PDOT y los objetivo 6, 7 y 9 abarcan como el objetivo 3 de proponer talleres de capacitación turística.

Dando en total como resultado 3 objetivos que mediante el desarrollo de estrategias contribuirán al fortalecimiento turístico de la Parroquia Yangana.

1. Diseñar productos turísticos para el fortalecimiento de la parroquia Yangana
2. Desarrollar una propuesta de promoción y difusión turística
3. Desarrollar una propuesta de capacitación turística

Los objetivos 5 y 8 se considerarán como recomendaciones para la Junta Parroquial de Yangana.

Productos turísticos.

Tabla 35. Diseño de productos turísticos.

Objetivo Estratégico	Propuesta	Atractivos	Ventajas	Desventajas
<p>1. Diseñar productos turísticos para el fortalecimiento de la parroquia Yangana</p>	<p>Diseño de una ruta turística</p>	<p>Atractivos culturales, naturales, productos turísticos y haciendas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Permite crear espacios de concientización en los espacios naturales • Se genera trabajo para guías locales • Ingresos económicos para la comunidad • Existe acompañamiento a los visitantes en sus actividades turísticas • Apoyo a los emprendimientos locales • Integración de todos los recursos naturales, culturales y productos turísticos de la parroquia • Da a conocer la potencialidad turística de la parroquia • los circuitos o a través de la ruta turística. 	<ul style="list-style-type: none"> • Limitación de acceso a sitios privados, se está a expensas de los propietarios de las haciendas. (Se debe establecer acuerdos previos con los propietarios)
			<ul style="list-style-type: none"> • Permite crear espacios de concientización en los espacios naturales 	<ul style="list-style-type: none"> • En el caso de ser auto guiado no se

	Diseño sendero interpretativo	Atractivo Natural Estoraques	<ul style="list-style-type: none"> • Ingresos económicos para la comunidad • Puede ser guiados y auto guiados a la vez • Reduce la capacidad de impacto humano en zonas naturales. 	<p>participa en dinámicas grupales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • No puede ser asistido inmediatamente para algunas necesidades como dudas, preguntas entre otras.
2. Desarrollar una propuesta de promoción y difusión turística	Feria Turística	Atractivos culturales, naturales, productos turísticos y haciendas	<ul style="list-style-type: none"> • Alianza con otras instituciones • Consolidar la identidad a través del intercambio de productos • Integración de comunidades • Mayor número de visitantes. • Dar a conocer los emprendimientos que se generan en la parroquia • Dar a conocer los recursos naturales y culturales que tiene la parroquia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Poca acogida por parte de la comunidad • Personal no esté capacitado para brindar información •
	Material promocional		<ul style="list-style-type: none"> • Elevado costo por el número de impresiones 	
	Medios digitales de promoción		<ul style="list-style-type: none"> • Creciente desarrollo y uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> • La información que se encuentra en los medios de comunicación online puede ser distorsionada

			<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de usuarios que utilizan el internet y redes sociales • Diferentes aplicaciones de promoción en la telefonía móvil. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se necesita personal calificado para manejo y elaboración un buen producto online • Algunas páginas online no son gratuitas al 100%
	Marca turística	Acorde al Diseño	<ul style="list-style-type: none"> • Proyecta una sola imagen global • Representa todos los productos y destinos turísticos de la parroquia • Crea un posicionamiento y una visión positiva del destino en la mente del público 	
3. Desarrollar una propuesta de capacitación turística	Capacitación sobre innovación turística	De acuerdo a temática	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar el conocimiento acerca del turismo en los participantes • Crear nuevos productos turísticos • Contacto directo con el capacitador en caso de ser presencial 	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad de tiempo de los participantes en caso de ser presencial • Acceso a internet en el caso de ser online
	Talleres de actividad turística			
	Talleres de motivación turística			
	Talleres de cuidado del medio ambiente			

	Taller de gestión turística (para autoridades locales)		<ul style="list-style-type: none"> • Alianzas estratégicas con el MINTUR y otras instituciones. • Concientizar a la comunidad del valor de sus recursos turísticos • Las capacitaciones virtuales pueden reducir gastos de materiales, libros y otro tipo de recursos de apoyo en los ambientes presenciales. 	
--	--	--	--	--

Fuente: Estudio de campo

Elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi

6.2.4. Validación de la propuesta mediante metodología participativa.

Taller Participativo

El día 15 de julio de 2021, a las 16h00, en el salón social de la junta parroquial se llevó a cabo el taller participativo, tuvo la presencia 6 personas. (Ver anexo 10)

Se cumplieron las siguientes actividades:

Palabras de la bienvenida a cargo del Lic. Cosme Ochoa, presidente de la junta parroquial Yangana, donde agradeció la presencia de los presentes.

Palabras a cargo del Ing. Jhohana Larrea Silva Mg.Sc, directora de tesis.

Intervención de Marianela Fernanda Chávez Duchi estudiante de Décimo Ciclo de la carrera de Ingeniería en Administración Turística.

Socialización del trabajo de investigación, como introducción se dio un breve resumen del primer objetivo, para posteriormente socializa el segundo objetivo y a su vez mediante la participación de los presentes elegir de cada objetivo estratégico la o las propuestas que consideren aportan al desarrollo turístico de la parroquia, mediante consenso con los presentes se eligió las siguientes propuestas:

La metodología participativa se la llevó a cabo el día jueves 15 de julio del 2021. La reunión se realizó con los miembros de la junta parroquial a las 16h00 pm. En esta reunión se dio a conocer la línea base del foda y las posibles estrategias para ser ejecutadas. Una vez socializadas las propuestas frente a los miembros de la junta parroquial se determinaron las propuestas bajo las cuales en el objetivo 3 se determinará la demanda efectiva y el perfil del turista.

Tabla 36. Propuestas planteadas

N°	Objetivo Estratégico	Propuesta planteada
1	Diseñar productos turísticos para el fortalecimiento de la parroquia Yangana	<ul style="list-style-type: none">- Diseñar una ruta turística- Diseño de un sendero interpretativo de Estoraques
2	Desarrollar una propuesta de promoción y difusión turística	<ul style="list-style-type: none">- Feria Turística- Material de promoción- Medios digitales de promoción- Marca turística
3		<ul style="list-style-type: none">- Capacitación sobre innovación turística

	Desarrollar una propuesta de capacitación turística	<ul style="list-style-type: none"> - Talleres de actividad turística - Talleres de motivación turística - Talleres de cuidado del medio ambiente - Taller de gestión turística (para autoridades locales)
--	--	---

Fuente: Estudio de campo

Elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Resultados del taller participativo

Se comprobó que las propuestas del segundo objetivo expuestas a los participantes, estaban acordes y correctas a las necesidades de la parroquia para desenvolverse dentro el ámbito turístico, además se contó con la aprobación de los participantes del taller, y colaboraron con ideas para que cada actividad turística se desarrolle de tal manera que sea sustentable; para constancia de la reunión/taller participativo se llenó el registro de asistencia.

Tabla 37. Propuestas aprobadas por la reunión participativa

Nº	Objetivo Estratégico	Propuesta planteada	Propuestas seleccionadas	Observaciones
1	Diseñar productos turísticos para el fortalecimiento de la parroquia Yangana	<ul style="list-style-type: none"> - Diseñar una ruta turística - Diseño de una mesa interpretativa del atractivo natural Estoraques sendero 	Diseñar una ruta turística	Ninguna
			Sendero Interpretativo Estoraques sendero	
2	Desarrollar una propuesta de promoción y difusión turística	<ul style="list-style-type: none"> - Feria Turística - Material de promoción - Medios digitales de promoción - Marca turística 	Feria Turística	Se descarta la propuesta de promoción por medios digitales por el motivo que ya cuentan con un técnico o encargado para el marketing digital.
			Marca Turística	
			Material de promoción	
3	Desarrollar una propuesta de capacitación turística	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitación sobre innovación turística - Talleres de actividad turística - Talleres de motivación turística 	Talleres de actividad turística	Se descarta las capacitaciones de innovación turísticas, cuidado del medio ambiente y autoridades porque no lo consideran primordial por el momento.
			Talleres de motivación turística	

		<ul style="list-style-type: none"> - Talleres de cuidado del medio ambiente - Taller de gestión turística (para autoridades locales) 		
--	--	--	--	--

Fuente: Estudio de campo

Elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi

6.2.5. Validación de la propuesta a los prestadores de servicios turísticos mediante escala Linker.

Una vez desarrolladas las estrategias para el fortalecimiento de la parroquia, resultado de la matriz FODA se procedió la aplicación del método de la escala Likert para la aprobación o validación de las propuestas planteadas a los prestadores de servicios turísticos de la parroquia y así estar al tanto de cuáles son las propuestas para esta investigación, ya que ellos son los principales beneficiarios.

La puntuación de la Escala de Likert se determinó valorando del 1 al 3, siendo “1” desacuerdo, y “2 neutral” y 3 de acuerdo, esta encuesta se aplicó a las cuatro personas que son los prestadores de servicios turísticos en la parroquia mediante vía telefónica el día 11 de noviembre del 2021, teniendo como resultado la siguiente tabla:

Tabla 38 validación a prestadores de servicios turísticos.

Validación de las propuestas planteadas.			
Propuesta	De acuerdo (3)	Neutral (2)	Desacuerdo (1)
Realizar una ruta turística	5 personas		
Realizar Sendero Interpretativo Estoraques sendero	5 personas		
Realizar una feria turística	5 personas		
Realizar una marca turística	5 personas		
Realizar material de promoción	5 personas		
Realizar talleres de capacitación dirigidos a prestadores de servicios turísticos. (Servicio al cliente, manipulación de alimentos)	5 personas		
Realizar talleres de capacitación de guías locales.	5 personas		

Fuente: Estudio de campo

Elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Como se pudo evidenciar del total de los encuestados el 100% está de acuerdo con las propuestas planteadas siendo estas a la misma vez validadas y aprobadas por los actores.

6.2.6. Estrategias para la aplicación del plan de desarrollo turístico de la parroquia Yangana.

Tabla 39 Ruta turística

Objetivo estratégico	Diseñar productos turísticos para el fortalecimiento de la parroquia Yangana	
Medio	Ruta Turística	
Detalles	Nombres:	Ruta Turística “Yo conozco Yangana”
	Objetivo general: Objetivos Específicos:	<ul style="list-style-type: none"> - Diseñar una ruta turística. - Realizar actividades competitivas para la integración de atractivos culturales, naturales y productos turísticos de la parroquia. - Generar ingresos económicos a través de la venta de productos y servicios que oferte la parroquia.
Características	Visión de futuro	Consolidarse como una parroquia con alto potencial turístico
	Fuentes de financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos de GAD con la debida adecuación a los recorridos. - Alianzas estratégicas (Gobierno Provincial de Loja, MINTUR, Ministerio del ambiente)
	Formas de ejecución	<ul style="list-style-type: none"> - Administración directa - Convenios con el Gad Municipal o Provincial - Contratación pública - Aporte técnico del MINTUR - Convenio con la cámara Provincial de Turismo.
	Responsables	Gad Parroquial
Estructura del Diseño	Parámetros a considerar en su diseño	<ul style="list-style-type: none"> - Estudio Previo por un técnico en turismo. - Identificación de los recursos y atractivos turísticos. - Identificación de infraestructura y servicios turísticos. - Diseño de la ruta “Trazado de la ruta y zona de influencia”. - Itinerario turístico - Guion Turístico

	Superficie y extensión	Inicio: Estoraques Fin: Finca San Gabriel Extensión: 6km
Diseño de implantación		
Observaciones:		

Fuente: Estudio de campo

Elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Tabla 40. Sendero interpretativo

Objetivo estratégico	Diseñar productos turísticos para el fortalecimiento de la parroquia Yangana	
Medio		
Detalles	Nombres:	Sendero interpretativo “ Los estoraques de Yangana”
	Objetivo general: Objetivos Específicos:	<ul style="list-style-type: none"> - Diseñar sendero Interpretativo - Enriquecer la experiencia del turista a través de la interpretación de los espacios naturales. - Facilitar el conocimiento del atractivo natural para los visitantes
	Visión de futuro	Consolidarse como una parroquia con alto potencial turístico

Características	Fuentes de financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos de GAD con la debida adecuación a los recorridos. - Alianzas estratégicas (Gobierno Provincial de Loja, MINTUR, Ministerio del ambiente) 						
	Formas de ejecución	<ul style="list-style-type: none"> - Administración directa - Convenios con el Gad Municipal o Provincial - Contratación pública - Aporte técnico del MINTUR - Convenio con la cámara Provincial de Turismo. 						
	Responsables	Gad Parroquial						
Estructura del Diseño	Parámetros a considerar en su diseño	<p>Según la metodología de la Secretaria de Turismo (2004).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fase I. Planeación participativa y diagnóstico del sendero - Fase II. Diseño y construcción del sendero - Fase III. Operación del sendero <p>Según el Ministerio de Turismo del Ecuador</p>						
		<table border="1"> <tr> <td>EJEMPLO</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>TIPO</td> <td>Panel Informativo de atractivo, (2000 x 1000 mm)</td> <td>Panel Informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios o actividades(2000 x 1000 mm)</td> <td>Mesa Interpretativa, (500 x 900 mm)</td> </tr> </table>	EJEMPLO				TIPO	Panel Informativo de atractivo, (2000 x 1000 mm)
EJEMPLO								
TIPO	Panel Informativo de atractivo, (2000 x 1000 mm)	Panel Informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios o actividades(2000 x 1000 mm)	Mesa Interpretativa, (500 x 900 mm)					
Diseño de implantación								



Fuente: Estudio de campo

Elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Tabla 41. Marca Turística

Objetivo estratégico	Desarrollar una propuesta de promoción y difusión turística	
Medio	Marca Turística	
Detalles	Nombres:	No aplica
	Objetivo general: Objetivos Específicos:	<ul style="list-style-type: none"> - Promocionar la parroquia a través de una Marca turística. - Determinar los elementos turísticos más relevantes a resaltar en la marca - Diseñar la marca acorde a los atractivos turísticos más relevante
	Visión de futuro	Consolidarse como una parroquia con alto potencial turístico

Características	Fuentes de financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos de GAD. - Alianzas estratégicas (Gobierno Provincial de Loja, MINTUR, Ministerio del ambiente)
	Formas de ejecución	<ul style="list-style-type: none"> - Contratación a un especialista - Aporte técnico del MINTUR - Administración directa
	Responsables	Gad Parroquial
Estructura del Diseño	Parámetros a considerar en su diseño	<ul style="list-style-type: none"> - Determinar nombre, eslogan, logotipo, tipografía, entre otros atributos únicos que le den diferenciación a su marca. - la imagen de su marca generará una emoción en su público objetivo, debe definir qué impacto desea conseguir

Diseño de implantación



Observaciones:

Fuente: Estudio de campo.

Elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Tabla 42. Feria Turística.

Objetivo estratégico	Desarrollar una propuesta de promoción y difusión turística	
Medio	Participación en Ferias Turísticas	
Detalles	Nombres:	Riquezas de Yangana
	Objetivo general: Objetivos Específicos:	<ul style="list-style-type: none"> - Diseñar una feria agroturística. - Realizar exposiciones de productos agroturísticos para la integración de atractivos culturales, naturales. - Generar microemprendimientos turísticos para mejorar los ingresos económicos a través de la venta de productos y servicios que oferte la parroquia. - Generar espacios de workshop para llegar acuerdos y convenios con productores o alianzas con instituciones como el MINTUR, MAE entre otras.
Características	Visión de futuro	Consolidarse como una parroquia con alto potencial agroturístico y fortalecer la identidad cultural de los habitantes de la parroquia través del desarrollo de la actividad turística.
	Fuentes de financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos de GAD con la debida adecuación a los recorridos. - Alianzas estratégicas (Gobierno Provincial de Loja, MINTUR, Ministerio del ambiente) - Créditos no reembolsables (BEDE) Banco de desarrollo del - Recursos económicos binacionales para el desarrollo del intercambio cultural.
	Formas de ejecución	<ul style="list-style-type: none"> - Contratación de un profesional de turismo. - Convenio con el MINTUR. - Convenio con el Gobierno Provincial de Loja. - Convenio con la cámara Provincial de Turismo. - Administración directa - Contratación pública

	Responsables	Gad Parroquial
	Pre Feria	<ul style="list-style-type: none"> - Definir los objetivos para el desarrollo de la feria - Definir el público objetivo - Definir la cantidad de responsables. - Elegir la Sede y fecha del festival. - Características del tipo de evento a realizar. - Elaboración del presupuesto, necesidades y patrocinadores
	Feria	<ul style="list-style-type: none"> - Puesta en escena: Planificación y ejecución. - Organigrama y Cronograma.
	Post Feria	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluación de los resultados - Agradecimientos - Elaboración de reporte y sugerencias
	Estructura	<ul style="list-style-type: none"> - 6 Paneles móviles de 1.80 a 2m con diseños y productos de la parroquia Yangana - Mesa para exhibición de productos - Stand para folletería - Espacios adecuados para dos a tres personas máximo - Productos que se elaboran en la parroquia en presentaciones para exhibición en stand - Afiches y trípticos con información de productos, recursos y atractivos turísticos que tiene la parroquia.
Diseño de implantación		





FERIA TURISTICA DE YANGANA 2021

LUGAR: Parque Central
de la parroquia Yangana
Hora: 14h00



Material para la promoción

Para el stand

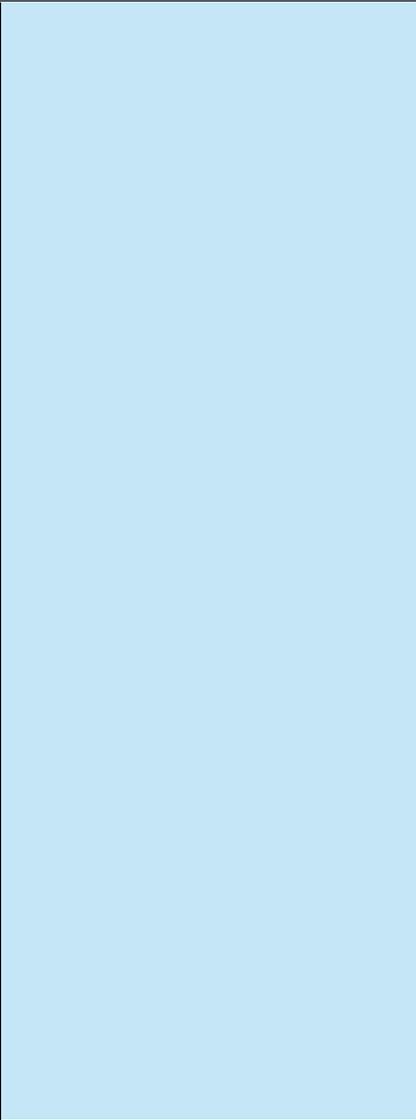


Productos que se elaboran en la parroquia



Información Impresa.





Yangana
Tradición y encanto natural

Av. Mañana 102, C/04E
C/04E 1022
01011-1004, 10078
Bella Vista, San José
www.yangana.com.ec

Queso de Yangana
El Queso de Yangana se realiza en la parroquia de Icticia de la parroquia. Cuenta con la participación de productores agropecuarios de la zona de Bella Vista.

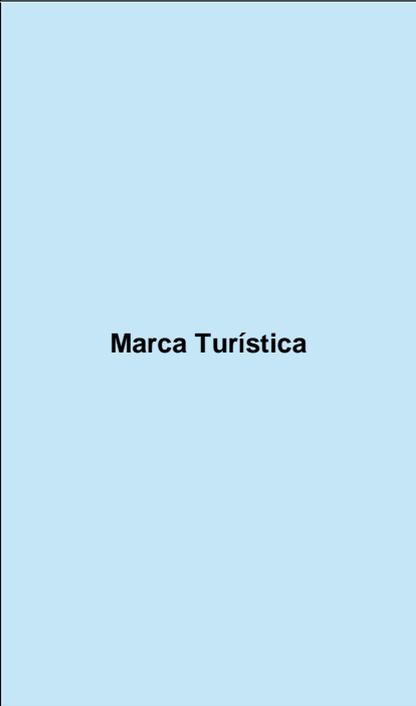
Café Artesanal
Elaborado de manera natural y artesanal para el consumo humano. Elaborado por miembros de la parroquia con técnicas ancestrales.

Licor de Granadilla
Emprendimiento que poco a poco se va desarrollando y dando a conocer al público, este procedimiento se realiza propiamente con la granadilla cosechada en la parroquia.

PANELA
La elaboración de la panela en la parroquia Yangana se realiza en la hacienda LASOPIA, esta cuenta con la técnica y trabajadores que realizan esta elaboración.

Chuno Artesanal
La elaboración de chuno es muy tradicional en la parroquia, sin embargo, son pocas las personas que realizan este procedimiento y elaboración.

HACIENDAS
- HACIENDA CACHIRACU
- HACIENDA SAN GABRIEL
- QUINLAQUITA
- HACIENDA CASA LASOPIA



Marca Turística



Souvenir para presentación en ferias	
Observaciones:	

Fuente: Estudio de campo

Elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi

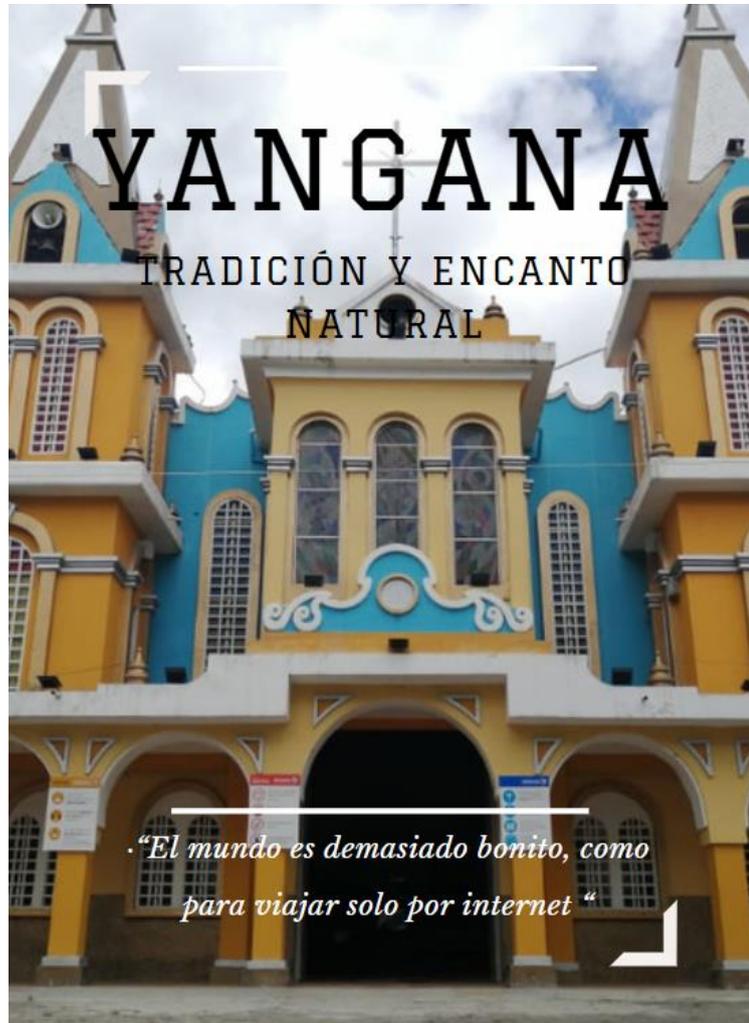
Tabla 43. Material Promocional.

Objetivo estratégico	Desarrollar una propuesta de promoción y difusión turística	
Medio	Material de promoción y difusión	
Detalles	Nombres:	
	Objetivo general:	- Diseñar material de promoción y difusión de la parroquia.
	Objetivos Específicos:	<ul style="list-style-type: none"> - Promocionar de manera integral los atractivos naturales y culturales de la parroquia. - Establecer alianzas con otros actores del sector turismo, comercio y afines - Llegar con información del potencial turístico de la parroquia a un mayor número de demandantes.
	Visión de futuro	Consolidarse como una parroquia con alto potencial turístico
Características	Fuentes de financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos de GAD. - Alianzas estratégicas (Gobierno Provincial de Loja, MINTUR, Ministerio del ambiente)
	Formas de ejecución	<ul style="list-style-type: none"> - Contratación de un profesional de turismo. - Convenio con el MINTUR. - Convenio con el Gobierno Provincial de Loja. - Convenio con la cámara Provincial de Turismo.

		<ul style="list-style-type: none"> - Administración directa - Contratación pública.
	Responsables	Gad Parroquial
Estructura del Diseño	Parámetros a considerar en su diseño	<ul style="list-style-type: none"> - Tendencias del mercado hacia formas de obtener información sobre destinos a visitare. - Tomens de acuerdo al Manual de señalización de atractivos turístico MINTUR)

Diseño de implantación

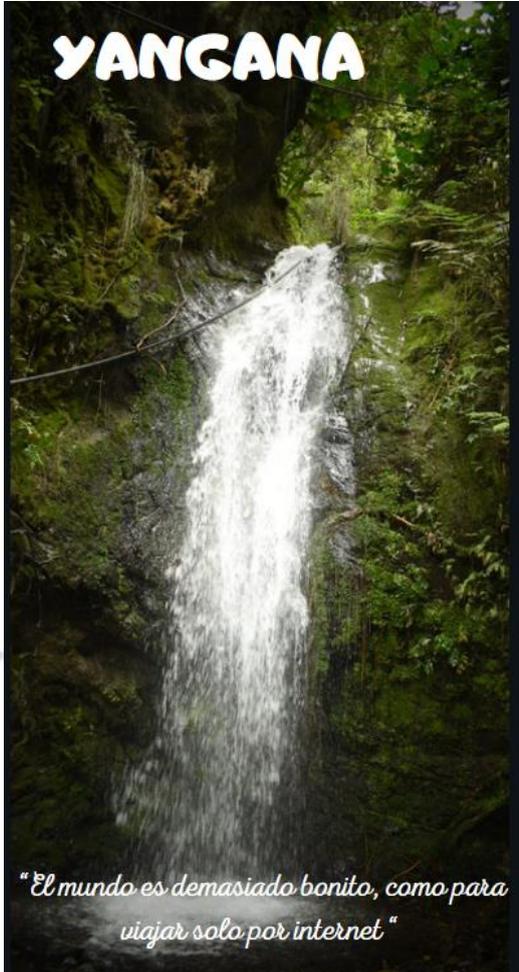
Afiches Publicitarios



YANGANA



TÓTEM 1
Cara full imagen
Nombre del destino
Logo Ecuador
Mención a mundo
Color referencial de mundo
Logo MINTUR



"El mundo es demasiado bonito, como para viajar solo por internet"

Banners, posters, tomens y vallas publicitarias







Yangana
 Tradición y encanto Natural

¡El dinero se recupera, el tiempo no!

QUESO DE YANGANA
 El Queso de Yangana se realiza en la planta de lácteos de la parroquia, conformado por la asociación de productores agropecuarios Señor de la Buena Muerte.

Café Artesanal
 Elaborado de manera natural y artesanal para el consumo humano. Elaborado por moradores de la parroquia con técnicas ancestrales.

Licor de Granadilla
 Emprendimiento que poco a poco se va desarrollando y dando a conocer al público, este procedimiento se realiza propiamente con la granadilla cosechada en la parroquia.

PANELA
 La elaboración de la panela en la parroquia Yangana se realiza en la hacienda LASOFIA, esta cuenta con la fábrica y trabajadores que realizan esta elaboración.

Chuno Artesanal
 La elaboración de chuno es muy tradicional en la parroquia, sin embargo, son pocas las personas que realizan este procedimiento y elaboración.

HACIENDAS
 - HACIENDA CACHIYACU
 - HACIENDA SAN GABRIEL
 - QUINTA EVITA
 - HACIENDA CASA LASOFIA

<p>Promesa de Venta</p>	<p>Quando los años pasen recordaras tu vida y sabrás que tomaste la mejor decisión, que no te lo cuente, ven y disfrútalo tú mismo, de actividades, experiencias y momentos que cambiaran tu vida.</p>
<p>Souvenirs</p>	 <p>The image displays a variety of promotional merchandise for YANGANA. It includes a white t-shirt and a black t-shirt, both featuring the YANGANA logo and the tagline 'Tradición y encanto natural'. There is also a spiral-bound notebook with the logo on the cover, a white ballpoint pen with the logo, a silver keychain with a logo-shaped tag, two black and white baseball caps with the logo, and a calendar for the month of January (ENERO) with the logo and tagline at the bottom.</p>

Observaciones:	

Fuente: Estudio de campo.

Elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Tabla 44. Talleres de Actividad Turística

Objetivo estratégico	Desarrollar una propuesta de capacitación turística	
Medio	Taller de capacitación	
Detalles	Nombres:	Taller de capacitación servicio al Cliente
	Objetivo general: Objetivos Específicos:	<ul style="list-style-type: none"> - Fortalecer las capacidades locales en temas turísticos. - Generar conocimientos dentro del ámbito turístico en los prestadores de Servicio de la parroquia - Apoyar a la generación de emprendimientos turísticos. - Involucrar a la población en la actividad turística.
Características	Visión de futuro	Consolidarse como una parroquia con alto potencial turístico
	Fuentes de financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos de GAD con la debida adecuación a los recorridos. - Alianzas estratégicas (Gobierno Provincial de Loja, MINTUR, Ministerio del ambiente)
	Formas de ejecución	<ul style="list-style-type: none"> - Contratación de un profesional de turismo. - Convenio con el MINTUR. - Convenio con el MAE - Convenio con el Gobierno Provincial de Loja. - Convenio con la cámara Provincial de Turismo. - Administración directa - Contratación pública.

	Responsables	Gad Parroquial
Estructura del Diseño	Parámetros a considerar en su diseño	Definición de horarios - Lugar de capacitación - Capacitadores - Medios para la capacitación

Diseño de implantación

TALLER DE CAPACITACION
DIRIGIDOS A SERVIDORES TURISTICOS

TEMAS A TRATAR:

- Atención al cliente, hospitalidad y manipulación de alimentos dirigidos a servidores de restauración
- Atención al cliente y hospitalidad dirigidos a servidores de alojamiento
- Atención y servicio al cliente dirigidos a transportistas

Lugar:
 Fecha:
 Hora:

Observaciones:

Fuente: Estudio de campo.
Elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchí

SILABO DE LA CAPACITACIÓN

Tabla 45. Talleres de Actividad Turística

Datos generales	
Medio de cumplimiento de Estrategia/ nombre general	Talleres de capacitación
Nombre específico del Taller	Servicio al Cliente
Departamento:	GAD municipal de la parroquia Yangana
Requisito:	Ser propietario de un local que brinde algún servicio turístico.
Inicio – término:	LUNES-SABADO
Extensión horaria:	15H00- 18H00
Horas	18 horas
Duración del taller	6 días

Características.

El taller está orientado a que el participante pueda tener las herramientas necesarias tanto teóricas como prácticas. El participante estará en contacto con el docente donde podrá despejar dudas y retroalimentar con actividades prácticas que lo lleven a situaciones cotidianas que se pueden presentar en el diario vivir. Con estos talleres se busca fomentar un turismo más sostenible y de calidad.

Logro del taller

Unidad de aprendizaje

Al finalizar el curso, el participante tendrá la capacidad de anticiparse a las necesidades de los clientes como de mejorar su calidad del servicio en cada una de sus actividades.

Taller				
	Actividades de Aprendizaje			
	ACD: Aprendizaje contacto con el docente APE: Aprendizaje practico experimental			
	Contenidos	ACD	APE	Recursos
Contenidos				

ACD Manipulación de alimentos
<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción al curso 2. Higiene alimentaria 3. Contaminación de los alimentos 4. Enfermedades de transmisión alimentaria 5. Conservación y almacenamiento de los alimentos 6. Higiene de los manipuladores 7. Limpieza e higiene 8. Ley de Información Alimentaria (Alérgenos) 9. Prevención de COVID-19 en la manipulación de alimentos
APE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Lluvia de ideas 2. Trabajos grupales con ejemplos prácticos sobre los contenidos teóricos 3. Presentación final práctico de manejo de materiales y alimentos
Recursos
<ol style="list-style-type: none"> 1. Multimedia, pizarra, plumones folletos 2. Papelotes marcadores 3. Materiales y alimentos de manipulación
ACD Taller de atención al cliente
<ul style="list-style-type: none"> . Introducción al curso . Técnicas para hablar en público . Ventas . Inteligencia emocional . Negociación y resolución de conflictos . Toma de decisiones y análisis de problemas . Taller de comunicación efectiva . Autoestima y asertividad en el trabajo . Mejoramiento del clima laboral
APE
<p>Lluvia de ideas</p> <p>Trabajos grupales con ejemplos prácticos sobre los contenidos teóricos</p> <p>Presentación final practico de atención al cliente</p>
Recursos
<p>Multimedia, pizarra, plumones folletos</p> <p>Papelotes marcadores</p> <p>Materiales y alimentos de manipulación</p>
ACD Taller de atención al cliente en medios de transporte
<ul style="list-style-type: none"> • Introducción al curso • Técnicas para conocer al cliente y sus necesidades • Tips de imagen personal como parte del servicio. • Técnicas de lenguaje verbal para mostrar disponibilidad para ayudar a los clientes.

<ul style="list-style-type: none"> • Ejemplos para solucionar problemas en actividades de trabajo • Tips de manejo las quejas • Tips en aprender y mejorar habilidades y conocimientos. • Tips para dar a conocer bien el destino en el que te encuentras.
APE
Lluvia de ideas Trabajos grupales con ejemplos prácticos sobre los contenidos teóricos Presentación final práctico de situaciones en medios de transporte
Recursos
Multimedia, pizarra, plumones folletos Papelotes marcadores Materiales y alimentos de manipulación

Tabla 46. Talleres de Actividad Turística

Objetivo estratégico	Desarrollar una propuesta de capacitación turística	
Medio	Taller de capacitación	
Detalles	Nombres:	Taller de capacitación para Guías Locales YANGANA
	Objetivo general: Objetivos Específicos:	- Fortalecer las capacidades locales en temas turísticos. - Motivar a personas para que se involucren en las guianzas locales de la parroquia - Generar conocimientos dentro del ámbito turístico en los prestadores de Servicio de la parroquia
Características	Visión de futuro	Consolidarse como una parroquia con alto potencial turístico
	Fuentes de financiamiento	- Recursos de GAD con la debida adecuación a los recorridos. - Alianzas estratégicas (Gobierno Provincial de Loja, MINTUR, Ministerio del ambiente)
	Formas de ejecución	Aporte técnico del MINTUR
	Responsables	Gad Parroquial
Estructura del Diseño	Parámetros a considerar en su diseño	- Horarios establecidos - Lugar de capacitación - Capacitadores - Medios para la capacitación

Diseño de implantación

¿SABES GUIAR?

Taller de capacitación y
técnicas de guiar



Organiza Junta Parroquial de
Yangana

Fecha:

Hora:



Observaciones:

Fuente: Estudio de campo.

Elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi

SILABO DE LA CAPACITACIÓN

Tabla 47. Talleres de Actividad Turística

Datos generales	
Medio de cumplimiento de Estrategia/ nombre general	Talleres de capacitación
Nombre específico del Taller	¿Sabes Guiar?
Departamento:	GAD municipal de la parroquia Yangana
Requisito:	Ser Bachiller
Inicio – término:	Jueves - viernes – sábado
Extensión horaria:	14H00-17h00
Horas	18 horas
Duración del taller	3 días

Características.

El taller está orientado a que el participante pueda tener las herramientas necesarias tanto teóricas como prácticas. El participante estará en contacto con el docente donde podrá despejar dudas y retroalimentar con actividades prácticas que lo lleven a situaciones cotidianas que se pueden presentar en el diario vivir. Con estos talleres se busca fomentar un turismo más sostenible y de calidad.

Logro del taller

Unidad de aprendizaje.

Al finalizar el curso, el participante tendrá la capacidad de anticiparse a las necesidades de los clientes y turistas que tengan el deseo de conocer la parroquia Yangana

Taller				
	Actividades de Aprendizaje			
	ACD: Aprendizaje contacto con el docente APE: Aprendizaje practico experimental			
	Contenidos	ACD	APE	Recursos
Contenidos				

ACD

Comunicación efectiva

- 1.1. Empatía, Tolerancia y Comunicación
- 1.2. Tipología de turistas
- 2. Base teórica sobre las dinámicas de grupos
 - 2.1. ¿Qué es una Dinámica de Grupo?
 - 2.1.1. ¿Qué es un grupo?
 - 2.1.2. Tipos de grupos
 - 2.1.3. Tipos de guías de turistas
 - 2.2. Técnicas grupales y vivenciales
 - 2.2.1. De presentación
 - 2.2.2. Integración
 - 2.2.3. Actividades lúdicas
- 3. Técnicas y herramientas para la interpretación del patrimonio cultural y natural
 - 3.1. Definición y enfoques
 - 3.2. Propósitos de la interpretación
 - 3.3. Proceso de la interpretación intercultural y participativa
 - 3.3.1. La labor de la interpretación del patrimonio natural y cultural
 - 3.4. Tres pilares del proceso interpretativo
 - 3.4.1. Comunicación para la interpretación
 - 3.4.2. Perfil del turista y visitante
 - 3.5. Medios y técnicas para la interpretación cultural y natural
 - 3.5.1. Guiado y acompañamiento
 - 3.5.2. La sensibilización a través de los sentidos
 - 3.5.3. Las leyendas, las escenificaciones, los juegos, el humor y el misterio
- El uso de tecnologías
- Diseño de la actividad interpretativa
 - 4.1. Pautas para elaborar el plan interpretativo
 - 4.2. Programas y guiones interpretativos
 - 4.2.1. Diseño del mensaje y el tópico
 - 4.3. Diseño de un sendero interpretativo
 - 4.4. Momentos clave del senderismo interpretativo

APE

<ol style="list-style-type: none"> 1. Lluvia de ideas 2. Trabajos grupales con ejemplos prácticos sobre los contenidos teóricos 3. Presentación final práctico de guianza con grupo de personas
Recursos
<ol style="list-style-type: none"> 1. Multimedia, pizarra, plumones folletos 2. Papelotes marcadores 3. Material de Campo
ACD Taller de primeros auxilios
<ol style="list-style-type: none"> 1. Signos vitales 2. RCP 3. Quemaduras 4. Heridas 5. Rescate
APE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Lluvia de ideas 2. Trabajos grupales con ejemplos prácticos sobre los contenidos teóricos 3. Presentación final práctico de guianza con grupo de personas
Recursos
<ol style="list-style-type: none"> 1. Multimedia, pizarra, plumones folletos 2. Papelotes marcadores 3. Material de Campo

Fuente: Estudio de campo.

Elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi

6.3. Resultados del Tercer objetivo: determinar el perfil del turista y preferencias de la demanda efectiva relacionado con las propuestas planteadas del objetivo 2 en la parroquia Yangana

Para determinar el perfil del turista que visite Yangana y sus preferencias respecto a las propuestas planteadas del objetivo 2, se tabularon y analizaron las respuestas dadas a las preguntas de las encuestas, seguido de la segmentación del mercado que a su vez permitió identificar un perfil de turista de acuerdo a las características de los visitantes, además se logró conocer cuál de las propuestas presentadas en el presente proyecto tiene mayor preferencia por parte de los encuestados. Seguidamente se determinó la demanda potencial y con esto la posible demanda efectiva.

6.3.1. Análisis de los resultados de la encuesta

1. ¿Estaría dispuesto a visitar una zona con estas características?

En cuanto a estar dispuestos a visitar la parroquia Yangana, la muestra consistía en 245 personas, a ello se pudo recolectar el análisis de 255 personas. Las mismas 245 personas que corresponde a 96,10% mencionaron que estarían dispuestos a visitar la parroquia, por otro lado 10 encuestados marcaron la respuesta de no estar dispuestos a visitar que corresponde al 3,90% del total.

Tabla 48. Dispuesto a visitar Yangana

Indicador	Variable	Porcentaje
Si	245	96,10%
No	10	3,90%
Total	255	100%

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración La autora



Figura 17. Dispuesto a visitar Yangana
Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: La autora

1. ¿Cuándo usted visita un lugar que tipo de turismo realiza? (puede marcar más de una opción)

Los encuestados en esta pregunta marcaron más de una opción, por lo tanto, 223 personas manifestaron que les gustaría hacer turismo natural. Del 100% de este tipo de turismo representa el 91%. Así mismo, un total de 118 encuestados cuando viajan suelen hacer turismo cultural. Del cien por ciento de los encuestados que realizan turismo cultural representa un 48,20%. Entre los tipos de turismo con menor preferencia estuvieron el turismo religioso y turismo gastronómico. A este

hecho, al comparar las edades de los encuestados y las preferencias de hacer turismo, vemos a quienes les gusta desarrollar turismo natural y turismo cultural están entre rangos de edades de 19 años a 36 años, personas que especialmente les gusta la actividad física y están dispuestos a desarrollar actividades al aire libre, a comparación de quienes muestran interés por el turismo gastronómico y religioso se enmarcan en las edades mayores a 36 años.

Tabla 49. Qué tipo de turismo realiza

Indicador	Variable	Porcentaje
Turismo natural	223	91,00%
Turismo cultural	118	48,20%
Turismo religioso	61	24,90%
Turismo gastronómico	94	38,40%
Otros, especifique	4	1,20%

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración La autora



Figura 18: Que tipo de turismo
Fuente: Trabajo de campo
Elaboración La autora

2. ¿Cuándo Usted visita un sitio turístico, qué es lo que más le gusta conocer? (puede marcar más de una opción)

Los encuestados respondieron a la pregunta de cuando visita un lugar que más les gusta conocer, ellos respondieron varias respuestas. 173 personas mencionaron visitan sitios naturales, 134 personas dijeron que gustan conocer la gastronomía,

seguido de 111 encuestados visitan sitios arqueológicos. 103 personas visitan monumentos, iglesias y sitios de interés cultural. Para finalizar esta pregunta 57 personas visitan centros urbanos. A lo que nos lleva a la reflexión que los encuestados tienen mayor interés a visitar sitios naturales, lo que es propicio para desarrollar el turismo rural en la parroquia Yangana.

Tabla 50. Lo que más le gusta conocer

Indicador	Variable	Porcentaje
Gastronomía	134	54,70%
Sitios arqueológicos	111	45,30%
Arquitectura de centros urbanos	57	23,30%
Sitios naturales	173	70,60%
Monumentos, museos, iglesias y sitios de interés cultural	103	42,00%
Otros, especifique	0	0

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración La autora



Figura 19:Lo que más le gusta conocer

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración La autora

3. ¿Usted conoce la parroquia Yangana?

De los 245 encuestados que fueron tomados de Loja, Zamora, Saraguro, Catamayo, Chinchipe y Palanda, el 57,10% mencionan que si conocen la parroquia Yangana que representa a 140 personas y el 42,90% dicen no conocer que presenta a 105 personas de los cantones antes mencionados.

Tabla 51. Conoce la parroquia Yangana

Indicador	Variable	Porcentaje
Si	140	57,10%
No	105	42,90%
Total	245	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración La autora

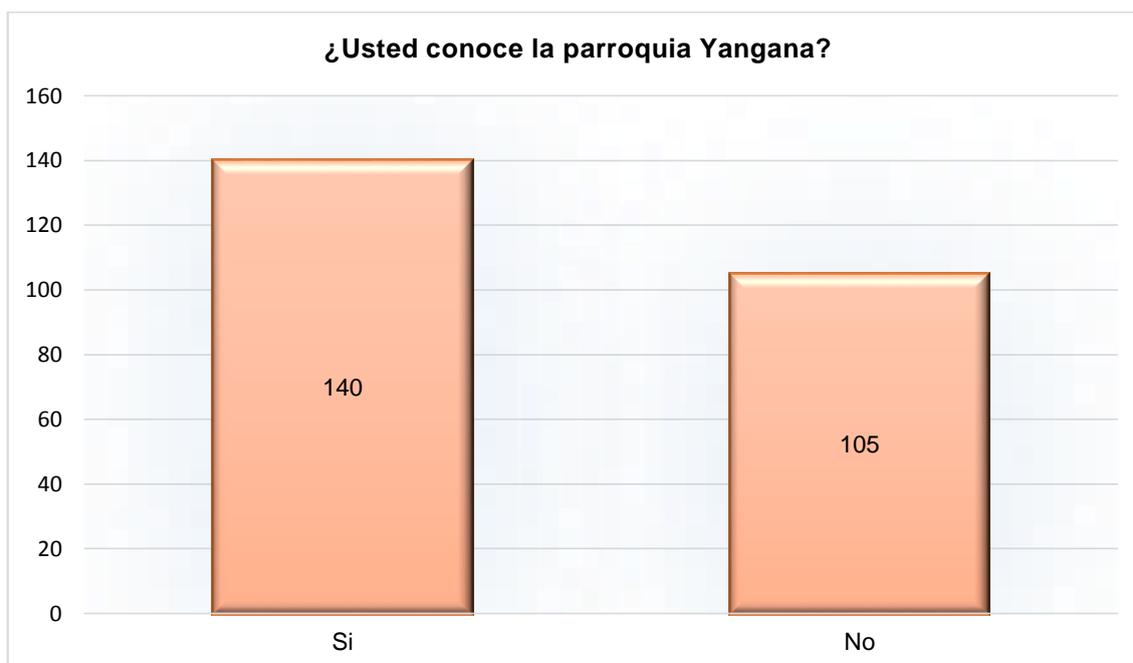


Figura 20: conoce la parroquia Yangana

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración La autora

4. ¿Cuáles de los siguientes servicios turísticos en la parroquia Yangana le gustaría que existan?

En cuanto a lo que se refiere a esta pregunta de los servicios que les gustaría que exista en la parroquia mencionaron 171 personas que exista hospedaje debido a que en la actualidad en el centro urbano los centros de hospedaje son escasos, a decir existe un centro pero que no está reglado por el ministerio de turismo. Entre otros servicios está el de restauración con 127 personas. Por otro lado, 107 personas mencionaron que les gustaría transporte turístico debido a que existen medios que no son especializados. Para finalizar esta pregunta un considerable número de 98 personas mencionaron que les gustaría guianza turística en los sitios de interés.

Tabla 52. Servicios turísticos en la parroquia

Indicador	Variable	Porcentaje
Hospedaje	171	69,80%
Restauración	127	51,80%
Tiendas de artesanías	91	37,10%
Transporte turístico	107	43,70%
Guianza turística	98	40,00%
Otros, especifique	1	0,40%

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración La autora

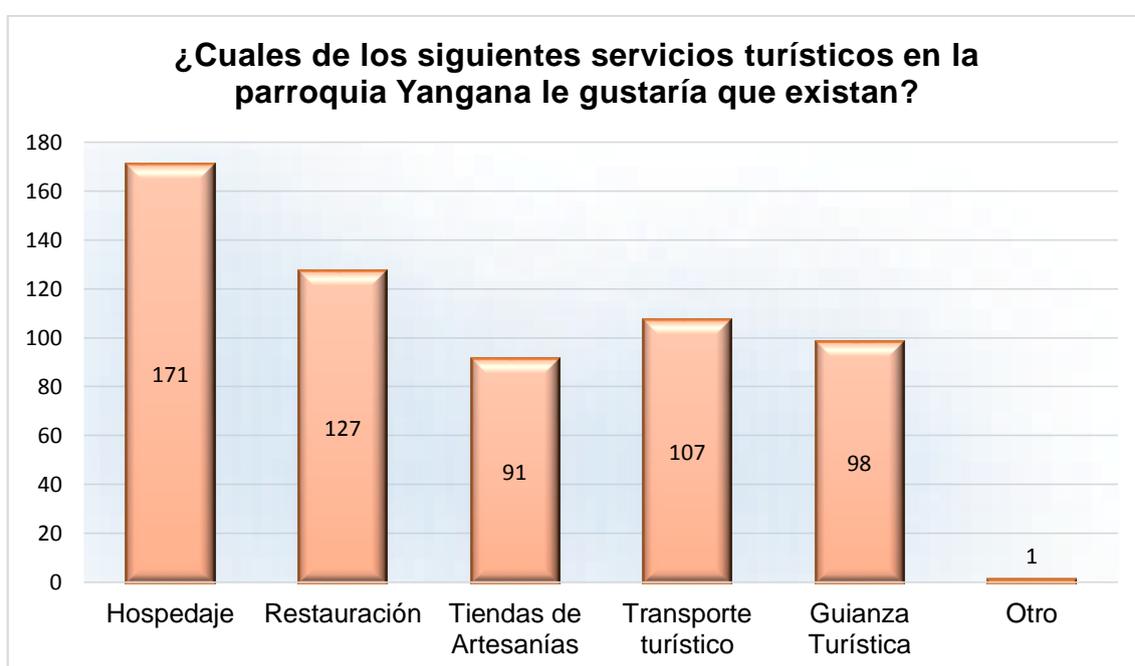


Figura 21: servicios turísticos en la parroquia

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración La autora

5. ¿Al implementarse proyectos o productos turísticos que complementen los servicios mencionados, con qué frecuencia usted visitaría estos sitios?

Los encuestados mencionaron que si al implementarse proyectos o productos turísticos en la parroquia visitarían un 55,10% los fines de semana que representa a 135 personas, seguido de 109 personas que están dispuestos a realizar la visita en feriados. Los porcentajes más bajos a esta pregunta se relacionan a épocas de

vacaciones y una vez al año que supone tiempos más prolongados, mientras tanto que los fines de semana y feriados supone un número limitado de días.

Tabla 53. Frecuencia que visitaría los sitios

Indicador	Variable	Porcentaje
Fines de semana	135	55,10%
Feridos	109	44,50%
Vacaciones	94	38,40%
Una vez al año	39	15,90%
Otros, Especifique	0	
Total	245	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración La autora

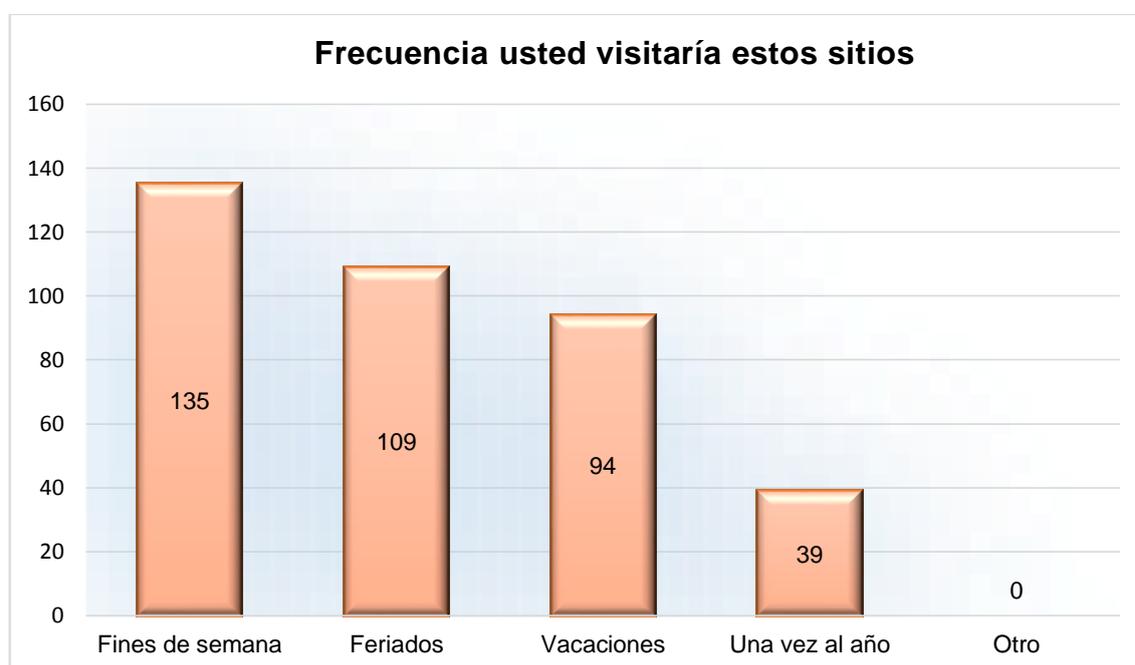


Figura 22: Frecuencia que visitaría los sitios

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración La autora

6. ¿En qué temporadas Usted cree que podría visitar y hacer uso de los servicios que ofrece la parroquia Yangana?

En cuanto a lo que se refiere a temporadas los encuestados mencionaron que estarían dispuestos a visitar la parroquia, en puentes vacacionales con un total de 134 personas y 136 personas los fines de semana lo que nos lleva a contrastar con la pregunta anterior, la preferencia es realizar un número limitado de días a diferencia de épocas de carnaval con un total de 77 personas, semana santa 22 personas y en navidad 13 personas.

Tabla 54. Temporadas que podría visitar

Indicador	Variable	Porcentaje
Carnavales	77	31,40%
Semana Santa	22	9,00%
Fiestas cantonales	72	29,40%
Navidad	13	5,30%
Fin de año	22	9,00%
Puentes vacacionales	134	54,70%
Fines de semana	136	55,50%

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración La autora

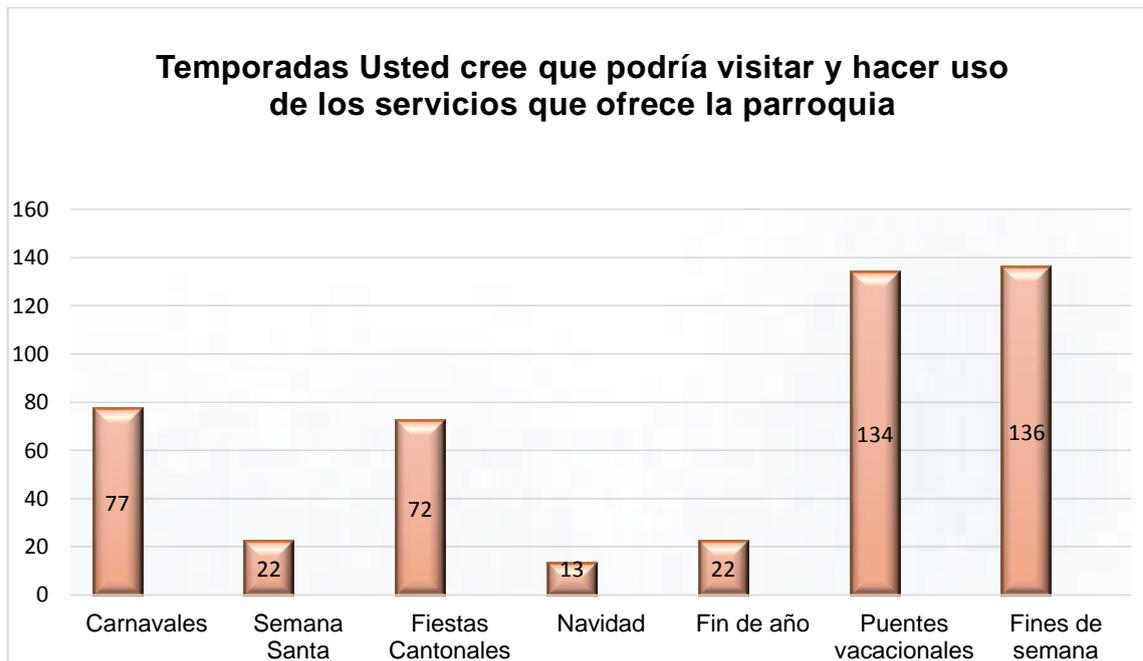


Figura 23: temporadas Usted cree que podría visitar y hacer uso de los servicios que ofrece la parroquia
Fuente: Trabajo de campo
Elaboración La autora

7. ¿Si su decisión es viajar y hacer uso de los servicios turísticos en la parroquia Yangana con quién le gustaría realizar la visita?

De los 245 encuestados el 66,90% que representa a 164 personas mencionaron que estarían dispuestos a visitar la parroquia Yangana en acompañamiento de sus familiares, seguido del 25,70% que representa las 63 personas irían con sus amigos, entre los porcentajes más bajos de realizar la visita a la parroquia es en compañía de pareja y solos. Lo que nos lleva a la reflexión que el turismo que se puede realizar podría ser un turismo familiar.

Tabla 55. Con quién le gustaría realizar la visita

Indicador	Variable	Porcentaje
Familia	164	66,90%
Amigos	63	25,70%
Pareja	15	6,10%
Solo	3	1,20%
Total	245	100%

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración La autora

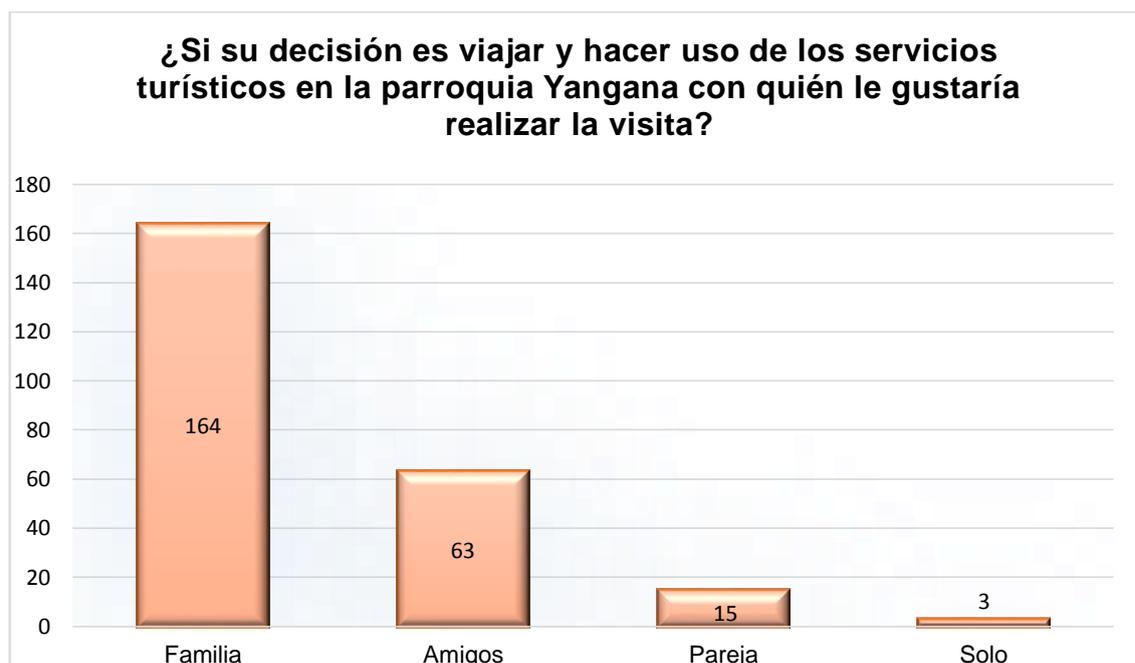


Figura 24: con quien le gustaría realizar la visita

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración La autora

8. ¿Cuántos días Usted estaría dispuesto a destinar para desarrollar las actividades turísticas en la Parroquia Yangana?

De los 245 encuestados el 80,80% que representa 198 personas manifiestan que estarían dispuestos a destinar entre 1 a dos días para desarrollar actividades turísticas en la parroquia Yangana. Un 17,60% que representa a 43 personas están dispuestas a destinar de 3 a 5 días. Esta información se contrasta que Yangana podría establecerse como un destino de paso realizando actividades de full day.

Tabla 56. Días que estaría dispuesto a destinar

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
De 1 a 2 días	198	80,80%
De 3 a 5 días	43	17,60%
Más de 5 días	4	1,60%
Ninguno		

Total	245	100%
-------	-----	------

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración La autora



Figura 25: Días que estaría dispuesto a destinar

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración La autora

9. ¿Qué medio de transporte usted suele utilizar a la hora de viajar para actividades turísticas?

Los medios de transporte que mencionaron los encuestados suelen utilizar para ir visitar lugares turísticos, están en un mayor porcentaje por vehículo propio que representa el 59,60%. Seguido de un 37,60% por transporte público que representa a 92 personas del total. Siendo que los medios menos utilizados para realizar visitas están los taxis y bicicleta.

Tabla 57. Medios de transporte

Indicador	Variable	Porcentaje
Transporte público	92	37,60%
Vehículo propio	146	59,60%
Taxi	4	1,60%
Bicicleta	3	1,20%
Otros, especifique		
Total	245	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración La autora

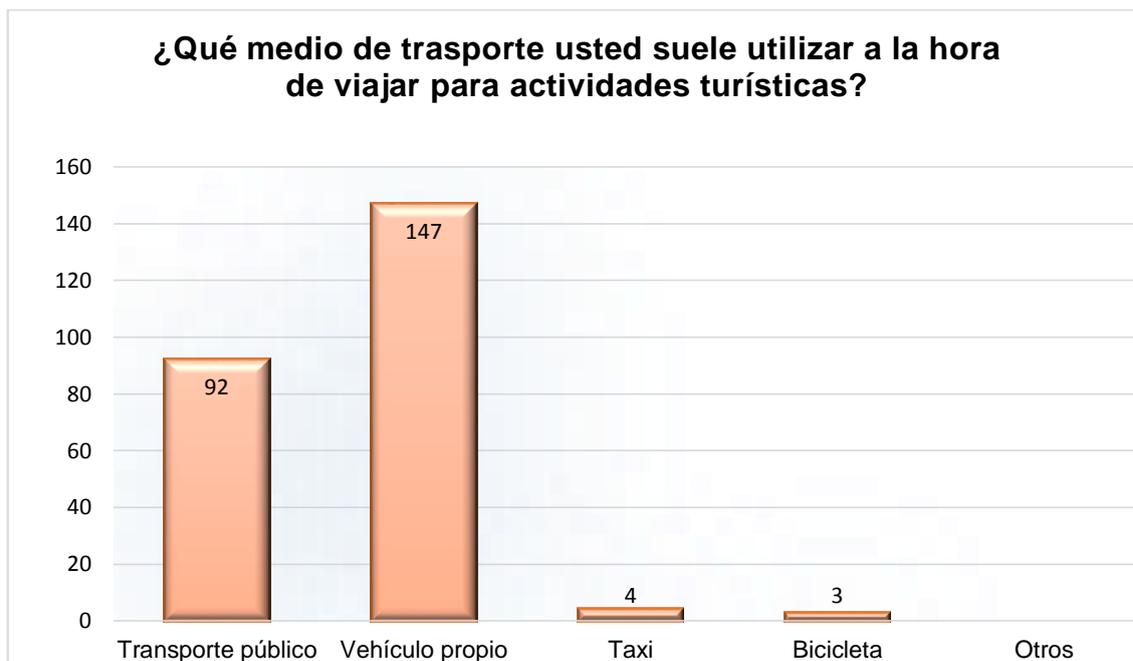


Figura 26: Medios de transporte

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: La autora

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de hospedaje?

Los precios que estarían dispuestos a pagar los encuestados están en los rangos más bajos de la tabla, siendo que el 69,80% que representa a 171 personas prefieren pagar de \$8 a \$13 dólares, seguido de un 24,90% que representa a 61 personas están dispuestas a pagar de \$14 a \$18 y valores más altos suman un 5% que representa 12 personas. Concluimos que estos valores se dan por motivo que la mayoría de los encuestados tienen ingresos mensuales menores de 400 dólares.

Tabla 58. Pago por el servicio de hospedaje

Indicador	Variable	Porcentaje
De \$8 a \$13	171	69,80%
De \$14 a \$18	61	24,90%
De \$19 a \$23	7	2,00%
Más de \$24	5	2,90%
Total	245	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: La autora

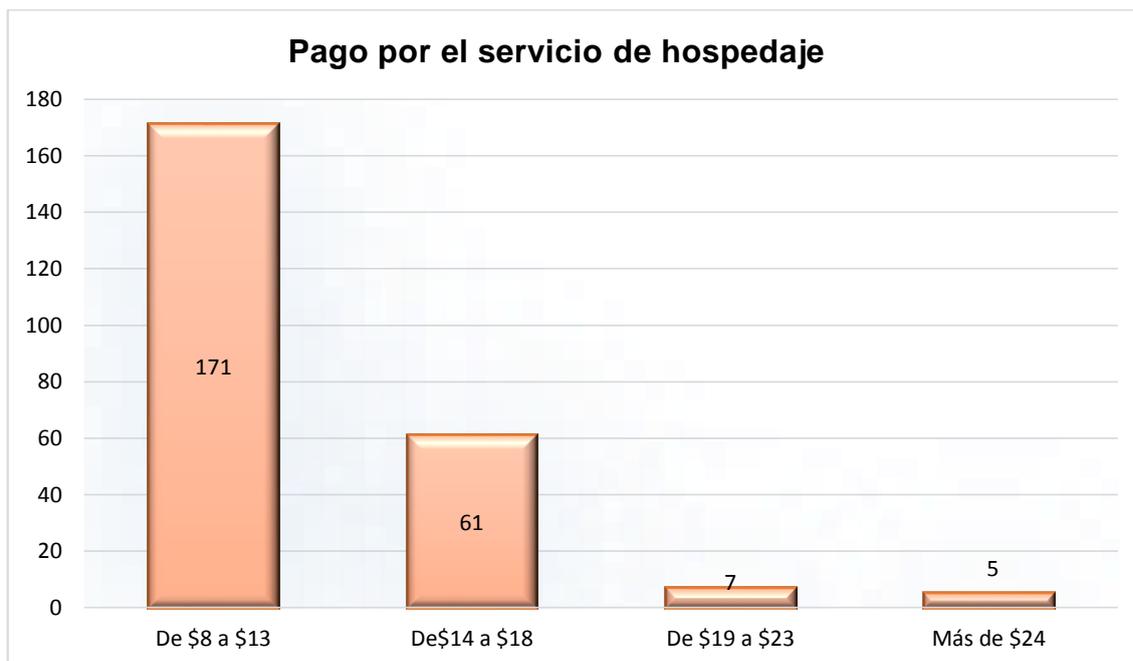


Figura 27: Pago por el servicio de hospedaje
Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: La autora

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de restaurante?

Los precios que estarían dispuestos a pagar los encuestados por restauración están en los rangos más bajos de la tabla, siendo el 72,20% que representa a 177 personas mencionan de \$3 a \$5 dólares, seguido del 22,90% valores de \$6 a \$8. Por último, en esta pregunta los valores más altos están en un 4,90% de la población que estarían dispuestos a pagar de entre \$9 a \$11 dólares por este servicio antes mencionado. Así mismo podríamos asumir que se debe a que los ingresos mensuales de la población encuestada en su mayoría igual o menor a un sueldo básico.

Tabla 59. Pago por el servicio de restauración

Indicador	Variable	Porcentaje
De \$3 a \$5	177	72,20%
De \$6 a \$8	56	22,90%
De \$9 a \$11	12	4,90%
Más de \$ 12	0	0%
Total	245	100%

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: La autora

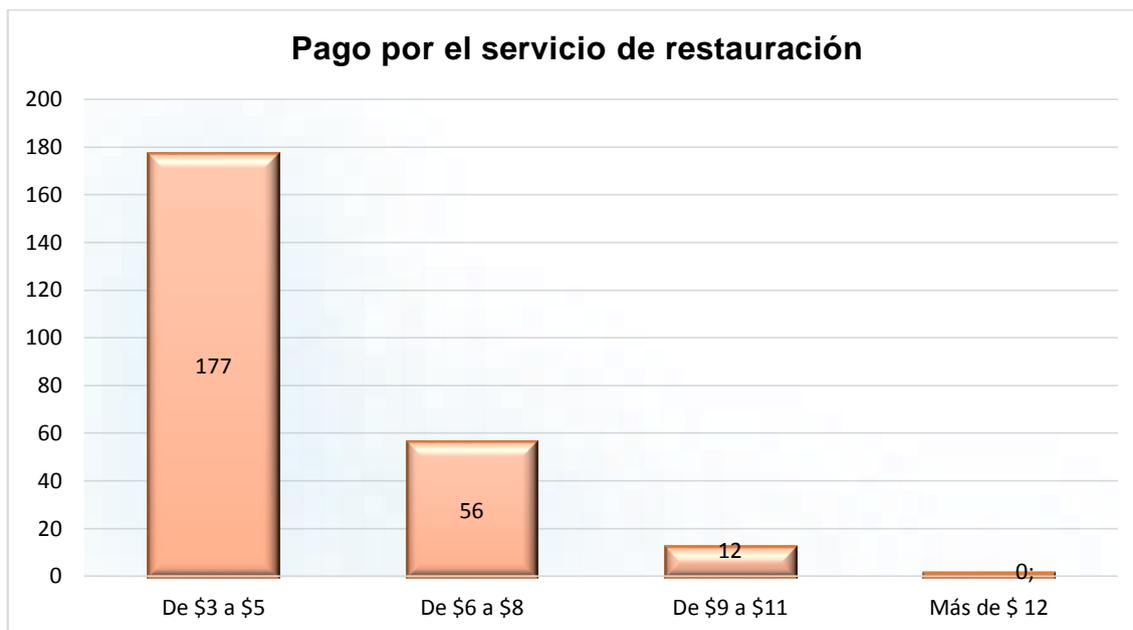


Figura 28: Pago por el servicio de restauración
Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: La autora

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por adquirir productos agro turísticos en la parroquia Yangana?

Los precios que estarían dispuestos a pagar los encuestados por productos agro turísticos están en los rangos más bajos de la tabla, siendo el 61,60% que representa a 151 personas mencionan de \$2 a \$5 dólares, seguido del 29% que representa a 70 personas, valores de \$6 a \$9. Por último, en esta pregunta los valores más altos están en un 9,40% de la población que estarían dispuestos a pagar de entre \$10 a \$13 dólares por este servicio antes mencionado.

Tabla 60. Pago por adquirir productos agro turísticos

Indicador	Variable	Porcentaje
De \$2 a \$5	151	61,60%
De \$6 a \$9	70	28,60%
De \$10 a \$13	20	8,20%
Más de \$13	3	1,20%
Total	245	100%

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: La autora

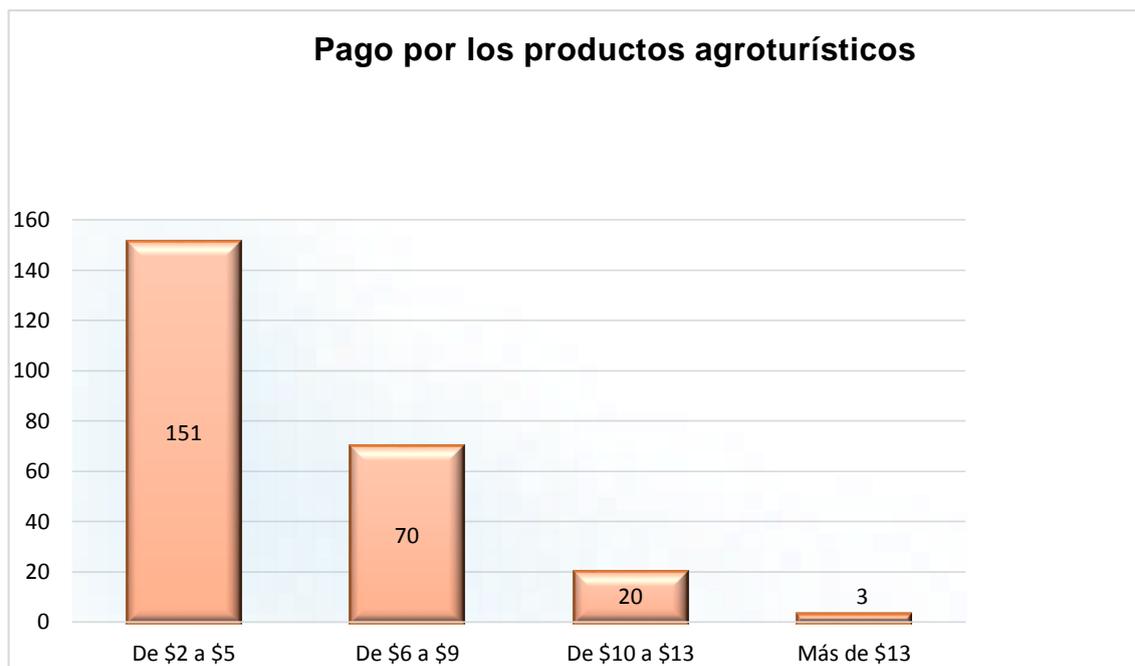


Figura 29: Pago por los productos agroturísticos

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: La autora

13. ¿Usted estaría dispuesto a participar de una ruta turística natural y cultural en la parroquia Yangana?

De acuerdo al contraste de las preguntas anteriores los encuestados en su mayoría estaban dispuestos a desarrollar actividades en la naturaleza, por lo tanto, en esta pregunta vemos reflejado que un 97,60% están dispuestos a desarrollar una ruta turística natural y cultural, mientras tanto que el 2,40% que representa a 6 personas no están dispuestas a desarrollar de esta actividad.

Tabla 61. Dispuesto a participar en una ruta turística natural y cultural en la parroquia

Indicador	Variable	Porcentaje
Si	239	97,60%
No	6	2,40%
Total	245	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: La autora

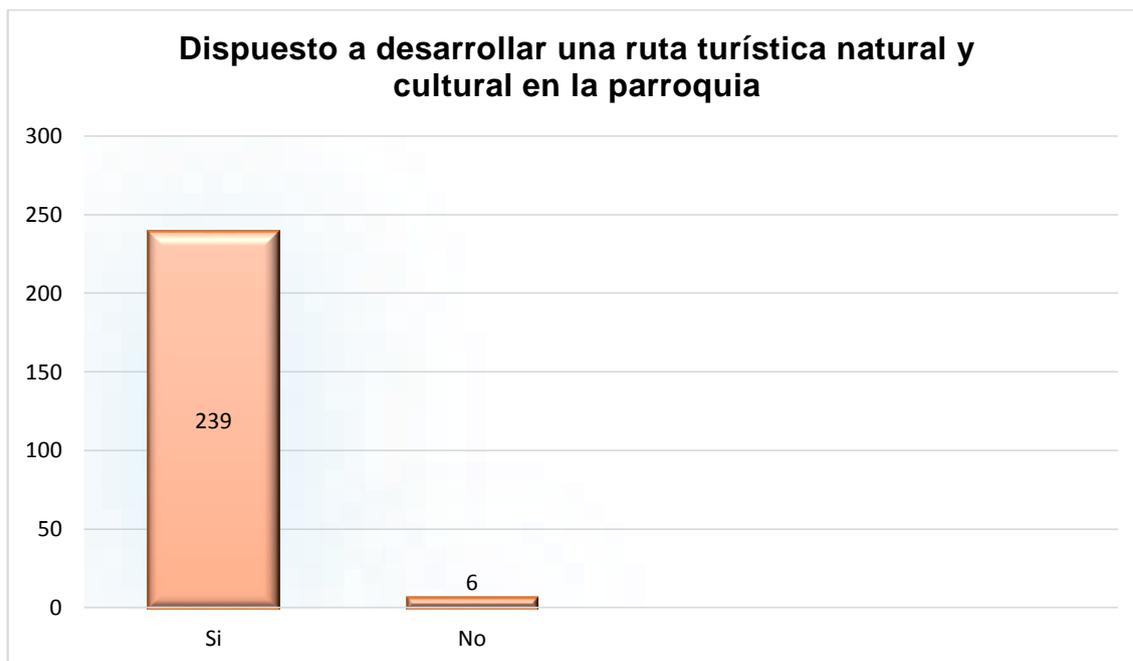


Figura 30: dispuesto a participar en una ruta turística natural y cultural en la parroquia
Fuente: Trabajo de campo
Elaboración La autora

14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por desarrollar una ruta turística cultural y natural con todos servicios en la parroquia Yangana en dónde se muestre el proceso de cultivos y elaboración de productos agrícolas?

Como se ha mencionado anteriormente los valores más bajos de la tabla han sido escogidos por los encuestados, entre ellos un 70,60% están dispuestos a pagar un valor de \$10 a \$15 dólares por realizar una ruta turística con todos los servicios. Un 18,40% que representa 45 están dispuestos a pagar entre \$20 a \$25 dólares y un 11% están dispuesto a pagar más de 25 dólares por percibir una ruta turística con todos los servicios.

Tabla 62. Dispuesto a pagar por una ruta turística con todos los servicios en la parroquia.

Indicador	Variable	Porcentaje
De \$10 a \$15	173	70,60%
De \$20 a \$25	45	18,40%
De \$25 a \$30	16	6,50%
Más de \$30	3	1,20%
Ninguno	8	3,30%
Total	245	100%

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración La autora

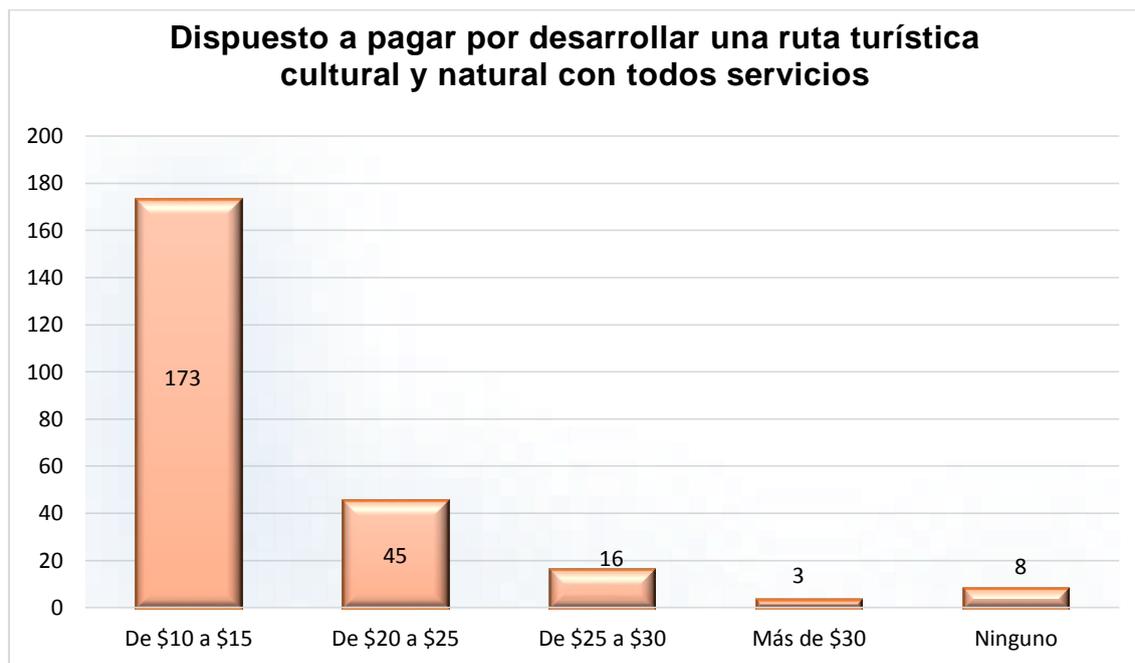


Figura 31: Dispuesto a pagar por una ruta turística con todos los servicios en la parroquia.

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración La autora

15. ¿Si se desarrollara una ruta turística cultural y natural en la parroquia Yangana ¿Qué actividades le gustaría realizar?

Las actividades que desean realizar en la ruta turística los encuestados mencionaron 159 personas que desean hacer senderismo, 109 personas hacer actividades de camping, 102 turismo comunitario y 100 personas actividades relacionadas a visitar haciendas.

Tabla 63. Qué actividades le gustaría realizar.

Indicador	Variable	Porcentaje
Senderismo	159	65,20%
Campamentos	109	44,70%
Turismo comunitario	102	41,80%
Visitas haciendas	100	41,00%
Otros, especifique	2	0,80%

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración La autora



Figura 32: que actividades le gustaría realizar.

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración La autora

16. ¿Estaría usted dispuesto a visitar un sendero interpretativo por los estoraques de Yangana?

Los encuestados en su mayoría si están dispuestos a visitar el sendero interpretativo de los estoraques de Yangana. Un 94,30% que representa 231 personas están dispuestas a realizar esta actividad, por lo que nos lleva a concluir que sus actividades de preferencia son en el medio natural. Tan solo el 5,70% que representa 14 personas no están dispuestas a realizar esta actividad.

Tabla 64. Dispuesto a visitar un sendero interpretativo por los estoraques de Yangana

Indicador	Variable	Porcentaje
Si	231	94,30%
No	14	5,70%
Total	245	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración La autora



Figura 33: Dispuesto a visitar un sendero interpretativo por los estoraques de Yangana
Fuente: Trabajo de campo
Elaboración La autora

17. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por ser guiado por un sendero interpretativo por los estoraques de Yangana?

Como se ha visualizado en las preguntas anteriores los valores más bajos de la tabla son los más escogidos debido a que sus ingresos son menores a un sueldo básico. El 82,40% que representa a 202 personas están dispuestas a pagar valores de \$10 a \$15 dólares. Seguido de un 8,20% están dispuestos a pagar un poco más de 20 dólares y un 7,80% que representa 19 personas no están dispuestas a pagar ningún valor.

Tabla 65. Dispuesto a pagar por ser guiado por un sendero interpretativo por los estoraques

Indicador	Variable	Porcentaje
De \$10 a \$15	202	82,40%
De \$20 a \$25	20	8,20%
De \$25 a \$30	3	1,20%
Más de \$30	1	0,40%
Ninguno	19	7,80%
Total	245	100%

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración La autora

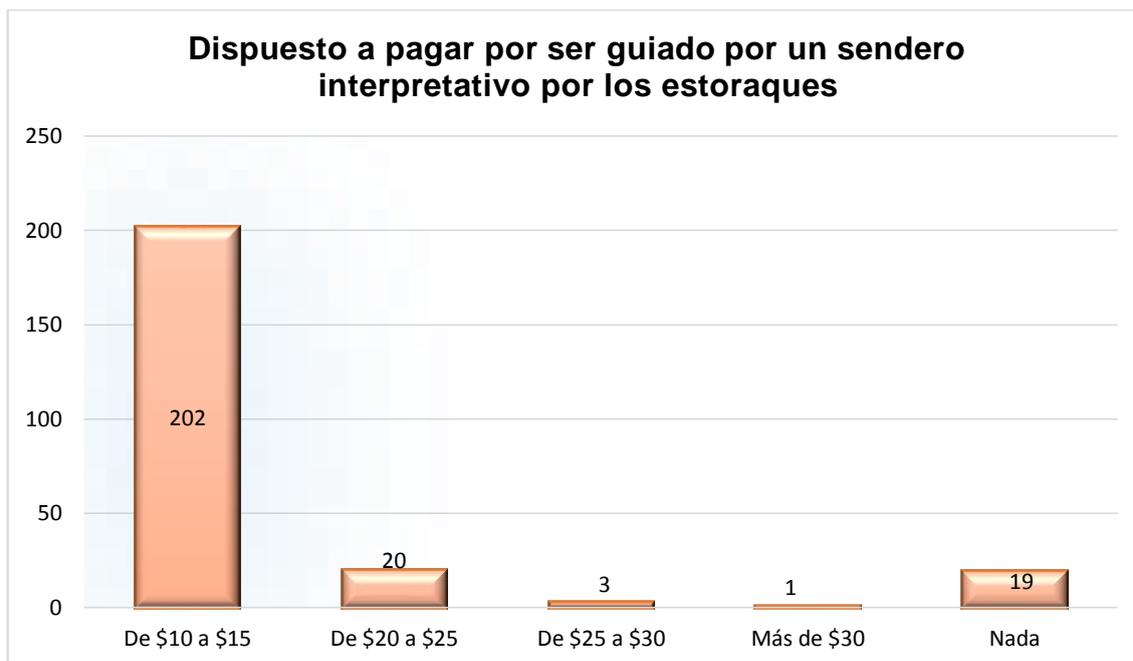


Figura 34: Dispuesto a pagar por ser guiado por un sendero interpretativo por los estoraques de Yangana

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: La autora

18. ¿Estaría dispuesto a visitar un stand de promoción de la parroquia Yangana en eventos locales y nacionales?

Los encuestados en un 94,70% si están interesados en visitar los stands que presente la parroquia Yangana tanto a nivel nacional como local, mientras tanto que el 5,30% de los encuestados no creen que podrían hacerlo.

Tabla 66. Visitar un stand de promoción de la parroquia Yangana

Indicador	Variable	Porcentaje
Si	232	94,70%
No	13	5,30%
Total	245	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: La autora



Figura 35: Visitar un stand de promoción de la parroquia Yangana

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: La autora

19. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar por asistir a una feria turística, en dónde se muestre productos, artesanías y servicios?

Los encuestados mencionaron que valores de entre \$10 a \$15 dólares estarían dispuestos en invertir en productos que se vendan en los stands de la parroquia Yangana, esto representa al 73,90% que representa a 181 personas, seguido de 16% que representa 38 personas están dispuestas a pagar valores de \$20 a \$25 dólares y un 3,70% un poco más de 25, mientras tanto que el 6,10% dicen que no estarían dispuestos a asistir y mucho menos a invertir en productos que presente la parroquia.

Tabla 67. Gastar por asistir a una feria turística

Indicador	Variable	Porcentaje
De \$10 a \$15	181	73,90%
De \$20 a \$25	38	15,50%
De \$25 a \$30	9	3,70%
Más de \$30	2	0,80%
Nada	15	6,10%
Total	245	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: La auto

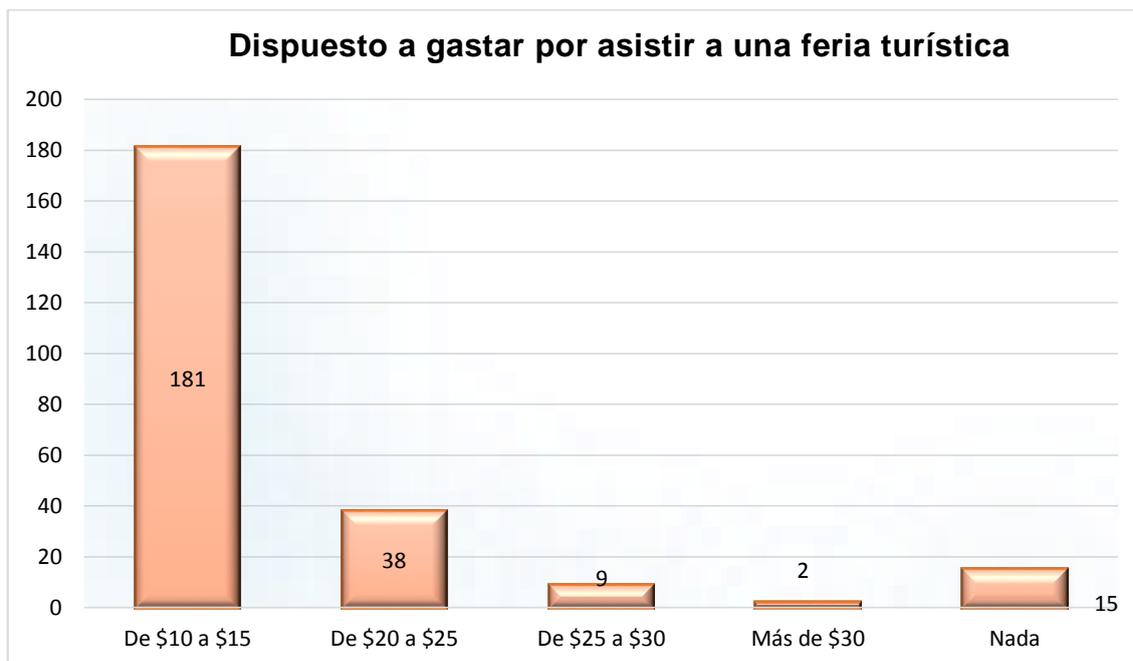


Figura 36: Gastar por asistir a una feria turística.

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración La autora

20. ¿Qué otra actividad turística le gustaría realizar dentro de la parroquia?

Entre las actividades que les gustaría encontrar a los encuestados en la parroquia Yangana son pesca deportiva, fotografía, fabricación de lácteos y ciclismo. La actividad con mayor acogida fue la pesca deportiva que mencionaron 153 personas, seguido de 111 personas prefieren fotografía y por último 106 personas participar en la elaboración de quesos y actividades de ciclismo con 83 personas.

Tabla 68. Otra actividad turística le gustaría realizar dentro de la parroquia

Indicador	Variable	Porcentaje
Pesca deportiva	153	62,40%
Fotografía	111	45,30%
Ciclismo	83	33,90%
Participación en elaboración de lácteos	106	43,30%
Otros	2	0,80%

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración La autora

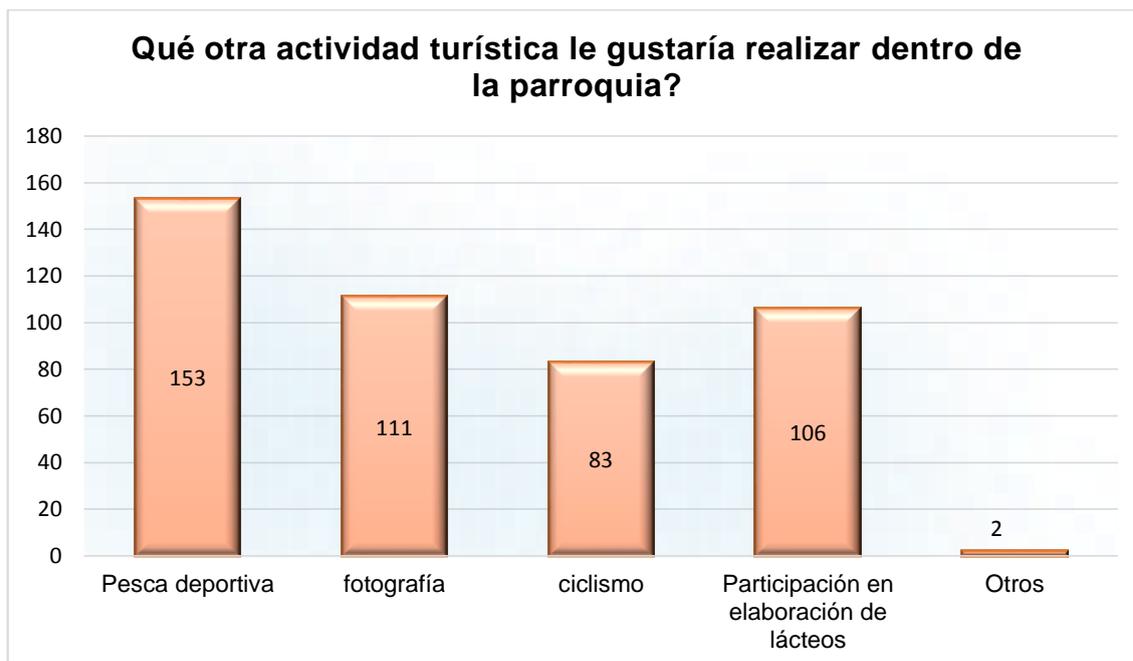


Figura 37: Otra actividad turística le gustaría realizar dentro de la parroquia

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración La autora

21. Qué tipo de souvenirs le gustaría adquirir al visitar la parroquia

Los encuestados entre los souvenirs que le gustaría adquirir cuando visite la parroquia Yangana serían gorras, llaveros y camisetas, con mayor aceptación están las gorras con la aceptación de 137 personas, llaveros 125 y camisetas 104 personas. Los souvenirs menos valorados están los calendarios y agendas.

Tabla 69. Tipo de souvenirs

Indicador	Variable	Porcentaje
Gorras	137	55,90%
Llaveros	125	51,00%
Camisetas	104	42,40%
Calendarios	40	16,30%
Agendas	64	26,10%
Otros	3	1,20%

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración La autora

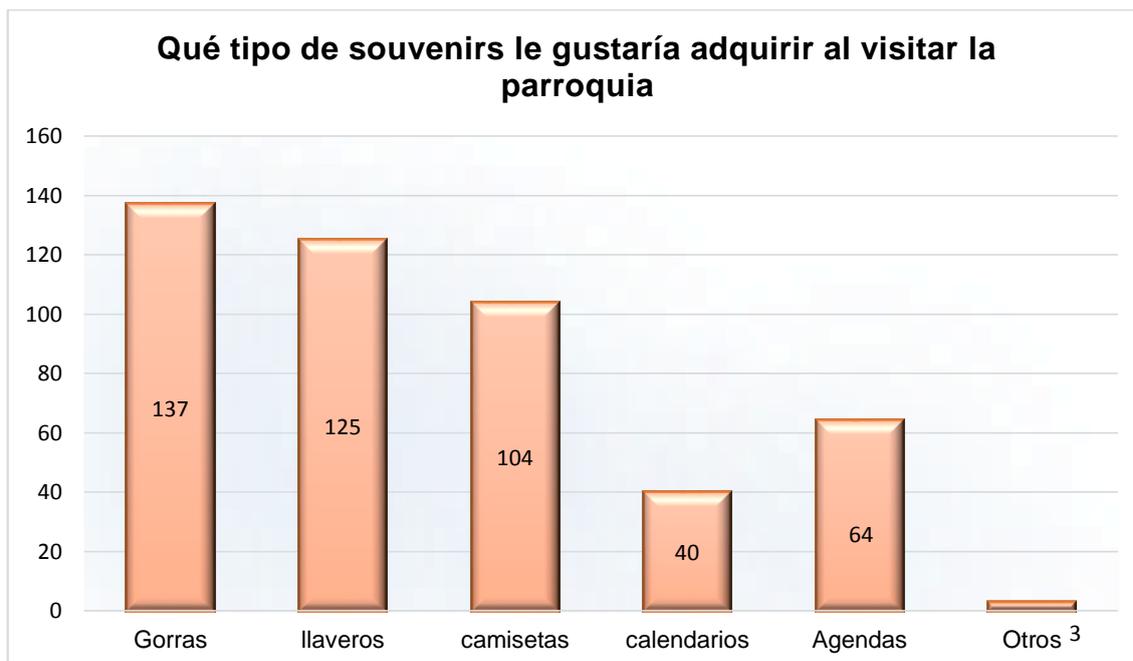


Figura 38: Tipo de souvenirs
Fuente: Trabajo de campo
Elaboración La autora

22. ¿Por qué medios promocionales le gustaría informarse de los servicios turísticos que se desarrollen en la parroquia Yangana?

Como es conocido que en la actualidad las tecnologías de innovación y comunicación han permitido estar más informados, entre ellos las redes sociales, por lo tanto, los encuestados prefieren que se les informe a través de este medio con un porcentaje de 214 personas. Seguido de las páginas web que representa a 126 personas. Entre los menos preferidos están radio o tv, ferias turísticas, afiches entre otras.

Tabla 70. Medios promocionales le gustaría informarse

Indicador	Variable	Porcentaje
Redes sociales	214	87,30%
Ferias turísticas	54	22,00%
Pantalla Led	25	10,20%
Afiches promocionales	43	17,60%
Vallas publicitarias	36	14,70%
Radio o tv	90	36,70%
Páginas web	126	51,40%
Otros	1	0.40%

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración La autora

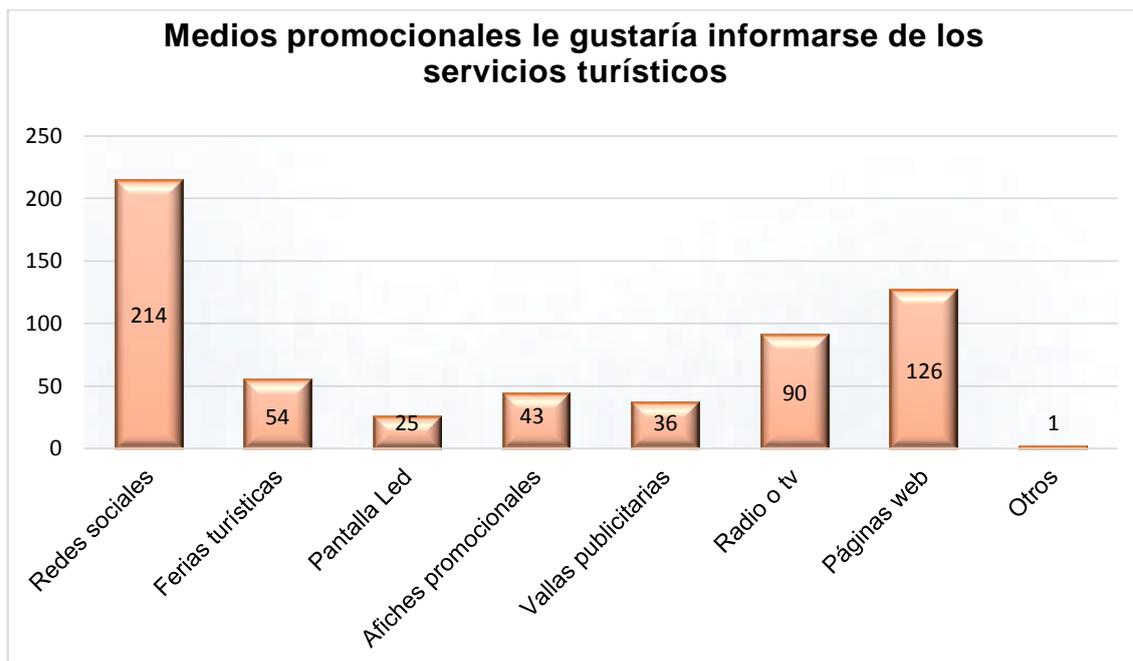


Figura 39: medios de promoción que le gustaría informarse
Fuente: Trabajo de campo
Elaboración La autora

23. ¿Cuál medio cree usted que es el más adecuado a la hora de contratar servicios turísticos?

Los encuestados en cuanto a lo que se refiere a la hora de contactar servicios turísticos creen que el medio más eficaz es a través de los prestadores de servicios. Un total de 119 afirman que este es el mejor medio. Seguido de 82 personas creen que las redes sociales es otro medio eficaz y entre las menos mencionadas están las páginas web, operadoras de turismo.

Tabla 71. Medio más adecuado a la hora de contratar servicios turísticos

Indicador	Variable	Porcentaje
Operadores de turismo/Agencias de viaje	50	20,40%
Páginas Web	72	29,40%
Directamente con los prestadores de servicios de la parroquia	119	48,60%
Redes Sociales	82	33,50%
Otros, especifique	1	0,40%

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración La autora

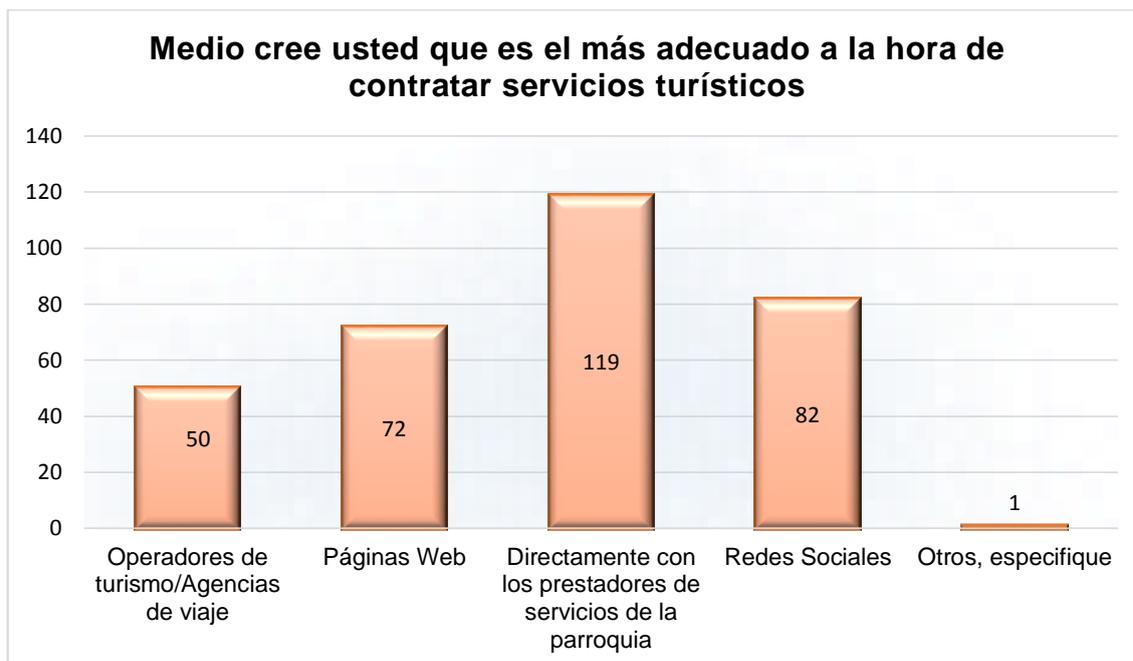


Figura 40: Medio más adecuado a la hora de contratar servicios turísticos

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: La autora

24. Lugar de residencia

Los resultados de residencia están condicionados a que se desarrolló una estratificación de la población a encuestar. Los valores de residencia a nivel de la provincia de Loja suman un 85,31% seguido de un 10,60% pertenecen a la provincia de Zamora Chinchipe y un 4,08% de otros lugares. Demostrando que la demanda efectiva correspondería principalmente a personas de la ciudad de Loja

Tabla 72. Lugar de residencia

Indicador	Variable	Porcentaje
Loja	175	71,42%
Catamayo	18	7,34%
Zamora	18	7,34%
Saraguro	16	6,53%
Palanda	3	1,22%
Chinchipe	5	2,04%
Otros lugares	10	4,08%
Total	255	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: La autora



Figura 41: Lugar de residencia

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración La autora

25. Nacionalidad

Los encuestados son de nacionalidad ecuatoriana en un 100% debido a que se tomó como muestra el PEA de dos provincias Loja y Zamora. Dejando claro que la demanda que visitaría la parroquia Yangana son turistas nacionales y locales los que indican los datos obtenidos.

Tabla 73. Nacionalidad

Indicador	Variable	Porcentaje
Nacional	245	100%
Extranjera	0	0%
Total	245	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración La autora

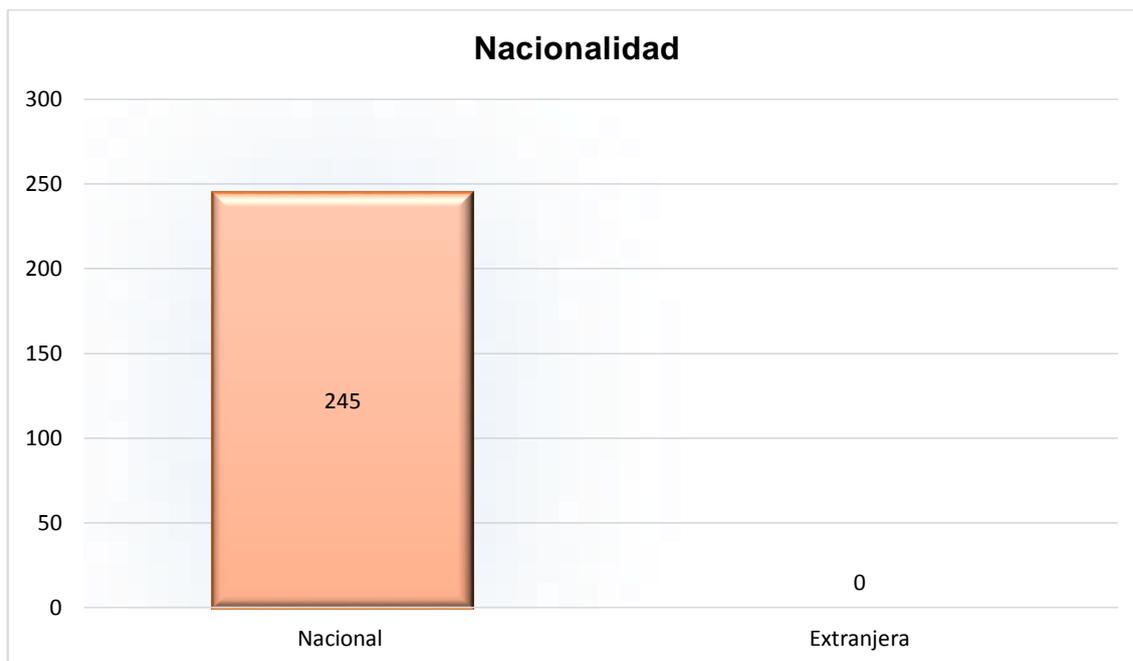


Figura 42: Nacionalidad
Fuente: Trabajo de campo
Elaboración La autora

26. Edad

La demanda encuestada las personas que más visitaría estos sitios corresponden a las edades de entre los 25 a 30 años, y de 19 a 24 con un 66,20% del total de los encuestados, con un 20% que corresponde a personas con el rango de edad de 31 a 36, y con un 14,90% del total de los encuestados que corresponde a personas con edades de 37 años en adelante. Demostrando que la demanda efectiva hacia las propuestas planteadas corresponde a un público de mayor audiencia de jóvenes y adultos de entre 19 a 36 años de edad.

Tabla 74. Edad

Indicador	Variable	Porcentaje
Menor de 18 años	1	0,30%
19-24 años	69	28,20%
25-30 años	93	38,00%
31-36 años	48	19,60%
37-42 años	10	4,10%
43-48 años	5	2,00%
49-54 años	11	4,50%
De 55 en adelante	8	3,30%
Total	245	100%

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración La autora

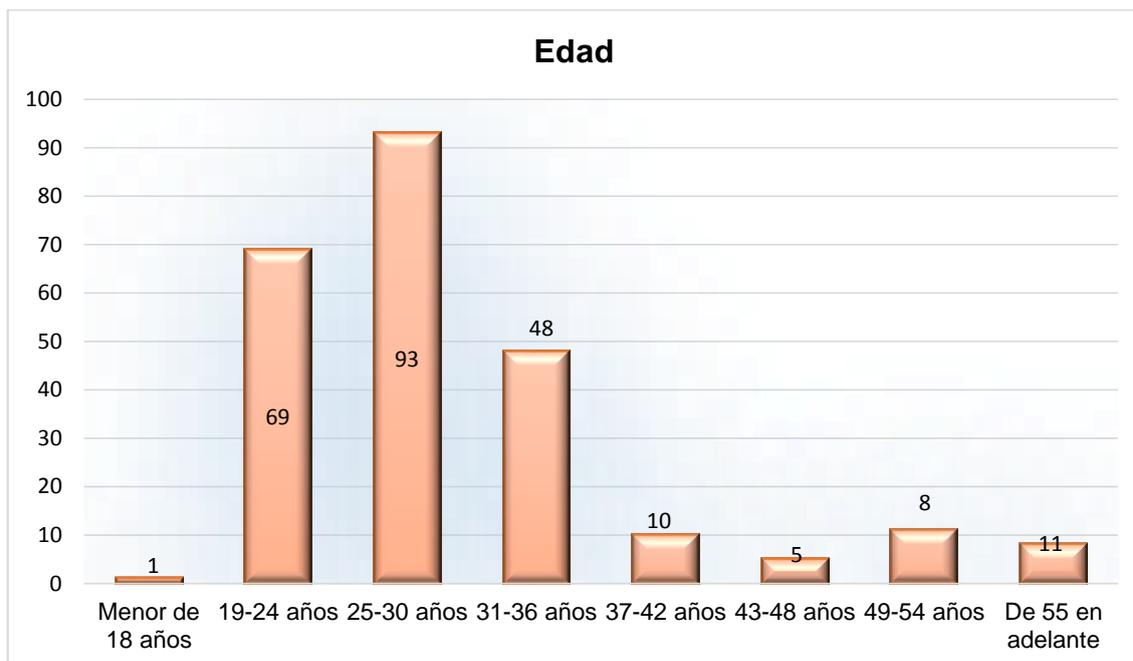


Figura 43: Edad
Fuente: Trabajo de campo
Elaboración La autora

27. Sexo

Según los resultados obtenidos la mayoría de encuestados corresponden al género femenino con un 54,30% que corresponde a 133 mujeres, seguido con poca diferencia del 45,70% del total de los encuestados que corresponden al sexo masculino.

Tabla 75. Sexo

Indicador	Variable	Porcentaje
Femenino	133	54,30%
Masculino	112	45,70%
Total	245	100%

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración La autora

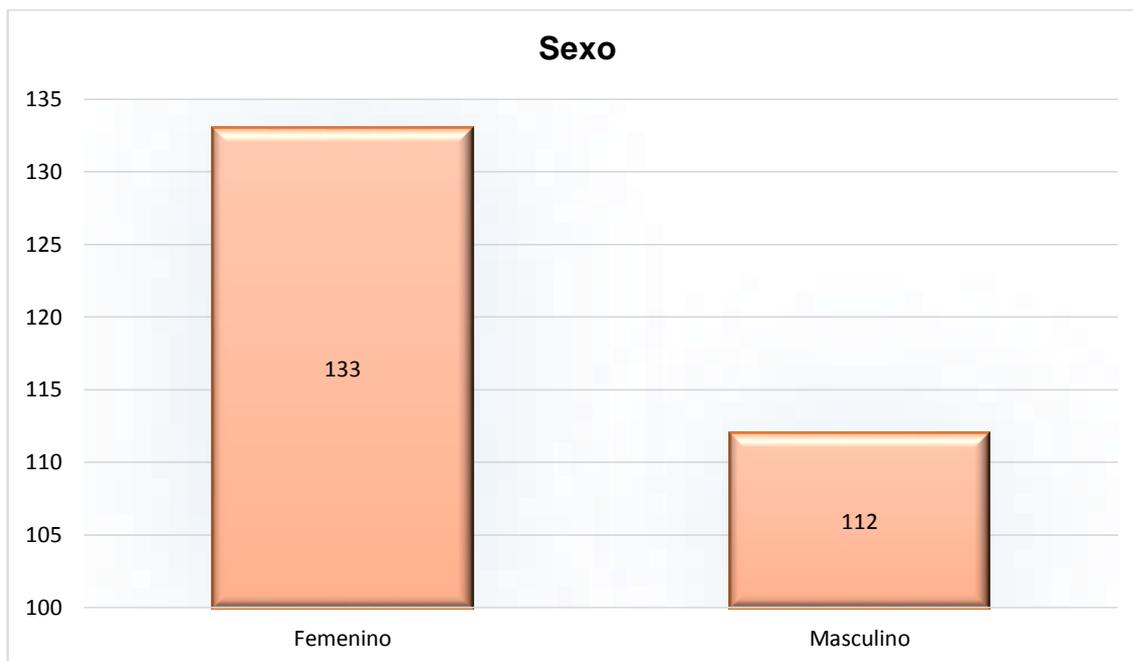


Figura 44: Sexo

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración La autora

28. Estado civil

De acuerdo a los resultados obtenidos las personas en estado civil soltero son las que más porcentaje obtuvieron con un 55,50% del total que corresponde a 136 personas, seguido del 36,70% que corresponden a 90 personas son casados, y con un 7,80% del total de los encuestados son personas que se encuentran en unión de hecho, viudas o divorciadas. Concluyendo que las personas que están dispuestas a visitar la parroquia con todos los servicios que ofrece en su mayoría son personas solteras.

Tabla 76. Estado civil

Indicador	Variable	Porcentaje
Soltero	136	55,50%
Casado	90	36,70%
Unión de hecho	10	4,10%
Viudo	1	0,40%
Divorciado	8	3,30%
Total	245	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración La autora

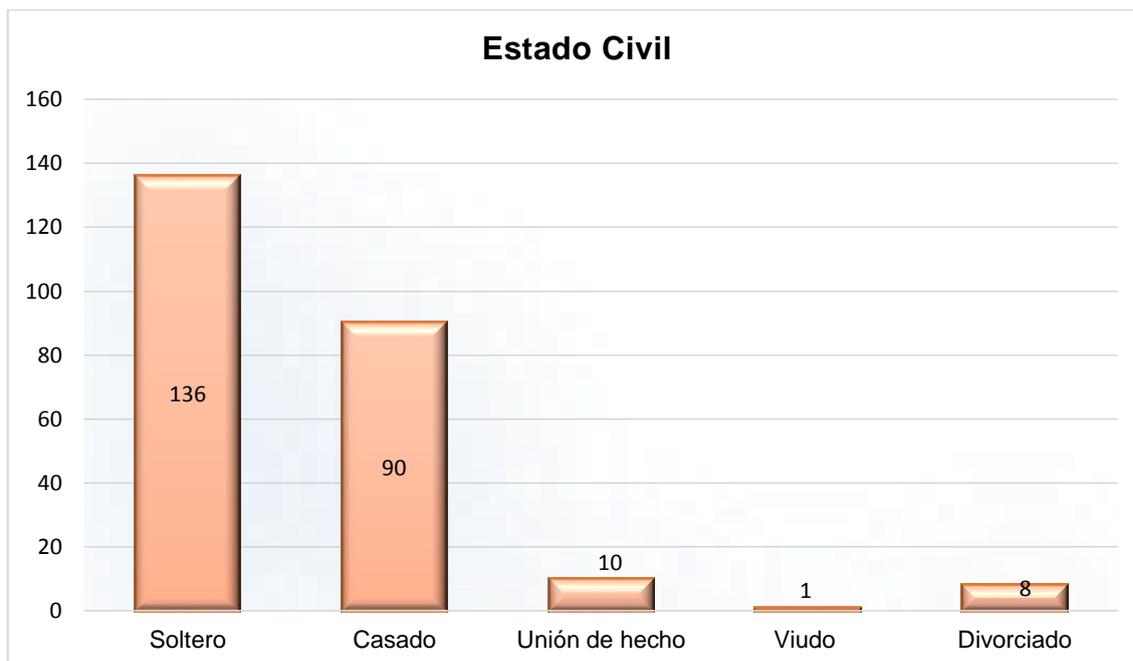


Figura 45: Estado civil
Fuente: Trabajo de campo
Elaboración La autora

29. Ocupación

Según los resultados obtenidos la mayoría de encuestados con un 35,90% que corresponde a 88 personas son profesionales, sin mayor diferencia con un 34,70% del total que corresponde a 85 personas son estudiantes, seguido con un 27,30% que corresponden a 67 personas del total de los encuestados son personas que ejercen libre ejercicio, y con el menor porcentaje de 2% del total son personas jubiladas. Se podría demostrar con estos resultados que la posible demanda de turistas corresponde al grupo de personas de profesionales y estudiantes

Tabla 77. Ocupación

Indicador	Variable	Porcentaje
Estudiante	85	34.70%
Profesional	88	35.90%
Libre ejercicio	67	27,30%
Jubilado	5	2.00%
Total	245	100%

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración La autora

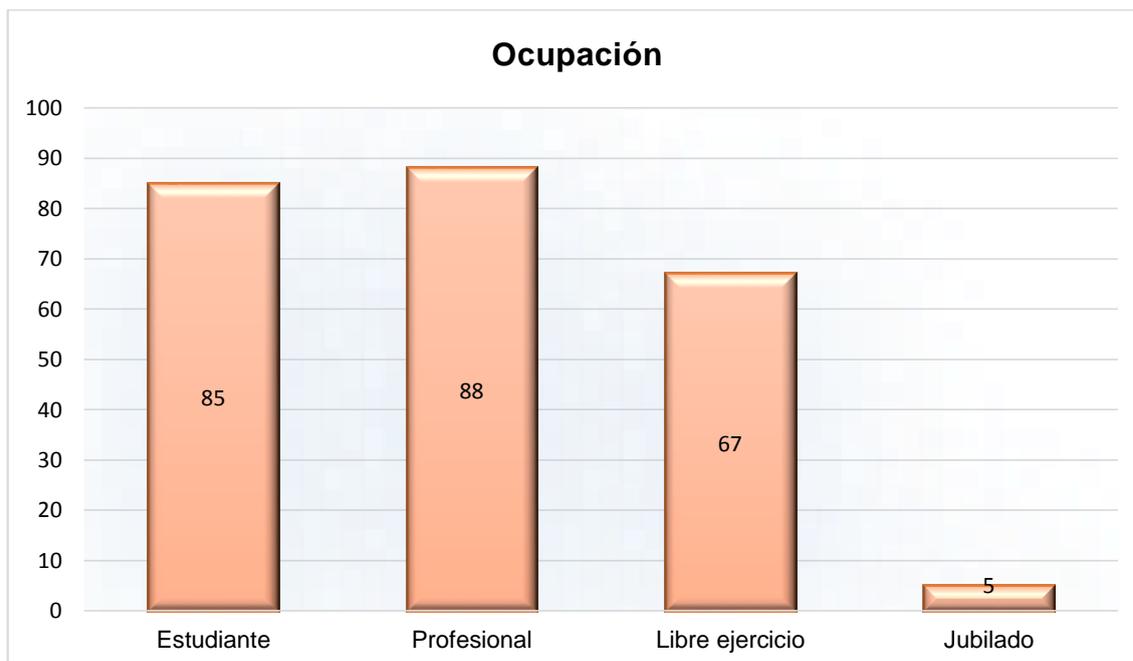


Figura 46: Ocupación
Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: La autora

30. Ingresos mensuales

A lo que se refiere de la situación económica de los encuestados el 34,69% que corresponde a 85 personas del total de los encuestados manifiestan que tienen ingresos mensuales de \$0 a \$200, seguido del 30,61% respondió que tiene ingresos de \$201 a \$400, el 22,40% que corresponde a 55 personas manifestó que sus ingresos mensuales son de \$401 a \$600 y finalmente un 12,24% del total de los encuestados manifestó que sus ingresos mensuales es más \$601

Tabla 78. Ingresos mensuales

Indicador	Variable	Porcentaje
\$0 a \$200	85	34,69%
\$201 a \$400	75	30,61%
\$401 a \$600	55	22,40%
Más de \$601	30	12,24%
Total	245	100%

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: La autora

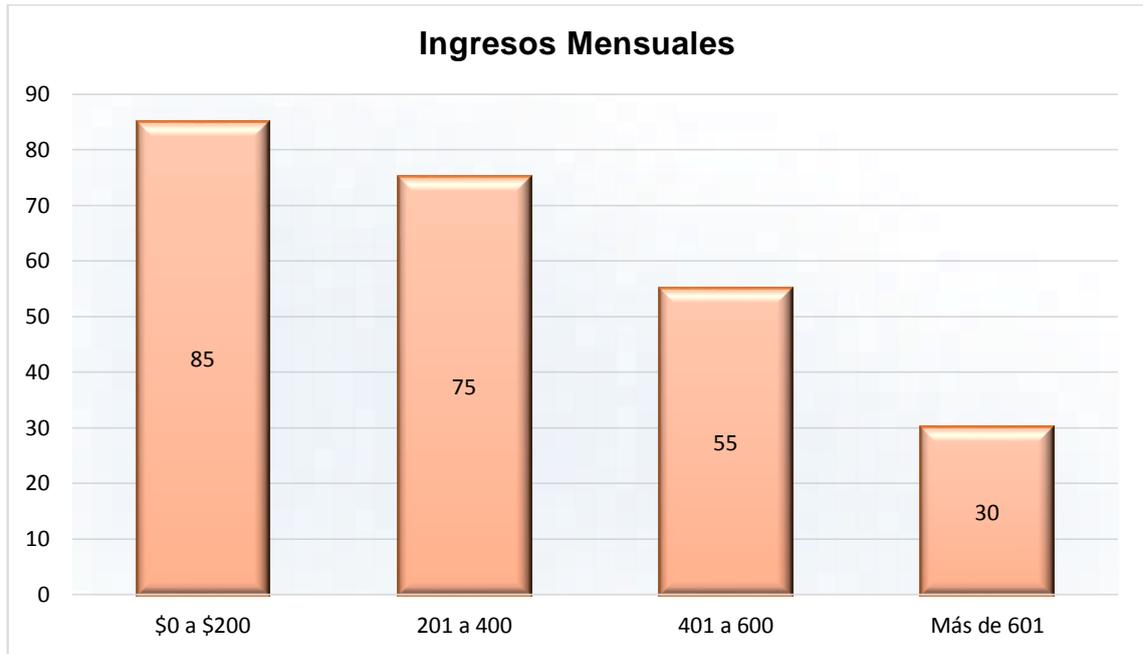


Figura 47: Ingresos mensuales
Fuente: Trabajo de campo
Elaboración La autora

6.3.2. Segmentación de Mercado

Mediante los resultados de las encuestas se identificó seis segmentos de mercado determinado por las edades de los visitantes, en donde se detallan intereses comunes, preferencias al realizar turismo en la parroquia de Yangana.

Segmento 1: visitantes de menos de 18:

En este segmento encontramos a un encuestado, por lo tanto, descartaremos este segmento debido a que no supone una demanda potencial ni mucho menos efectiva, a continuación, explicaremos los demás segmentos.

Segmento 2: visitantes de 19 a 24 años:

Para empezar a describir este segmento los encuestados que representan el 100% mencionaron que estarían dispuestos a realizar actividades turísticas con características naturales y culturales. Así mismo este segmento que representa a 69 personas desea hacer turismo natural y 28 personas actividades de turismo cultural, por lo tanto, vemos que las personas están interesadas en su mayoría hacer actividades en contacto con la naturaleza como caminatas, senderismo, visitas guiadas, fotografía, pesca deportiva y campamentos. Pero cabe recalcar que en este

segmento en la pregunta 3 que se menciona que más les gusta conocer cuando visita un sitio turístico es degustar de su gastronomía.

Este segmento también mencionó que cuando tuviera la oportunidad de visitar la parroquia Yangana le gustaría encontrar servicios de hospedaje, alimentación y otros servicios como transporte turístico. Los encuestados de este segmento mencionaron que al existir servicios y productos turísticos estarían dispuestos a visitar los fines de semana en un 51% que representa a 35 personas mientras tanto que el 49% que representa a 34 está dispuesto a visitar los feriados y fines de semana. Se concluye en lo que se refiere a temporadas que podrían visitar y hacer uso de los servicios sería en carnavales. A este hecho súmanos que del 100%, el 49% visitarían en compañía de sus familiares, un 39% en compañía de sus amigos y en un menor porcentaje que representa el 12% acompañados de sus parejas. Como se ha podido ver que sus ingresos son menores de 200 dólares en su mayoría están dispuestos a permanecer entre 1 a 2 días. El medio de transporte en que se viajaría este segmento es a través de auto propio en un 57% que representa a 39 personas mientras tanto que el 42% que representa a 29 personas viajarían por transporte público. El precio que está dispuestos a pagar por el transporte público está en un rango de \$8 a \$13 dólares, así mismo por servicios de alimentación de \$3 a \$5 dólares, por productos de agroturismo de \$2 a \$5.

En cuanto a participar en una ruta de turismo natural y cultural, este segmento en un 98% que representa a 67 personas está dispuestas a participar, mientras que el 2% no desean realizar esta actividad. Entre otras actividades se mencionó de estar disponibles en hacer un sendero interpretativo, este segmento contestó en un 99% que si lo haría. Por último, en cuanto actividades, se preguntó si visitaría un stand que presente la parroquia Yangana, mencionaron en un 96% que, si visitarían, lo que representa a 64 personas y el precio a pagar los encuestados mencionaron que podrían pagar entre \$10 a \$15 dólares.

En cuanto a lo que se refiere adquirir servicios de suvenires, un total de 42 personas que representa 61% están dispuestos a adquirir llaveros y en un menor porcentaje gorras y camisetas. El medio que les gustaría que se comunique los productos y servicios que oferta la parroquia Yangana es a través de las redes sociales y páginas web en su mayoría y el medio de contratación debería ser a través de operadoras

de turismo. Para culminar con la interpretación de este segmento, vemos que el mayor porcentaje de residencia de este segmento está en la provincia de Loja y el género con el que se identifica en su mayor porcentaje es de sexo femenino de estado civil soltero y de ocupación estudiantes.

Segmento 3: visitantes de 25 a 30 años:

El segmento 3 está conformado por 93 personas que se encuentra entre 25 a 30 años. Del 100%, el 30% desea realizar actividades de turismo natural, mientras que el 70% dice que le gustaría realizar actividades de turismo natural, cultural, gastronómico y religioso. Las actividades en específico podemos decir que están en este campo: caminatas, senderismo, pesca deportiva, gastronomía y sitios arqueológicos.

Por otro lado, en cuanto a lo que se refiere que le gustaría encontrar al visitar Yangana mencionaron servicios de hospedaje, alimentación y tiendas de artesanías. A esto también se suma que al implementarse servicios y productos que frecuencia y temporada les gustaría visitar, mencionaron los fines de semana, feriados y especialmente en puentes vacacionales. En cuanto a lo que se refiere con quien iría a visitar a la parroquia Yangana sería en compañía de su familia que corresponde al 70% y representa a 65 personas mientras que el 30% que representa 28 personas desean visitar en compañía de sus amigos y parejas. Así mismo el número que desean destinar es de 1 a 2 días y el medio de transporte sería por auto propio.

En cuanto a pagar por servicios de hospedaje oscila entre \$8 a \$13 dólares, en restauración de \$3 a \$5, producto agro turístico de \$2 a \$. Por otro lado, se preguntó si estarían dispuestos a participar de una ruta, un 98% esta dispuestos a realizar esta actividad, pagando de \$10 a \$15 dólares, con actividades de senderismo, campamentos, turismo comunitario y otras actividades complementarias de pesca deportiva y participación de elaboración de lácteos.

Servicios de guianza del sendero interpretativo y visitar stand de la parroquia de Yangana mencionaron que, si están dispuestos siempre y cuando sean precios módicos de entre \$10 a \$15 dólares.

Respecto a las artesanías y suvenires están interesados en adquirir gorras y llaveros que estén a precios económicos. Los medios que desean encontrar información de

promoción son a través de las redes sociales y el medio adecuado más adecuado para contratar los servicios y productos este segmento mencionó que debería ser directamente con los prestadores de servicios.

En cuanto a la residencia de este segmento se concentra en la provincia de Loja debido a que la muestra y la aplicación fue mayor estos sectores como son Catamayo, Loja y Saraguro. Este segmento en su mayoría es de sexo masculino con un total de 49 personas que representa el 53% mientras que el sexo femenino representa el 47%. La mayoría de este segmento son profesionales con rangos económicos mayores de \$ 200 y menores de \$600 dólares.

Segmento 4: visitantes de 31 a 36 años:

Este segmento está conformado por 48 personas, de este total todos están dispuestos visitar la parroquia Yangana estrechamente relacionados con hacer turismo natural en un 96% que representa a 44 personas mientras que el 4% desean hacer turismo religioso y turismo gastronómico. Ellos mencionan que lo que les gustaría conocer es sitios arqueológicos y la gastronomía.

Este segmento menciona que al visitar Yangana le gustaría encontrar servicios de hospedaje, restauración y restauración. Los fines de semana y fiestas cantonales, a estos feriados les gustaría ir en acompañamiento de sus familiares de 1 a 2 días, con transporte propio.

En cuanto a pagar por servicios de hospedaje oscila entre \$8 a \$13 dólares, en restauración de \$3 a \$5, producto agro turístico de \$2 a 5\$. Por otro lado, se preguntó si estarían dispuestos a participar de una ruta un 100% esta dispuestos a realizar esta actividad, pagando de \$10 a \$15 dólares, con actividades de senderismo, turismo comunitario y complementando actividades de pesca deportiva.

Servicios de guianza del sendero interpretativo y visitar stand de la parroquia de Yangana mencionaron que, si están dispuestos en 100%, siempre y cuando sean precios módicos de entre \$10 a \$15 dólares.

En cuanto a las artesanías y suvenires están interesados en adquirir gorras y camisetas que estén a precios económicos. Los medios que desean encontrar información de promoción es través de las redes sociales y el medio adecuado más

adecuado para contratar los servicios y productos este segmento mencionó que debería ser directamente con los prestadores de servicios.

En cuanto a la residencia de este segmento se encuentra en la provincia de Loja debido a que la muestra y la aplicación fue mayor estos sectores como son Catamayo, Loja y Saraguro. Este segmento en su mayoría es de sexo masculino con un total de 29 personas que representa el 60% mientras que el sexo femenino representa el 40% con un total de 19 personas. La mayoría de este segmento se dedica al libre ejercicio, casados, con rangos económicos mayores de \$ 200 y menores de \$600 dólares.

Segmento 5: visitantes de 37 a 42 años:

De las diez personas de este segmento mencionaron que todos están dispuestos a realizar la visita a la parroquia Yangana, para desarrollar actividades de turismo natural especialmente visitas a sitios arqueológicos y degustar de la gastronomía. También al momento de visitar este segmento desean encontrar hospedaje, transporte turístico, alimentación y tiendas de artesanías.

Al implementarse productos turísticos les gustaría visitar en épocas de vacaciones y en temporadas de puentes vacacionales en acompañamiento de su familia de 1 a 2 días especialmente en vehículo propio.

En cuanto a lo que se refiere a pagar servicios y productos: hospedaje entre \$8 a \$13 dólares, en restauración de \$3 a \$5, producto agro turístico de \$6 a 9\$. Por otro lado, se preguntó si desean participar de una ruta un 100% esta dispuestos a realizar de esta actividad, pagando de \$10 a \$15 dólares, con actividades de senderismo, turismo comunitario.

También se preguntó acerca de servicios de guianza de un sendero interpretativo y visitar stand de la parroquia de Yangana mencionó que, si están dispuestos en 100%, siempre y cuando sean precios módicos de entre \$10 a \$15 dólares.

En cuanto a las artesanías y suvenir están interesados en adquirir llaveros, gorras y camisetas que estén a precios económicos. Los medios que desean encontrar información de promoción es través de las redes sociales y el medio adecuado más adecuado para contratar los servicios y productos este segmento menciono que debería ser directamente con los prestadores de servicios.

En cuanto a la residencia de este segmento se encuentra en la provincia de Loja debido a que la muestra y la aplicación fue mayor estos sectores como son Catamayo, Loja y Saraguro. Este segmento en su mayoría es de sexo femenino. La mayoría de este segmento se dedica al libre ejercicio, casados, con rangos económicos mayores de \$ 200 a \$400 dólares con un porcentaje del 40% y de más de \$400 el 60%.

Segmento 6: visitantes de 43 a más años:

Este último segmento de 23 personas, todos están dispuestos a visitar la parroquia Yangana con inclinación hacer turismo natural y turismo religioso, lo que más les gusta cuando van a un lugar turístico es visitar monumentos y degustar la gastronomía.

Lo que les gustaría encontrar al momento de visitar Yangana sería hospedaje y transporte turístico, las temporadas y frecuencia sería fines de semana en época de fiestas de parroquialización en compañía de su familia de 1 a 2 días en vehículo propio.

En cuanto a lo que se refiere a pagar servicios y productos: hospedaje entre \$8 a \$13 dólares, en restauración de \$3 a \$8, producto agro turístico de \$6 y más de 13\$. Por otro lado, se preguntó si desean participar de una ruta un 99% está dispuestos a realizar de esta actividad mientras que el 1% que representa 1 persona no desea realizar esta actividad, pagando de \$ 10 hasta a \$15 dólares, con actividades de visitar haciendas turísticas.

También se preguntó acerca de servicios de una ruta turística, guía de un sendero interpretativo y visitar stand de la parroquia de Yangana mencionaron que, si están dispuestos en 100%, dispuestos a pagar precios de entre \$10 a \$15 dólares.

En cuanto a las artesanías y suvenir están interesados en adquirir gorras. Los medios que desean encontrar información de promoción es través de las redes sociales y el medio adecuado más adecuado para contratar los servicios y productos este segmento menciona que debería ser directamente con los prestadores de servicios.

En cuanto a la residencia de este segmento se encuentra en la provincia de Loja debido a que la muestra y la aplicación fue mayor estos sectores como son

Catamayo, Loja y Saraguro. Este segmento en su mayoría es de sexo femenino con un total de 15 personas. La mayoría de este segmento está casado y se dedica al libre ejercicio, con rangos económicos mayores más de 400 dólares.

Perfil de los turistas

En cuanto al perfil del turista podemos decir que si, existe dos segmentaciones bien altas, en lo que se refiere al turismo natural y turismo cultural. Las actividades en contacto con la naturaleza como es senderismo, caminatas y camping y por otro lado en cuanto al turismo cultural, rutas turísticas, pesca deportiva, visitan de haciendas y degustar su gastronomía. Cabe aclarar que todos los perfiles en lo que se refiere a rangos de edades todos mencionan que desean realizar turismo de naturaleza, mientras tanto los rangos de entre 43 años en adelante tienen una preferencia de actividades culturales.

En cuanto a lo que se refiere las temporadas y frecuencias prefieren los fines de semana y puentes vacacionales como es los carnavales y fiestas de la parroquia. Por otro lado, los productos y servicios como es la ruta turística, la visita al sendero interpretativo y visita al stand casi todos del total de 245 están dispuestos a desarrollar estas actividades que no generen más de 1 a 2 días de visita.

Por lo tanto, el mercado meta para el presente proyecto es el segmento 2, 3 y 4.

Demanda Potencial

En base a los resultados de la pregunta 1 de la encuesta donde se refiere si estaría dispuesto a visitar una zona con las características de la parroquia Yangana con recursos y atractivos naturales, culturales entre otros, del total de los encuestados un 96,10% si estaría dispuesto a visitar mientras que un 3,90% no tiene interés en visitar la parroquia. Obteniendo una demanda potencial correspondiente a 157,89 personas (Ver tabla 32), lo ayudo a obtener la demanda turística efectiva más adelante.

Tabla 79. Demanda potencial

Demanda Real	Numero de encuestado	Porcentaje de aceptación al proyecto	Demanda Potencia
164.301	255	96,10%	157.893

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración La autora

Demanda efectiva. Ruta turística Natural y cultural en la parroquia Yangana

De acuerdo a los resultados de la pregunta número 14 de la encuesta aplicada, un 97,60% que corresponden a 239 personas del total encuestado están dispuestos a participar en la ruta turística dando como resultado de demanda efectiva para esta propuesta es de 154.104 personas.

Tabla 80. Demanda efectiva

Demanda Potencial	Numero de encuestados que quieren participar en la ruta	Porcentaje de aceptación al proyecto	Demanda Efectiva
157.893	239	97.60	154.104

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración La autora

Demanda efectiva. Sendero Interpretativo estoraques.

De acuerdo a los resultados de la pregunta número 17 de la encuesta aplicada, un 94,30% que corresponden a 231 personas del total encuestado están dispuestos a visitar un sendero interpretativo por lo estoraques, dando como resultado de demanda efectiva para esta propuesta es de 148.893 personas.

Tabla 81. Demanda efectiva sendero

Demanda Efectiva	Numero de encuestado que desean participar en los estoraques	Porcentaje de aceptación al proyecto	Demanda Efectiva
157.893	231	94,30	148.893

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración La autora

Cabe señalar que no se pudo obtener la demanda efectiva en base a la oferta que exista en los sectores cercanos a Yangana ya que ni el MINTUR, ni los GADS tanto Municipales como parroquiales disponían de información al respecto, así que se optó por hacer uso de la información de la encuesta en base a las preguntas que hacían referencia a la demanda efectiva por esas dos propuestas en específico.

7. DISCUSIÓN

El Ordenamiento Territorial en la parroquia Yangana perteneciente al cantón Loja ha intentado desarrollar la planificación del territorio en base a las teorías que explica Gómez Orea (2001). Conseguir el desarrollo equitativo, equilibrado y sostenible en el territorio a través del instrumento del PDOT. Cabe aclarar que si bien es cierto las autoridades en la provincia y sus parroquias han desarrollado un arduo trabajo para lograr el desarrollo endógeno de los territorios, pero es evidente que en algunas parroquias como es el caso de Yangana, aún faltan esfuerzos de fortalecimiento en la actividad turística.

Mediante el diagnóstico turístico realizado por medio de la metodología de Carla Ricaurte en la parroquia Yangana se pudo evidenciar que hay escasos establecimientos que brindan servicios turísticos, como alojamiento y alimentación aclarando que estos no se encuentran registrados en el catastro del MINTUR. Carla Ricaurte menciona que un destino debe tener como servicios mínimos de alimentación, restauración, esparcimiento, infraestructura en los atractivos turísticos, seguridad entre otros. En cuanto a esparcimiento la parroquia cuenta con su cancha principal donde se realizan las actividades, tanto festivas como deportivas de la parroquia y permiten la integración y involucramiento de pobladores de igual manera cuenta con dos galleras para la distracción de los turistas y los moradores, sin embargo por motivos de pandemia en este momento no se encuentran en funcionamiento y están en malas condiciones, por ese motivo no existe llegada masiva de turistas hacia la parroquia, como menciona Henche (2015) la oferta turística rural se debe adaptar a las necesidades de la demanda, para que de ese modo facilite la visita y sea de agrado. Se ha de definir el turismo rural como una opción de adaptación a los cambios en las necesidades de los visitantes.

En cuanto respecta a la infraestructura turística, la parroquia Yangana cuenta con servicios básicos de telecomunicación, energía eléctrica, alumbrado público, red vial, un sub centro de salud, sistema de recolección de basura, el cual el 36.67% recibe el servicio a través de un carro recolector y un 45,90% quema sus residuos lo que no es propicio debido a que actualmente la quema de residuos es un problema que contribuye a la contaminación del medio ambiente y sistema de tratamiento de

agua, según los datos del INEC (2010) el 65.64% de pobladores es abastecida con agua potable, mediante red pública mientras que el 30,51% son abastecidas mediante ríos, acequia que son captadas y conducidas sin tratamiento hasta los diferentes tipos de viviendas, en cuanto respecta a la telefonía móvil, el 92% del total de viviendas no cuenta con este servicio debido a la poca cobertura de señal, mientras el 8,35 % de hogares se benefician del servicio de telefonía fija. En los talleres participativos los pobladores de la parroquia dieron a conocer que hasta la fecha se tiene la percepción que al menos el 30 % de hogares tienen acceso a telefonía fija, la que también puede incluir el servicio de internet. Cano y Michat (2013) menciona que la infraestructura de servicios básicos, cumple la función de apoyar a la oferta de servicios turísticos, y es considerado como un elemento del sistema que permite la llegada de la demanda, del mismo nodo la Ley de Turismo recalca la importancia de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas (Art.3/ ley de turismo/ 2014).

La parroquia Yangana posee una gran variedad de atractivos naturales y culturales para que los visitantes disfruten de una gran experiencia, sin embargo por el motivo de que la mayoría de estos atractivos se encuentran en propiedades privadas no se ha realizado el debido mantenimiento por parte de las autoridades y así facilitar la visita a estos atractivos, sin embargo se han condicionado los que están al alcance y cuentan con la infraestructura adecuada para realizar la visita. Según Hiriarte (2012) nos manifiesta que la oferta turística debe tener atractivos, planta e infraestructura turística, por lo que la falta de cada uno de ellos imposibilita el desarrollo turístico.

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 Yangana, tomando en consideración que para realizar el levantamiento de cada atractivo, se priorizó a cuáles cuentan con la infraestructura básica y son considerados atractivos, mediante la matriz de priorización de atractivos turísticos que se utilizó en la man comuna bosque seco, teniendo como resultados atractivos de jerarquía II, según MINTUR (2018) los atractivos con jerarquía II, son aquellos que cuentan con rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes

turísticas nacionales. en su mayoría corresponden a manifestaciones culturales pudiendo considerar el mayor potencial para el desarrollo y visita de la parroquia.

Concluido con el levantamiento de información se continua a realizar las objetivos estategicos mediante las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que cuenta la parroquia, y asi mismo determinar las posibles propuestas que puedan ayudar al fortalecimiento de la parroquia. Por lo tanto, en la investigación se trata de visualizar los puntos débiles para fortalecer y dar posibles estrategias a aplicar por parte de las autoridades y con ello empezar a desarrollar un turismo sostenible y sustentable. A decir en Cartuche Paqui & Cabrera Ojeda (2019) y Vivanco Jiménez & Guerrero Guerrero (2019) para fortalecer el PDOT de un destino turístico es a través del desarrollo de estrategias que coadyuven al desarrollo integral del destino. Estas propuestas fueron planteadas y validades mediante la metodología participativa a miembros de la junta parroquial y a los principales involucrados en la actividad turistica. Por lo tanto, en la investigación nos arrojó que las estrategias para fortalecer el PDOT de la parroquia Yangana son desarrollar capacitaciones al personal de servicio turístico, creación de productos turísticos como rutas y senderos, participación en ferias y desarrollar un plan de comunicación de la marca turística. Cappellano, Koche & Rizzon (2010), menciona que el turismologo está capacitado para proceder en mercados altamente competitivos y en constante transformación, cuyas opciones poseen un impacto profundo en la vida social, económica, y en el medio ambiente, requiriendo una formación generalista, en lo que respecta al conocimiento general de las ciencias humanas, sociales, políticas y económicas.

De igual manera de realizó un estudio a los posibles turistas y asi poder determinar el perfil y aceptabilidad de las propuestas planteadas, para determinar si las propuestas en el momento de desarrollarse o ejecutarse van a tener demanda y el proyecto va hacer factible. Según SECTUR la demanda turística es el conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino. Teniendo como resultado que el 100% de los encuestados esta dispuesto a participar en los diferentes actividades que se plantean en el proyecto.

Finalmente se puede decir que el presente proyecto es factible para ser desarrollado en la parroquia de Yangana, con el fin de aportar y mejorar el desarrollo turístico de la comunidad. Lima Maza (2019) cita a Oyarzún (2010) que una propuesta de desarrollo turístico es factible cuando la herramienta que se utiliza es para mejorar la calidad en los destinos turísticos lo cual constituye la principal forma de alcanzar un grado de competitividad aceptable.

8. CONCLUSIONES

- Las teorías abordadas en el marco teórico en la investigación fueron la línea base para entender que la planificación territorial a nivel nacional, regional y local están enmarcadas bajo normas regulatorias que cada nivel de gobierno tiene que cumplir.
- La planificación del territorio en el ámbito turístico está regulada por el órgano del Ministerio de turismo que impulse políticas de promoción de difusión a través de programas y actividades.
- Las estrategias para fortalecimiento turístico deben estar enmarcadas a dar solución a la problemática que cada territorio.
- Se concluye que en cuanto a la oferta turística es deficiente y escasa debido a que quienes brindan servicios turísticos no están capacitados para asistir a turistas extranjeros y nacionales, lo que radica que no exista un Desarrollo integral en la parroquia.
- Los atractivos naturales y culturales por la escasa gestión de las autoridades no se ha implementado infraestructura y servicios que complemente la actividad turística, esto ha generado que no exista una demanda potencial en la zona.
- La escasa gestión por parte de las autoridades ha causado que no se hayan desarrollado convenios con los prestadores de servicios privados, de manera que se pueda fortalecer las competencias en actividades turísticas.
- La participación con la comunidad permitió conocer de primera mano las necesidades y las posibles estrategias que se pueden desarrollar para fortalecer el turismo a través de las capacitaciones e involucramiento en actividades de turismo.
- Las estrategias planteadas resultan estratégicas debido a que ayudarán a fortalecer las competencias y habilidades de los prestadores de servicios.
- Los productos como la ruta el sendero interpretativo serán estratégicos para empezar a generar actividades turísticas, así como también la participación en ferias ayudará a fortalecer la marca turística de la parroquia

- Las autoridades con el estudio del perfil de turista estarán en la capacidad de tomar decisiones y sumar esfuerzos en la cooperación con otras instituciones relacionadas al turismo.
- Los productos que se pretenden desarrollar en la parroquia tuvieron una gran acogida por parte de los encuestados, lo que nos lleva a correr menos riesgos en la implementación de las estrategias del presente estudio.

9. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a las autoridades de turno establecer convenios y compromisos con instituciones públicas y privadas para fortalecer turísticamente a la parroquia Yangana.
- Al presidente de la junta parroquial considerar la aplicación de las estrategias para dinamizar la economía y fortalecer a la parroquia.
- Al GAD cantonal establecer convenios con las agencias de viajes para la promoción de la parroquia.
- Al Ministerio de Turismo, realizar la promoción y difusión de los atractivos turísticos y culturales de la Parroquia Yangana para que sea conocido a nivel local y nacional. Al GAD parroquial establecer alianzas público privadas para el desarrollo de proyectos turísticos.
- Al GAD cantonal gestionar a través de las instituciones locales y gubernamentales el mejoramiento de los senderos que conducen hacia los atractivos.
- Al GAD parroquial de Yangana establecer convenios y presentar proyectos turísticos con ONGS.

Bibliografía

- Acerenza, M. A. (2006). *Política Turística y Planificación del Turismo*. México: Trillas.
- Ander, E. (Mayo de 2017). Obtenido de Precisiones conceptuales y terminológicas: planificación: <http://abacoenred.com/wp-content/uploads/2017/05/Introduccion-a-la-planificaci%C3%B3n-Ander-Egg-Ezequiel.pdf.pdf>
- Aguirre, E. J. (2011). Repositorio UTPL. Obtenido de <http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/1297/3/640X326.pdf>
- Boullon, R. C. (2006). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas.
- Buen, Vivir. (4 de Julio de 2017). Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.
- Cabrera, A. E. *Planificación estratégica como una herramienta de gestión para promover la competitividad en la empresa kawa motors*. Universidad Central del Ecuador, Quito.
- Cajal Flores, Alberto. (1 de enero de 2021). *Infraestructura turística: ¿qué es y cómo está conformada?*. Lifereder. Recuperado de <https://www.lifereder.com/infraestructura-turistica/>.
- COOTAD. (11 de 06 de 2015). Ministerio del Interior. Obtenido de Ministerio del Interior: <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/02/C%C3%B3digo- Org%C3%A1nico-de-Organizaci%C3%B3n-Territorial- Autonom%C3%ADa-y-Descentralizaci%C3%B3n-COOTAD.pdf>
- Cordero, E. (21 de Diciembre de 2015). *Sustainability, Agri, Food and Environmental Research*.
- DATATUR. (2015). Obtenido de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- Medina Giacomozzi, A., Sepulveda Labra, E., & Rojas Cardidi, S. (2009). *Estrategias corporativas de los grupos económicos en Chile. Estudios Gerenciales*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232009000400003
- Pineda Reasco, A., Sojos López, G., & Calle Iñiguez, M. (2019). *Análisis del Sistema Turístico de la Parroquia Casacay, Pasaje, Ecuador. Interamericana de ambiente y turismo, 15(2)*, 162-169. Obtenido de <https://riat.utralca.cl/index.php/test/article/view/529/546>
- Sánchez Galán, J. (30 de Agosto de 2020). *Demanda Potencial*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/demanda-potencial.html#:~:text=La%20demanda%20potencial%20es%20un,del%20mismo%20en%20un%20mercado.&text=En%20otras%20palabras%2C%20mide%20el,tambi%C3%A9n%20el%20volumen%20de%20ventas>.
- Santos Riquelme., J., Venegas Riquelme, R., & Medina G., D. (2013). *Relación entre las estrategias de crecimiento corporativo y las estrategias de financiamiento seguidas por las sociedades anónimas en Chile clasificadas por sector industrial (tesis de grado)*. Chillan: Universidad del Bío-Bío. Departamento de Gestión Empresarial (Chile). Obtenido de <http://repobib.ubiobio.cl/jspui/handle/123456789/937>
- Socatelli , M. (2008). *La competitividad en Turismo*. Obtenido de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Z22pECaAWhMJ:www.ucipfg.co>

m/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana2/LS2.6.pdf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec

- Szmulewicz, P., & Oyarzún M, E. (2002). Fortalecimiento de la gestión en destinos turísticos. Recomendaciones para el diseño de programas operativos. *Turismo y Sociedad*, 7-15. Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/2189>
- Acosta Curipallo, C., & Salazar, M. (2018). *Estrategias de diversificación de productos en la Empresa "INOLA" (Tesis de grado)*. Ambato: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/2392>
- Ander Egg, E. (1995). *Introducción a la planificación*. Buenos Aires: Lumen.
- Bolaños Erazo, H. (2017). *Análisis de la demanda actual y futura de acceso a banda ancha en el cantón Antonio Ante y propuesta de diseño de una red óptica pasiva (pon) para la empresa CNT E.P. como solución a futuras demandas (Tesis de grado)*. Ibarra: Universidad Técnica del Norte. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/6449/3/ARTICULO.pdf>
- Bosier, S. (2007). América Latina en un medio siglo (1950/2000): el desarrollo, ¿dónde estuvo? *Revista OÍDLES*, 3-41. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oidles/01/Boisier-01.htm>
- Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. Mexico: Trillas.
- Cartuche Paqui, D., & Cabrera Ojeda, O. (2019). *Fortalecimiento turístico sostenible del plan de desarrollo y ordenamiento territorial para la parroquia Quilanga, cantón Quilanga, provincia de Loja*. Loja: Universidad Nacional de Loja. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/22014>
- Cano, L., & Miclat, S. (15 de Septiembre de 2013). 15 Septiembre 2013. Obtenido de <https://www.ecojesuit.com/el-turismo-y-uso-deagua/5766/?lang=e>
- Chiarella Quinhoes, J., & Yakabi, K. (2016). Planificación y ordenamiento territorial. Consideraciones a partir del caso peruano. *Revista Política e Planejamento Regional*, 3(2), 137 a 158. Obtenido de <https://www.flacsoandes.edu.ec/agora/62937-planificacion-y-ordenamiento-territorial-consideraciones-partir-del-caso-peruano>
- Chiarella Quinhoes, R. (2010). Planificación del desarrollo territorial: algunas precisiones. *Espacio y Desarrollo*(22), 77-102. Obtenido de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/espacioydesarrollo/article/view/5356>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Recuperado el 10 de Octubre de 2018, de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- COOTAD. (19 de Octubre de 2010). Recuperado el 25 de Octubre de 2018, de http://www.inocar.mil.ec/web/images/lotaip/2016/literal_a/base_legal/A._Codigo_organico_coordinacion_territorial_descentralizacion_autonomia_%28cootad%29.pdf
- COPLAFIP. (22 de octubre de 2010). Obtenido de https://spryn.finanzas.gob.ec/esipren-web/archivos_html/file/C%C3%B3digo%20de%20Planificaci%C3%B3n%20y%20Finanzas%20P%C3%BAblicas.pdf
- COPLAFIP. (22 de Octubre de 2010). Recuperado el 25 de Octubre de 2018, de <https://spryn.finanzas.gob.ec/esipren->

web/archivos_html/file/C%C3%B3digo%20de%20Planificaci%C3%B3n%20y%20Finanzas%20P%C3%ABlicas.pdf

DATATUR. (2015). Obtenido de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>

Demelas, R. (2009). *Los determinantes de la demanda turística y sus implicaciones en términos de estacionalidad*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

Directivos, R. (23 de Junio de 2020). *Diversificación empresarial: definición, tipos y ejemplos*. Obtenido de <https://retos-directivos.eae.es/definicion-y-principales-tipos-de-diversificacion-empresarial/#:~:text=La%20diversificaci%C3%B3n%20es%20un%20proceso,que%20una%20cadena%20de%20panader%C3%ADas>.

Directrices de ordenamiento territorial de la CAPV. (s.f.). 2009. Obtenido de https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/dots_nuevo/es_def/adjuntos/DOT-LAG-2020/1_Memoria.pdf

Espinosa, R. (29 de Julio de 2013). *La matriz de análisis DAFO (FODA)*. Obtenido de <https://robertoepinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda>

Fernández, L., & Calderón Gómez, G. (18 de Diciembre de 2012). *Gestión Turística*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2233/223326490002.pdf>

Fred Growth, D. (1985). "How Do We Choose Among Alternative Growth Strategies?". *Managerial Planning*, 33(4), 14-17.

Gambarota, D., & Lorda, M. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geografica Venezolana*, 58(2), 346-359.

García Palacios, C. (2016). *Turismo Comunitario en Ecuador*. Obtenido de Estudios y Perspectivas de Turismo: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180747502011>

Garnier, J. P. (1976). *PLANIFICACIÓN URBANA Y NEOCAPITALISMO*. Barcelona.

Grande Ibarra, J. (20 de Mayo de 2021). *La planificación del turismo rural*. Obtenido de <https://www.turismoruralbolivia.com/docs/PlanificacionTRE.pdf>

Grevtsova, I. (2016). *Interpretación del patrimonio urbano. Una propuesta didáctica para un contexto histórico mediante las aplicaciones de telefonía móvil (Tesis de Doctorado)*. Barcelona: Universidad de Barcelona. Obtenido de <http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/69119>

INEC. (2010). *INEC*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>

Jileana. (11 de julio de 2020). *¿Qué es la Estrategia Concéntrica?* Obtenido de <https://www.webyempresas.com/estrategia-concentrica/>

Krito. (22 de Octubre de 2009). *Estrategias de integración*. Obtenido de <http://estrategiasdeintegracion.blogspot.com/>

Lima Maza, & Sánchez Ruiz, J. (2019). *“Fortalecimiento turístico del plan de desarrollo y ordenamiento territorial para la parroquia Jimbura del cantón Espíndola, provincia de Loja” (Tesis de grado)*. Loja: Universidad Nacional de Loja. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/21866>

- Martinez, R., & Garry, S. (Septiembre de 2016). *Documentos de proyectos*. Obtenido 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
- Massiris Cabeza, Á. (2002). Ordenación del territorio en America Latina. *Scripta nova Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 6(125). Obtenido de [http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-125.htm#:~:text=La%20ordenaci%C3%B3n%20del%20territorio%20\(OT,econ%C3%B3mico%20regional%20y%20de%20descentralizaci%C3%B3n](http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-125.htm#:~:text=La%20ordenaci%C3%B3n%20del%20territorio%20(OT,econ%C3%B3mico%20regional%20y%20de%20descentralizaci%C3%B3n).
- Mikery Gutiérrez, M., & Pérez Vázquez, A. (2014). Metodos para el analisis del potencial turistico del territorio rural. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*(9), 1729-1740.
- Monteserín Abella, O. (2009). *Turismo y desarrollo territorial: los planes de dinamización turística en la interpretación y puesta en valor del territorio (Tesis de doctorado)*. Madrid: Universidad Complutense Madrid. Obtenido de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/8437/>
- Mullo Romero, E., Vera Peña, V., & Guillén Herrera, S. (2019). El desarrollo del turismo comunitario en ecuador: reflexiones necesarias. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(2), 178-183. Obtenido de <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>
- ntrepreneur.com. (s.f.). S.f. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/263492>
- ONWTO. (2020). *ONWTO*. Obtenido de ONWTO: <https://www.unwto.org/es/turismo-covid-19#:~:text=En%20la%20actualidad%2C%20la%20OMT,UU>.
- Organización Mundial de Turismo. (2003). *Turismo y atenuación de la pobreza*. Madrid. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284406005>
- Osorio García, M. (2006). La planificación turística. Enfoques y modelos. *Quivera*, 8(1), 291-314. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/401/40180113.pdf>
- Paruelo, J., Jobbágy, E., Latorra, P., Dieguez, H., García Collazo, A., & Panizza, A. (2014). *ORDENAMIENTO TERRITORIAL RURAL Conceptos, metodos y experiencias*. Buenos Aires: FAUBA.
- PLANDETUR. (2020). *INFORME DE EVALUACIÓN "PLANDETUR 2020"*. Obtenido de INFORME DE EVALUACIÓN "PLANDETUR 2020": https://sni.gob.ec/documents/10180/4534845/Evaluaci%C3%B3n_plandetur2020.pdf/30d64630-795f-4721-8f55-f045a8078ef0
- Plumed Lasarte, M., Gómez Bruna, D., & Martín Duque, C. (2018). Planificación turística, promoción y sostenibilidad ambiental. *Retos: Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 8(15), 7-17. doi:<https://doi.org/10.17163/ret.n15.2018.01>
- Quiroa, M. (7 de Agosto de 2020). *Estrategia de integración*. Obtenido de <https://economipedia.com/author/m-quiroya>
- Quito Cabrera & Sánchez Ruíz, J. R. (2019). *Fortalecimiento turístico del plan de desarrollo y ordenamiento territorial para la parroquia San Antonio de las Aradas, cantón Quilanga, provincia de Loja" (Tesis de grado)*. Loja: Universidad Nacional de Loja. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/22005>

- Ramírez1, J. B. (2020). *EL IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE LOJA, ECUADOR*. Obtenido de EL IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE LOJA, ECUADOR.: file:///C:/Users/CORAZON/Downloads/1962-13-7387-1-10-20200214.pdf
- Ricaurte Quijano, C. (2009). *Manual para Diagnóstico Turístico Local*. Escuela Superior Politecnica del Litoral. Obtenido de <http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf>
- Ruiz, V. (14 de Agosto de 2018). *Diversificación concéntrica*. Obtenido de https://www.emprendepyme.net/diversificacion-concentrica.html#que_es_la_diversificacion_concentrica
- Salguero Racanac, A. A. (Mayo de 2012). *La planificación territorial como instrumento de gestión*. Obtenido de http://www.repositorio.usac.edu.gt/1357/1/15_1582.pdf
- Sanabria Pérez, S. (2014). La ordenación del territorio: origen y significado*. *Terra nueva etapa*, 30(47), 13 - 32.
- Sanchez Ruiz, J., Coronel Curimilma, L., Suarez Jaramillo, A., & Maza Ortega, M. (2020). Ruta turística maíz y cascadas: Estudio de caso con un enfoque del turismo cultural y natural. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, 24(99), 53-60. Obtenido de <https://uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/295>
- Sanchez Ruiz, J., Larrea Silva, J., & Álvarez García, J. (2021). Evaluación de los recursos turísticos naturales: estudio de caso cantón Pindal, Provincia de Loja-Ecuador. *Tourism and Hospitality International Journal*, 16(1), 80-94. Obtenido de <https://thijournal.isce.pt/index.php/THIJ/issue/view/28/56>
- Sanchez Ruiz, J., Larrea Silva, J., & Pardo Villalta, Y. (2021). Evaluación Multicriterio de los atractivos turísticos de la parroquia Jimbura, Cantón Amaluza, Loja-Ecuador 2020. *Journal of business and entrepreneurial studie*, 5(2), 85-101. Obtenido de <http://journalbusinesses.com/index.php/revista/article/view/175>
- Sanchez Ruiz, J., Larrea Silva, J., Román Aguirre, R., Loarte Tene, M., Caisachana Torres, D., & Suarez Jaramillo, A. (2021). Sistema de percepción de la comunidad adyacente al Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba, acerca del turismo. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*(E39), 1-13. Obtenido de <https://search.proquest.com/openview/e23035a2665ed30543871109061e2342/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>
- Secretaria de Turismo . (2004). *Guía para el Diseño y Operación de Senderos Interpretativos*. Mexico: SECTUR.
- SENPLADES. (2010). Quito. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/LINEAMIENTOS-PARA-LA-PLANIFICACION-DEL-DESARROLLO-Y-EL-ORDENAMIENTO-TERRITORIAL.pdf>
- SENPLADES. (30 de agosto de 2011). *Planificación de territorios*. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/466-2011.-Registro-Oficial-Edici%C3%B3n-Especial-Nro.-184.-Gu%C3%ADa-metodol%C3%B3gica-de-planificaci%C3%B3n-institucional.pdf>

- Socatelli P, M. (Noviembre de 2013). *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*. Obtenido de <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.1.pdf>
- SPTIP. (2016). *Guía de planificación territorial*. Buenos Aires: Subsecretaría de Planificación Territorial de la Inversión Pública. Obtenido de https://www.mininterior.gov.ar/planificacion/pdf/AS_14659169801.pdf
- Turismo 2020 Barcelona. (Marzo de 2017). *Turismo 2020 Barcelona*. Obtenido de https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/turismo_2020_barcelona.pdf
- Turismo, M. d. (2017). *Guía Metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos en el Ecuador*. Obtenido de https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf
- URD. (3 de Septiembre de 2009). *Urdimbres.com*. Obtenido de <http://urdimbres.com/8/index.php/casos-de-exito/contenido/emprendedor/23-marpp-metodo-de-analisis-rapida-y-planificacion-participativa>
- Vivanco Jiménez, W., & Guerrero Guerrero, M. (2019). *Fortalecimiento turístico al plan de desarrollo y ordenamiento territorial para la parroquia san pedro de Vilcabamba, cantón Loja, provincia de Loja (Tesis de grado)*. Loja: Universidad Nacional de Loja. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/22091>
- Yumisaca, J., Mendoza, E., & Peralta, S. (2019). Planificación turística: perspectivas desde las comunidades de Santa Elena. *Espirales revista multidisciplinaria de investigación*, 3(26), 131-141. doi:<https://doi.org/10.31876/re.v3i26.470>
- Zhingre Pogo, H., Loarte Tene, M., Román Aguirre, R., Larrea Silva, J., & Sánchez Ruiz, J. (2020). Evaluación multicriterio de los recursos y atractivos turísticos de la zona adyacente al Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba. *Espirales. Revista Multidisciplinaria*, 4(34), 14-34.

10. ANEXOS

Anexo 1. Anteproyecto



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIV

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

TEMA:

**“FORTALECIMIENTO AL PLAN DE DESARROLLO Y
ORDENAMIENTO TERRITORIAL EN EL AMBITO TURISTICO
PARA LA PARROQUIA RURAL YANGANA DE LA PROVINCIA
DE LOJA”**

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

AUTORA:

Marianela Fernanda Chávez Duchi

Loja – Ecuador

2020

1859

1. TEMA

Fortalecimiento al plan de desarrollo y ordenamiento territorial (PDOT) en el ámbito turístico para la parroquia rural Yangana de la provincia de Loja.

2. PROBLEMÁTICA.

La planificación territorial, se puede decir que está unida a la ordenación del territorio (OT), nace en función al surgimiento de normas, planes, ámbito o escalas preestablecidas. Ella surge para dar respuesta a dos actuaciones públicas: el urbanismo y la planificación socioeconómica de vocación regional (Sanabria Pérez, 2014).

En este contexto Sanchez Ruiz et al. (2021a, 2021b, 2021c) menciona a (Mikery Gutiérrez & Pérez Vázquez, 2014; Plumed Lasarte et al. 2018 y Ramírez, 2020;) que la planificación territorial y la evaluación de los atractivos turísticos y productos en estos tiempos de pandemia y crisis obliga a revisar y ajustar los planes de Ordenamiento Territorial. De tal manera que se debería involucrar a la comunidad, la misma que está directamente vinculada a los impactos positivos y negativos que produce el turismo, Por lo tanto, es recomendable diseñar una nueva estructura en todos los campos sociales, culturales, económicos y ambientales y, sobre todo, en el turismo.

El turismo a nivel mundial se ha convertido en uno de las actividades más productivas que crece con mayor rapidez en el mundo, convirtiéndose en un punto clave del progreso socio económico de varios países. En los últimos años ha experimentado un continuo crecimiento (Sanchez Ruiz et al. 2020a, 2020b). En función a ello el Ecuador en los últimos años se ha enfocado al desarrollo turístico, pero aun así le falta desarrollar una buena planificación, donde los territorios tengan un buen acondicionamiento para el disfrute del turista; Mediante el desarrollo de planes de ordenamiento territorial de los gobiernos autónomos descentralizados se ha considerado programas para el desarrollo turístico, pero esto no supone una buena planificación.

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, la cual determine una buena planificación con todos los procesos que debe tener: En Parroquia rural Yangana de la provincia de Loja, a pesar de ser un cantón eminentemente turístico por sus variedades de atractivos tanto naturales y culturales, tangibles e intangibles no se le ha dado la debida importancia.

Yangana está ubicado al Oriente de la ciudad de Loja, es la puerta de entrada a estas fértiles regiones de nuestro territorio Oriental, hasta esta población se halla construida una carretera de verano que, partiendo desde Loja.

Entre los principales problemas que impiden el desarrollo turístico de la parroquia que ofrecen productos y servicios turísticos en la Parroquia se encuentran: Falta de aprovechamiento de los atractivos turísticos naturales y culturales; desorganización por parte del GAD cantonal y personas que brindan productos turísticos, 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.

¿Cómo fortalecer turísticamente al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Rural Yangana de la Provincial de Loja? Constituye la pregunta central de la investigación.

Esta investigación también ayudará al planteamiento de las siguientes preguntas específicas de investigación que son:

4. ¿Cuál es la situación actual en el ámbito turístico de la parroquia Yangana de la Provincia de Loja?
5. ¿Cómo fortalecer la actividad turística de la parroquia rural Yangana de la provincia de Loja?
6. ¿Cuál es el nivel de aceptación hacia las estrategias planteadas para el fortalecimiento turístico por parte de la comunidad y posibles visitantes a la parroquia?

3. JUSTIFICACIÓN.

El presente trabajo se justifica porque se busca proponer un modelo de desarrollo turístico que satisfaga diferentes necesidades de los propietarios que ofrecen servicios turísticos y posibles visitantes a la parroquia, dando a conocer la existencia e importancia de los recursos con la finalidad de brindar una alternativa que logre mejorar la economía, generar empleos que aporten a mejorar la calidad de vida de los habitantes

La importancia de la presente investigación se fundamenta en la necesidad de incentivar el turismo sostenible y a la vez proteger 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

La implementación del fortalecimiento turístico permitirá reforzar la actividad turística y económica que beneficiará la comunidad local, generando un crecimiento económico 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 y culturales, realizándolo de forma responsable, sostenible y sustentable, esto a su vez ayuda a sus habitantes a crear una mentalidad de superación y transformación.

El presente proyecto permitirá al autor aplicar los conocimientos obtenidos durante su etapa de formación académica, ya que contribuye a la previa obtención de título de Ingeniera en Administración Turística por las razones ya mencionadas, se estima justificable la realización de la presente investigación que tiene como tema “Fortalecimiento al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (Pdot) en el ámbito turístico a la parroquia rural Yangana de la provincia de Loja”

4. OBJETIVOS:

4.1 Objetivo general

Fortalecer turísticamente al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia rural Yangana de la provincia de Loja.

4.2 Objetivo específico

- Realizar un diagnóstico de situación actual del componente turístico de la parroquia Yangana.
- Elaborar una propuesta de desarrollo turístico para fortalecer la parroquia Yangana
- Determinar el perfil del turista y preferencias de la demanda efectiva relacionado con las propuestas planteadas del objetivo 2 en la parroquia Yangana

5. MARCO TEÓRICO.

5.1 MARCO CONCEPTUAL

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

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

5.1.2 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.

a. Importancia de la planificación

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

También es importante porque es una poderosa herramienta de diagnóstico, análisis, reflexión y toma de decisiones colectivas, en torno al que hacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro las organizaciones e instituciones, para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr el máximo de eficiencia y calidad de sus prestaciones, es un proceso sistemático.

b. Clasificación de la planificación

- **Planificación estratégica**

La planificación estratégica establece los grandes ejes del desarrollo turístico y se puede definir como: el proceso destinado a determinar los objetivos generales del desarrollo, las políticas y estrategias que guiarán los aspectos relativos a las inversiones, el uso y el ordenamiento de los recursos utilizables con este fin. La planificación consiste en adoptar en el momento actual (o sea, en el momento que se afronta la labor de planificación) las medidas y decisiones que harán sentir sus efectos en el futuro. (Acerenza, 2006)

- **Planificación territorial**

Según León (2017) la planificación territorial son factores y elementos como la competencia por el espacio entre diferentes usos y actores sociales, la complejidad de los procesos de globalización y su traducción en una competencia entre ciudades y regiones a partir del uso como recurso de su territorio, la

existencia de espacios especialmente vulnerables a la acción antrópica (montañas, litoral, rural y naturales protegidos).

- **Planificación Turística**

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

- c. **Estrategias de planificación**

Según Thompson (2008) y Lozano (2003), las estrategias de planificación tienen como objetivo orientar todos los esfuerzos gubernamentales hacia una mayor igualdad, haciendo compatible el crecimiento económico y el cambio social. De este propósito surgió el programa del presidente Misael Pastrana Borrero, frente social, planteado el 20 de julio de 1971 ante el congreso de Colombia en pleno: “El desarrollo es hoy un fundamento inseparable del crecimiento urbano.”

5.1.3 Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (OMT, 2015)

5.1.4 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).

5.1.5 Desarrollo turístico.

El Departamento de Desarrollo Turístico tiene como objetivo principal, impulsar programas que contribuyan a promover mayores niveles de calidad y

competitividad, la generación de capacidades locales y el desarrollo turístico sostenible en las diferentes unidades del planeamiento del país. En este sentido, se desarrollan procesos de trabajo orientados a la divulgación e implementación de planes turísticos, el desarrollo de capacidades locales con municipalidades y cámaras de turismo, la capacitación y acompañamiento para la consolidación de MIPYMES turísticas y el impulso para el desarrollo de nuevos productos (turismo rural, bienestar, social, náutico y convenciones). (Turismo, 2017).

5.1.6 Atractivos Turísticos

Los atractivos turísticos son el conjunto de elementos materiales o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad de incentivar en el turista su visita a través de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. (Navarro, 2015, pág. 4)

5.1.7 Diagnóstico Turístico

De manera general, es entendido como la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turísticas en el destino. Vera (1997), desde un enfoque físico territorial indica que el diagnóstico consiste en el análisis de los componentes básicos de la estructura turística oferta y demanda del uso y estructura del territorio

a. Sistema turístico

Según Acerenza (1995) dice que sistema turístico es un sistema abierto, de cinco elementos, interactuando en un amplio medio ambiente, siendo estos elementos: uno dinámico, el turista; tres geográficos: la región generadora, la ruta de tránsito y la región de destino, y un elemento económico, la industria turística.

b. Infraestructura turística.

La infraestructura turística es un conjunto de instalaciones e instituciones que constituyen la base material y organizacional para el desarrollo del turismo. Está conformada por servicios básicos, sistema vial, transportes, alojamiento, gastronomía, servicios para actividades culturales y lúdicas, red de comercios, servicios de protección al turista y otros. (Cajal, 2021)

c. Oferta Turística

Comprende el conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los

visitantes, en esta condición se entiende por cualquier establecimiento en donde el cliente y/o usuario son principalmente turista. (DATATUR, 2015)

d. Demanda Turística

Definimos como demanda turística al conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado (los públicos) requieren a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones. La demanda turística opera en el contexto de un mercado en el que intervienen diversos operadores de turismo ofreciendo determinados productos y servicios, y que supone además la existencia de un conjunto de espacios geográficos y lugares donde se realizan estos servicios, todo lo cual sucede en el marco de un libre juego de oferta y demanda. (Gonzalez, 2010)

5.1.8 Análisis FODA

El análisis FODA (test para conocer las fuerzas, oportunidades, debilidades y amenazas de una empresa antes su competencia) es la base de diagnóstico de un plan de negocios, ya que sistematiza la información de la empresa y su entorno, la cual se utiliza para definir objetivos realistas y diseñar estrategias competitivas para alcanzarlos.

Este tipo de análisis representa un esfuerzo para examinar la interacción entre las características particulares del negocio y el entorno en el cual éste compite o competirá. El FODA tiene múltiples aplicaciones y puede ser usado por todos los niveles de la empresa y en diferentes unidades de análisis (ntrepreneur.com)

5.1.5 Metodologías aplicadas al Turismo

a. Metodologías del MINTUR

Los atractivos turísticos se definen como “el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante” (MINTUR, 2004)

Es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que, como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país.

Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico. (MINTUR, 2004)

b. Metodología de Carla Ricaurte Quijano

El manual para el Diagnóstico turístico local de Carla Ricaurte propone que el diagnóstico turístico consiste en la recolección de información y análisis técnico de los 6 elementos que permiten el funcionamiento turístico de un destino (atractivos, oferta de servicios, demanda, infraestructura, gobernanza y comunidad receptora), así como de las condiciones del entorno que pueden influir en su dinámica. Este proceso tiene como propósito definir cuáles son los factores que están afectando. Positiva o negativamente la actividad turística en el destino, identificar las oportunidades y limitaciones del desarrollo, así como facilitar la definición de estrategias y la toma de decisiones, con este fin, el diagnóstico puede completarse en tres etapas, la primera consiste en la planificación y diseño del diagnóstico, la segunda se refiere a la recolección de información de campo y la tercera consiste en el análisis y sistematización de resultados. (Ricaurte C, 2009)

c. Metodología Participativa

El MARPP es un conjunto de métodos y herramientas, usados para dar la oportunidad a las poblaciones rurales y urbanas de presentar su conocimiento de su propia situación y condiciones de vida. Esta técnica establece un proceso de comunicación más próxima y reveladora de la población que los cuestionarios. El MARPP o RRA (Rapid Rural Appraisal) es un proceso de aprendizaje intensivo, iterativo y rápido, establecido para entender unas situaciones específicas. Este método usa pequeños grupos multidisciplinarios y una gran diversidad de medios, herramientas y técnicas para recoger informaciones. (Pirrotte, 2002)

5.2 MARCO REFERENCIAL

Ubicación

Cuadro 1: Área de estudio

Ubicación

Población

1.519 habitantes.

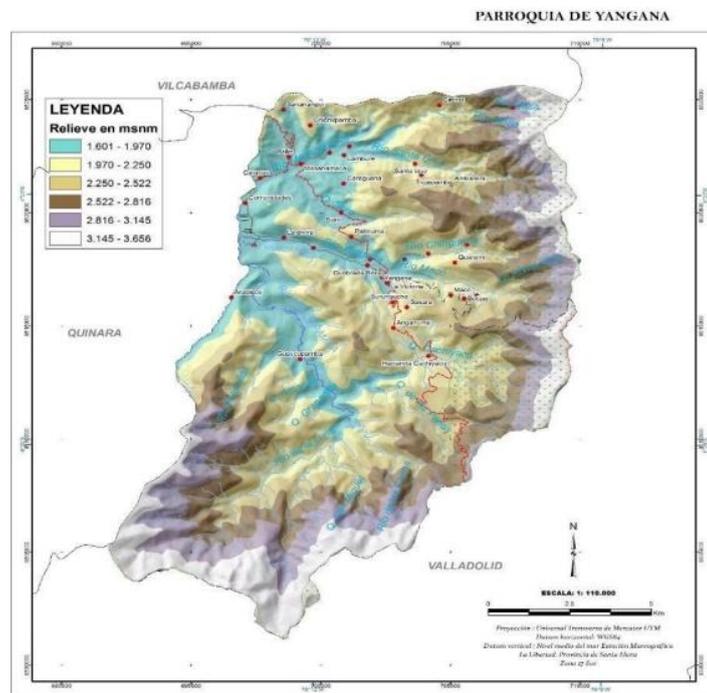
Extensión

14.590,31 ha, lo que representa el 54,31% de la superficie total de la parroquia.

Temperatura	19,3 °C
Altitud	1.840 m.s.n.m
Barrios	<ul style="list-style-type: none"> • Chalaca • Patinuma • Suro • Masanamaca • Comunidades • San Gabriel • Huaycopamba • La Elvira • Marcopamba • Quebrada Seca • Anganuma

Limites Por el norte con la parroquia de Vilcabamba, sirviendo de límites el Portete o Cordillera de Lambunuma, siguiendo ésta al cerro Picumine, luego atraviesa el punto denominado Peñas Cerradas hasta llegar esta colina al río Piscobamba o Palmira. Por el sur y este con la provincia de Zamora Chinchipe, sirviendo de límites para esta la Cordillera de los Andes; Por el oeste con la parroquia de San Antonio de las Aradas, teniendo como límites la cordillera del mismo nombre

Mapa



Fuente: PDyOT de la Parroquia Rural Yangana

Elaborado: Marianela Fernanda Chávez Duchí

Fortalecimiento turístico del plan de desarrollo y ordenamiento territorial para la parroquia Jimbura del cantón Espíndola, provincia de Loja

La investigación se fundamenta en el diagnóstico turístico como etapa del proceso de planificación, donde se establece y evalúa la situación actual de un destino en un momento determinado. Este estudio hace un acercamiento a la parroquia Jimbura, en la cual se ha desarrollado un diagnóstico turístico del plan de desarrollo y ordenamiento territorial, donde la prioridad es fortalecer el turismo. El objetivo general del presente trabajo de investigación es: “Fortalecer turísticamente el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial para la Parroquia Jimbura, Cantón Espíndola, Provincia de Loja”. Para ello se plantearon tres objetivos específicos. Primero: Realizar el diagnóstico del componente turístico para la parroquia Jimbura, cantón Espíndola, provincia de Loja. Segundo: Elaborar una propuesta de desarrollo turístico para la parroquia Jimbura mediante la aplicación de una metodología participativa; Tercero: Proponer estrategias para la aplicación de la propuesta planteada para el desarrollo turístico de la parroquia Jimbura, cantón Espíndola, provincia de Loja. Para el desarrollo de cada uno de los objetivos fue necesario emplear metodologías y técnicas apropiadas, dentro de los métodos empleados, el método descriptivo, analítico-sintético e inductivo, permitieron determinar la situación actual de la parroquia y de cada uno de sus atractivos turísticos, para a partir de ello analizar cada una de sus características y dar a conocer a la comunidad en qué estado se encuentra su parroquia y así determinar los recursos más importantes para ellos a través de la metodología participativa y sobre todo determinar sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. De igual manera se utilizó el método deductivo, el mismo que permitió plantear alternativas de fortalecimiento turístico para la Parroquia Jimbura. En las técnicas empleadas la observación directa permitió identificar los problemas por los que atraviesa esta comunidad, realizando así entrevistas a las personas interesadas a la actividad turística y principales autoridades, lo cual permitió conocer desde otra perspectiva las necesidades e intereses que tienen los habitantes de la Parroquia Jimbura. Es así que en el primer objetivo se aplicó la matriz de levantamiento de información de Carla Ricaurte Quijano ajustándola a la realidad de la parroquia de estudio que tiene como finalidad sistematizar la información recopilada del análisis FODA, además con el apoyo de la metodología participativa para el inventario de atractivos turísticos

se procedió al levantamiento de información de cada atractivo turístico. En el segundo objetivo se realizó el FODA estratégico donde se pretende profundizar el estudio de los atractivos turísticos aprovechando sus fortalezas y debilidades. Este trabajo pretende fortalecer turísticamente a la comunidad en los aspectos de planificación y gestión turística de la parroquia Jimbura con el propósito de crear espacios, actividades 3 complementarias y mejorar o diversificar la economía. Para la ejecución del tercer objetivo fue fundamenta establecer alianzas estrategias y compromisos con las autoridades y la comunidad, para así poder identificar los pros y los contras de la comunidad, para a partir de ello establecer estrategias que promuevan la actividad turística, mediante la socialización de las propuestas se logró establecer las más idóneas que aportaran al desarrollo turístico de la comunidad. La socialización en el taller participativo fue de vital importancia para validar la información obtenida, a más de eso también se expusieron por parte de los miembros de la junta parroquial las principales aspiraciones y proyectos que se podrían desarrollar para el crecimiento del turismo comunitario. Se determina que una de las limitaciones es la insuficiencia de infraestructura turística, lo cual no permite un desarrollo integral de las actividades dentro de la comunidad, por otro lado, los habitantes de la parroquia no cuentan con los conocimientos necesarios relacionados a la actividad turística, lo que conlleva al desconocimiento y falta de promoción y difusión de los recursos turísticos con los que cuenta Jimbura. Tomando en cuenta que la Parroquia Jimbura tiene un elevado potencial turístico poco desarrollado, se pretende poner en marcha estrategias que permitan la conservación tanto de sus atractivos naturales como manifestaciones culturales. Las recomendaciones más importantes son al presidente y principales autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Jimbura, para que realicen las gestiones necesarias destinadas a impulsar proyectos turísticos realmente sostenibles y sustentables para la comunidad, permitiendo difundir los atractivos turísticos ya sea a nivel local, nacional e internacional. También se buscará incrementar el interés de la comunidad para el desarrollo de emprendimientos turísticos y así impulsar un turismo responsable en la parroquia. (Vivanco Jiménez & Guerrero Guerrero, 2019)

Fortalecimiento turístico al plan de desarrollo y ordenamiento territorial para la parroquia san pedro de Vilcabamba, cantón Loja, provincia de Loja.

A nivel mundial las tendencias de turismo son cada vez son más y con mayores exigencias, teniendo en consideración que el turismo responsable se ha convertido en una herramienta de lucha contra la pobreza y el impulsor del crecimiento económico para el desarrollo y bienestar de países en vías de desarrollo, para lo cual es indispensable hacer una planificación turística que resulte de vital importancia para asegurar una correcta dinamización de los destinos turísticos y un desarrollo territorial basado en criterios sostenibles que maximice efectos positivos de cada acción. Ecuador uno de los países con gran diversidad tanto natural como cultural y que tiene como finalidad dinamizar la economía y el progreso de los pueblos y comunidades que se lo puede lograr conjuntamente con aportes académicos de las universidades locales. Así mismo la parroquia San Pedro de Vilcabamba, es poseedora de varios atractivos naturales y culturales, está rodeada entre montañas y cerros, bañada por su río Uchima. Bajo este antecedente, nace la importancia de desarrollar el trabajo de titulación denominado: “fortalecimiento turístico del plan de desarrollo y ordenamiento territorial para la parroquia san pedro de Vilcabamba, cantón Loja, provincia de Loja”. Para dar cumplimiento a la presente investigación, se plantean los siguientes objetivos, objetivo específico Fortalecer turísticamente el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, del Cantón Loja, provincia de Loja; y tres objetivos específicos: 1) “Realizar el diagnóstico del componente turístico la parroquia San Pedro de Vilcabamba, del cantón Loja, Provincia de Loja”. el cual, a través de la observación directa, los métodos analítico y sintético, el cual nos permitió a través de la metodología de Carla Ricaurte, determinar la situación actual de la parroquia sus atractivos e infraestructura, además a través de una metodología participativa priorizar los atractivos existentes en la misma para con ellos establecer propuestas y posibles estrategias. Como así mismo a través del mismo taller participativo conocer los factores internos y externos que benefician y perjudican el desarrollo de la actividad turística. 2) “Elaborar una propuesta de Desarrollo Turístico para la parroquia San Pedro de Vilcabamba, del cantón Loja, Provincia de Loja”. mediante una metodología participativa. Se elaboró mediante una metodología participativa donde miembros del GAD y comunidad involucrada en turismo participaron para conocer las fortalezas, oportunidades debilidades y amenazas con las que cuenta la

parroquia para así poder elaborar las propuestas que benefician la parroquia. También con ayuda de la ficha del para destacar los principales atractivos turísticos y aprovechando cada uno de ellos que posee la parroquia, también se realizó un taller participativo donde se socializó cada objetivo estratégico con diferentes aspectos a considerar, con la finalidad de que los asistentes seleccionen una propuesta de cada objetivo, para posteriormente sobre la misma establecer estrategias. 3) “Proponer 3 estrategias para la aplicación de la propuesta planteada para el desarrollo turístico de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, del cantón Loja, Provincia de Loja. En base a una segunda reunión con los involucrados en la actividad turística se establecieron las estrategias a desarrollar para dar a conocer el producto turístico a través de capacitaciones, ferias agro-turísticas, ruta turística y una oficina de turismo. Finalmente, las recomendaciones de la presente investigación, van dirigidas a las autoridades del GAD parroquial, para que desarrollen una valla publicitaria y convenios con el GAD cantonal para el mejoramiento de las vías, para ello despertar el interés de futuros visitantes y posesionar a la parroquia turísticamente. (Guerrero, 2019)

6 MATERIALES Y METODOS

a. Materiales

Materiales Los materiales que se utilizaron en la presente tesis fueron los siguientes:

Materiales de oficina

- Papelotes
- Laptop
- Infocus
- Flash memory

Materiales de campo

- GPS
- Cámara fotográfica
- Celular

Recursos Institucionales

- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Yangana

b. Métodos

Método Inductivo.

Con la aplicación de este método se conocerá la realidad de la Parroquia Yangana, con la finalidad de poder analizarla y posteriormente plantear soluciones, así mismo a la recopilación de datos analizando cada uno de los componentes de la parroquia Yangana que se da a través de casos particulares y permiten fijar afirmaciones de tipo generalizado para luego podremos llegar a una conclusión general.

Método Deductivo.

Este método ayudara partiendo desde un razonamiento a organizar y especificar los conocimientos que ya poseen sobre la parroquia Yangana desde un punto claro, es decir, la verdad general, se partirá de una hipótesis general sin hacer referencia en si a toda la provincia.

Método Analítico.

Este método consiste en la descomposición de uno o más elementos, con el fin de observar la naturaleza de causa-efecto.

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

Método descriptivo.

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

Metodología para diagnosticar atractivos.

La metodología para diagnosticar atractivos se llevará a cabo en algunas fases:

- **Información bibliográfica y documentaria:** sirve para recopilar información sobre los atractivos tanto culturales como naturales de la parroquia más la oferta turística como son hoteles, restaurantes, cafeterías, hostales, etc.
- **Elaboración de listado de atractivos:** se precederá a enumerar los atractivos y oferta turística.
- **Levantamiento de información mediante fichas MINTUR y Carla Ricauter :** Servirá para el levantamiento de información sobre la situación actual en el ámbito turístico de la parroquia y se recopilara una serie de datos los cuales servirán de guía para la descripción de cada atractivo

c. Técnicas

Investigación de campo.

Este tipo de investigación se aplicará para evaluar la situación turística actual de la Parroquia, 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.

Observación Directa

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

Técnica de Entrevista

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

Técnica de Encuesta

Esta técnica nos ayudará a recopilar información a los posibles visitantes a la parroquia y saber cuáles son las preferencias y nivel de aceptación hacia las estrategias planteadas para el fortalecimiento turístico de la parroquia.

Población y muestra

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 fórmula:

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

Parámetro a utilizar en el proyecto.

n = Tamaño de muestra

N= Universo 133

Z= 95% nivel de confianza

P= 50% probabilidad a favor

Q= 50% probabilidad en contra

E= 5% margen de error de estimación

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.

METODOLOGÍA POR OBJETIVOS

Para el cumplimiento del primer objetivo: Realizar un diagnóstico de situación actual del componente turístico de la parroquia Yangana.

Para el desarrollo del siguiente objetivo se utilizará la investigación descriptiva, el método inductivo y deductivo. 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 el cumplimiento del segundo objetivo: Elaborar una propuesta de desarrollo turístico para fortalecer la parroquia Yangana.

Una vez realizada el levantamiento de información y aplicación de entrevistas, mediante la metodología participativa, método de análisis rápida y planificación participativa (MARPP), se aplicará reuniones con todos los involucrados en la actividad Turística, dando la oportunidad de que ellos sean los principales involucrados en dar sugerencias de acuerdo a la realidad de la localidad en la actividad turística, así mismo realizar el análisis FODA y FODA CRUZADO dentro de la localidad en la actividad turística.

Luego se determina los programas y proyectos a desarrollar, se proponen estrategias que permitan desarrollar al desarrollo turístico de la parroquia, teniendo en cuenta una matriz modelo para las estrategias planteadas.

Para el cumplimiento del tercer objetivo: Determinar el perfil del turista y preferencias de la demanda efectiva relacionado con las propuestas planteadas del objetivo 2 en la parroquia Yangana.

Luego de determinas las estrategias planteadas y seleccionadas, se llevará a cabo a realizar un cuestionario para las encuestas que se aplicará a los posibles visitantes de la parroquia, con el fin de recopilar información de cual alternativa tiene más relevancia y se crea más importante para ellos, también ayudará a determinar el perfil de turista y sus preferencias, así como la demanda efectiva por conocer la parroquia.

7. CRONOGRAMA

Cuadro N 2. Cronograma de actividades

Fuente: Observación directa

	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Primer objetivo: Realizar un diagnóstico de situación actual del componente turístico de la parroquia Yangana.																				
Visita a la parroquia, Recolección de Información	X	X																		
Entrevista		X	X																	
Elaboración matriz Carla Ricauter				X	X															
Segundo objetivo: Elaborar una propuesta de desarrollo turístico para fortalecer la parroquia Yangana.																				
Análisis de información						X	X													
Elaboración foda								X	X											
Reunión con la comunidad (metodología de MARPP) para ajustar FODA										X	X									
Propuesta de desarrollo turístico bajo aplicación de estrategias												X	X	X	X					
Tercer objetivo: Determinar el perfil del turista y preferencias de la demanda efectiva relacionado con las propuestas planteadas del objetivo 2 en la parroquia Yangana.																				
Preparar encuestas															X					
Aplicación encuestas																X	X			
Resultados																	X	X		
Borrador de tesis																			X	X

Elaboración: Marianela Fernanda Chavez Duchi

8. PRESUPUESTO

Cuadro N 3. Presupuesto

RECURSOS HUMANOS

Tutor de tesis
Tesisista

RECURSOS MATERIALES

Resma de papel	10.00
Cartuchos para impresora	60.00
Internet	120.00
Impresiones	30.00
calculadora	—
Grapadora	
Perforadora	
Alojamiento	65.00
Alimentación	120.00
Transporte	50.00
Imprevistos	100.00
TOTAL	555.00

Fuente: Observación directa

Elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchí

9. BIBLIOGRAFIA

- Acerenza, M. A. (2006). *Politica Turistica y Planificacion del Turismo*. Mexico: Trillas.
- 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.pdf>
- Aguirre, E. J. (2011). Repositorio UTPL. Obtenido de <http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/1297/3/640X326.pdf>
- Boullon, R. C. (2006). *Planificacion del espacio turistico*. Mexico: Trillas.
- Buen, Vivir. (4 de Julio de 2017). Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.
- Cabrera, A. E. *Planificación estratégica como una herramienta de gestión para promover la competitividad en la empresa kawa motors*. Universidad Central del Ecuador, Quito.
- Cajal Flores, Alberto. (1 de enero de 2021). *Infraestructura turística: ¿qué es y cómo está conformada?*. Lifereder. Recuperado de <https://www.lifereder.com/infraestructura-turistica/>.
- COOTAD. (11 de 06 de 2015). Ministerio del Interior. Obtenido de Ministerio del Interior: <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/02/C%C3%B3digo-Org%C3%A1nico-de-Organizaci%C3%B3n-Territorial-Autonom%C3%ADa-y-Descentralizaci%C3%B3n-COOTAD.pdf>
- Cordero, E. (21 de Diciembre de 2015). *Sustainability, Agri, Food and Environmental Research*.
- DATATUR. (2015). Obtenido de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- Medina Giacomozzi, A., Sepulveda Labra, E., & Rojas Cardidi, S. (2009). *Estrategias corporativas de los grupos economicos en Chile. Estudios Gerenciales*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232009000400003
- Pineda Reasco, A., Sojos López, G., & Calle Iñiguez, M. (2019). *Análisis del Sistema Turístico de la Parroquia Casacay, Pasaje, Ecuador. Interamericana de ambiente y turismo, 15(2)*, 162-169. Obtenido de <https://riat.usalca.cl/index.php/test/article/view/529/546>
- Sánchez Galán, J. (30 de Agosto de 2020). *Demanda Potencial*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/demanda-potencial.html#:~:text=La%20demanda%20potencial%20es%20un,del%20mismo%20en%20un%20mercado.&text=En%20otras%20palabras%2C%20mide%20el,tambi%C3%A9n%20el%20volumen%20de%20ventas>.
- Santos Riquelme, J., Venegas Riquelme, R., & Medina G., D. (2013). *Relación entre las estrategias de crecimiento corporativo y las estrategias de financiamiento seguidas por las sociedades anonimas en Chile clasificadas por sector industrial (tesis de grado)*. Chillan: Universidad del Bío-Bío. Departamento de Gestión Empresarial (Chile). Obtenido de <http://repobib.ubiobio.cl/jspui/handle/123456789/937>
- Socatelli, M. (2008). *La competitividad en Turismo*. Obtenido de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:2Z2pECaAWWhMJ:www.ucipfg.co>

m/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana2/LS2.6.pdf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec

- Szmulewicz, P., & Oyarzún M, E. (2002). Fortalecimiento de la gestión en destinos turísticos. Recomendaciones para el diseño de programas operativos. *Turismo y Sociedad*, 7-15. Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/2189>
- Acosta Curipallo, C., & Salazar, M. (2018). *Estrategias de diversificación de productos en la Empresa "INOLA" (Tesis de grado)*. Ambato: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/2392>
- Ander Egg, E. (1995). *Introducción a la planificación*. Buenos Aires: Lumen.
- Bolaños Erazo, H. (2017). *Análisis de la demanda actual y futura de acceso a banda ancha en el cantón Antonio Ante y propuesta de diseño de una red óptica pasiva (pon) para la empresa CNT E.P. como solución a futuras demandas (Tesis de grado)*. Ibarra: Universidad Técnica del Norte. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/6449/3/ARTICULO.pdf>
- Bosier, S. (2007). América Latina en un medio siglo (1950/2000): el desarrollo, ¿dónde estuvo? *Revista OÍDLES*, 3-41. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oidles/01/Boisier-01.htm>
- Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. Mexico: Trillas.
- Cartuche Paqui, D., & Cabrera Ojeda, O. (2019). *Fortalecimiento turístico sostenible del plan de desarrollo y ordenamiento territorial para la parroquia Quilanga, cantón Quilanga, provincia de Loja*. Loja: Universidad Nacional de Loja. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/22014>
- Chiarella Quinhoes, J., & Yakabi, K. (2016). Planificación y ordenamiento territorial. Consideraciones a partir del caso peruano. *Revista Política e Planejamento Regional*, 3(2), 137 a 158. Obtenido de <https://www.flacsoandes.edu.ec/agora/62937-planificacion-y-ordenamiento-territorial-consideraciones-partir-del-caso-peruano>
- Chiarella Quinhoes, R. (2010). Planificación del desarrollo territorial: algunas precisiones. *Espacio y Desarrollo*(22), 77-102. Obtenido de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/espacioydesarrollo/article/view/5356>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Recuperado el 10 de Octubre de 2018, de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- COOTAD. (19 de Octubre de 2010). Recuperado el 25 de Octubre de 2018, de http://www.inocar.mil.ec/web/images/lotaip/2016/literal_a/base_legal/A._Codigo_organico_coordinacion_territorial_descentralizacion_autonomia_%28cootad%29.pdf
- COPLAFIP. (22 de octubre de 2010). Obtenido de https://spryn.finanzas.gob.ec/esipren-web/archivos_html/file/C%C3%B3digo%20de%20Planificaci%C3%B3n%20y%20Finanzas%20P%C3%BAblicas.pdf
- COPLAFIP. (22 de Octubre de 2010). Recuperado el 25 de Octubre de 2018, de https://spryn.finanzas.gob.ec/esipren-web/archivos_html/file/C%C3%B3digo%20de%20Planificaci%C3%B3n%20y%20Finanzas%20P%C3%BAblicas.pdf

- DATATUR. (2015). Obtenido de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- Demelas, R. (2009). *Los determinantes de la demanda turística y sus implicaciones en términos de estacionalidad*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Directivos, R. (23 de Junio de 2020). *Diversificación empresarial: definición, tipos y ejemplos*. Obtenido de <https://retos-directivos.eae.es/definicion-y-principales-tipos-de-diversificacion-empresarial/#:~:text=La%20diversificaci%C3%B3n%20es%20un%20proceso,que%20una%20cadena%20de%20panader%C3%ADas>.
- Directrices de ordenamiento territorial de la CAPV*. (s.f.). 2009. Obtenido de https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/dots_nuevo/es_def/adjuntos/DOT-LAG-2020/1_Memoria.pdf
- Espinosa, R. (29 de Julio de 2013). *La matriz de análisis DAFO (FODA)*. Obtenido de <https://robertoepinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda>
- Fernández, L., & Calderón Gómez, G. (18 de Diciembre de 2012). *Gestión Turística*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2233/223326490002.pdf>
- Fred Growth, D. (1985). "How Do We Choose Among Alternative Growth Strategies?". *Managerial Planning*, 33(4), 14-17.
- Gambarota, D., & Lorda, M. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geografica Venezolana*, 58(2), 346-359.
- García Palacios, C. (2016). *Turismo Comunitario en Ecuador*. Obtenido de Estudios y Perspectivas de Turismo: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180747502011>
- Garnier, J. P. (1976). *PLANIFICACIÓN URBANA Y NEOCAPITALISMO*. Barcelona.
- Grande Ibarra, J. (20 de Mayo de 2021). *La planificación del turismo rural*. Obtenido de <https://www.turismoruralbolivia.com/docs/PlanificacionTRE.pdf>
- Grevtsova, I. (2016). *Interpretación del patrimonio urbano. Una propuesta didáctica para un contexto histórico mediante las aplicaciones de telefonía móvil (Tesis de Doctorado)*. Barcelona: Universidad de Barcelona. Obtenido de <http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/69119>
- INEC. (2010). *INEC*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- Jileana. (11 de julio de 2020). *¿Qué es la Estrategia Concéntrica?* Obtenido de <https://www.webyempresas.com/estrategia-concentrica/>
- Krito. (22 de Octubre de 2009). *Estrategias de integración*. Obtenido de <http://estrategiasdeintegracion.blogspot.com/>
- Martínez, R., & Garry, S. (Septiembre de 2016). *Documentos de proyectos*. Obtenido 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
- Massiris Cabeza, Á. (2002). Ordenación del territorio en América Latina. *Scripta nova Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 6(125). Obtenido de <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn->

125.htm#:~:text=La%20ordenaci%C3%B3n%20del%20territorio%20(OT,econ%C3%B3mico%20regional%20y%20de%20descentralizaci%C3%B3n.

- Mikery Gutiérrez, M., & Pérez Vázquez, A. (2014). Metodos para el analisis del potencial turistico del territorio rural. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*(9), 1729-1740.
- Monteserín Abella, O. (2009). *Turismo y desarrollo territorial: los planes de dinamización turística en la interpretación y puesta en valor del territorio (Tesis de doctorado)*. Madrid: Universidad Complutense Madrid. Obtenido de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/8437/>
- Mullo Romero, E., Vera Peña, V., & Guillén Herrera, S. (2019). El desarrollo del turismo comunitario en ecuador: reflexiones necesarias. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(2), 178-183. Obtenido de <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>
- ntrepreneur.com. (s.f.). *S.f.* Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/263492>
- ONWTO. (2020). *ONWTO*. Obtenido de ONWTO: <https://www.unwto.org/es/turismo-covid-19#:~:text=En%20la%20actualidad%2C%20la%20OMT,UU>.
- Organización Mundial de Turismo. (2003). *Turismo y atenuación de la pobreza*. Madrid. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284406005>
- Osorio García, M. (2006). La planificación turística. Enfoques y modelos. *Quivera*, 8(1), 291-314. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/401/40180113.pdf>
- Paruelo, J., Jobbágy, E., Laterra, P., Dieguez, H., García Collazo, A., & Panizza, A. (2014). *ORDENAMIENTO TERRITORIAL RURAL Conceptos, metodos y experiencias*. Buenos Aires: FAUBA.
- PLANDETUR. (2020). *INFORME DE EVALUACIÓN "PLANDETUR 2020"*. Obtenido de INFORME DE EVALUACIÓN "PLANDETUR 2020": https://sni.gob.ec/documents/10180/4534845/Evaluaci%C3%B3n_plandetur2020.pdf/30d64630-795f-4721-8f55-f045a8078ef0
- Plumed Lasarte, M., Gómez Bruna, D., & Martín Duque, C. (2018). Planificación turística, promoción y sostenibilidad ambiental. *Retos: Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 8(15), 7-17. doi:<https://doi.org/10.17163/ret.n15.2018.01>
- Quiroa, M. (7 de Agosto de 2020). *Estrategia de integración*. Obtenido de <https://economipedia.com/author/m-quiroya>
- Ramírez1, J. B. (2020). *EL IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE LOJA, ECUADOR*. Obtenido de EL IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE LOJA, ECUADOR.: file:///C:/Users/CORAZON/Downloads/1962-13-7387-1-10-20200214.pdf
- Ricaurte Quijano, C. (2009). *Manual para Diagnóstico Turístico Local*. Escuela Superior Politecnica del Litoral. Obtenido de <http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf>
- Ruiz, V. (14 de Agosto de 2018). *Diversificación concéntrica*. Obtenido de https://www.emprendepyme.net/diversificacion-concentrica.html#que_es_la_diversificacion_concentrica
- Salguero Racanac, A. A. (Mayo de 2012). *La planificación territorial como instrumento de gestión*. Obtenido de http://www.repositorio.usac.edu.gt/1357/1/15_1582.pdf

- Sanabria Pérez, S. (2014). La ordenación del territorio: origen y significado*. *Terra nueva etapa*, 30(47), 13 - 32.
- Sanchez Ruiz, J., & Lima Maza, Y. (2019). "Fortalecimiento turístico del plan de desarrollo y ordenamiento territorial para la parroquia Jimbura del cantón Espíndola, provincia de Loja" (Tesis de grado). Loja: Universidad Nacional de Loja. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/21866>
- Sanchez Ruiz, J., Coronel Curimilma, L., Suarez Jaramillo, A., & Maza Ortega, M. (2020). Ruta turística maíz y cascadas: Estudio de caso con un enfoque del turismo cultural y natural. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, 24(99), 53-60. Obtenido de <https://uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/295>
- Sanchez Ruiz, J., Larrea Silva, J., & Álvarez García, J. (2021). Evaluación de los recursos turísticos naturales: estudio de caso cantón Pindal, Provincia de Loja-Ecuador. *Tourism and Hospitality International Journal*, 16(1), 80-94. Obtenido de <https://thijournal.isce.pt/index.php/THIJ/issue/view/28/56>
- Sanchez Ruiz, J., Larrea Silva, J., & Pardo Villalta, Y. (2021). Evaluación Multicriterio de los atractivos turísticos de la parroquia Jimbura, Cantón Amaluza, Loja-Ecuador 2020. *Journal of business and entrepreneurial studie*, 5(2), 85-101. Obtenido de <http://journalbusinesses.com/index.php/revista/article/view/175>
- Sanchez Ruiz, J., Larrea Silva, J., Román Aguirre, R., Loarte Tene, M., Caisachana Torres, D., & Suarez Jaramillo, A. (2021). Sistema de percepción de la comunidad adyacente al Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba, acerca del turismo. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*(E39), 1-13. Obtenido de <https://search.proquest.com/openview/e23035a2665ed30543871109061e2342/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>
- Secretaria de Turismo . (2004). *Guía para el Diseño y Operación de Senderos Interpretativos*. Mexico: SECTUR.
- SENPLADES. (2010). Quito. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/LINEAMIENTOS-PARA-LA-PLANIFICACION-DEL-DESARROLLO-Y-EL-ORDENAMIENTO-TERRITORIAL.pdf>
- SENPLADES. (30 de agosto de 2011). *Planificación de territorios*. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/466-2011.-Registro-Oficial-Edici%C3%B3n-Especial-Nro.-184.-Gu%C3%ADa-metodol%C3%B3gica-de-planificaci%C3%B3n-institucional.pdf>
- Socatelli P, M. (Noviembre de 2013). *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*. Obtenido de <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.1.pdf>
- SPTIP. (2016). *Guía de planificación territorial*. Buenos Aires: Subsecretaría de Planificación Territorial de la Inversión Pública. Obtenido de https://www.mininterior.gov.ar/planificacion/pdf/AS_14659169801.pdf
- Turismo 2020 Barcelona. (Marzo de 2017). *Turismo 2020 Barcelona*. Obtenido de https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/turismo_2020_barcelona.pdf

- Turismo, M. d. (2017). *Guia Metodologica para la jerarquizacion de atractivos y generaci3n de espacios turisticos en el Ecuador*. Obtenido de https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf
- URD. (3 de Septiembre de 2009). *Urdimbres.com*. Obtenido de <http://urdimbres.com/8/index.php/casos-de-exito/contenido/emprendedor/23-marpp-metodo-de-analisis-rapida-y-planificacion-participativa>
- Vivanco Jim3nez, W., & Guerrero Guerrero, M. (2019). *Fortalecimiento turistico al plan de desarrollo y ordenamiento territorial para la parroquia san pedro de Vilcabamba, cant3n Loja, provincia de Loja (Tesis de grado)*. Loja: Universidad Nacional de Loja. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/22091>
- Yumisaca, J., Mendoza, E., & Peralta, S. (2019). Planificaci3n turistica: perspectivas desde las comunidades de Santa Elena. *Espirales revista multidisciplinaria de investigaci3n*, 3(26), 131-141. doi:<https://doi.org/10.31876/re.v3i26.470>
- Zhingre Pogo, H., Loarte Tene, M., Rom3n Aguirre, R., Larrea Silva, J., & S3nchez Ruiz, J. (2020). Evaluaci3n multicriterio de los recursos y atractivos turisticos de la zona adyacente al Centro Binacional de Formaci3n T3cnica Zapotepamba. *Espirales. Revista Multidisciplinaria*, 4(34), 14-34.

ANEXO 2 : Matriz De Carla Ricaurte de Caracterización Turística De Comunidades

FICHA 1

CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE COMUNIDADES

1. DATOS GENERALES

1.1 Ubicación de la comunidad

NOMBRE DE PROVINCIA	Loja
NOMBRE DE CANTÓN	Loja
NOMBRE DE PARROQUIA	Yangana
NOMBRE DE COMUNIDAD	Yangana

1.2 Número aproximado de habitantes en el conglomerado urbano.

(Esta información la puede encontrar en la página Web del INEC)

683 mujeres - 836 Hombres Total 1519

Fuente INEC 2010

2. OFERTA DE SERVICIOS

2.1 Alojamiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de alojamiento existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alojamiento, sírvase llenar el Apéndice No. 1).

	#		#
1. HOTELES	<input type="text"/>	5. MOTELES	<input type="text"/>
2. HOSTERIAS	<input type="text"/>	6. HOSPEDERIAS COMUNITARIAS	<input type="text"/>
3. HOSTALES	<input type="text"/>	7. CAMPING	<input type="text"/>
4. PENSIONES	<input type="text"/>	8. OTRO	<input type="text"/>

10 fax

2.2 Alimentación

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

1. RESTAURANTES	#	4. BARES	#
2. CAFETERIAS	<input type="text" value="4"/>	5. CANTINAS	<input type="text"/>
3. FUENTES DE SODA	<input type="text"/>	6. KIOSKOS DE COMIDA	<input type="text"/>
		7. OTROS _____	<input type="text"/>

2.3 Esparcimiento

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

1. DISCOTECAS	#	3. INSTALACIONES DEPORTIVAS	#
2. CINES/ TEATROS	<input type="text"/>	4. BINGOS	<input type="text"/>
		5. OTROS	<input type="text" value="2"/> Bilas.

2.4 Otros servicios

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

1. AGENCIAS DE VIAJE	#	4. GUÍAS DE TURISMO	#
2. OPERADORAS	<input type="text"/>	5. BANCOS	<input type="text"/>
3. INFORMACIÓN AL TURISTA	<input type="text"/>	6. CAJEROS AUTOMÁTICOS	<input type="text"/>
		7. OTROS	<input type="text"/>

3. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS

TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

3.1. Distancias

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

Distancia a la cabecera parroquial (Km): 55 Km

Distancia a la cabecera cantonal (km): 55 Km.

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

3.2. Principales vías de acceso a la comunidad:

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

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

a) VIAL

1. Sí	<input checked="" type="checkbox"/>
2. No	<input type="checkbox"/>

b) TURÍSTICA

1. Sí	<input type="checkbox"/>
2. No	<input checked="" type="checkbox"/>

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

1. BUS	<input type="checkbox"/>	5. CANOA	<input type="checkbox"/>
2. CAMIONETA	<input checked="" type="checkbox"/>	6. AVIÓN	<input type="checkbox"/>
3. TAXIS	<input type="checkbox"/>	7. AVIONETA	<input type="checkbox"/>
4. LANCHA	<input type="checkbox"/>	8. NINGUNO	<input type="checkbox"/>
		9. OTRO _____	<input type="checkbox"/>

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

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

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

NOMBRE DE LA COOPERATIVA	ESTACIÓN/ TERMINAL	TIPO DE TRANSPORTE (MARQUE CON UNA X)		FRECUENCIA DEL SERVICIO	TIPO DE VEHÍCULO
		LOCAL	INTER-CANTONAL		
Su Oriente	Joja		X	diario	Bus
Cooperativa Nambija	Joja		X	diario	bus
Cooperativa Jansaza	Joja		X	diario	bus
Union Carimanga	Joja		X	diario	bus
Yitabamba Tourism	Joja		X	diario	bus.

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

_____ Km.

COMUNICACIONES

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

- 1. Sí
- 2. No

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

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

- 1. Sí
- 2. No

3.11. En la comunidad existen _____ 0 _____ cabinas de servicio telefónico para uso público.

3.12. En la comunidad existen 1 (infocentro) cibercafés o establecimientos de uso público de Internet.

3.13. Existe oficina de correos en la comunidad:

- 1. Sí
- 2. No

SANIDAD

3.14. Existe red de agua entubada:

- 1. Sí % de la población con agua entubada 97%
- 2. No

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

- 1. Sí
- 2. No

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

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

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

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

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

1. EXCUSADO Y ALCANTARILLADO
 2. LETRINA
 3. AIRE LIBRE, RÍO, ESTERO
 4. POZO SÉPTICO
 5. POZO CIEGO
 6. OTRO _____

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

1. CARRO RECOLECTOR
 2. SE QUEMA
 3. SE ENTIERRA
 4. OTRO _____

3.20. Existen establecimientos de salud en la comunidad:

1. Sí
 2. No

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

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

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

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

ENERGÍA

3.23. Existe servicio de energía eléctrica en la comunidad:

1. Sí
2. No

3.24. Distancia al lugar más cercano con energía eléctrica: 7 Km.

3.25. Qué porcentaje de la población tiene energía eléctrica: 98%

3.26. Existen gasolineras en la comunidad

1. Sí ¿Cuántas? _____
2. No

3.27. Distancia a la gasolinera más cercana: 30,2 Km. Norte Yagano - 1 Km Centro Malacatas.

4. GOBERNANZA

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

INSTITUCIÓN	NOMBRE	DESDE	HASTA	ACTIVIDAD
1 NACIONALES	Municipio Jopa	2-000	2-000	Jans. Turístico
Publico				
2 INTERNACIONALES				

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

1. Sí

PLAN	AÑO
RDOT Actualizado	2019-2023

2. No

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

TIPO DE ORGANIZACIÓN	
1. JUNTA PARROQUIAL	<input checked="" type="checkbox"/>
2. COMITÉ DE BARRIO	<input type="checkbox"/>
3. DIRECTIVA COMUNITARIA	<input type="checkbox"/>
4. COMITÉ DE DESARROLLO	<input type="checkbox"/>
5. COOPERATIVAS	<input type="checkbox"/>
6. ORGANIZACIÓN DE MUJERES	<input type="checkbox"/>
7. COMITÉ DE PADRES DE FAMILIA	<input type="checkbox"/>
8. ORGANIZACIONES RELIGIOSAS	<input type="checkbox"/>
9. CLUBES	<input type="checkbox"/>
10. ASOCIACIONES DE TURISMO	<input type="checkbox"/>
11. Otras	<input type="checkbox"/>

5. COMUNIDAD RECEPTORA

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

1. AGRICULTURA, CAZA, AVICULTURA, PESCA, GANADERÍA	<input checked="" type="checkbox"/>	6. SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES	<input type="checkbox"/>
2. EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS	<input type="checkbox"/>	7. TRANSPORTE Y COMUNICACIÓN	<input checked="" type="checkbox"/>
3. INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	<input type="checkbox"/>	8. ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS	<input type="checkbox"/>
3.1 ARTESANÍAS	<input type="checkbox"/>	9. COMERCIO	<input type="checkbox"/>
4. ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	<input type="checkbox"/>	10. TURISMO, HOTELES Y RESTAURANTES	<input type="checkbox"/>
5. CONSTRUCCIÓN	<input type="checkbox"/>	11. ACTIVIDADES NO ESPECIFICADAS	<input type="checkbox"/>

Fuente: _____

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

1. Elaboración de lácteos
2. Producción de Granadilla
3. Producción café

Fuente: _____

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

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

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

- 1. TRABAJO EN GRUPO
- 2. MINGA
- 3. ASAMBLEA COMUNITARIA
- 4. OTRAS

X

Comentarios:

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

- 1. MUNICIPIO
- 2. GOBIERNO PROVINCIAL

Si	No
X	

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

- 1. INGLÉS
- 2. CAPACIDAD O EXPERIENCIA EN GUIANZA
- 3. COCINA
- 4. CONTABILIDAD / ADMINISTRACIÓN
- 5. OTRA _____

de personas

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

Para contestar esta pregunta se encuestó a 1 - personas.

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

% relativo
40%
30%
50%
50%

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

Recursos existen en la parroquia se encuentran en propiedad privada, y son pocos los recursos y interés por parte del GAD para el desarrollo del turismo local.

Auxiliar de campo:
Fecha:

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Anexo 3 Fichas MINTUR

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																		
Código del atractivo:	1	1	0	1	6	2	A	N	0	8	0	6	0	2	0	0	1	
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo			
1. DATOS GENERALES																		
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																		
Estoraques																		
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo								
ATRATIVOS_NATURALES					FENÓMENOS_GEOLÓGICOS					GRIETA								
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																		
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia								
LOJA					LOJA.					YANGANA (ARSENIO CASTILLO)								
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal			2.6 Número		2.7 Transversal									
El Suro				Cuarto eje vial														
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales) Click					2.10 Altura (msnm)								
-4.33090					-79.20035					1,749 msnm								
2.11 Información del administrador																		
a. Tipo de Administrador: PRIVADO					b. Nombre de la Institución: PRIVADO													
c. Nombre del Administrador: FELIPE JARAMILLO					d. Cargo que ocupa: PROPIETARIO													
e. Teléfono / Celular:					f. Correo Electrónico:													
Observaciones: texto																		
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																		
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																		
a. Clima: SUBTROPICAL					b. Temperatura(°C): 18,94°C					c. Precipitación Pluviométrica (mm): 1243,3								
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																		
a. Cultura <input type="checkbox"/>					b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>					c. Aventura <input type="checkbox"/>								
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																		
a. Prístino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural <input checked="" type="checkbox"/>				d. Rural <input type="checkbox"/>		e. Urbano <input checked="" 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		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	Pago:	<input type="checkbox"/> Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/> Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/> Cheque <input type="checkbox"/>								
g. Meses recomendables de visita:	FEBRERO - AGOSTO										
Observaciones:	texto										
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO			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):	VILCABAMBA										
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:	19.1 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:	0:2 h/min	d. Coordenadas (grados decimales):	Lat.: -4,26080 Long.: -79,22275						
Observaciones:	texto										
4.2 Vías de Acceso (M)			<input checked="" type="checkbox"/>								
a. Terrestre (M)	<input type="checkbox"/>	Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado				
	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Primer orden	-4,26080, -79,22275	-4,33090, -79,20035	20	ASFALTA	BUENO				
	<input type="checkbox"/>	b. Segundo orden									
	<input type="checkbox"/>	c. Tercer orden									
Observaciones:											
b. Acuático (U)	<input type="checkbox"/>	Marítimo	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado			
	<input type="checkbox"/>	Lacustre	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto				
	<input type="checkbox"/>	Fluvial	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto				
Observaciones: NO EXISTE ESTE TIPO DE ACCESO											
c. Aéreo (U)	<input type="checkbox"/>	Nacional:	<input type="checkbox"/>	Internacional:	<input type="checkbox"/>						
Observaciones: NO EXISTE ESTE TIPO DE ACCESO											
4.3 Servicio de transporte (M)			<input checked="" type="checkbox"/>								
a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi	<input checked="" 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: COOPERATIVA DE TRANSPORTE MIXTO VILCABAMBA											
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M)			<input type="checkbox"/>								
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)					
		Diaría	Semanal	Mensual	Eventual						
COOPERATIVA DE TRANSPORTE MIXTO VILCABAMBA	CENTRO VILCABAMBA DE	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	VILCABAMBA - YANGANA					
COOPERATIVA DE TRANSPORTE SUR ORIENTE	CENTRO VILCABAMBA DE	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	LOJA - VILCABAMBA - YANGANA					
COOPERATIVA DE TRANSPORTE VILCABAMBA TURIS	CENTRO VILCABAMBA DE	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	LOJA - VILCABAMBA - YANGANA					
COOPERATIVA DE TRANSPORTES LOJA	CENTRO VILCABAMBA DE	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	LOJA - VILCABAMBA - YANGANA					
COOPERATIVA DE TRANSPORTE UNION CARIAMANGA	CENTRO VILCABAMBA DE	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	LOJA - VILCABAMBA - YANGANA					
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)											
General	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Física	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial	<input type="checkbox"/>	d. No es accesible	<input type="checkbox"/>

Observaciones:									
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>		Estado (U)		Bueno <input checked="" type="checkbox"/>		Regular <input type="checkbox"/>		Malo <input type="checkbox"/>	
Observaciones:									
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
5.1 Planta turística (M) <input 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 type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas		
Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel <input checked="" type="checkbox"/>	1	12	22		
Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal <input checked="" type="checkbox"/>	2	26	51		
Hostería <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería <input checked="" type="checkbox"/>	8	164	354		
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: texto				Observaciones: texto									
Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas						
Restaurantes <input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/>	16	111	444						
Cafeterías <input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías <input checked="" type="checkbox"/>	3	19	76						
Bares <input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares <input checked="" type="checkbox"/>	1	5	20						
Fuentes de soda <input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda <input type="checkbox"/>	0	0	0						
Observaciones: texto				Observaciones: texto									
Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>		Establecimientos registrados		Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>		Establecimientos registrados							
Mayoristas <input type="checkbox"/>		0		Mayoristas <input type="checkbox"/>		0							
Internacionales <input type="checkbox"/>		0		Internacionales <input type="checkbox"/>		0							
Operadoras <input type="checkbox"/>		0		Operadoras <input checked="" type="checkbox"/>		5							
Observaciones: texto				Observaciones: texto									
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0		
<input type="checkbox"/>	1	0	0	Aventura	0	<input checked="" type="checkbox"/>	5	0	0	Aventura	0		
Observaciones: texto				Observaciones: texto									
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>													
Categoría (M)		Tipo (M)		Cantidad		Coordenadas		Administrador		Accesibilidad universal		Estado (U) B R M	

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 guardianía	<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	texto	<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: texto									

5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>						
Alquiler y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising	<input type="checkbox"/>		Alquiler y venta de equipo especializado	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	Cajero automático	<input checked="" type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique: texto					Especifique: texto						
Observaciones: texto											
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO						SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>
6.1 Atractivo (U) <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: texto											
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 checked="" type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas			<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input checked="" 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. Huaquearía			<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia			<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento			<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input checked="" 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 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: texto
Observaciones: texto		
6.2 Entorno (U) <input type="checkbox"/>		
a. Conservado	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/> c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: texto		
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 checked="" 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 type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/> e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/> f. Huaquearías <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/> h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/> i. Falta de mantenimiento <input 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 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: texto
Observaciones: texto		
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>		
a. Declarante:	texto	b. Denominación: texto b. Fecha de declaración: texto c. Alcance: texto
Observaciones: texto		

7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA						SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.1 Servicios Básicos <input type="checkbox"/>											
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>						b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>					
Agua: <input type="checkbox"/>						Agua <input checked="" type="checkbox"/>					
Especifique: texto						Especifique: texto					
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>						Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/>					
Especifique: texto						Especifique: texto					
Saneamiento: <input type="checkbox"/>						Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>					
Especifique: texto						Especifique: texto					
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>						Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>					
Especifique: texto						Especifique: texto					
Observaciones: texto											
7.2 Señalética en el atractivo <input checked="" 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			
	Pictograma de atractivos naturales	0	0	1	texto	<input checked="" 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"/>			

En áreas urbanas <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<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 checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<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	texto	<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	texto	<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 checked="" type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<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: texto

7.3 Salud (más cercano) (M)

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 type="checkbox"/>		0
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/>		3
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>		0

Observaciones: texto

7.4 Seguridad (M)

a. Privada

b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>	Detalle	UPC YANGANA	
c. Policía metropolitana / Municipal	<input checked="" type="checkbox"/>		GAD LOJA	
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto	
Observaciones: texto				
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input type="checkbox"/>				
a. En el atractivo <input checked="" 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"/>
Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>		
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>
Observaciones: texto				
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 checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: texto				
7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/>				
Deslaves <input checked="" type="checkbox"/>	Sismos <input checked="" type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	Incendios forestales <input checked="" type="checkbox"/>	
Sequía <input type="checkbox"/>	Inundaciones <input type="checkbox"/>	Aguajes <input type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>	
¿Existe un plan de contingencia en <input type="checkbox"/> Institución que Nombre del Año de				
Observaciones: texto				
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>				
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Año de elaboración: 2016
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:
PLAN DE TURISMO YANGANA				
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:
Observaciones: texto				
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>				
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <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. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/> texto

p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>	q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	<input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	texto
Observaciones: texto										
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 checked="" type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	
f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>	
k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>	m. Observación de astros	<input checked="" type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	texto		
Observaciones: texto										
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <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: texto										
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>										
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)										
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: PLAN TURISTICO YANGANA										
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>										
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción								
a. Página WEB <input checked="" type="checkbox"/>	URL: http://yangana.gob.ec/	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: texto										
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: texto										

Observaciones:

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

11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos

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

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

c. Temporalidad de visita al atractivo

Alta (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique	FEBRERO, AGOSTO	Número de visitantes	0
Baja (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>		ENERO, MAYO		0

d. Llegada de turistas

Ciudades de origen	Turista nacional			Turista extranjero		
	Llegadas mensuales	Total anual		Llegadas mensuales	Total Anual	

Observaciones: texto

11.2. Frecuencia de visita según informantes clave

Nombre del Informante Clave: texto Contactos: (+593)

Demanda según días de visita Demanda según frecuencia de visita

Lunes a viernes Fines de semana Días feriados Permanente Estacional Esporádica Inexistente

Observaciones: texto

12. RECURSO HUMANO SI NO S/I

a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo 1 d. Número de personas especializadas en turismo 0

e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input checked="" 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	1	Secundaria		Primeros Auxilios	Hospitalidad
Tercer Nivel		Cuarto Nivel		Atención al Cliente	Guianza 0
Otro	texto	Sensibilización de discapacidades	Otro	texto	Chino 0 Otro texto

Observaciones: texto

13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

Los estoraques también conocidos por los habitantes como la "Catedral del Suro", son característicos de desierto producto de una erosión acelerada, como el agua el viento y el sol, estos conforman columnas y torres, colinas y crestas montañosas y grandes, tienen afinidad con los matorrales de la costa del caribe y de algunos valles secos interandinos

14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: [Marianela Fernanda Chavez Duchi](#)

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: [Google Earth Pro.](#)

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:			VALIDADO POR:			APROBADO POR:		
Apellido y Nombre	CHAVEZ DUCHI MARIANELA FERNANDA		Apellido y Nombre			Apellido y Nombre		
Institución	UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA		Institución			Institución		
Cargo	ESTUDIANTE		Cargo			Cargo		
Correo Electrónico	marianela.chavez@unl.edu.ec		Correo Electrónico			Correo Electrónico		
Teléfono	0959489848		Teléfono			Teléfono		
Firma			Firma			Firma		
Fecha			Fecha			Fecha		

Anexo 4 Matriz de priorización de atractivos

N°	Nombre del Atractivo a ser evaluado	Nombre del Atractivo a ser evaluado	Barrio	Facilidades para realizar su visita										
				Acceso en vehículo al atractivo		Tipo de acceso								
				Existe acceso en vehículo al atractivo (1)	No existe acceso en vehículo al atractivo (-1)	Vía de asfalto /concreto			Vía lastrada			Senderos y seguridad de acceso		Inseguro en mal estado (-1)
						Estado bueno (2)	Estado regular (1)	Estado malo (-1)	Estado bueno (1)	Estado regular (0)	Estado malo (-1)	EXISTENCIA de senderos (1)	No existe senderos (-1)	
1	Estoraques	Estoraques		1		1			0		1		-1	
2	Mirador Cerro Toledo 1	Mirador Cerro Toledo 1		1		1			0		1		1	
3	Mirador Cerro Toledo 2	Mirador Cerro Toledo 2		1		1			0		1		1	
4	Cascada de suro 1	Cascada de suro 1		1		2			0		1		-1	
5	Cascada de suro 2	Cascada de suro 2		1		2			0		-1		-1	
6	Cascada de Anganuma	Cascada de Anganuma		1		1			0		1		1	
7	La Chorrera	La Chorrera		1		1			0		1		-1	

N°	Nombre del Atractivo a ser evaluado	Facilidades para realizar su visita										Tenencia del atractivo				Relación del Nombre con su tipología		Valoración:		
		Tipo de acceso					Distancia para la visita caminando desde el punto de estacionamiento del vehículo / Tiempo de trayecto de ida y regreso					Servicios turísticos y básicos en el atractivo		Público		Privado			El nombre del atractivo tiene relación (1)	El nombre del atractivo no tiene relación (0)
		Estado malo (-1)	Senderos y seguridad de acceso		Inseguro en mal estado (-1)	Una hora o menos (1)	Dos horas (0)	Tres horas (-1)	Mayor a tres horas (-2)	Posee servicios (2)	No posee servicios (0)	Interés de inversión del GAD en el atractivo (3)	Desinterés de inversión del GAD en el atractivo (0)	Atractivos que están en operación (2)	Atractivos que NO están en operación (0)					
			EXISTENCIA de senderos (1)	No existe senderos (-1)												Seguro (1)				
1	Estoraques		1	-1		1			0		3		0		1		7			
2	Mirador Cerro Toledo 1		1	1		1			0		0		0		1		6			
3	Mirador Cerro Toledo 2		1	1		1			0		0		0		1		6			
4	Cascada de suro 1		1	-1		1			0		0		0		1		5			
5	Cascada de suro 2		-1	-1		1			0		0		0		1		3			
6	Cascada de Anganuma		1	1		1					0		0		1		6			
7	La Chorrera		1	-1		0									1		3			

Anexo 5 Modelo Entrevista al presidente del GAD y propietarios de Fincas, haciendas, plantaciones

¿Está de acuerdo a que se desarrolle un estudio de fortalecimiento turístico en la parroquia Yangana?

¿Qué beneficios cree usted puede traer el fortalecimiento turístico del PDOT?

¿Cuáles sería el aporte como autoridad para el fortalecimiento turístico?

¿Qué estrategias considera que se deben implementar en la parroquia para el fortalecimiento?

¿Qué estrategias se ha implementado en la actualidad para fortalecer el turismo?

¿Cuáles son los emprendimientos turísticos que tienen potencial?

Prestadores de servicios turísticos

Usted conoce atractivos o recursos turísticos de la parroquia Yangana, donde las personas llegan a visitar

Usted cree que existe turismo en la parroquia de Yangana

Usted se ha beneficiado de la compra de productos o servicios por parte de turistas que llegan a la parroquia.

Usted considera que un fortalecimiento turístico podría ayudar a que se conozca la parroquia Yangana

Usted estaría interesada en participar en capacitaciones para brindar servicios turísticos

Usted que considera que hace falta para que en la parroquia Yangana se desarrolle el turismo.

Registro Fotográfico

Fotografía 1



Fotografía 2



Fotografía 3



Fotografía 4



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Anexo 6 Matriz FODA

	POSITIVOS	NEGATIVOS
INTERNOS (factores de la empresa)	FORTALEZAS	DEBILIDADES

EXTERNOS (Factores del ambiente)	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
--	----------------------	-----------------

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Anexo 7 Matriz FODA CRUZADO

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
AMENAZAS	ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Anexo 7 Presentaciones del taller participativo

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
Facultad jurídica, social y administrativa
Carrera de Turismo

FORTALECIMIENTO AL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL EN EL AMBITO TURISTICO PARA LA PARROQUIA RURAL YANGANA DE LA PROVINCIA DE LOJA




DATOS GENERALES

Ubicación: Provincia y Cantón de Loja
Población: 1519 habitantes
Extensión: 14.590,31 ha, lo que representa el 54,31% de la superficie total de la parroquia
Temperatura: 19.3°C
Altitud: 1,840 m.s.n.m



FORTALECIMIENTO AL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL EN EL AMBITO TURISTICO PARA LA PARROQUIA RURAL YANGANA DE LA PROVINCIA DE LOJA

Objetivo General
Fortalecer turísticamente al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia rural Yangana de la provincia de Loja.

Objetivo específico

- Realizar un diagnóstico de situación actual del componente turístico de la parroquia Yangana.
- Elaborar una propuesta de desarrollo turístico para fortalecer la parroquia Yangana
- Determinar el perfil del turista y preferencias de la demanda efectiva relacionado con las propuestas planteadas del objetivo 2 en la parroquia Yangana

OBJETIVO 1
Realizar un diagnóstico de la situación actual del componente turístico de la parroquia Yangana.

- Se realizó el diagnóstico turístico de la parroquia con ayuda de la Matriz de caracterización turística para comunidades de Carla Ricaurte (2009) que permitió recolectar la línea base del diagnóstico turístico de la Parroquia
- Se realizó el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos en base a la Ficha de Ministerio de Turismo, tomando en cuenta la matriz de priorización de atractivos turísticos utilizada en la mancomunidad bosque seco con el fin de priorizar los atractivos y recursos naturales y culturales que se encuentran en la parroquia.

OBJETIVO 2 . Elaborar una propuesta de desarrollo turístico para fortalecer la parroquia Yangana.

- Mediante el método analítico se realizó el análisis FODA y FODA CRUZADO dentro de la localidad en la actividad turística para el fortalecimiento de las misma
- Mediante los objetivos estratégicos, se analizan cuáles serían las posibles propuestas o actividades que se aplicarían para el fortalecimiento turístico de la parroquia.
- Mediante la metodología de MARPP con los miembros de junta del GAD parroquial para la validación de las estrategias

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> Los habitantes tienen una gran disponibilidad para realizar actividades turísticas. Indiferencia de funcionarios en las instalaciones de los sitios turísticos de la parroquia Yangana. Producción agrícola y ganadera que puede ayudar a la generación de la actividad turística. Las condiciones climáticas que permiten disfrutar todo el año lo que permite tener un clima ideal para desarrollar el turismo. Existen los sitios para la realización de deportes que son ideales a nivel de la provincia. Comercio minorista y Nacional por la disponibilidad de bienes. Emprendimientos agrícolas en base a la producción de granadilla (olor y pigmento). Existen una gran variedad de recursos turísticos naturales y culturales. Referencia de ser una parroquia plenas en el agro turismo a nivel local regional. 	<ol style="list-style-type: none"> Escasa inversión turística como por ejemplo: restaurantes, restaurantes, hoteles, etc. Falta de cobertura de señal telefónica. Falta inversión para la atención de infraestructura turística en los centros turísticos y culturales. Escasa inversión de profesionales y personal de servicios en el ámbito turístico. Escasa promoción de la parroquia en el ámbito turístico. Falta de inversión económica en emprendimientos. Limitada oferta a recursos naturales debido a que pertenecen a propiedad privada. Fracaso en el desarrollo de la comunidad sobre el turismo. Desconocimiento por parte de los habitantes sobre los beneficios del turismo. Limitada inversión económica para el cumplimiento de las competencias del GAD Parroquial. Falta de inversión para emprendimientos turísticos.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> Una variedad de competencias de los turistas que pueden ofrecer nuevos servicios. La creación de políticas que están generando turismo en otros países, Villavieja y Loja. Apoyo por parte del Gobierno Provincial de Loja en la producción agrícola. Existen los recursos naturales que pueden ser aprovechados para el turismo. Políticas económicas de apoyo para el turismo y desarrollo en la Provincia. Facilidad de acceso vía terrestre para el turismo a la parroquia. Apoyo de recursos por parte del MINATUR y otras instituciones para los emprendimientos. Nuevas tendencias de turismo que pueden ser aprovechadas para el desarrollo rural y agro turismo. 	<ol style="list-style-type: none"> Empujamiento de la población y migración (debilita la fuerza) a nuevos territorios de mayor progreso económico. Falta de gestión y planificación del turismo en la zona. Influencia económica negativa del país. Escasa inversión económica que impide el Gobierno a los GAD's para el desarrollo de sus territorios. Escasa inversión económica turística que pueden reducir la demanda turística. Deficiencia de los recursos naturales por intervención de agentes externos. Creciente pérdida de conocimiento de agricultura tradicional.

Objetivos estratégicos.

1. Diseñar productos turísticos para el fortalecimiento de la parroquia Yangana
2. Desarrollar una propuesta de promoción y difusión turística
3. Desarrollar una propuesta de capacitación turística



Objetivo Estratégico 1. Diseñar productos turísticos para el fortalecimiento de la parroquia Yangana

Diseño de una ruta Turística



Diseño de un sendero Interpretativo "Estoraques"



Ventajas y desventajas

Propuesta	Ventajas	Desventajas
Diseño de una ruta Turística 	<ul style="list-style-type: none"> Permite crear espacios de concientización en los espacios naturales Se genera trabajo para guías locales Ingresos económicos para la comunidad Existe acompañamiento a los visitantes en sus actividades turísticas Apoyo a los emprendimientos locales Integración de todos los recursos naturales, culturales y productos turísticos de la parroquia Da a conocer la potencialidad turística de la parroquia 	<ul style="list-style-type: none"> Limitación de acceso a sitios privados, se está a expensas de los propietarios de las haciendas. (Se debe establecer acuerdos previos con los propietarios)

Propuesta	Ventajas	Desventajas
Diseño de un sendero interpretativo "Estoraques" 	<ul style="list-style-type: none"> Permite crear espacios de concientización en los espacios naturales Ingresos económicos para la comunidad Puede ser guiados y autoguiados a la vez Reduce la capacidad de impacto humano en zonas naturales. 	<ul style="list-style-type: none"> En el caso de ser autoguiado no se participa en dinámicas grupales. No puede ser asistido inmediatamente para algunas necesidades como dudas, preguntas entre otras.

Objetivo Estratégico 2. Desarrollar una propuesta de promoción y difusión turística

Ferias turísticas



Material Promocional



Medios Digitales de promoción



Marca Turística



Propuestas	Ventajas	Desventajas
Ferias Turísticas 	<ul style="list-style-type: none"> Alianza con otras instituciones Consolidar la identidad a través del intercambio de productos Integración de comunidades Mayor número de visitantes. Dar a conocer los emprendimientos que se generan en la parroquia Dar a conocer los recursos naturales y culturales que tiene la parroquia. 	<ul style="list-style-type: none"> Poca acogida por parte de la comunidad Personal no está capacitado para brindar información
Material promocional 	<ul style="list-style-type: none"> Elevado costo por el número de materia promocional. 	

Propuestas	Ventajas	Desventajas
Medios digitales de promoción 	<ul style="list-style-type: none"> Crecientemente desarrollo y uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación Aumento de usuarios que utilizan el internet y redes sociales Diferentes aplicaciones de promoción en la telefonía móvil. 	<ul style="list-style-type: none"> La información que se encuentra en los medios de comunicación online puede ser distorsionada Se necesita personal calificado para manejo y elaboración un buen producto online Algunas páginas online no son gratuitas al 100%
Marca turística 	<ul style="list-style-type: none"> Proyecta una sola imagen global Representa todos los productos y destinos turísticos de la parroquia Crear un posicionamiento y una visión positiva del destino en la mente del público 	<ul style="list-style-type: none"> Poco entendible para el público.

Objetivo Estratégico 3. Desarrollar una propuesta de capacitación turística

Capacitación sobre innovación turística



Talleres de motivación turística



Taller de gestión turística (para autoridades locales)



Talleres de actividad turística



Propuestas	Ventajas	Desventajas
Capacitación sobre innovación turística	<ul style="list-style-type: none"> Incrementar el conocimiento acerca del turismo en los participantes Crear nuevos productos turísticos Contacto directo con el capacitador en caso de ser presencial Alianzas estratégicas con el MINTUR y otras instituciones. Concientiza a la comunidad del valor de sus recursos turísticos Las capacitaciones virtuales pueden reducir gastos de materiales, libros y otro tipo de recursos de apoyo en los ambientes presenciales. 	<ul style="list-style-type: none"> Disponibilidad de tiempo de los participantes en caso de ser presencial Acceso inestable a internet en el caso de ser online
Talleres de actividad turística		
Talleres de motivación turística		
Taller de gestión turística (para autoridades locales)		
Talleres de cuidado del medio ambiente		

GRACIAS...



Registro Fotográfico

Fotografía 1



Fotografía 2



Fotografía 3



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Anexo 9 Convocatoria al taller participativo



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

Loja 13 de Julio del 2021

Lic. Cosme Alberto Ochoa Maldonado
PRESIDENTE DEL GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIAL YANGANA

De mis consideraciones:

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

Le solicito de manera comedida y respetuosa se me colabore como intermediario con las autoridades de la junta parroquial y todas las personas interesadas en el desarrollo turístico social, económico y ambiental, realizando la invitación a la reunión participativa que se trabajara el día Jueves 15 de Julio del 2021 a las 16H00 en las instalaciones del a junta Parroquial de Yangana para socializar el proyecto de investigación "FORTALECIMIENTO AL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL EN EL AMBITO TURISTICO PARA LA PARROQUIA YANGANA DE LA PROVINCIA DE LOJA"

Por la favorable atención que se digne dar a la presente, expreso a usted mis sinceros agradecimientos.

Atentamente:

Marianela Fernanda Chávez Duchí
C.I 1104113400
Tesista Responsable

Recibido
13-07-2021

Anexo 10 Hoja de registro de asistencia al taller participativo



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

TALLER PARTICIPATIVO DE LA VALIDACION DE LA INFORMACION DEL PROYECTO DE INVESTIGACION "FORTALECIMIENTO AL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL PARA LA PARROQUIA RURAL YANGANA DE LA PROVINCIA DE LOJA"

REGISTRO DE PARTICIPANTES

FECHA:
LUGAR:

N°	Nombre y apellido	N° Cédula	Cargo o Función	Correo electrónico	N° Teléfono	Firma
	Henry V Tamayo	1103776165	Vocal	henrytamayo@gmail.com	0917865927	
	Rodrigo Aguilera B.	1103367211	Vocal	rodrigo.1606@gmail.com	0988816664	
	Cosme Ochoa	1104670045	Presidente	chunoz1487@hotmail.com	0992111911	
	Ramiro Zamora	1103120443	Vocal	ramirononmi2061735@gmail.com	0994296442	

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Anexo 11 Validación de las propuestas a prestadores de servicios turísticos.

Validación de las propuestas planteadas.			
Estrategia	De acuerdo (3)	Neutral (2)	Desacuerdo(1)
Propuesta 1			

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchí

Anexo 12 Encuesta

Bienvenidos, la siguiente encuesta forma parte del estudio **“Fortalecimiento turístico del PDOT de la parroquia Yangana”**. La encuesta está encaminada a conocer el perfil del turista y la demanda futura que podría ayudar a dinamizar la economía en la parroquia.

La parroquia Yangana tiene un sin número de recursos y atractivos naturales y culturales, entre ellos La catedral de Suro “Estoraques”, la piedra de 7 huecos, la iglesia del buen señor, la fábrica de quesos entre otros atractivos, cascadas y haciendas que aún no se le ha dado la importancia necesaria.

Agradecemos sus respuestas, las cuales son fundamentales para el proceso de diseño y registro.

1 ¿Estaría dispuesto a visitar una zona con estas características?

SI ()

NO () Gracias por su tiempo

2 ¿Cuándo usted visita un lugar que tipo de turismo realiza? (puede marcar más de una opción)

Turismo natural

Turismo cultural

Turismo religioso

Turismo gastronómico

Otros, especifique

3 ¿Cuándo Usted visita un sitio turístico, ¿qué es lo que más le gusta conocer? ((puede marcar más de una opción)

Gastronomía

Sitios arqueológicos

Arquitectura de centros urbanos

Sitios naturales

Monumentos, museos, iglesias y sitios de interés cultural
Otros, especifique

4 ¿Usted conoce la parroquia Yangana?

Si
No

5 ¿Cuáles de los siguientes servicios turísticos en la parroquia Yangana le gustaría que existan? ((puede marcar más de una opción)

Hospedaje
Restauración
Tiendas de artesanías
Transporte turístico
Guianza turística
Otros, especifique

6 ¿Al implementarse proyectos o productos turísticos que complementen los servicios mencionados, con qué frecuencia usted visitaría estos sitios? (puede marcar más de una opción)

Fines de semana
Feriados
Vacaciones
Una vez al año
Otros, Especifique

7 ¿En qué temporadas Usted cree que podría visitar y hacer uso de los servicios que ofrece la parroquia Yangana? (puede marcar más de una opción)

Carnavales
Semana Santa
Navidad
Fin de año
Fiestas cantonales
Puentes vacacionales
Fines de semana

8. ¿Si su decisión es viajar y hacer uso de los servicios turísticos en la parroquia Yangana con quién le gustaría realizar la visita?

Familia
Amigos
Pareja
Solo

9. ¿Cuántos días Usted estaría dispuesto a destinar para desarrollar las actividades turísticas en la Parroquia Yangana?

De 1 a 2 días

De 3 a 5 días

Más de 5 días

Ninguno

10. ¿Qué medio de transporte usted suele utilizar a la hora de viajar para actividades turísticas?

Transporte público

Vehículo propio

Taxi

Bicicleta

Otros, especifique

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de hospedaje?

De \$8 a \$13

De \$14 a \$18

De \$19 a \$23

Más de \$24

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de restaurante?

De \$3 a \$5

De \$6 a \$8

De \$9 a \$11

Más de \$ 12

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por adquirir productos agro turísticos en la parroquia Yangana?

De \$2 a \$5

De \$6 a \$9

De \$10 a \$13

Más de \$13

14. ¿Usted estaría dispuesto a desarrollar una ruta turística natural y cultural en la parroquia Yangana?

Si

No

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por desarrollar una ruta turística cultural y natural con todos servicios en la parroquia Yangana en dónde se muestre el proceso de cultivos y elaboración de productos agrícolas?

De \$10 a \$15

De \$20 a \$25

De \$25 a \$30

Más de \$30

Ninguno

16. ¿Si se desarrollara una ruta turística cultural y natural en la parroquia Yangana ¿Qué actividades le gustaría realizar? (puede marcar más de una opción)

Senderismo

campamentos

Turismo comunitario

Visitas haciendas

Otros, especifique

17. ¿Estaría usted dispuesto a visitar un sendero interpretativo por los estoraques de Yangana?

Si

No

18. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por ser guiado por un sendero interpretativo por los estoraques de Yangana?

De \$10 a \$15

De \$20 a \$25

De \$25 a \$30

Más de \$30

Ninguno

19. ¿Estaría dispuesto a visitar un stad de promoción de la parroquia Yangana en eventos locales y nacionales?

Si

No

20 ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar por asistir a una feria turística, en dónde se muestre productos, artesanías y servicios?

De \$10 a \$15

De \$20 a \$25

De \$25 a \$30

Más de \$30

21. Qué otra actividad turística le gustaría realizar dentro de la parroquia?
(puede marcar más de una opción)

Pesca deportiva

fotografía

ciclismo

Participación en elaboración de lácteos

Otros, especifique

22. Qué tipo de suvenires le gustaría adquirir al visitar la parroquia

Gorras

llaveros

camisetas

calendarios

agendas

Otros _____

23. ¿Por qué medios promocionales le gustaría informarse de los servicios turísticos que se desarrollen en la parroquia Yangana? (puede marcar más de una opción)

Redes sociales

Página web

Ferias turísticas

Pantalla Led

Guía Turística

Radio o tv

Otros, especifique

24. ¿Cuál medio cree usted que es el más adecuado a la hora de contratar servicios turísticos? (puede marcar más de una opción)

Operadores de turismo/Agencias de viaje

Páginas Web

Directamente con los prestadores de servicios de la parroquia

Redes Sociales

Otros, especifique

Lugar de residencia:

Loja

Vilcabamba

Palanda

Otros lugares

Nacionalidad:

Nacional

Extranjera

Edad:

Menor de 18 años

19-24 años

25-30 años

31 - 36 años

37 - 42 años

43 - 48 años

49 - 54 años

55 en adelante

Soltero (a)

Casado (a)

Unión de hecho

Viudo (a)

Divorciado (a)

Sexo:

Masculino

Femenino

Estado civil:

Ocupación:

Estudiante

Profesional

Libre ejercicio

Jubilado

Ingresos mensuales:

\$0 a \$200

\$201 a \$400

\$401 a \$600

Más de \$601

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Marianela Fernanda Chávez Duchi

Índice

AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
1. TÍTULO.....	7
2. RESUMEN	8
3. INTRODUCCIÓN.....	12
4. MARCO TEORICO	15
4.1. Introducción al marco teórico.....	15
4.1.1 Normativa legal	15
4.2. Planificación territorial	19
4.2.1. Planificación territorial urbana	20
4.2.3. Características de la planificación	22
4.3. Planificación turística.....	23
4.3.1. Características de la planificación turística en comunidades urbanas ...	26
4.3.2. Características de la planificación turística en comunidades rurales	26
4.4. Estrategias de la planificación.	28
4.4.1. Estrategias de promoción y difusión.....	28
4.4.2. Estrategias de Producción y Gestión de Información para la planificación 28	
4.4.3 Estrategias de Transferencia metodológica y fortalecimiento de capacidades.....	28
4.4.4 Seguimiento, evaluación y retroalimentación de los planes de desarrollo y ordenamiento territorial.	28
4.4.5. Cooperación internacional (integración)	29
4.5.1. Importancia del fortalecimiento turístico en las comunidades	29
4.6. Metodologías para la actividad turística.....	31

4.6.1. Metodología de diagnóstico turístico para comunidades de Carla Ricaurte Quijano	31
4.6.2. Metodología de inventario de atractivos turísticos del MINTUR.....	32
4.6.3. Metodología de priorización de atractivos turísticos utilizados en el proyecto bosque seco.	33
4.7. Metodologías participativas	33
4.7.1. Metodología de análisis rápido y planificación turística (MARPP)	33
4.8 Diagnóstico turístico.....	34
4.8.1. Componentes del diagnóstico turístico.....	34
4.9. Análisis FODA	38
4.9.1. Análisis externo.....	39
4.9.2. Análisis interno.....	39
4.10 Marco referencia	40
5. METODOLOGÍA.....	44
5.1. Muestra y población	44
5.2. Materiales	45
5.3. Métodos.....	45
5.4. Técnicas	46
5.5. Metodología por objetivos	46
5.5.1. Metodología del primer objetivo: realizar el diagnóstico de situación actual del componente turístico de la parroquia Yangana.	46
5.5.2. Metodología del segundo objetivo: elaborar una propuesta de desarrollo turístico para fortalecer la parroquia Yangana.....	47
5.5.3. Metodología del tercer objetivo: determinar el perfil del turista y preferencias de la demanda efectiva relacionado con las propuestas planteadas del objetivo 2 en la parroquia Yangana.....	48
6. RESULTADOS	51
6.1. Diagnóstico de situación actual del componente turístico de la parroquia Yangana.	51
6.1.1 Resultados de la matriz de Carla Ricaurte Quijano.	51
6.1.2. Inventario de atractivos turísticos de la Parroquia Yangana.....	63
6.1.3. Análisis de la entrevista.	81

6.2. Resultados del Segundo objetivo: elaborar una propuesta de desarrollo turístico para fortalecer la parroquia Yangana.....	84
6.2.1 Análisis FODA.....	84
6.2.2. Análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas (FODA):	78
6.2.3. Elaborar una propuesta de desarrollo turístico para la Parroquia Yangana, mediante la aplicación de metodología participativa.	79
6.2.4. Validación de la propuesta mediante metodología participativa.	85
6.2.5. Validación de la propuesta a los prestadores de servicios turísticos mediante escala Linker.	87
6.2.6. Estrategias para la aplicación del plan de desarrollo turístico de la parroquia Yangana.	88
6.3. Resultados del Tercer objetivo: determinar el perfil del turista y preferencias de la demanda efectiva relacionado con las propuestas planteadas del objetivo 2 en la parroquia Yangana.....	113
6.3.1. Análisis de los resultados de la encuesta	114
6.3.2. Segmentación de Mercado	144
7. DISCUSIÓN	152
8. CONCLUSIONES.....	156
9. RECOMENDACIONES.....	158
10. BIBLIOGRAFIA.....	159
11. ANEXOS	165

Índice de tablas

Tabla 1 Normativa Legal.....	15
Tabla 2. Programas de actuación "Turismo 2020 Barcelona Turística"	24
Tabla 3 Encuentras por población	49
Tabla 4. Población de la parroquia Yangana por rangos de edad	52
Tabla 5. Población de la parroquia Yangana	53
Tabla 6. Establecimientos de alimentación	54
Tabla 7. Transporte de la Parroquia Yangana	55
Tabla 8. Jerarquía Vial de la Parroquia.	56
Tabla 9. Procedencia del agua en las viviendas de la parroquia Yangana.....	59
Tabla 10. Tipo de conexión del servicio higiénico en las viviendas de la parroquia Yangana.....	59
Tabla 11. Eliminación de la basura en las viviendas de la parroquia Yangana	60
Tabla 12. Servicio de Energía Eléctrica en la parroquia Yangana.	60
Tabla 13. Servicio de Energía Eléctrica en la parroquia Yangana.	61
Tabla 14. Organizaciones legalizadas	61
Tabla 15. Organizaciones legalizadas por el MTOP (Ministerio de transporte y obras públicas).....	61
Tabla 16. Organizaciones no legalizadas	61
Tabla 17. Actividades de la parroquia Yangana	62
Tabla 18. Asambleas Parroquiales.....	63
Tabla 19. Inventario de atractivos Naturales y Culturales de la Parroquia Yangana.....	64
Tabla 20. Ficha resumen de atractivo natural Estoraques	66
Tabla 21. Ficha resumen de atractivo Natural Rio Yangana	67
Tabla 22. Ficha resumen de atractivo Cultural Iglesia Yangana	68
Tabla 23. Ficha resumen de atractivo Piedra siete Huecos	70
Tabla 24. Ficha resumen de elaboración del queso	71
Tabla 25. Ficha resumen de elaboración del chuno	73
Tabla 26. Ficha resumen de elaboración de la panela	74
Tabla 27. Ficha resumen de elaboración de licor de granadilla	75
Tabla 28. Ficha resumen propiedad del Sr. Javier Bermeo	76
Tabla 29. Ficha resumen Quinta Evita	77
Tabla 30. Ficha resumen Hacienda San Gabriel	78
Tabla 31. Ficha resumen Casa Hacienda LASOFIA	79
Tabla 32. Ficha resumen Hacienda Cachiyacu	80
Tabla 33. Matriz FODA	84
Tabla 34. Matriz FODA CRUZADO	78
Tabla 35. Diseño de productos turísticos.	81
Tabla 36. Propuestas planteadas.....	85
Tabla 37. Propuestas aprobadas por la reunión participativa	86
Tabla 38 validación a prestadores de servicios turísticos.	87
Tabla 39 Ruta turística.....	88
Tabla 40. Sendero interpretativo	89
Tabla 41. Marca Turística	91
Tabla 42. Feria Turística.....	93
Tabla 43. Material Promocional.....	99

Tabla 44. Talleres de Actividad Turística	105
Tabla 45. Talleres de Actividad Turística	107
Tabla 46. Talleres de Actividad Turística	109
Tabla 47. Talleres de Actividad Turística	111
Tabla 48. Dispuesto a visitar Yangana	114
Tabla 49. Qué tipo de turismo realiza	115
Tabla 50. Lo que más le gusta conocer	116
Tabla 51. Conoce la parroquia Yangana.....	117
Tabla 52. Servicios turísticos en la parroquia.....	118
Tabla 53. Frecuencia que visitaría los sitios	119
Tabla 54. Temporadas que podría visitar	120
Tabla 55. Con quién le gustaría realizar la visita	121
Tabla 56. Días que estaría dispuesto a destinar.....	121
Tabla 57. Medios de transporte.....	122
Tabla 58. Pago por el servicio de hospedaje.....	123
Tabla 59. Pago por el servicio de restauración	124
Tabla 60. Pago por adquirir productos agro turísticos	125
Tabla 61. Dispuesto a participar en una ruta turística natural y cultural en la parroquia ..	126
Tabla 62. Dispuesto a pagar por una ruta turística con todos los servicios en la parroquia.	127
Tabla 63. Qué actividades le gustaría realizar.	128
Tabla 64. Dispuesto a visitar un sendero interpretativo por los estoraques de Yangana.	129
Tabla 65. Dispuesto a pagar por ser guiado por un sendero interpretativo por los estoraques	130
Tabla 66. Visitar un stand de promoción de la parroquia Yangana.....	131
Tabla 67. Gastar por asistir a una feria turística.....	132
Tabla 68. Otra actividad turística le gustaría realizar dentro de la parroquia	133
Tabla 69. Tipo de suvenires	134
Tabla 70. Medios promocionales le gustaría informarse	135
Tabla 71. Medio más adecuado a la hora de contratar servicios turísticos	136
Tabla 72. Lugar de residencia	137
Tabla 73. Nacionalidad	138
Tabla 74. Edad.....	139
Tabla 75. Sexo.....	140
Tabla 76. Estado civil.....	141
Tabla 77. Ocupación.....	142
Tabla 78. Ingresos mensuales	143
Tabla 79. Demanda potencial.....	150
Tabla 80. Demanda efectiva.....	151
Tabla 81. Demanda efectiva sendero	151

Índice de figuras

Figura 1. Etapas del ordenamiento territorial	22
Figura 2. Metodología de inventario de atractivos turísticos MINTUR	33
Figura 3. Mapa base de la parroquia Yangana	51
Figura 4. Estoraques.....	66
Figura 5. Rio Yangana	67
Figura 6. Iglesia Santuario de la Buena Muerte	68
Figura 7. Siete Huecos	70
Figura 8. Elaboración de queso.....	72
Figura 9. Elaboración de chuno.....	73
Figura 10. Elaboración de queso.....	74
Figura 11. Licor de granadilla	75
Figura 12. Pesca deportiva.....	76
Figura 13. Quinta Evita	77
Figura 14. Hacienda San Gabriel	78
Figura 15. Casa Hacienda LASOFIA	79
Figura 16. Hacienda Cachiyacu	81
Figura 17. Dispuesto a visitar Yangana	114
Figura 18: Que tipo de turismo	115
Figura 19: Lo que más le gusta conocer	116
Figura 20: conoce la parroquia Yangana	117
Figura 21: servicios turísticos en la parroquia	118
Figura 22: Frecuencia que visitaría los sitios.....	119
Figura 23: temporadas Usted cree que podría visitar y hacer uso de los servicios que ofrece la parroquia	120
Figura 24: con quien le gustaría realizar la visita	121
Figura 25: Días que estaría dispuesto a destinar.....	122
Figura 26: Medios de transporte.....	123
Figura 27: Pago por el servicio de hospedaje	124
Figura 28: Pago por el servicio de restauración	125
Figura 29: Pago por los productos agroturísticos	126
Figura 30: dispuesto a participar en una ruta turística natural y cultural en la parroquia	127
Figura 31: Dispuesto a pagar por una ruta turística con todos los servicios en la parroquia.....	128
Figura 32: que actividades le gustaría realizar.....	129
Figura 33: Dispuesto a visitar un sendero interpretativo por los estoraques de Yangana	130
Figura 34: Dispuesto a pagar por ser guiado por un sendero interpretativo por los estoraques de Yangana	131
Figura 35: Visitar un stand de promoción de la parroquia Yangana	132
Figura 36: Gastar por asistir a una feria turística.	133
Figura 37: Otra actividad turística le gustaría realizar dentro de la parroquia	134
Figura 38: Tipo de souvenirs	135
Figura 39: medios de promoción que le gustaría informarse.....	136
Figura 40: Medio más adecuado a la hora de contratar servicios turísticos	137
Figura 41: Lugar de residencia	138

Figura 42: Nacionalidad	139
Figura 43: Edad	140
Figura 44: Sexo	141
Figura 45: Estado civil.....	142
Figura 46: Ocupación	143
Figura 47: Ingresos mensuales	144

Índice de siglas.

COOTAD: Código orgánico de organización territorial autonomía y descentralización

COPLAFIP: Código orgánico de Planificación y Finanzas Públicas

GAD: Gobiernos Autónomos Descentralizados

MINUTR: Ministerio de turismo

MTOP: Ministerio de transporte y obras publicas

ONG: Organización no gubernamentales

OMT: Organización Mundial de Turismo

PDOT: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial

SECTUR: secretaria de turismo

SSE: sistema territorial o Sistema Socio-Ecológico

