



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja
Facultad Jurídica Social y Administrativa

Maestría en Turismo, Mención en Gestión e Innovación de Destinos

**Turismo rural como alternativa de desarrollo local para la parroquia San Pedro de
Vilcabamba**

**Trabajo de Titulación previo a la
obtención del título de Magister en Turismo,
Mención Gestión e Innovación de Destinos.**

AUTOR:

Carlos Alberto Arévalo Abad

DIRECTOR:

Ing. Armando Patricio Asadobay Guashpa, Mg. Sc.

Loja - Ecuador

2023

Loja, 01 de Marzo de 2023

Ing. Patricio Asadobay Mg. Sc.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACION

CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo el proceso de elaboración del Trabajo de Titulación denominado: **“Turismo Rural Como Alternativa De Desarrollo Local Para La Parroquia San Pedro De Vilcabamba”**, previo a la obtención del título de **Magister en Turismo, mención Gestión e Innovación de Destinos**, del autor señor **Carlos Alberto Arévalo Abad**, con **cedula de identidad Nro. 1104602253**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.

Ing. Patricio Asadobay Mg.Sc.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACION

Autoría

Yo, **Carlos Alberto Arévalo Abad**, declaro ser el autor del Trabajo de Titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Titulación, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:.....

Cedula de identidad: 1104602253

Fecha: 01 de marzo de 2023

Correo electrónico: carlos.arevalo@unl.edu.ec

Teléfono o Celular: 0992439888

Carta de autorización del estudiante por parte del autor, para consulta, reproducción parcial o total y publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Titulación.

Yo, **Carlos Alberto Arévalo Abad**, declaro ser el autor del presente Trabajo de Titulación denominado: **“Turismo Rural Como Alternativa De Desarrollo Local Para La Parroquia San Pedro De Vilcabamba”**, como requisito para optar el título de: **Magister en Turismo: Mención En Gestión E innovación De Destinos**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad. La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Titulación que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, a los 01 días del mes de marzo de dos mil veintitrés, en la ciudad de Loja.

Firma:.....

Autor: Ing. Carlos Alberto Arévalo Abad

Cedula de Identidad: 1104602253

Dirección: Daniel Álvarez – Loja

Correo electrónico: carlos.arevalo@unl.edu.ec

Teléfono: 0992439888

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director del Trabajo de Titulación: Ing. Patricio Asadobay Mg, Sc.

Dedicatoria

Este trabajo lo dedico a mi esposa Ximena por su apoyo y amor incondicional que me ha permitido seguir adelante, a mi hijo Alexander que es el motor que me impulsa día a día, a mis padres Dalila y Alberto por su amor y apoyo en todo momento. A mi hermana Fernanda, que con todo su amor y cariño me ofrece desde el cielo, me apoya en todas mis metas y es mi ángel y estrella que guía. A mi sobrina Denisse Fernanda, por permitirme saber y conocer lo que es el amor de ser tío.

Carlos Alberto Arévalo Abad

Agradecimiento

Agradezco a mi director Ing. Patricio Asadobay, quien con sus enseñanzas ha sabido guiarme y demostrar su calidez humana, con las cuales me ha permitido sacar adelante este proyecto. A la Universidad Nacional de Loja, por permitirme obtener un nuevo reto. A toda la planta docente que formo parte de la maestría. A mis compañeros, en especial a mi compañera Yossy Martínez que, con sus experiencias, me permitió aprender de ellos.

Carlos Alberto Arévalo Abad

Índice de contenidos

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de contenidos	vii
Índice de figuras	viii
Índice de tablas.....	ix
Índice de anexos	x
1. Título	1
2. Resumen	2
2.1. Abstract.....	3
3. Introducción	4
4. Marco Teórico	5
4.1. Turismo.....	5
4.2. Estrategias.....	5
4.3. Turismo Rural.....	6
4.3.1. Dimensiones del Turismo Rural	6
4.3.2. Modalidades del Turismo Rural	7
4.4. Desarrollo Local	8
4.4.1. Dimensiones del Desarrollo Local	8
5. Metodología	10
6. Resultados	14
7. Discusión	28
8. Conclusiones	47
9. Recomendaciones	48
10. Bibliografía	49
11. Anexos	55

Índice de figuras

Figura 1	Mapa Base de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba	14
Figura 2	Genero del encuestado.....	28
Figura 3	Edad del encuestado	28
Figura 4	Nivel de instrucción del encuestado	29
Figura 5	Ocupación del encuestado	29
Figura 6	Nivel de gasto del encuestado.....	30
Figura 7	Motivación de viaje del encuestado.....	30
Figura 8	Temporada elegida para viajar del encuestado	31
Figura 9	Tiempo de estadía en la parroquia del encuestado.....	31
Figura 10	Con quien elige viajar el encuestado	32
Figura 11	Que servicios utiliza al viajar el encuestado.....	32
Figura 12	Medios para informarse del encuestado	33
Figura 13	Actividades que le gustaría realizar al encuestado.....	33
Figura 14	Infografía del perfil de turista que visitaría San Pedro de Vilcabamba.....	34
Figura 15	Marca Turística de San Pedro de Vilcabamba	41
Figura 16	Mapa Ruta Turística	44
Figura 17	Tríptico Posterior de San Pedro de Vilcabamba	46
Figura 18	Tríptico Frontal de San Pedro de Vilcabamba	46

Índice de tablas

Tabla 1 Dimensiones del Turismo Rural.....	7
Tabla 2 Modalidades del Turismo Rural	7
Tabla 3 Dimensiones del Desarrollo Local.....	8
Tabla 4 Datos Generales de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba	14
Tabla 5 Alojamiento de San Pedro de Vilcabamba	15
Tabla 6 Establecimientos de Alimentación de San Pedro de Vilcabamba.....	15
Tabla 7 Compañías de Transporte de San Pedro de Vilcabamba	16
Tabla 8 Gobernanza de San Pedro de Vilcabamba	17
Tabla 9 Inventario de Atractivos turísticos de San Pedro de Vilcabamba	18
Tabla 10 Ficha de Caracterización de los Atractivos.....	19
Tabla 11 Iglesia San Pedro de Vilcabamba	20
Tabla 12 Restaurante Truchas del salado.....	21
Tabla 13 Bosque Protector el Bosque.....	22
Tabla 14 Fiestas de Parroquialización	23
Tabla 15 Asociación de Apicultores Abejita Longeva	24
Tabla 16 Asociación de mujeres 23 de junio.....	25
Tabla 17 Apecael	26
Tabla 18 Fábrica de Cerveza Artesanal Sol del Venado	27
Tabla 19 Recopilación de entrevistas	35
Tabla 20 Matriz Foda	39
Tabla 21 Cruce de matriz Foda	40
Tabla 22 Estrategias a realizar en la Parroquia San Pedro de Vilcabamba	41
Tabla 23 Elementos que conforman el logo de la marca turística	42
Tabla 24 Actividades a realizar en la ruta turística	42
Tabla 25 Servicios que forman parte de la ruta turística	43
Tabla 26 Elementos publicitarios de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba.....	45

Índice de anexos

Anexo 1 Modelo de entrevista	55
Anexo 2 Modelo de encuesta	56
Anexo 3 Certificación del Abstract.....	57

1. Título

Turismo rural como alternativa de desarrollo local para la parroquia San Pedro de Vilcabamba

2. Resumen

La parroquia San Pedro de Vilcabamba, perteneciente al cantón de Loja, es una localidad poseedora de riqueza cultural, con grandes recursos naturales, rodeada de un río cristalino, rodeada entre cerros y montañas, con una inigualable flora y fauna, esta parroquia es cuna de emprendimientos propios de su gente trabajadora.

Pese a tener muchos factores necesarios para generar actividades turísticas, la parroquia se ha visto estancada en temas o actividades turísticas, bajo esta problemática nace la necesidad de plantear el trabajo de investigación denominado “Turismo rural como alternativa de desarrollo local para la parroquia San Pedro de Vilcabamba”.

El trabajo de investigación contempla en su primer objetivo el diagnóstico turístico de la parroquia, dando como resultado tener el panorama claro de la situación actual de la localidad, respecto a contar con servicios necesarios y básicos para poder desarrollar la actividad turística en la comunidad.

Como segundo objetivo, se analiza el perfil del potencial visitante a la localidad, lo que permite establecer estrategias necesarias y enfocadas al futuro turista y así poder desarrollar productos turísticos necesarios para dinamizar a la parroquia.

Finalmente, en el último objetivo se plantea las estrategias necesarias y fundamentales para desarrollar el turismo desde una perspectiva rural, así como la creación de una ruta turística que englobe los principales emprendimientos y atractivos de la parroquia en una primera instancia, de igual manera crear la marca turística de la parroquia para posicionarse dentro del mercado turístico.

Palabras claves: Turismo rural, actividad turística, desarrollo local, productos turísticos.

2.1. Abstract

The San Pedro de Vilcabamba parish, belonging to the canton of Loja, is a town possessing cultural richness, with great natural resources, surrounded by a crystalline river, surrounded by hills and mountains, with an incomparable flora and fauna, this parish is the cradle of own enterprises of its working people.

Despite having many necessary factors to generate tourist activities, the parish has been stagnant in tourism issues or activities, under this problem arises the need to raise the research work called "Rural tourism as an alternative for local development for the parish of San Pedro de Vilcabamba".

The research work contemplates in its first objective the tourist diagnosis of the parish, resulting in having a clear picture of the current situation of the town, with respect to having necessary and basic services to be able to develop tourist activity in the community.

As a second objective, the profile of the potential visitor to the town is analyzed, which allows establishing necessary strategies focused on the future tourist and thus being able to develop tourist products necessary to energize the parish.

Finally, in the last objective, the necessary and fundamental strategies are proposed to develop tourism from a rural perspective, as well as the creation of a tourist route that includes the main enterprises and attractions of the parish in the first instance, in the same way creating the brand tourism of the parish to position itself within the tourism market.

Keywords: Rural tourism, tourist activity, local development, tourist products.

3. Introducción

La actividad turística a nivel mundial genera una gran afluencia de visitantes y a su vez dinamiza la economía de las localidades donde se desarrollen actividades turísticas, estos pueden ser de diversas índoles, es así que el turismo es una gran maquinaria de producción y generadora de fuentes de empleo directa e indirectamente. Con la llegada de la pandemia mundial del covid-19 el sector turístico sufrió un fuerte golpe, por las restricciones impuestas por los países, respecto a los viajes, esto ha generado un retroceso significativo a la industria turística. A su vez la pandemia representa un reto para que los destinos se reinventen y puedan hacer frente a crisis futuras.

El desarrollo turístico ha permitido que comunidades puedan obtener y generar recursos a partir de sus atractivos turísticos con los que cuentan, estos pueden ser naturales y culturales, para que la actividad turística desemboque en un desarrollo sostenible, implica una serie de actividades y estrategias que deben realizar con la finalidad de ofertar servicios y productos. Una nueva modalidad de turismo que surgió a partir de la pandemia del covid-19 ha sido el turismo rural, donde la gran mayoría de las zonas urbanas buscan desplazarse hacia el sector rural, y este se ve en la necesidad de buscar nuevos productos que sean llamativos para generar la oferta turística.

La parroquia San Pedro de Vilcabamba, perteneciente al cantón Loja, cuenta una gran riqueza natural y cultural, rodeado de flora y fauna, con recursos turísticos únicos, pese a estas características la localidad no ha podido posicionarse dentro de la actividad turística, siendo esta muy escasa, tanto por la falta de promoción e información de los diversos atractivos o la falta de generación de productos turísticos en la localidad.

La siguiente investigación se centra en desarrollar el turismo rural como parte del desarrollo local de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, aprovechando los recursos turísticos existentes, así como los emprendimientos rurales, para crear productos turísticos que sean llamativos a los futuros visitantes, dando a conocer la parroquia en el ámbito turístico. Las estrategias presentadas en la investigación, como la marca turística de la parroquia, la creación d la ruta turística que involucra los emprendimientos de la localidad significan un punto de partida para que el turismo rural se desarrolle y poco a poco se genere desarrollo dentro de la localidad.

4. Marco Teórico

4.1. Turismo

El turismo es aquella actividad de desplazamiento humano hacia otra localidad, que no sea de su residencia por más de 24 horas. Tal como lo menciona la Organización Mundial del Turismo “*el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancia en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros*” (Sancho, et al., 2019,p.11).

El turismo también es considerado como un fenómeno social, ya que por el desplazamiento e intercambio de culturas, hace de su actividad una globalización, “*donde convergen un conjunto de elementos que entran en juego en determinada zona, para la interrelación, el intercambio y la relación entre individuos que permanentemente viajan acorde a sus necesidades, economía y periodo de tiempo*” (Navarro Celis, Almaguer Covarrubias, Moreno Velazco, & Norma Patricia, 2020,p.82).

Otros autores se adentran mucho más con la visión o concepto de turismo y lo conceptualizan desde un punto de vista humano sostenible, *el turismo es aquel que engloba la responsabilidad social, la sostenibilidad, el medio ambiente y lo ético [...]. Así mismo existe otra referencia sobre el turismo que se centra en la consciencia humana, en el buen vivir, obtener y cuidar, realizar turismo implica convertirnos en mejores personas.* (Loor Bravo, Alonso Aleman, & Perez Perez, 2018, p. 102).

Desde el punto de vista de varios autores, el concepto de turismo radica en la necesidad de viajar, de moverse hacia otros lugares donde no es habitual a nuestra residencia, y permite el flujo de dinamismo e intercambio cultural, social, conocer y hacer conocer la cultura, sin olvidarnos que la actividad turística permite el desarrollo económico y social de las localidades donde este se genere y que como turista no debemos causar o generar daño alguno en donde nos encontremos.

4.2. Estrategias

Actualmente el termino estrategias, se utiliza en todos los ámbitos, tanto empresarial, políticos, culturales, religiosos, etc. Dentro del campo empresarial son vistas, como aquellas que permiten determinar el rumbo fijo hacia dónde quiere ir la empresa u organización y de esta manera obtener los objetivos claros, de lo que se necesita realizar para alcanzar la meta planteada.

Según lo expresa Davis (2000), citado por Contreras (2018), las estrategias se caracterizan por tener múltiples opciones, múltiples caminos y diversos resultados y su diseño es muy complejo y son más difíciles de plantear que otras soluciones de forma lineal.

Dentro del sector turístico, las estrategias permiten trazar una línea de acción, sobre diversos aspectos a realizar para gestionar o activar la actividad turística, esto con la finalidad de dinamizar la economía de una localidad y atraer la afluencia de posibles visitantes.

4.3. Turismo Rural

El turismo rural implica la articulación de diversos actores sociales junto con sus diversos emprendimientos y estos puedan generar valor agregado para propios y extraños. La Organización Mundial del Turismo (2019) menciona que la actividad rural radica en la experiencia del visitante y está se relaciona con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades naturales, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés. El turismo rural, radica en la necesidad de explotar los recursos naturales y culturales de localidades pequeñas, para darle valor agregado y este pueda ser ofertarlo al turista, la ruralidad turística, es aquella que; Como mencionan Mora & Bohórquez (2018) está basada en técnicas de integración local con la comunidad y es indispensable lograr una conexión productiva que incluya a la auto administración de los recursos de patrimonio de la comunidad, en busca de un trabajo solidario y la distribución equitativa de los beneficios obtenidos de la actividad turística

4.3.1. Dimensiones del Turismo Rural

Hablar de dimensiones de turismo rural, abarca un gran espacio a considerar, en el cual intervienen diversos factores claves para el desarrollo sostenible de mismo, pero que implica el desarrollo del turismo rural, básicamente se centra en la revalorización del territorio, el rescate de sus costumbres culturales y su modo de vida, la puesta en escena de la originalidad de su diario vivir. Todo esto va acompañado de una parte fundamental como es sus recursos naturales que pueden ser aprovechados sosteniblemente para generar desarrollo turístico rural, teniendo un especial cuidado por los mismos. Finalmente se asocia otro factor a los ya antes mencionados, que es el económico, permitiendo obtener ingresos por medio de la realización de actividades que se enfocan al turismo rural, lo cual influye directa e indirectamente en la vida cotidiana de la comunidad o población que es parte de la misma.

Tabla 1*Dimensiones del Turismo Rural*

Dimensión	Definición
Cultural	Pérez (2014) manifiesta que la dimensión cultural se puede convertir en el atractivo y eje principal de la actividad turística, pues en un sentido amplio, el turismo como tal es una experiencia cultural. La apreciación externa de tradiciones, artefactos, historia, artesanías y demás manifestaciones culturales, genera en la población local una reafirmación de la identidad y la posibilidad simbólica y material de conservarlas. Una de las características del turismo rural, es el deseo de los visitantes de conocer el patrimonio cultural; también que la mayoría de los especialistas inscribe esta motivación en la necesidad de volver a las fuentes, a un pasado, real o imaginado, más tranquilo y de mayor contacto con la naturaleza.
Económica	Sánchez, Coronel, Suárez y Masa (2020) mencionan que las rutas turísticas contribuyen a la diversificación y desarrollo de la economía y se constituyen como una estrategia privilegiada para lograr este objetivo, dado que el posicionamiento de estos productos requiere una escala de producción que sólo se logra mediante la asociación de pequeños y medianos productores, por lo que la asociatividad se convierte en un factor fundamental de dicha oferta turística puesto que aprovecha la coyuntura del turismo rural como uno de los elementos centrales de las políticas de desarrollo.
Ambiental	Cañizares (2020) manifiesta que el turismo incluye aspectos como la utilización responsable de los recursos naturales ya que es considerado, en términos generales, una modalidad de bajo impacto sobre el medio ambiente, pero que requiere de un control efectivo a fin de mitigar los posibles impactos negativos. Los beneficios del turismo rural pueden traducirse en el mantenimiento, conservación y mejora de los espacios naturales, sin embargo, también puede producir un incremento de la contaminación, perturbación de flora y fauna y la erosión del suelo. De acuerdo con Rojas (2009) se apela también al análisis sistémico del turismo rural y analiza el concepto de turismo sostenible como un derivado del concepto de desarrollo sostenible. Respecto del monitoreo de los impactos ambientales, señala la importancia de considerar los efectos de los servicios instalados en el medio rural (alojamiento, transporte, gastronomía) y también los efectos acumulados de las actividades ofrecidas.

Nota: Realizado a partir de Asadobay 2020

4.3.2. Modalidades del Turismo Rural

Se entiende por tipologías de turismo rural, *todas las que buscan el aprovechamiento del sector rural[...]* Siendo el principal objetivo diversificar la oferta y demanda de los distintos destinos, creando nuevas formas de desarrollar turismo rural[...] (Valdez Pineda & Ochoa Silva, 2015). Partiendo de los conceptos sobre el turismo rural y realizado el análisis del contexto de la parroquia San Pedro de Vilcabamba se establece las siguientes tipologías de ruralidad que se pueden implementar en el territorio.

Tabla 2*Modalidades del Turismo Rural*

Modalidad	Características
Agroturismo	El agroturismo es la actividad que se realiza en explotaciones agrarias (granjas o plantaciones), donde los actores complementan sus ingresos con alguna forma de turismo en la que, por lo general, facilitan alojamiento, comida y oportunidad de

	familiarización con trabajos agropecuarios. (Blanco y Rivero 2012, citado por Brazales Herrera, 2017)
Ecoturismo	El ecoturismo ha cobrado importancia en los últimos años donde se puede aprovechar recursos naturales para generar productos turísticos y fomentar el dinamismo o combatir la estacionalidad de las localidades en otras palabras se considera como “ <i>aquella actividad turística que consiste en viajar o visitar áreas naturales (paisajes, flora y fauna silvestres)[...]promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural, propicia el involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales</i> ” (Union Internacional para la Conservación de la Naturaleza IUCN, 2015, p.32 citado por Esparza Huamanchumo, Gamarra Flores, & Barrantes, 2020, pag. 437)
Turismo Cultural	La organización Mundial del Turismo (OMT 2019, p, 31) considera que es un <i>tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos, productos culturales, materiales e inmateriales de un destino turístico.</i>

Nota. Análisis de las diferentes modalidades del turismo rural

4.4. Desarrollo Local

El desarrollo local, sostiene “*que es un proceso territorial, de construcción social, en que la capacidad emprendedora e innovadora es el mecanismo impulsor de los procesos de transformación de la sociedad*” (Gambarrota & Lorda, 2017).

Otra premisa que enmarca el desarrollo local es que busca los siguientes objetivos presentado por (Albuquerque, 2003, citado por Diaz, 2017):

- Transformar el sistema productivo local, haciéndolo más competitivo
- Diversificar la producción local
- Aumentar el valor agregado de la producción y conservar el ambiente natural

Desde las últimas décadas el término de desarrollo local, ha ido cambiando significativamente y ha implementado, ya no la búsqueda final del término sino, “*el desarrollo local busca la sostenibilidad promovido y desarrollado por autoridades locales, en pro del desarrollo sostenible de su comunidad*” (Alvarez Alvarado, 2022).

4.4.1. Dimensiones del Desarrollo Local

El desarrollo local, busca en el amplio significado de su palabra, la revitalización, la revaloración de aquello que, estando presentes en nuestro territorio, ha quedado oculto a nuestra vista que, con el empoderamiento y la toma de conciencia, establezca una correlación entre diversos aspectos puestos a consideración.

Tabla 3
Dimensiones del Desarrollo Local

Dimensión	Conceptualización
Económica	Para el éxito del proceso de desarrollo local, debe existir una estrategia de desarrollo integral y clara, que se exprese como un plan de desarrollo local, que permita vincular los importantes logros en el ámbito económico productivo con el social (Amaguana Arredondo, 2022).

Social	Para lograrlo será necesario, la formación de un tejido social impregnado de valores nobles, que no surgen de manera espontánea, sino que son parte de la formación de los individuos, en busca de la protección y conservación del valor familiar, tanto educacional y preservar la sociedad. (Riestra, 2018 citado por Asadobay Guashpa, 2020).
Cultural	Es un espacio territorial, donde se encuentran determinados actores que, en el ámbito cultural, atesoran ideas, conocimientos, valores, habilidades y experiencia cuyos beneficios se han materializado en la generación de empleo, inclusión social (Rodríguez Basso, Ramirez Perez, & Perez Hernandez, 2021).
Ambiental	Desarrollo de diferentes actividades y procedimientos, orientados a la preservación de los recursos naturales con enfoque sostenible y aprovechamiento responsables de los recursos (Ruiz Ramirez, 2022)

Nota. Análisis de las diferentes dimensiones del desarrollo local

4.5. Marco Referencial

En el artículo Empoderamiento en el Turismo Rural. Propuesta de un instrumento de medición, realizado por Domínguez, Osorio y Delgado 2021, es validar un instrumento de medición del empoderamiento en el contexto del turismo rural en comunidades indígenas. En donde se analizó el empoderamiento local tanto en el entorno psicológico, social y económico, en base a la prestación de servicios turísticos en entornos rurales. Con una metodología cuantitativa, para procesar datos de una manera objetiva y poder medir los constructos que reflejan el empoderamiento como un fenómeno inmerso en la realidad del turismo rural. Como resultados arroja que las comunidades indígenas necesitan, en las comunidades que se encuentran en situaciones de vulnerabilidad y visualizan al turismo como una estrategia de dinamización socioeconómica, para ello, debe contemplarse una estrategia alternativa que se integre a una esfera multi-productiva entre las actividades rurales y turísticas. De tal manera que, las acciones y el diseño de instrumentos para estudiar el empoderamiento en el ámbito del turismo rural permiten desarrollar estrategias que abonen a que el desarrollo de las comunidades sea óptimo, no sólo en el aprovechamiento de los recursos y gestión del turismo, también abarca los aspectos humano y social. (Gonzalez Dominguez, Osorio Garcia, & Delgado Cruz, 2021).

En el artículo denominado Turismo Rural como contribución al desarrollo territorial de la parroquia Abdón Calderón de Portoviejo-Ecuador El objetivo de este trabajo fue analizar la importancia del turismo rural como contribución al desarrollo territorial, promocionando los espacios del turismo, concretándose la creación significativa de impulso del empleo y sobre todo el contacto con el entorno habitual. La metodología que se utilizó para la investigación, comprendió, un enfoque cualicuantitativo, de tipo descriptiva, con un método propositivo, para la recolección de datos se utilizó una encuesta que se le aplicó a 20 dueños de negocios, dando como resultado que el turismo rural en esta zona es una herramienta que aporta a su propio desarrollo. (Ponce Macias, Loor Bravo, & Plaza Macias, 2022)

5. Metodología

5.1. Delimitación del área de estudio

La parroquia San Pedro de Vilcabamba se encuentra ubicada en la parte suroriente del cantón Loja a 37 kilómetros de la ciudad de Loja, cuenta con una población según el censo de 2010 de 1289 hab. Con un clima Subtropical-seco, que forma parte del valle de la Cordillera de los Andes (GAD San Pedro de Vilcabamba, 2020).

5.2. Métodos de estudio

5.2.1. *Deductivo*

El método deductivo planteado en la investigación inicia en la recolección bibliográfica de estudios antes realizados en la parroquia, para poder evaluar y analizar la presente investigación en el tiempo y contexto real, fundamentando su realización en el manejo de variables a estudiar. Para Cabezas Mejia, Andrade Naranjo, & Torres Santamaria, (2018a). Este método desarrolla varios pasos primordiales: observación del fenómeno a estudiar, creación de una hipótesis para explicar el fenómeno en estudio, deducción de las consecuencias o proposiciones más elementales que la propia hipótesis y verificación o comprobación de la verdad de los enunciados deducidos comparándolos con la experiencia.

5.2.2. *Analítico-Sintético*

Dentro de la investigación, existen diversos métodos con los cuales se alcanza un fin, entre estos se encuentra método analítico-sintético el cual es; Un camino para llegar a un resultado mediante la descomposición de un fenómeno en sus elementos constitutivos. Es aquel que integra los componentes de un objeto de estudio, para estudiarlos en su totalidad es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos señalados por el análisis; en otras palabras, que la síntesis significa reconstruir, volver a integrar las partes del todo (Lopera, Ramirez, Zuluaga, Ortiz,2010 citado por Cabezas Mejia, Andrade Naranjo, & Torres Santamaria, 2018)

Con este método nos permite la descomposición por partes del problema existente en la parroquia San Pedro de Vilcabamba, y proponer estrategias de solución o planificación para desarrollar el turismo rural. Mediante la síntesis se logra obtener una panorámica general de la situación actual en la parroquia San Pedro de Vilcabamba, el cual permitirá establecer las bases reales del problema de investigación y mediante las conclusiones establecer las estrategias que permitan desarrollar el turismo rural.

5.3. Enfoque de la Investigación

La respectiva investigación utiliza un enfoque mixto, ya que como se menciona (Cabezas Mejia, Andrade Naranjo, & Torres Santamaria) 2018 en este enfoque el investigador; Utiliza las técnicas de cada uno en forma individual, se utilizan instrumentos como entrevistas, encuestas para saber opiniones de cada cual sobre el tema en discusión, se reconstruyen hechos y otros, además esas encuestas pueden ser valoradas a través de escalas medibles y se hacen valoraciones numéricas de las mismas, se observan tendencias, frecuencias y se plantean hipótesis que se corroboran a posterior. A través de las encuestas aplicadas se podrá determinar el perfil del visitante que está dispuesto a visitar la parroquia San Pedro de Vilcabamba, con lo cual se podrá plantear las estrategias necesarias para desarrollar el turismo rural en la localidad.

Con el enfoque cuantitativo nos permite establecer por anticipado que tipo de datos obtendremos, para que nos serán útiles y como los vamos a procesar. Y el enfoque cualitativo, que permitirá comprender lo recopilado y los datos se obtendrán progresivamente, profundizándonos en el entendimiento de la diversa causa efecto del problema dentro de la parroquia San Pedro de Vilcabamba. Por medio de las entrevistas a los diversos actores sociales de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, podremos receptar la percepción de la comunidad sobre la actividad turística en la parroquia y como esta influye en el cotidiano vivir.

5.4. Tipo de Investigación

Esta investigación es de tipo correlacional-descriptiva, ya como se menciona *“tienen como propósito evaluar la relación existente en dos o más conceptos, variable o categorías. Una vez medidas estas variables y a través de la aplicación de técnicas estadísticas se puede estimar su correlación”* (Arias, 2012). Y descriptiva porque *“busca caracterizar importantes rasgos de cualquier fenómeno que se analice”* (Cortes & Iglesias, 2004) citado por Cabezas Mejia, Andrade Naranjo, & Torres Santamaria, 2018c.

5.5. Diseño de la Investigación

La investigación según Hernández et al., (2017) será de tipo transversal ya que se encargará de recolectar los datos de un momento determinado, describiendo las variables que se han presentado en el momento, es decir para la investigación será fundamental la aplicación directamente con las personas relacionadas con el tema de estudio, determinando su propósito que es proponer estrategias para desarrollar el turismo rural, de fuentes de información de primera mano, con la ayuda de la observación estructurada como son las encuestas, entrevistas, estudios del caso, entre otros.

5.6. Población y muestra

En la investigación *una vez determinados los sujetos o las unidades de análisis, que son las principales fuentes de información, es importante establecer la posibilidad y/o necesidad de investigar a todos (población) o, si es posible, tomar solo una parte de ellos (muestra)* (Del Cid, Mendez, & Sandoval, 2011). Se ha usado la fórmula para el cálculo de poblaciones finitas ya que conocemos el número de visitantes que acudieron a la ciudad de Loja en 2018, mediante el Geovit, con la cual pudimos obtener la muestra.

$$\frac{Z^2 * p * q * N}{E^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

N= tamaño de la muestra

Z= Valor z para coeficiente de confianza (0.95) (Z = 1.96)

N = Tamaño poblacional (N=1510403)

P= Probabilidad de éxito (p = 0.50)

Q = Probabilidad de fracaso (q = 0.50)

E = Error máximo permitido (e = 0.07)

Calculo del tamaño de la muestra

$$\frac{Z^2 * p * q * N}{E^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$
$$\frac{1,96 * 0,5 * (1 - 0,5) * 4337}{(0,05)^2 (4337 - 1) + (1,96)^2 * 0,50 * (1 - 0,5)}$$
$$\frac{3,84 * 0,5 * 0,5 * 4337}{0,0025 (4336) + 3,8416 * 0,50 * 0,50}$$
$$\frac{4163,52}{10,84 + 3,8416 * 0,50 * 0,50}$$
$$\frac{4163,52}{11,8004}$$
$$= 196$$

5.7. Tipo de herramientas y técnicas

Se utilizó la matriz de inventario turístico del Ministerio de turismo MINTUR. Para realizar el diagnóstico turístico de la parroquia San Pedro de Vilcabamba se aplicó la Matriz de Carla Ricaurte para constatar datos relevantes de la localidad, obteniendo información actual. Se realizó encuestas para determinar el perfil de turista que puede llegar a la parroquia San Pedro de Vilcabamba, para lo cual hemos tenido como referencia a la ciudad de Loja. Así mismo se realizó entrevistas a las autoridades y emprendedores de la actividad turística de la

parroquia y poder determinar las necesidades existentes y desarrollar las estrategias para desarrollar el turismo rural.

5.8. Metodología por objetivos

5.8.1. Objetivo 1.- Diagnosticar las potencialidades turísticas y productivas de la parroquia San Pedro de Vilcabamba

Para el correcto cumplimiento de este objetivo, se utilizó la matriz de Carla Ricaute para el diagnóstico turístico, en la cual se pudo obtener información de primera mano sobre la realidad de la parroquia. Para el levantamiento de atractivos turísticos se usó la ficha de inventario turísticos elaborada por el Ministerio de Turismo MINTUR, con la cual se pudo determinar los diversos atractivos con los que cuenta la parroquia San Pedro de Vilcabamba. Según la Asociación de Municipalidades del Ecuador el análisis del diagnóstico preliminar, es la primera mirada al territorio, donde se pretende recoger la mayor cantidad de información turística del sector, cuáles son los problemas, cuáles son las fortalezas, las oportunidades y las debilidades del sector turístico de su cantón (AME, 2016).

5.8.2. Objetivo 2.- Determinar el perfil del visitante que visita la parroquia San Pedro de Vilcabamba

Para el siguiente objetivo, se realizó encuestas a los posibles visitantes que pueden llegar a la parroquia y entrevistas a las autoridades de la parroquia como a los actores locales inmersos o con potencialidad turística rural, de igual forma se podrá determinar el perfil de turista que potencialmente llegue a la parroquia.

5.8.3. Objetivo 3. Proponer estrategias que incorporen al turismo en la gestión del desarrollo local de la parroquia San Pedro de Vilcabamba

Con la información obtenida de los primeros dos objetivos, y compilado toda el diagnóstico necesario y requerido, se trabajó en la elaboración de la matriz FODA, que permitió establecer y plantear estrategias necesarias y óptimas para una adecuada gestión de la actividad turística local vinculada al desarrollo local y a la vez plantearlas a los actores sociales involucrados.

6. Resultados

6.1. Diagnóstico situacional de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba

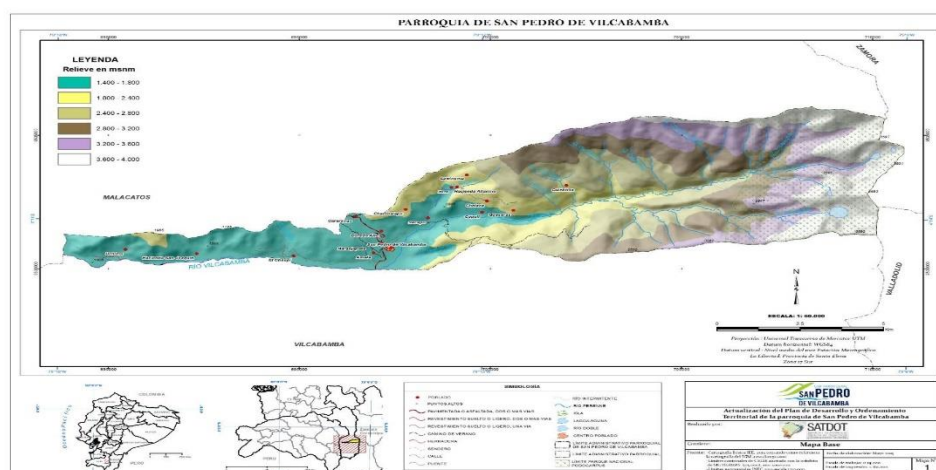
Para la elaboración del diagnóstico turístico, se ha utilizado la matriz de Carla Ricaurte, lo que ha permitido obtener los datos más relevantes y actuales existentes en la parroquia San Pedro de Vilcabamba, dando como resultado una panorámica general de la realidad de la comunidad.

6.1.1. Datos Generales

La Parroquia San Pedro de Vilcabamba se sitúa al Sur Oriente de la ciudad de Loja, a 37 kilómetros de la misma, pertenece al Cantón y Provincia de Loja. San Pedro de Vilcabamba posee una extensión territorial de 68,27 km cuadrados.

Figura 1

Mapa base de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba



Nota. La figura muestra la distribución de la parroquia San Pedro de Vilcabamba

A continuación, se presentan los datos generales de la parroquia San Pedro de Vilcabamba

Tabla 4

Datos Generales de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba

Cantón	Loja
Parroquia	San Pedro de Vilcabamba
Población	1289 hab
Extensión	68.27 km
Temperatura	19.4
Altitud	1700 msnm
Limites	Norte: Parroquia Malacatos Sur: Parroquia Vilcabamba Este: Provincia Zamora Chinchipe Oeste: Parroquias Malacatos y Vilcabamba

Nota. La tabla muestra los diferentes datos generales de la parroquia

6.1.2. Oferta de Servicios Turísticos

A continuación, se detalla los servicios complementarios que cuenta la parroquia y que están registrados dentro del catastro turístico, como parte fundamental para el desarrollo y prestación de servicios turísticos que cuenta la parroquia San Pedro de Vilcabamba.

6.1.2.1 Alojamiento

En la parroquia San Pedro de Vilcabamba, mediante el catastro del Ministerio de Turismo (MINTUR 2019) se puede constatar que los establecimientos que ofrecen este servicio son los siguientes:

Tabla 5

Alojamiento de San Pedro de Vilcabamba

Nombre	Dirección	Categoría
Hostería Madre Tierra	A 1 km de la Iglesia Matriz de Vilcabamba	3 estrellas

Nota. Información obtenida de Gadprspv Pdot 2020

6.1.2.2. Alimentación

En lo que respecta a servicios de alimentación en la tabla 6 se puede constatar aquellos establecimientos que están registrados dentro del catastro turístico

Tabla 6

Establecimientos de Alimentación de San Pedro de Vilcabamba

Nombre	Dirección	Categoría
Truchas del Salado	Barrio Sacapo	Tercera

Nota. Información obtenida de Gadprspv Pdot 2020

6.1.3. Infraestructura de Servicios Básicos

6.1.3.1. Accesibilidad

En la parroquia San Pedro de Vilcabamba, se establece una vía que une a la ciudad de Loja con la Parroquia San Pedro de Vilcabamba, esta es Vilcabamba-Yangana-Zumba. Y dentro del casco central de la localidad, lo cual son de carácter lastrado que une a los diferentes barrios como son Carango, El Chaupi, Sacapo. GADPRSPV (2020).

6.1.3.2. Transporte

Como parte de la red de transporte existente en la parroquia San Pedro de Vilcabamba, se encuentra que la localidad es de paso obligatorio hacia las demás parroquias rurales, por esta razón, cuenta con distintas empresas de transporte que dan cobertura a la parroquia. En la siguiente tabla 7 se puede observar las diferentes empresas de transporte público que dan su servicio:

Tabla 7*Compañías de Transporte de San Pedro de Vilcabamba*

Cooperativas de Transporte	Rutas			
Cooperativa Vilcabamba Turis	Loja	-Malacatos	-Vilcabamba-San Pedro de Vilcabamba-Yangana-Quinara-Zumba	
Cooperativa Sur Oriente	Loja	-Malacatos	-Vilcabamba-San Pedro de Vilcabamba-Yangana-Quinara-Zumba	
Cooperativa de Transporte Nambija	Loja	-Malacatos	-Vilcabamba-San Pedro de Vilcabamba-Yangana-Quinara-Zumba	
Cooperativa de Transporte Cariamanga	Loja	-Malacatos	-Vilcabamba-San Pedro de Vilcabamba-Yangana-Quinara-Zumba	

*Nota. Información obtenida de Gadprspv Pdot 2020***6.1.3.3. Comunicaciones**

En lo referente a las comunicaciones la parroquia San Pedro Vilcabamba cuenta con cobertura de redes de telefonía tanto convencional como móvil e internet. GAD San Pedro de Vilcabamba (2020).

6.1.4. Sanidad**6.1.4.1. Agua Potable**

Según datos del censo 2010, en la parroquia San Pedro de Vilcabamba el 93 % de las viviendas cuentan con abastecimiento a través de la red pública, información que no ha cambiado al 2020. Las localidades restantes utilizan el abastecimiento de agua mediante, pozos, río o acequias u otros siendo un mínimo porcentaje. GAD San Pedro de Vilcabamba (2020).

6.1.4.2. Alcantarillado

A nivel de parroquia existe una cobertura de viviendas conectadas a la red pública de alcantarillado del 36,38%; persistiendo un gran déficit del servicio en el territorio que llega al 63,62%. GAD San Pedro de Vilcabamba (2020).

6.1.4.3. Recolección de Basura

En lo que se refiere a la recolección de basura, en la parroquia San Pedro de Vilcabamba el Municipio de Loja realiza la recolección con vehículos de carga posterior tres días en la zona urbana de la parroquia (centro parroquial y barrios aledaños), mientras que en la zona rural la recolección se realiza una vez por semana. GAD San Pedro de Vilcabamba (2020).

6.1.4.4. Salud

En esta parroquia no existe ningún centro de salud pública, la mayoría de familias acuden a recibir atención a sus dolencias en el hospital básico de Vilcabamba anteriormente llamado “Kokichi Otani” de Vilcabamba el cual cuenta con las especialidades de: pediatría, cirugía, ginecología, medicina general, anestesiología y odontología, con cerca de 30 profesionales de la salud.

En el centro parroquial existe un dispensario comunal del Seguro Social Campesino que cuenta con alrededor de 800 afiliados de las parroquias San Pedro de Vilcabamba, Malacatos, Vilcabamba y sus Comunidades. GAD San Pedro de Vilcabamba (2020).

6.1.5. Energía

En la parroquia San Pedro de Vilcabamba, de total de viviendas existentes (371), 359 viviendas cuentan con servicio eléctrico con una cobertura igual a 96,76%, con un déficit del 3,24%. GAD San Pedro de Vilcabamba (2020).

6.1.6. Gobernanza

En la Tabla 8 constan todas las instituciones y asociaciones existentes en la parroquia y que desarrollan actividades productivas en beneficio de la comunidad. GAD San Pedro de Vilcabamba (2020).

Tabla 8

Gobernanza de San Pedro de Vilcabamba

Nombre	Tipo y Actividad
Junta Parroquial	Este nivel de gobierno de carácter parroquial rural se encarga de la administración y gobierno de la parroquia. Está integrada por Vocales elegidos por votación popular.
Asociación Autónoma de Mujeres 23 de junio	Asociación de producción (Fabricación de papel y productos de papel reciclado)
Asociación Agro artesanal de Productores Ecológicos de Café Especial del Cantón Loja	Asociación de producción (agricultura)
Asociación de Producción Agropecuaria Mujeres las Orquídeas de San Pedro de Vilcabamba –ASOPRODQUI	Asociación de producción (agricultura)
Asociación de Apicultores San Pedro de Vilcabamba	Asociación de producción (agroecológica)
Asociación de Apicultores San Pedro de Vilcabamba	Asociación de producción (agroecológica)
Caja de Ahorro y Crédito Sociedad Ecológica	Créditos y pago del Bono desarrollo humano

Nota. La tabla representa la distribución representativa de la parroquia.

6.1.7. Comunidad Receptora

Según el PDOT de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba (2020), la población Económicamente Activa (PEA) de la parroquia San Pedro de Vilcabamba se dedica en su mayoría a actividades de agricultura (49%), en menor proporción al comercio (9%), a la construcción (8%) y al sector público (6%). De la población ocupada el 47,41% corresponde a población asalariada, de la cual el 16,53% realiza labores en agricultura, ganadería y silvicultura como jornaleros. De acuerdo a información del VII Censo de Población y VI de Vivienda 4.77 % de los asalariados emplean su fuerza de trabajo en la manufactura y el comercio.

En el trabajo y empleo, la agricultura es la principal actividad económica de la parroquia y en ella interviene toda la familia, incluyendo a niños y adultos mayores que realizan actividades dependiendo de sus capacidades y disponibilidad de tiempo. GAD San Pedro de Vilcabamba (2020).

6.1.8. Análisis de la Demanda

En la parroquia San Pedro de Vilcabamba existe poca afluencia turística, pese a existir recursos turísticos, estos no han sido explotados como productos turísticos, con potencial para desarrollar una oferta de turismo rural sostenible.

6.1.9. Inventario de Atractivos Turísticos Naturales y Culturales de la parroquia San Pedro de Vilcabamba

Dentro de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, la actividad no se ha desarrollado como tal, en gran medida, pese a contar con diferentes atractivos y recursos naturales, que puedan potenciar el desarrollo del turismo rural, los cuales como se muestra en la siguiente tabla 9 son:

Tabla 9

Inventario de Atractivos turísticos de San Pedro de Vilcabamba

Nombre del sitio	Ubicación	Categoría
Iglesia	Cabecera cantonal	Sitio cultural
Rio Uchima (cascadas)	Parroquia San Pedro de Vilcabamba	Sitio natural
Cerro La Guarango	Parroquia San Pedro de Vilcabamba	Sitio natural
Parque Nacional Podocarpus	Parroquia San Pedro de Vilcabamba	Sitio natural
Laguna Banderilla	Parque Nacional Podocarpus	Sitio natural
Bosque protector “El Bosque”	Parque Nacional Podocarpus	Sitio natural
La piedra grande	Rio Uchima	Sitio natural
Agua soda	Rio Uchima	Sitio natural
Estoraques del Chaupi	Barrio Chaupi	Sitio natural
Monasterio Benedictino “Puerta del Cielo”	Barrio Chaupi	Sitio cultural
La Mina de Tierra Azul	Barrio Chaupi	Sitio natural

Nota. La tabla representa los diferentes atractivos de la parroquia.

6.1.10. Caracterización de Atractivos y Recursos Turísticos

De la realización del inventario de atractivos turísticos de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, se identificó los siguientes atractivos que pueden potencializarse, para desarrollar el turismo rural.

Tabla 10

Ficha de Caracterización de atractivos

Provincia: Loja		Cantón: Loja							Parroquia: San Pedro de Vilcabamba				Suma	Jerarquía I-II-III- IV
Nombre del atractivo	Calidad			Apoyo				Significado						
	Val. Int.	Val ext.	Ent max	Est. Consev max	Accs max	Serv max	Aso. Otros atret max	Loc 2	Prov 4	Nac 7	Inter 12			
	15	15	10	10	10	10	5							
1	Iglesia Parroquial de San Pedro de la Puerta del Cielo	6	5	3	3	2	3	1	1	1	0	0	26	I
2	Pesca Deportiva en el Restaurante Truchas del salado	4	3	3	5	3	3	1	1	1	0	0	24	I
3	Rio Uchima	3	3	3	3	3	3	1	1	0	0	0	20	I
4	Actividad de Apicultura en la Aso. de Apicultores “Abejita longeva”	5	7	5	6	4	6	2	2	0	0	0	24	I
5	Bosque protector el “Bosque”	4	3	3	3	3	3	4	1	0	0	0	24	I
6	Laguna Banderilla	4	3	3	3	3	3	4	1	0	0	0	24	I
7	Fiestas Religiosas	4	3	3	3	3	3	4	1	0	0	0	24	I
8	Actividades de Reciclaje en la Aso. de mujeres 23 de junio	4	3	3	3	3	3	4	1	0	0	0	24	I
9	Fincas Cafetaleras de la Asociación “APECAEL”	4	3	3	4	3	3	1	1	0	0	0	22	I
10	” Cerveza artesanal “sol de venado”	4	3	3	3	3	3	4	1	0	0	0	24	I

Nota. La tabla representa a los diferentes atractivos de la parroquia san pedro de Vilcabamba.

Tabla 11

Iglesia San Pedro de Vilcabamba

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Iglesia Parroquial de San Pedro de la Puerta del Cielo		I
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestación Cultural	Histórica	Arquitectura Religiosa
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Barrio Central



Ubicación:

La Iglesia Parroquial San Pedro de la Puerta del Cielo se encuentra ubicada en el Barrio Central de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba a 37km de la ciudad de Loja.

Características:

La iglesia parroquial San Pedro de la Puerta del Cielo se encuentra a una altura de 1610 m.s.n.m, La iglesia, es de estilo colonial, fue construida por sus moradores y por dos indígenas tapiaderos de Loja que en el año de 1906, fue hecha de madera el sr. Julio González fue el carpintero que armó la iglesia, esta iglesia fue reconstruida en el año de 1966 terminando en el año de 1971 quedando sus paredes de tapia y su techo de guadua y teja, en su parte alta se ubica el campanario que consta de tres campanas, la iglesia está compuesta por tres naves, en la principal está el altar mayor donde se encuentra la envoltura de la imagen de San Pedro de Vilcabamba y del Señor de la Agonía, en las ventanas se encuentran imágenes de la Virgen del Cisne, San Francisco de Asís, San Roque. Frente a la iglesia se encuentra el parque central que fue construido en el año de 1970.

Recomendaciones

- Cámara Fotográfica

Actividades Turísticas

- Fotografía
- Fiestas religiosas el 29 de junio en Honor a su Patrono San Pedro, Señor de la Agonía, Sr. De la Caída y de Corpus Christi.

Nota. La tabla representa la ficha de resumen del atractivo.

Tabla 12

Restaurante Truchas del salado

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Truchas del Salado		I
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestación Cultural	Folcklore	Gastronomía
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Sacapo



Ubicación:

Las Truchas del Salado se encuentran ubicado en el Sector el Salado a 4 km del Barrio Central de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba.

Características:

Las Truchas del Salado se encuentra a una altura de 1610 m.s.n.m., a 4km del Barrio Central, este lugar fue adecuado hace 2 años, donde existe piscinas de truchas el cual el turista puede pescar para que se le prepare el plato.

Cuenta con una cascada artificial, una roca con sal en la orilla del restaurant, hamacas donde se puede descansar, bañarse en el río.

En el sector existen estanques cerrados donde se almacena y circula una determinada cantidad del recurso hídrico, con el fin de permitir el confinamiento de las truchas para lograr su crianza y desarrollo, a expensas de una alimentación ofrecida por el piscicultor.

Recomendaciones

- Llevar cámara fotográfica
- Bloqueador Solar
- Gorra o Sombrero

Actividades Turísticas

- Fotografías
- Recorrido por el sector
- Pesca deportiva
- Observación de flora y fauna

Nota. La tabla representa la ficha de resumen del atractivo.

Tabla 13

Bosque Protector el Bosque

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Bosque Protector el Bosque		I
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Atractivos Naturales	Montañas	Baja Montaña
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	San Pedro de Vilcabamba



Ubicación:

Se encuentra ubicado en el la parte baja del Bosque Protector El Bosque a 8 km del centro de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba.

Características:

El sector el Toronche se encuentra ubicada en la parte baja del BPEB a una altura de 1.582 m.s.n.m.y cuenta con las siguientes zonas de vida: Bosque muy húmedo Premontano, Bosque muy Húmedo Montano bajo, Bosque Pluvial Montano, Bosque Muy Húmedo Montano y Bosque Húmedo Montano Bajo Selva – Montañosa, Bosque Montañoso Oriental, Páramo y Chaparral, Bosque Montañoso Occidental, existen 275 especies de flora en 172 géneros y 82 familias, 28 especies endémicas (líquenes, helechos, licopedeos y podocarpaceae). Se puede llegar a pie donde existe un sendero hasta el lugar se debe caminar aproximadamente tres horas y en vehículo 40 min.

Recomendaciones

- Llevar cámara fotográfica
- Bloqueador Solar
- Gorra o Sombrero
- Llevar agua y comida
- No arrojar ni dejar basura en el lugar

Actividades Turísticas

- Fotografías
- Senderismo
- Camping
- Observación de flora y fauna
- Investigación científica
- Educación Ambiental

Nota. La tabla representa la ficha de resumen del atractivo.

Tabla 14

Fiestas de Parroquialización

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Fiestas Religiosas		I
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestación Cultural	Folcklore	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Sacapo



Ubicación:

Las fiestas religiosas se las realiza en el Barrio Central de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba que se encuentra ubicada a 37 km de la ciudad de Loja.

Características:

Las fiestas religiosas se las celebran en el mes de junio en honor a tres Santos San Pedro de Vilcabamba, Señor de la Agonía, Señor de la Caída se la realizan desde el año de 1850 en inicios las realizaban 4 priostes luego el Padre Ignacio Romero decidió que se forme un comité de fiestas por año.

En estas fiestas se realizan celebraciones eucarísticas, juegos pirotécnicos, danzas, presentaciones artísticas, juegos recreativos tradicionales, procesiones con las imágenes, tardes deportivas, quema de castillos, bazar en el atrio del templo donde se expone la producción agropecuaria y ganadera de la parroquia y festival de comidas típicas

Recomendaciones

- Llevar cámara fotográfica
- Bloqueador Solar
- Gorra o Sombrero

Actividades Turísticas

- Fotografías
- Asistir a la programación
- Degustar de los alimentos

Nota. La tabla representa la ficha de resumen del atractivo.

Tabla 15

Asociación de Apicultores Abejita Longeva

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Asociación de Apicultores de San Pedro de Vilcabamba		I
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestación Cultural	Folcklore	Gastronomía
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Sacapo



Ubicación:

La Abejita Longeva se encuentra ubicada en el Barrio Sacapo a 2 km del centro de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba

Características:

La Abejita Longeva se encuentra a una altura de 1610 m.s.n.m., desde 1991 es una empresa de la Asociación de Apicultores de Vilcabamba, quienes se encargan de la elaboración de varios productos de miel de abeja.

Entre los productos que se pueden encontrar son: polen, jalea, propóleo, velas decorativas los mismos que son distribuidos especialmente en los almacenes de productos naturales de la ciudad de Loja.

Atención de Lunes a sábados de 08H00 a 18H00.

Los precios de sus productos se los puede encontrar desde 1,50 USD.

Recomendaciones

- Llevar cámara fotográfica
- Visitar las instalaciones en el horario expuesto
- Para llegar se debe contratar una camioneta o caminando

Actividades Turísticas

- Fotografías
- Degustación
- Compra de productos
- Presenciar el proceso de elaboración

Nota. La tabla representa la ficha de resumen del atractivo.

Tabla 16

Asociación de mujeres 23 de junio

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Asociación Autónoma de Mujeres 23 de junio		I
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestación Cultural	Folcklore	Artesanías y Artes
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Barrio Central



Ubicación:

Este atractivo se encuentra ubicado a 100 metros del centro de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba a 37 km de la ciudad de Loja.

Características:

Este atractivo se encuentra a una altura de 1610 m.s.n.m y. Las artesanías en papel reciclado son elaboradas por las socias de la Asociación 23 de Junio. La organización nace como una inquietud de un grupo de mujeres que desean emprender juntas en trabajos artesanales, con el fin de ayudar en sus hogares. Un día 23 de Junio se reunieron por primera vez un grupo de 22 mujeres y por aquella fecha memorable se dio nombre a la organización. Iniciaron trabajando en la preparación de alimentos, en la actualidad están elaborando artesanías de papel reciclado, los materiales que se utilizan para su producción son: papel, goma, agua, cartón, hilo, flores. En el lugar se puede observar artesanías como: libros, esquelos con sobres, bolsas, joyeros, fundas, etc. Los productos son de excelente calidad y se los comercializa en la ciudad de Loja.

Recomendaciones

- Llevar cámara fotográfica
- Bloqueador Solar
- Gorra o Sombrero

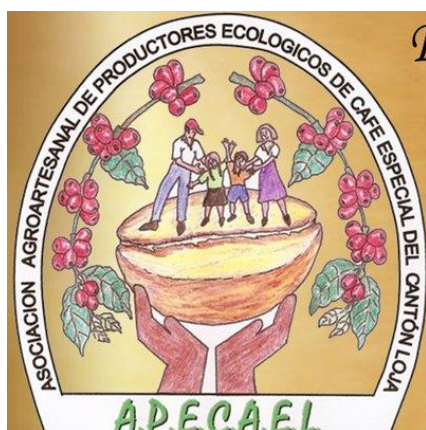
Actividades Turísticas

- Fotografías
- Asistir a la programación
- Degustar de los alimentos

Nota. La tabla representa la ficha de resumen del atractivo.

Tabla 17
Apecael

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Asociación Agro artesanal de Productores Ecológicos de Café Especial del Cantón Loja		I
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestación Cultural	Folcklore	Artesanías y Artes
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Barrio Central



Ubicación:

APECAEL tiene su sede en la Parroquia San Pedro de Vilcabamba, Cantón y Provincia de Loja, en la vía antigua a Vilcabamba a tres cuadras de la iglesia central.

Características:

APECAEL es una organización de pequeños productores ecológicos de Café Especial de las parroquias sur-orientales del Cantón Loja, (Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Quinara y Yangana) que generan de forma sostenible y asociativa café especial lo cual contribuye a mejorar las condiciones socio-económicas de las familias cafetaleras.

La APECAEL tiene sede en San Pedro de Vilcabamba, Cantón Loja y Provincia de Loja, siendo creada con fecha 18 de marzo de 2008, mediante acuerdo ministerial 08-063 del entonces Ministerios de Industrias y Competitividad (MIC).

Recomendaciones

- Llevar cámara fotográfica o filmadora
- Libreta de apuntes

Actividades Turísticas

- Fotografías
- Charla de tratamiento del café
- Degustar el café

Nota. La tabla representa la ficha de resumen del atractivo.

Tabla 18

Fábrica de Cerveza Artesanal Sol del Venado

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Cerveza Artesanal “Sol del Venado”		I
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestación Cultural	Folcklore	Artesanías y Artes
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Barrio Central



Ubicación:

Este atractivo se encuentra ubicado vía a Vilcabamba 100 metros del centro de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba a 37.5 km de la ciudad de Loja.

Características:

Este emprendimiento tiene las raíces autóctonas de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, ya que la elaboración de la cerveza artesanal, es con las aguas de la laguna Banderilla ubicada dentro del bosque protector el bosque, lo que le da un sabor único.

Existen diversos sabores de cerveza que se pueden encontrar y degustar depende del agrado del visitante.

Recomendaciones

- Llevar cámara fotográfica
- Bloqueador Solar
- Gorra o Sombrero

Actividades Turísticas

- Fotografías
- Asistir a la programación
- Degustar de los alimentos

Nota. La tabla representa la ficha de resumen del atractivo.

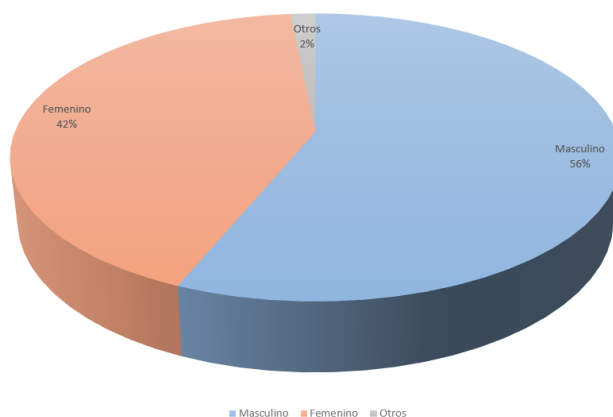
7. Discusión

7.1. Resultados y Análisis de las encuestas para determinar el perfil del turista

1. ¿Mencione su género?

Figura 2

Genero de visitas



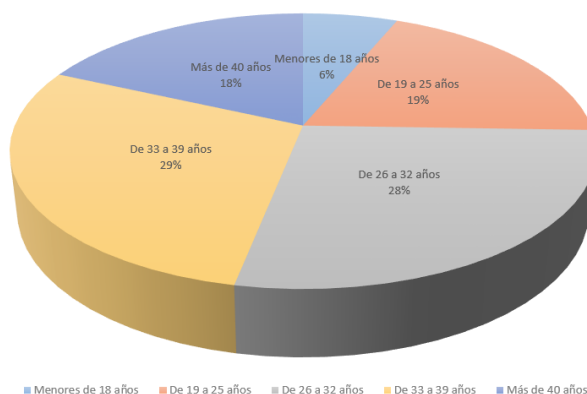
Nota. La figura muestra el género de los visitantes de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.

Análisis e Interpretación: Para la presente investigación se encuestó a 192 personas, del cual el primer resultado que obtuvimos en cuanto a género es el siguiente, 108 fueron hombres que representa al 56.3 %, de igual forma 81 mujeres que representa el 42.2 % y finalmente 3 personas que se identifican con otro género equivalente al 1.6% del total de los encuestados.

2. ¿Indique su edad?

Figura 3

Edad del encuestado



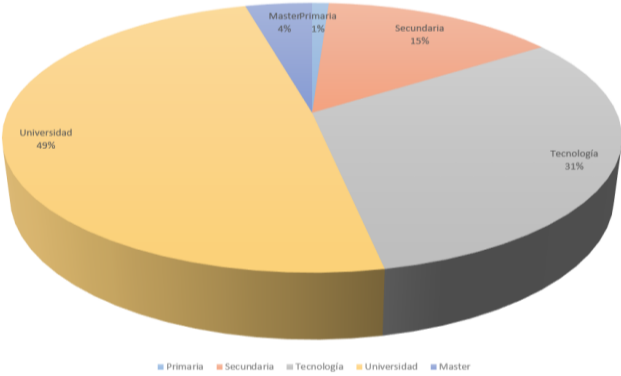
Nota. La figura muestra el rango de edad de los visitantes de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.

Análisis e Interpretación: En lo que respecta a la edad de los encuestados se obtuvo los siguientes datos, el grupo que mayor predomina es 55 personas de 33 a 39 años, con el 28.6%. 53 personas de 26 a 32 años, con el 27.6%. 37 personas de 19 a 25 años con el 19.3%.

35 personas con más de 40 años con el 18.2% y finalmente 12 personas menores de 18 años que representa el 6.3%.

3. ¿Indique su Instrucción?

Figura 4
Nivel de instrucción del encuestado

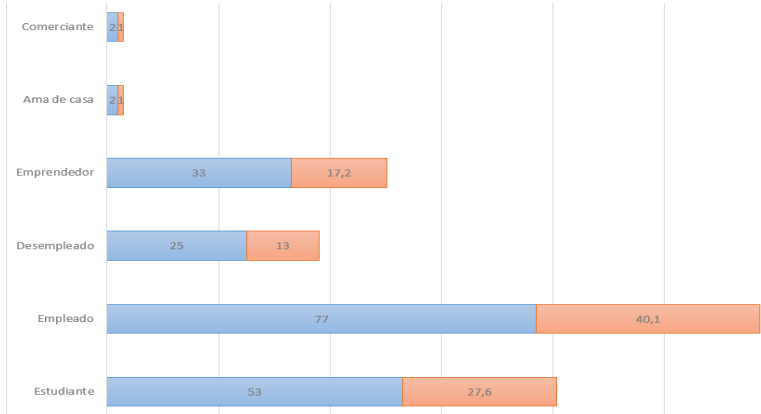


Nota. La figura muestra el nivel de instrucción de los visitantes.

Análisis e Interpretación: Con respecto a la instrucción de los encuestados se presentan los siguientes resultados ordenados de mayor a menor porcentaje, los cuales son: 94 personas con instrucción universitaria que corresponde al 49%. 60 personas con tecnología equivalente al 31.3%. 28 personas con instrucción secundaria correspondiente al 14.6%. 8 personas con grado de master o cuarto nivel correspondiente al 4.2% y 2 personas con instrucción primaria que da 1%.

4. ¿Cuál es su ocupación?

Figura 5
Ocupación del encuestado



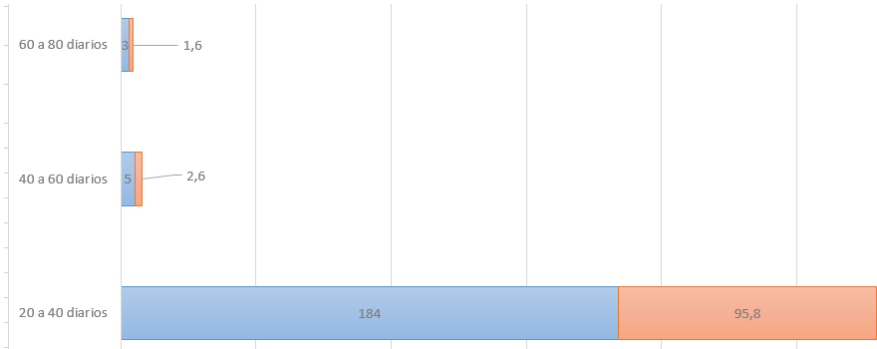
Nota. La figura muestra las diferentes ocupaciones de los visitantes.

Análisis e Interpretación: De los encuestados en el ítem de ocupación se pudo obtener los siguientes datos, 77 personas con ocupación de empleados con 40.1% esta no establece privados o públicos sino de forma general. 53 personas con ocupación de estudiantes

correspondiente al 27.6% de los encuestados. 33 personas con ocupación de emprendedores con el 17.2%. Así mismo 25 personas en desempleo correspondiente al 13%. Finalmente 2 personas con ocupación de ama de casa con 1% y 2 personas comerciantes con el mismo resultado 1%.

5. ¿Determine su nivel de gasto?

Figura 6
Nivel de gasto del encuestado

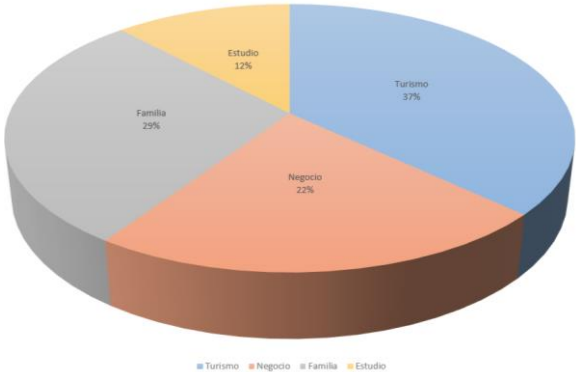


Nota. La figura muestra el nivel de gasto de los visitantes.

Análisis e Interpretación: Conforme a cuanto está dispuesto a gastar los encuestados, se obtuvo los siguientes resultados, 184 personas que gastarían un valor de 20 a 40 dólares diarios con un equivalente al 95.8%. Un pequeño grupo de 5 personas indican que el valor a gastar sería entre 40 a 60 dólares diarios, correspondiente al 2.6% y solo 3 personas dispuestas a gastar 60 a 80 diarios equivalente al 1.6%.

6. ¿Cuál es la motivación de viaje?

Figura 7
Motivación de viaje del encuestado



Nota. La figura muestra la motivación del viaje de los visitantes hacia la parroquia.

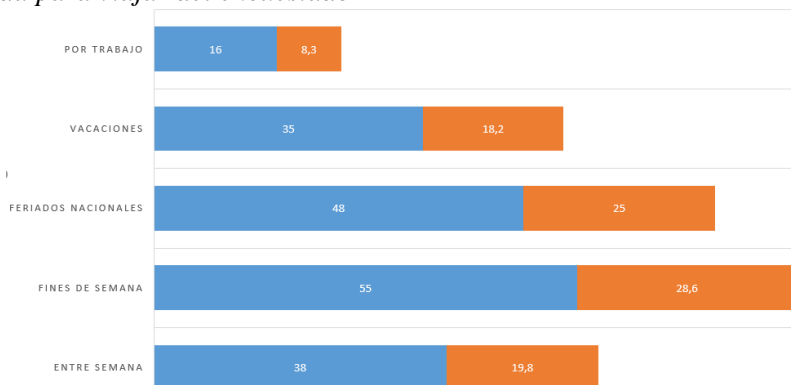
Análisis e Interpretación: En la siguiente pregunta conforme cual es la principal motivación de viaje se obtuvo los siguientes resultados, 71 personas lo hacen por turismo equivalente al 37%. 55 personas con la motivación familia correspondiente al 28.6%, así mismo

43 personas su principal motivación son los negocios con el 22.4%. Finalmente 23 personas lo hacen por estudio equivalente al 12%.

7. ¿Cuál temporada elije para viajar?

Figura 8

Temporada elegida para viajar del encuestado



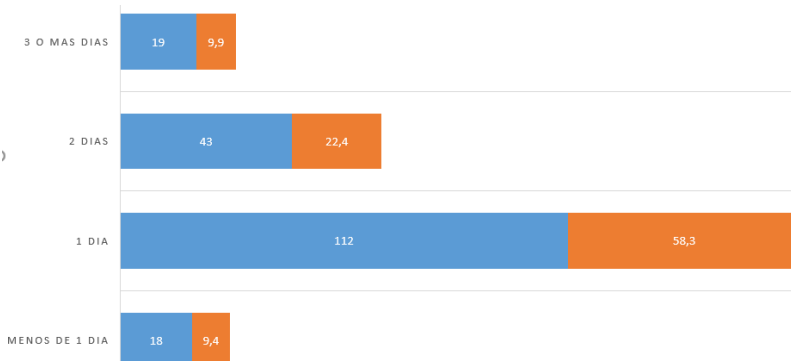
Nota. La figura muestra la temporada que eligen los visitantes hacia la parroquia.

Análisis e Interpretación: Los resultados de la siguiente pregunta que se ha obtenido son los siguientes; 55 personas prefieren viajar los fines de semana con el 28.6%, así mismo 48 personas prefieren los feriados nacionales con el 25%. 38 personas mencionan su preferencia para viajar entre semana con un equivalente al 19.8%, otro dato de 35 personas que utilizan las vacaciones para viajar con 18.2% finalmente 10 personas con 8,3%.

8. ¿Qué tiempo le gustaría estar en la parroquia San Pedro de Vilcabamba?

Figura 9

Tiempo de estadía



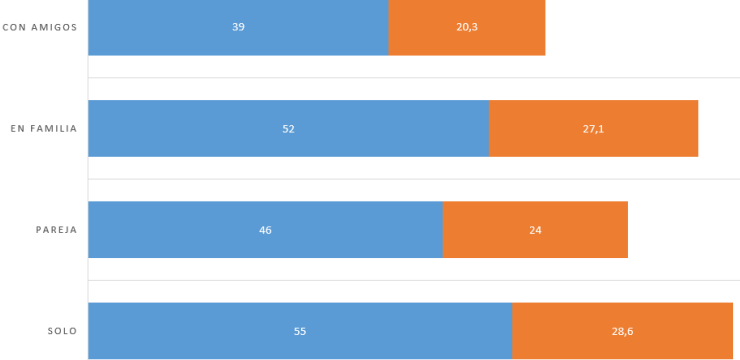
Nota. La figura muestra el tiempo de estadía de los visitantes hacia la parroquia.

Análisis e Interpretación: 112 Personas han manifestado que estaría dispuesto a quedarse 1 día en la parroquia San Pedro de Vilcabamba con el 58.3% otro grupo de 43 personas permanecería 2 días en la parroquia equivalente al 22.4% otro pequeño grupo de 13 personas harían de su estancia mayor a 3 días con 9.9% finalmente 18 personas que permanecería menos de 1 día con el 9.4%. Con estos datos obtenidos, se manifiesta que la parroquia San Pedro de

Vilcabamba, debe orientar sus estrategias de turismo rural en la planificación de lo que se conoce como full Day, ya que los encuestados solo creen conveniente visitarla solo el día.

9. ¿Con quién elige viajar?

Figura 10
Con quien elige viajar el encuestado

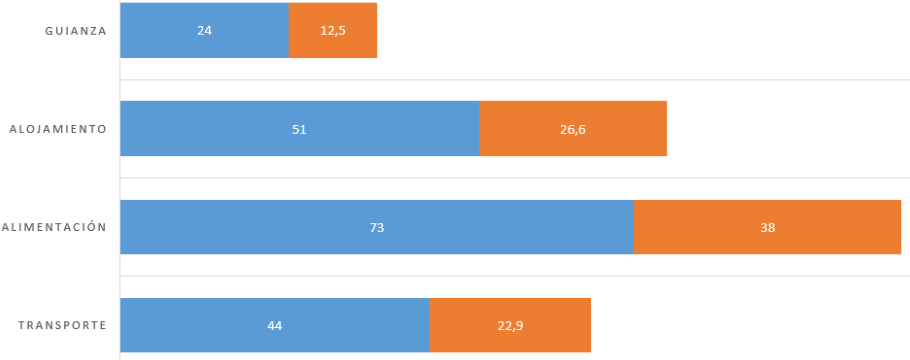


Nota. La figura muestra como eligen viajar los turistas hacia la parroquia.

Análisis e Interpretación: De la presente pregunta se pudo obtener los siguientes resultados, 55 personas prefieren viajar solos con el 28.6% así mismo 52 personas que su preferencia para viajar es en familia con 27.1% otro grupo de 46 personas que le gusta viajar en pareja con 24% y finalmente 39 personas que prefiere viajar con amigos que representa el 20.3%.

10. ¿Qué servicios utiliza al momento de viajar?

Figura 11
Que servicios utiliza al viajar el encuestado



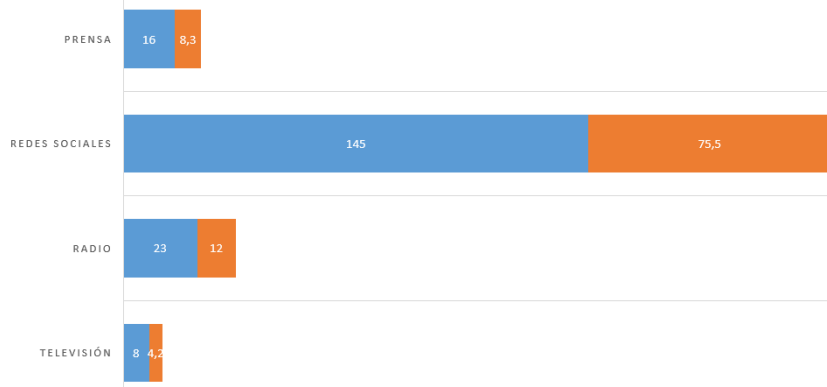
Nota. La figura muestra los servicios utilizados de los turistas hacia la parroquia.

Análisis e Interpretación: Conforme a la pregunta de qué servicios utiliza cuando viaja se obtuvo los siguientes resultados, 73 personas hacen uso de servicios de alimentación con el 38% otro grupo de 51 personas utiliza el servicio de alojamiento con 26.6% así mismo 44 personas utilizan servicio de transporte con 22.9%, finalmente 24 personas manifiesta que utiliza el servicio de guianza con 12.5%

11. ¿Qué medios utiliza para informarse?

Figura 12

Medios para informarse del encuestado



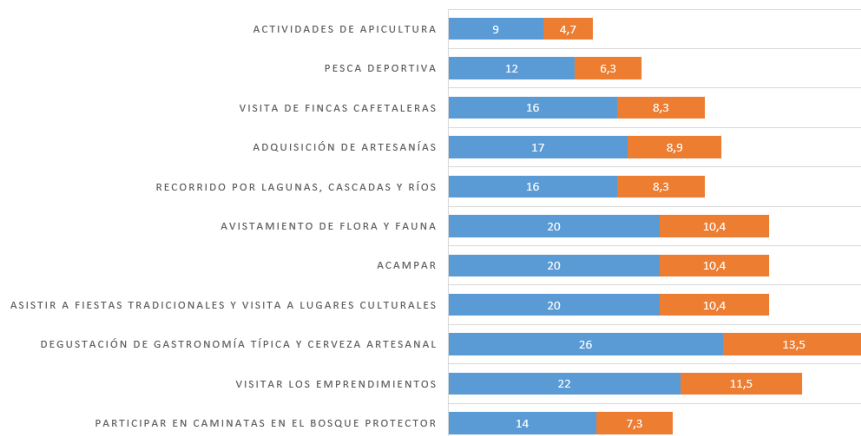
Nota. La figura muestra los medios de información de los turistas hacia la parroquia.

Análisis e Interpretación: En la siguiente pregunta se pudo obtener que 145 personas utilizan para informarse las redes sociales con 75.5% otro grupo de 23 personas utiliza la radio como medio de información 12% así mismo 16 personas manifiestan que la prensa es el medio que utilizan para informarse con el 8.3% y finalmente 8 personas utilizan la televisión como medio de información con el 4.2%.

12. ¿Qué actividades le gustaría realizar en la parroquia San Pedro de Vilcabamba?

Figura 13

Actividades que le gustaría realizar al encuestado



Nota. La figura muestra los gustos en actividades de los turistas hacia la parroquia.

Análisis e Interpretación: 26 Personas prefieren la actividad degustación de gastronomía típica y cerveza artesanal con el 13.5%, así mismo 22 personas con el 11,5% prefiere visitar los emprendimientos, 20 personas con el 10,4% opto por asistir a fiestas tradicionales y visitar lugares culturales, 20 personas con el mismo 10,4% en la actividad de acampar, 20 personas con 10,4% prefiere el avistamiento de flora y fauna, 17 personas con el

8,9% con la actividad de adquisición de artesanías, 16 personas con el 8,3% prefiere visitar las fincas cafetaleras, 14 personas con 7,3% opto por participar en caminatas en el bosque protector, 12 personas con 6,3% prefiere la pesca deportiva y finalmente 9 personas con 4,7% opto por las actividades de apicultura.

7.2. Perfil del Turista

Del análisis de las encuestas realizadas se pudo determinar el perfil de turista que potencialmente visitaría la parroquia San Pedro de Vilcabamba, para tomar en cuenta la elaboración de las estrategias a plantear. En la siguiente infografía se tomó en cuenta seis pilares fundamentales de nuestro potencial turista, predominando una edad entre joven y adultos y su edad oscilando entre los 19 a 40 años. La principal motivación de viaje es por turismo, el nivel de gasto es 40 dólares diarios, este turista no pernocta prefiere el full Day, su principal servicio que utiliza es la transportación, nuestro perfil de turista maneja mucho las redes sociales, considerándola como la principal fuente de información.

Figura 14

Infografía del perfil de turista que visitaría San Pedro de Vilcabamba



Nota. Análisis de la Demanda de la Parroquia san Pedro de Vilcabamba.

7.3. Análisis de las entrevistas

Tabla 19

Recopilación de entrevistas

N	Indicador	Ítems	Interpretación
1	¿Considera usted que la actividad turística en la parroquia San Pedro de Vilcabamba es buena?	<ul style="list-style-type: none"> •Muy de acuerdo •De acuerdo •Ni de acuerdo, ni en desacuerdo •En desacuerdo •Muy en desacuerdo 	15 personas que representan el 50 % se encuentran en desacuerdo, mientras que 10 personas con el 33 % manifiestan no estar ni de acuerdo, ni en desacuerdo y 5 personas con 17 están de acuerdo.
2	¿Considera que el actuar de las autoridades con respecto de la actividad turística en la Parroquia San Pedro de Vilcabamba es el adecuado?	<ul style="list-style-type: none"> •Muy de acuerdo •De acuerdo •Ni de acuerdo, ni en desacuerdo •En desacuerdo •Muy en desacuerdo 	13 personas manifiestan que están en desacuerdo con el 43, 7 personas están de acuerdo con el 23, 5 personas ni de acuerdo, ni en desacuerdo con el 17, 5 personas con muy desacuerdo con el 17
3	¿Cree que la infraestructura turística de la parroquia San Pedro de Vilcabamba es apta para desarrollar el turismo rural?	<ul style="list-style-type: none"> •Muy de acuerdo •De acuerdo •Ni de acuerdo, ni en desacuerdo •En desacuerdo •Muy en desacuerdo 	17 entrevistados no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo con el 57 %, 6 personas en desacuerdo que equivale al 20 %, 5 personas con muy en desacuerdo con el 17 %, 2 personas con de acuerdo que equivale al 7%.
4	¿El acceso hacia los recursos y atractivos turísticos de la parroquia San Pedro de Vilcabamba está en buen estado?	<ul style="list-style-type: none"> •Muy de acuerdo •De acuerdo •Ni de acuerdo, ni en desacuerdo •En desacuerdo •Muy en desacuerdo 	18 personas está en desacuerdo lo que representa el 60 %, 8 personas ni de acuerdo, ni en desacuerdo con el 27 %, 4 personas manifiesta estar de acuerdo 13%.
5	¿Cree usted que los recursos y atractivos turísticos de la parroquia San Pedro de Vilcabamba son adecuados para desarrollar turismo rural?	<ul style="list-style-type: none"> •Muy de acuerdo •De acuerdo •Ni de acuerdo, ni en desacuerdo •En desacuerdo •Muy en desacuerdo 	23 personas manifiesta de acuerdo equivalente al 77, 5 personas con muy de acuerdo con las 17,2 personas ni de acuerdo, ni en desacuerdo con el 6
6	¿Los recursos naturales con los que cuenta la parroquia son atractivos para los visitantes?	<ul style="list-style-type: none"> •Muy de acuerdo •De acuerdo •Ni de acuerdo, ni en desacuerdo •En desacuerdo •Muy en desacuerdo 	26 personas manifiestan muy de acuerdo con el 87 %, 4 personas con ni de acuerdo, ni en desacuerdo que equivale al 13%.
7	¿Cree usted que se ha desarrollado la parroquia como para ofertarse turísticamente?	<ul style="list-style-type: none"> •Muy de acuerdo •De acuerdo •Ni de acuerdo, ni en desacuerdo •En desacuerdo •Muy en desacuerdo 	20 personas con muy desacuerdo equivalente al 67 %, 6 personas en desacuerdo con el 20 %, 4 personas ni de acuerdo, ni en desacuerdo representando al 13 %.

8	¿Las ganancias obtenidas por las actividades ofertadas cumplen con las expectativas económicas personales?	<ul style="list-style-type: none"> •Muy de acuerdo •De acuerdo •Ni de acuerdo, ni en desacuerdo •En desacuerdo Muy en desacuerdo 	27 personas manifiesta estar muy en desacuerdo con el 90%, 3 personas en desacuerdo equivalente al 10 %.
---	--	---	--

Nota. La tabla muestra la información recopilada por las diferentes entrevistas.

¿Considera usted que la actividad turística en la parroquia San Pedro de Vilcabamba es buena? Una gran parte de los entrevistados manifiesta estar en desacuerdo ya que la actividad es poca en comparación con sus parroquias aledañas, ya que la consideran solo una zona de paso, pese a contar con atractivos estos no son muy concurridos, o no son promocionados correctamente, los únicos movimientos donde se observa gran afluencia de gente son en fecha de parroquialización y fiestas religiosas.

¿Considera que el actuar de las autoridades con respecto de la actividad turística en la Parroquia San Pedro de Vilcabamba es el adecuado? Existe diversidad de criterios de los encuestados, pero un gran porcentaje ve en desacuerdo el actuar de sus autoridades con respecto a la actividad turística, ya que demanda a la junta parroquial realice más promoción de la parroquia, y cree productos turísticos llamativos para atraer a futuros visitantes.

¿Cree que la infraestructura turística de la parroquia San Pedro de Vilcabamba es apta para desarrollar el turismo rural? Muchos de los entrevistados, no se inclina por calificar la infraestructura de la parroquia conforme la actividad turística, esto en su mayoría por desconocimiento o falta de interés, otros opinan que aún falta infraestructura para poder ofertar un producto turístico a la altura, ya que en algunos sectores solo el centro tiene asfaltado y servicios básicos, pero a los alrededores ya la accesibilidad es limitante para los atractivos.

¿El acceso hacia los recursos y atractivos turísticos de la parroquia San Pedro de Vilcabamba está en buen estado? La mayoría de los entrevistados muestra su desacuerdo respecto a la vialidad dentro de la parroquia ya que en su mayoría las vías son de herradura, de igual manera la falta de señalética turística es una limitante para que los escasos visitantes puedan llegar hacia los diversos atractivos.

¿Cree usted que los recursos y atractivos turísticos de la parroquia San Pedro de Vilcabamba son adecuados para desarrollar turismo rural? Gran parte de los entrevistados muestra estar de acuerdo que la parroquia cuenta con muchos atractivos, y que los mismo deben que ser explotados y promocionados para generar la demanda de los visitantes hacia la localidad.

¿Los recursos naturales con los que cuenta la parroquia son atractivos para los visitantes? La mayoría de los entrevistados considera que en la parroquia existe gran abundancia de recursos naturales con gran potencialidad turística, ya que la comunidad está rodeada de un paisaje natural único.

¿Cree usted que se ha desarrollado la parroquia como para ofertarse turísticamente? Un gran porcentaje de los encuestados muestra estar muy en desacuerdo ya que la actividad turística como tal no se ha desarrollado en la parroquia, existen negocios en la comunidad, pero estos son privados y no genera un mayor desarrollo económico para toda la parroquia, aún falta mucho para que las actividades existentes, tengan un predominio importante que desemboque en el desarrollo local. La falta de una creación de marca como parroquia, la señalética inexistente, y falta de productos turísticos en la zona, acompañado con la falta de capacitación en servicios turísticos son parte que impide que se desarrolle la comunidad en términos de actividad turística.

¿Las ganancias obtenidas por las actividades ofertadas cumplen con las expectativas económicas personales? Un gran porcentaje de entrevistados considera que las ganancias no cumplen con las expectativas personales para mantener una calidad de vida, ya que no existe una dinamización de la economía, ni actividades que promuevan su reactivación.

7.4. Correlación de variables

En la realización de la presente investigación se pudo determinar que la misma es de carácter descriptivo, lo cual no fue necesario relacionar variables, ya que los datos obtenidos no eran los suficientes para establecer una correlacional entre variables.

7.5. Análisis de la discusión

Mediante la recopilación de los datos e información que arrojó el análisis de las encuestas y entrevistas, se determinó el contexto y realidad actual de la parroquia San Pedro de Vilcabamba en el ámbito turístico, para de esta forma proceder a plantear las estrategias necesarias, que, en su primer momento, ayude a la planificación y desarrollo del turismo rural en la localidad.

Con la implementación de las encuestas a los posibles visitantes o turistas hacia la parroquia San Pedro de Vilcabamba, se conoció los distintos servicios y actividades de su mayor interés a la hora de viajar, lo cual permitió elaborar el perfil del turista, que estaría dispuesto a visitar la parroquia.

De igual forma con las entrevistas realizadas a los actores sociales involucrados se pudo establecer la percepción general de los entrevistados respecto a la actividad turística de la

parroquia San Pedro de Vilcabamba, obteniendo como datos la necesidad de generar y desarrollar actividad turística rural en mayor medida, lo cual, a percepción de los mismos, la actividad turística es poca en la zona.

Estos datos se corroboran según Domínguez, Osorio y Delgado 2021, ya que las entrevistas permiten la medición del empoderamiento local hacia la actividad, turística, social y económica dentro del entorno rural, dando como resultado que las pequeñas comunidades visualizan al turismo como una oportunidad de desarrollo local, acompañada de la dinamización socioeconómica, partiendo del desarrollo de estrategias que integren las actividades rurales con las turísticas.

Como parte final se establece la necesidad imperiosa de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, a desarrollar estrategias en el ámbito turístico, que busquen el desarrollo de la actividad turística rural como eje socio-productivo que involucren a los actores sociales de la comunidad.

7.6. Propuesta

7.6.1. Matriz Foda

Tabla 20

Matriz FODA

A N A L I S I S I S I N T E R N O	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	A N A L I S I S I S I N T E R N O
	Existen atractivos turísticos naturales y culturales	Ubicación estratégica entre dos zonas turísticas	
	Diversidad flora y fauna		
	Existen emprendimientos comunitarios		
	Clima privilegiado		
	DEBILIDADES	AMENAZAS	
	Falta de planta turística	Falta de recursos económicos para el desarrollo turístico	
	Falta de mantenimiento la vía de la parroquia	Inexistencia de productos turísticos.	
	Inexistencia de una ruta turística Falta de señalética turística Inexistencia de información para acceder a los atractivos		
	Falta de capacitación a la comunidad		

Nota. Análisis de características externas e internas de la Parroquia san Pedro de Vilcabamba.

Tabla 21
FODA estratégico

Factores Internos	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Existen atractivos turísticos naturales y culturales Diversidad de flora y fauna Existen emprendimientos comunitarios Clima privilegiado	Falta de planta turística Falta de mantenimiento vías de la parroquia Inexistencia de una ruta turística Falta de señalética turística Inexistencia de información para acceder a los atractivos Falta de capacitación a la comunidad
Factores Externos		
OPORTUNIDADES	FO	DO
Ubicación estratégica entre dos zonas turísticas Malacatos y Vilcabamba	Realizar la propuesta de señalética turística de la ruta Promoción Difusión de los diferentes atractivos que comprende la ruta.	Proponer la creación de una ruta turística que integre los atractivos turísticos de la parroquia Establecer talleres de capacitación turística para la comunidad en especial a prestadores con potencial turístico
AMENAZAS	FA	DA
Falta de recursos económicos para el desarrollo turístico Inexistencia de productos turísticos.	Diseñar productos turísticos como parte de la ruta para su identificación Estrategias de comercialización	Mayor intensificación de los actores sociales, para generar oferta turística, aportando recursos económicos a la comunidad.

Nota. Cruce de datos y determinación de estrategias para la realización del FODA de la Parroquia san Pedro de Vilcabamba.

Para la presente elaboración de estrategias, se han planteado cuatro como paso inicial para generar el turismo rural dentro de la comunidad esto permitirá a la parroquia desarrollar su oferta turística la misma que ayudará a generar el desarrollo local.

Tabla 22

Estrategias a realizar en la Parroquia San Pedro de Vilcabamba

Objetivo Estratégico	Recursos	Propuesta	Ejecución
Posicionar turísticamente a la Parroquia San Pedro de Vilcabamba	Atractivos turísticos naturales y culturales	Crear la marca turística de la parroquia	Gad Parroquial con actores involucrados
Diseñar productos turísticos para la parroquia San Pedro de Vilcabamba	Atractivos turísticos naturales y culturales	Diseñar la ruta turística para la parroquia San Pedro de Vilcabamba	Gad Parroquial con actores involucrados
Crear un plan de promoción turística para la parroquia San Pedro de Vilcabamba	Atractivos turísticos naturales y culturales	Material promocional de los atractivos Utilización de medios digitales	Gad Parroquial con actores involucrados
Establecer talleres de capacitación para la comunidad en general, con especial énfasis en los promotores turísticos	Autoridades de la junta parroquial, Personal de los diversos emprendimientos	Taller de servicio al cliente Taller de soporte y comercialización de productos turísticos	Gad Parroquial con actores involucrados

Nota. Determinación de estrategias para la parroquia.

7.6.2. Estrategia 1 - Marca Turística

Como primera estrategia se propuso la elaboración de una marca turística que integre los principales aspectos de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, permitiendo despertar un sentimiento de pertenencia propia, lo que la diferenciara de otras localidades y le permita posicionarse turísticamente.

Figura 15

Marca Turística de San Pedro de Vilcabamba



Nota. La figura muestra la marca turística para la parroquia.

Slogan: San Pedro de Vilcabamba” emprendimiento y tradición”

Descripción de la Marca: Para la elaboración del logo principal de la marca, este ha sido diseñado tomando en cuenta los recursos naturales y culturales que tiene la parroquia. Se ha propuesto letras que llevan el nombre de la parroquia, seguido de una leyenda que caracteriza la esencia de sus habitantes, de igual forma se le añadió una marca de agua de fondo con figuras de los emprendimientos más sobresalientes.

Tabla 23

Elementos

Elemento	Significado
Montaña	Sobresale el majestuoso Cerro Grande, junto a sus cordilleras
Rio Uchima	Elemento principal, ya que, con sus aguas cristalinas, provoca un escenario de paz en sus habitantes.
Iglesia	Como elemento complementario se destaca la parte simbólica de la arquitectura tradicional, el templo y su entorno.
Caña de azúcar	utilizada en las molindas para crear la panela
Abeja	por su gran producción de miel de abeja
Rostro de Jesús	por su gran devoción a la fe católica, junto a su patrono san pedro
Cerveza	por la producción artesanal de la cerveza con agua de la laguna banderillas
Granos de Café	por ser productos y tener el centro de acopio del café a nivel de parroquias rurales

Nota. La tabla muestra los elementos que conforman el logo de la marca turística

7.6.3. Estrategia 2. Creación de Ruta Turística

7.6.3.1. Nombre de la Ruta

El nombre que se ha escogido para la ruta es el de su eslogan emprendimiento y tradición. Ya que recorre los atractivos más destacados y con potencial turístico para generar el turismo rural.

7.6.3.2. Medio de transporte para operar la ruta turística

Para la realización de la ruta, se utilizará transporte privado tipo busetas y camionetas 4x4 que permitirán el desplazamiento hacia los distintos atractivos y según las necesidades de los visitantes

7.6.3.3. Actividades a desarrollarse en la ruta turística

Tabla 24

Actividades a realizar en la ruta turística

Nombre	Descripción
Iglesia San Pedro de Vilcabamba	Breve reseña histórica de la iglesia, personalidades que ayudaron a la construcción de la iglesia, la importancia para la comunidad. Se podrá observar la arquitectura de la iglesia, así como tomar fotografías
Asociación de mujeres 23 de junio	Charla y explicación de la asociación y sus emprendimientos con material reciclable, como expenden sus manualidades, el turista podrá adquirir y aprender a realizar el mismo

Asociación Agro artesanal de Productores Ecológicos de Café Especial del Cantón Loja “APECAEL”	Charla y demostración del tratamiento del café para obtener café especial de altura, el turista podrá conocer de las propiedades y beneficios del café, así como podrá degustarlo.
Asociación de Apicultores “Abejita Longeva”	Charla y demostración de la fabricación y obtención de la miel de abeja, polen y turrónes, el turista podrá conocer este emprendimiento de la localidad y poder comprar sus productos.
Rio Uchima	Aquí el turista podrá observar la variedad de flora y fauna del lugar, así como podrá descansar y bañarse en las aguas claras del río, podrá también realizar fotografía natural
Truchas del Salado	En este lugar visitante puede pescar sus propias truchas y luego pedir que se las preparen. En este sitio se puede disfrutar de sus senderos ecológicos y de su cálido río, donde hay como bañarse y tomar fotografías
Cerveza Artesanal “Sol del Venado”	Aquí el visitante recibirá una charla explicativa de cómo se elabora la cerveza artesanal, podrá degustar de los diferentes tipos de sabores de cerveza que aquí se elabora

Nota. La tabla muestra las actividades a realizar dentro de la ruta turística.

7.6.3.4. Tiempo estimado de duración de la ruta turística

Inicio del recorrido: Iglesia de San Pedro de la Puerta del Cielo, Parque Central

Fin del Recorrido: Restaurant Truchas del Salado

Duración del Recorrido: 5 horas

Extensión de la ruta: 6 kilómetros

7.6.3.5. Comercialización de la ruta turística

La ruta turística será comercializada entre la junta parroquial y los actores involucrados en la actividad turística, con especial apoyo de las autoridades del Gad Parroquial.

7.6.3.6. Cliente Objetivo

Esta ruta está elaborada para un cualquier público en general, pero teniendo en cuenta nuestro perfil de turista que son joven y adulto de edad corta, así como toda persona que le guste el turismo rural, descubrir emprendimientos junto a actividades de naturaleza.

7.6.3.7. Determinación de servicios a incluir en la ruta turística

Tabla 25

Servicios que forman parte de la ruta turística

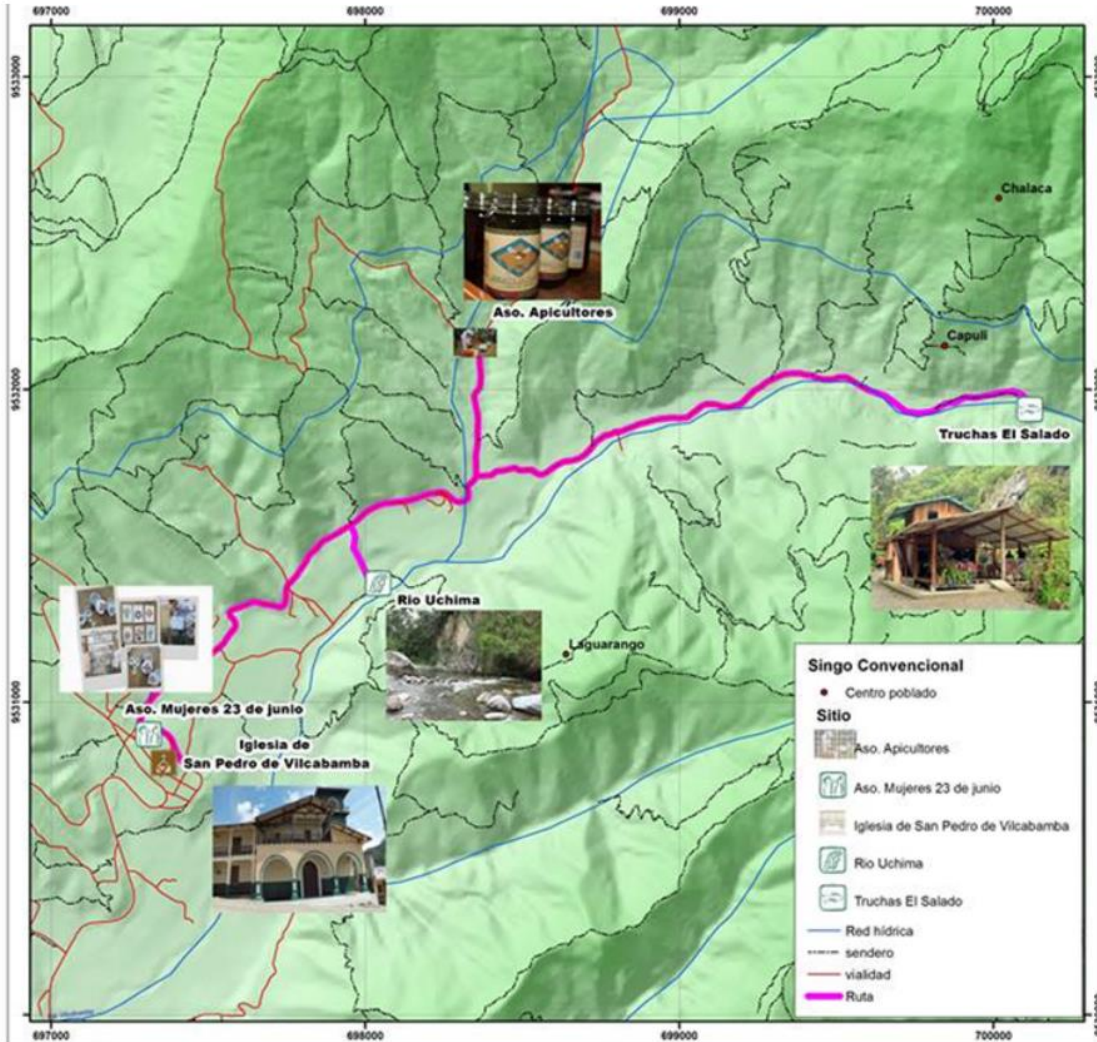
Servicio	Descripción
Transporte	Se utilizará busetas de transporte privado con capacidad para 15 personas.
Alimentación	Se la realizará en el restaurante las truchas del salado, donde se complementará con actividades recreativas, como la pesca deportiva.
Guianza	Se encargará de dirigir todo el recorrido de la ruta y brindará ayuda y explicaciones a lo largo del itinerario
Demostraciones	Estas se realizarán en las asociaciones de mujeres y apicultores, donde conocerán la manera de elaboración de sus productos

Nota. La tabla muestra los servicios a determinarse dentro de la ruta turística.

7.6.3.7. Mapa Ruta Turística

Figura 16
Mapa Ruta Turística

Ruta Turística San Pedro de Vilcabamba



Universidad
Nacional
de Loja

Carlos Arevalo Abad





Nota. La Figura representa el mapa de la ruta turística.

7.6.4. Estrategia 3. Material Promocional

Como parte de la estrategia de difusión de la marca y ruta turística, se plantea la elaboración de distinto material publicitario con el fin que el visitante y futuros turistas pueda conocer y obtener un recuerdo de la parroquia.

Tabla 26

Elementos publicitarios de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba

Descripción	Artículos Publicitarios
Gorras: que llevarán estampado el logo de la marca de la ruta turística	
Camisetas: de igual manera con el logo de la ruta	
Jarros de cerámica: impresos con la marca de la ruta	
Llaveros metálicos: con el logo de la marca de la ruta	

Nota. La tabla representa los diferentes elementos publicitarios a usarse.

De igual manera como parte para dar a conocer la parroquia como su ruta turística, se ha planteado la elaboración de trípticos informativos, que se darán a los visitantes que lleguen a la parroquia, así como estrategia publicitaria para dar a conocer y posicionar el nombre la parroquia San Pedro de Vilcabamba.

Figura 17
Tríptico Posterior de San Pedro de Vilcabamba



Nota. La figura representa el modelo de tríptico posterior para la realización de la ruta turística.

Figura 18
Tríptico Frontal de San Pedro de Vilcabamba



Nota. La figura representa el modelo de tríptico frontal para la realización de la ruta turística

8. Conclusiones

- Se concluye mediante la realización del diagnóstico turístico que la parroquia San Pedro de Vilcabamba, cuenta con recursos turísticos como son naturales y culturales que deben ser explotados sosteniblemente para promover el turismo rural, de igual manera se concluye que la parroquia pese a contar con recursos turísticos, no ha desarrollado la infraestructura turística necesaria, para promover el desarrollo del turismo en la comunidad, lo cual es uno de los factores que impiden a la parroquia desarrollarse económicamente.
- De igual manera se concluye que la parroquia San Pedro de Vilcabamba, cuenta con emprendimientos de asociaciones locales, que deben ser encaminados al desarrollo de actividades turísticas rurales, para posicionarse en el mercado turístico.
- Mediante el análisis de las encuestas se concluye que el perfil de visitante de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, está integrado por un grupo de edad entre joven y adulto, dando una gran oportunidad para establecer actividades encaminadas a captar el interés de los posibles visitantes, con productos turísticos innovadores, capaces de generar desarrollo local dentro de la comunidad.
- Finalmente se concluye que, mediante las estrategias planteadas, se busca que la parroquia se posicione turísticamente, y estas actividades planteadas generen productos con temática de turismo rural, lo que será un punto de partida para generar el desarrollo local de sus habitantes.
- Con la realización de la ruta y marca turística de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, se presentará el nombre de la parroquia al mercado turístico local y nacional, como un nuevo destino a conocer.
- De igual manera se concluye que los actores involucrados están conscientes del potencial turístico que posee la parroquia y van a encaminar esfuerzos para promover la actividad turística. Para esto es necesario establecer talleres de capacitación turística, para una correcta oferta del servicio turístico hacia los futuros visitantes.

9. Recomendaciones

- Se recomienda a los actores involucrados y las autoridades del Gad parroquial a que ejecuten las estrategias planteadas, con la finalidad de posicionar turísticamente a la localidad y generar desarrollo local mediante el turismo rural mediante la realización de la ruta propuesta.
- A los actores sociales involucrados y demás gente particular de la parroquia, a preservar y fomentar los recursos y atractivos turísticos, con la finalidad de conservar su riqueza cultural y natural, para el beneficio local y desarrollo de la actividad turística.
- A los actores de los diversos emprendimientos que han sido tomados como base de la ruta turística a perfeccionar e innovar los servicios y actividades turísticas con el fin de generar servicios de calidad para los visitantes.
- A las autoridades del Gad parroquial de San Pedro de Vilcabamba, para que promocionen en distintos espacios la marca turística de la parroquia y así adentrarse al mercado local y nacional.
- A los actores involucrados de los emprendimientos a que acojan la marca turística de la parroquia y la agreguen a todos sus productos y servicios prestados.
- A las autoridades del Gad parroquial y actores involucrados que tomen en cuenta los elementos publicitarios y los puedan añadir dentro de sus suvenires.
- A las autoridades del Gad parroquial a establecer talleres de capacitación en temas turísticos para los actores involucrados en la ruta turística, así como futuros emprendimientos con potencial turístico y público en general.
- A las autoridades del Gad parroquial para que gestionen con las distintas instituciones públicas, con el fin de obtener recursos que ayuden a mejorar la infraestructura vial de la parroquia.

10. Bibliografía

- Alvarez Alvarado, R. (2022). El turismo rural y el desarrollo local sostenible desde la percepción de los pobladores de la parroquia Ingapirca. *Publicando*, 9(33), 67-86. Retrieved from <https://doi.org/10.51528/rp.vol9.id2278>
- Alvarez Alvarado, R. O. (2022). *El turismo rural y el desarrollo local sostenible desde la percepción de los pobladores de la parroquia Ingapirca*. Universidad Católica de Cuenca. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8250403>
- Alvivar Vera, I. (2018). *Realidades del Turismo Local - Compilación de opiniones turísticas*. Manabí: Editorial Mar Abierto. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/328108339_Realidades_del_Turismo_Local_-_Compilacion_de_opiniones_turisticas
- Amaguana Arredondo, A. V. (2022). *La innovación en el Turismo Comunitario como alternativa de desarrollo local en la parroquia rural Santiago de Calpi, cantón Riobamba*. Universidad Nacional de Chimborazo. Retrieved from <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/8704>
- Americanos, O. M. (2018). *El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible – Buenas prácticas en las Américas*. Madrid. doi:<https://doi.org/10.18111/9789284419937>
- Asadobay Guashpa, A. P. (2020). *Gestión del turismo rural como alternativa de desarrollo sostenible local en el Cantón Santiago de Píllaro, Provincia de Tungurahua*. Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Retrieved from <http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/handle/123456789/1318>
- Asadobay, A. P. (2020). Gestión del turismo rural como alternativa de desarrollo sostenible local en el Cantón Santiago de Píllaro, Provincia de Tungurahua. (*Tesis de Posgrado*). Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Guayaquil. Retrieved from <http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/bitstream/handle/123456789/1318/Gesti%C3%B3n%20del%20turismo%20rural%20como%20alternativa%20de%20desarrollo%20sostenible%20local%20en%20el%20Cant%C3%B3n%20Santiago%20de%20P%C3%ADllaro%2C%20Provincia%20de%20Tungurahua.pdf>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación. Serie integral por competencias* (3ra. Edición ed.). México:: Grupo Editorial Patria.
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la Investigación* (Cuarta Edición ed.). Colombia : Pearson .

Brazales Herrera, D. F. (2017). Agroturismo Esencia y Características. *Turismo Alternativo-Eje Estratégico en el Desarrollo Rural*. Guayaquil. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/331407876_AGROTURISMO_ESENCIA_Y_CARACTERISTICAS

Cabanilla, E., Camacho, S., Carrillo-Flores, R., Garrido Cornejo, C., Jurado Moreno, P., Longart, P., . . . Oviedo, M. S. (2021). *Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el covid-19*. Ecuador: Ediciones Abya Yala. Retrieved from <http://www.congope.gob.ec/?publicacion=turismo-y-desarrollo-desde-un-enfoque-territorial-y-el-covid-19>

Cabezas Mejia, E. D., Andrade Naranjo, D., & Torres Santamaria, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Ecuador. Retrieved from <http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf>

Cañizares, M. (2020). Sostenibilidad y Turismo: de la Documentación Internacional a la Planificación en España «Horizonte 2020». *Boletín de la Asociación de Geógrafos*.

Cardoso Carreño, D. C. (2019). Análisis de la gestión de turismo rural en función del desarrollo local. *COODES*, 7(1), 54-63. Retrieved from <https://coodes.upr.edu.cu/index.php/coodes/article/view/212/399>

Coronel Morán, R. d., & Pino Barrantes, C. M. (2019). *El turismo sostenible como estrategia de desarrollo local: Análisis de los resultados del proyecto “Promoviendo el turismo rural, sostenible y ecoeficiente en el valle de los volcanes, Arequipa”*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Peru. Retrieved from https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/15650/CORONEL_MORAN_PINO_BARRANTES.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Crosby, A. (2021 , Junio 13). *Futuro del turismo rural en la postpandemia: ¿Qué pasara?* Retrieved from HOSTELTUR : Futuro del turismo rural en la postpandemia: ¿Qué pasara?

Del Cid, A., Mendez, R., & Sandoval, F. (2011). *Investigacion Fundamentos y Metodologia* (Segunda Edicion ed.). Mexico: Pearson Educacion.

Diaz, G. (2017). *Turismo y desarrollo local*. Universidad Rafael Landivar. Retrieved from <http://www.pasosonline.org/Publicados/15217/PASOS52.pdf#page=49>

Ecuadorianas, A. d. (2016). *Guia metodologica para la elaboracion de planes de desarrollo turistico cantonal*. Retrieved from <https://amevirtual.gob.ec/guia-metodologica-para-la-elaboracion-de-planes-de-desarrollo-turistico-cantonal/>

Esparza Huamanchumo, R. M., Gamarra Flores, C. E., & Barrantes, D. A. (2020). *El Ecoturismo como reactivador de los emprendimientos locales en áreas naturales protegidas*. Universidad Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Peru. Retrieved from <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-436.pdf>

Fernandez Bedoya, V. H. (2020). *Tipos de justificación en la investigación científica*. Universidad Cesar Vallejo, Peru. doi:<http://orcid.org/0000-0002-2464-6477>

Fernandez Bedoya, V. H. (2020). *Tipos de justificación en la investigación científica*. Universidad Cesar Vallejo. doi:Tipos de justificación en la investigación científica

Fernández, V. H. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. 4(3), 65-76. doi:<https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.207>

GADPRSPV. (2020). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Loja: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural San Pedro de Vilcabamba.

Gambarrota, D. M., & Lorda, M. A. (2017). *El turismo como estrategia de desarrollo local*. Universidad de los Andes. Retrieved from <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=347753793006>

González Domínguez, I., Osorio García, M., & Delgado Cruz, A. (2021). *Empoderamiento en el turismo rural. Propuesta de un instrumento de medición*. Universidad de Alicante. Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, México. doi:10.14198/INTURI2021.22.4

GPL. (2015). *Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial de la provincia de Loja*. Gobierno Provincial de Loja, Loja. Retrieved from <https://prefecturaLoja.gob.ec/documentos/lotaip/2019/PDOT-2019.pdf>

Guinjoan, E., Badia, A., & Tulla, A. F. (2016, julio 7). El nuevo paradigma de desarrollo rural. Reflexión teórica y re conceptualización a partir de la Rural. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, 71, , 179–204. Retrieved from <https://doi.org/10.21138/bage.2279>

Hernández Sampieri, C. F., & Baptista Luicio, P. (2018). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana,.

Hernández, R., Fernández, C., & y Baptista, M. (2018). *Metodología de la investigación* (6th ed.). México, México: Mc Graw Hill Education.

Hocsman, L. D. (2015, Junio 16). Agricultura Familiar y descampesinización. Nuevos sujetos para el desarrollo rural modernizante. *Perspectivas Rurales. Nueva Época*, 13 (25), 11–27. Retrieved from [//www.revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales/article/view/6382](http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales/article/view/6382)

Loor Bravo, L., Alonso Aleman, A., & Perez Perez, M. (2018). *La actividad turística en el Ecuador: "Turismo consciente o Turismo tradicional?"* Universidad Técnica de Manabí,

Universidad de La Habana. Retrieved from file:///C:/Users/USER/Downloads/1195-Art%C3%ADculo-3506-2-10-20190722.pdf

Madroñero Palacios, S., & Guzmán-Hernández, T. (2018). Desarrollo sostenible Aplicabilidad y sus tendencias. *Tecnología en Marcha*, 31(3), 122-130. Retrieved from https://repositorio.ulatina.ac.cr/bitstream/20.500.12411/1567/1/TFG_Ulatina_Carlos_Aguilar_Avenda%C3%B1o_20190121362.pdf

MINTUR. (2018). Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos. Retrieved from <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRACTIVOS-TURISTICOS.pdf>

Molina, T., & Josselyn, S. (2020). *Turismo rural como alternativa para el desarrollo sostenible de la parroquia Guala, cantón Quito. orientado a las haciendas y fincas.* Unisersidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Quito.

Mora Forero, J. A., & Bohorquez Patiño, L. (2018). *El Turismo rural comunitario. Una oportunidad en el posconflicto Colombiano?* Programa de Administracion de Empresas Turisticas y Hoteleras. Retrieved from https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/17812/riturem_2_2_4.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Moral, M., Fernández, M., & Sánchez, M. (2019). Análisis del turismo rural y de la sostenibilidad de los alojamientos rurales. *Revista Espacios*, 3-17.

Navarro Celis, F., Almaguer Covarrubias, R., Moreno Velazco, F., & Norma Patricia, H. R. (2020). Estrategias comunicacionales en el turismo. *Revista de Ciencias Sociales*. Universidad del Zulia. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7384407>

Noboa Abdo, L. A. (2022). *Retos del turismo comunitario como una alternativa local frente al modelo de turismo neoliberal globalizado.* Universidad Andina Simon Bolivar, Quito, Ecuador.

OMT. (2018). *Organización Mundial del Turismo y Organización de los Estados Americanos.* Loja. doi:<https://doi.org/10.18111/9789284419937>

Panosso, A., & Lohmann, G. (2012). *Teoría del turismo: concepto, modelos y sistema.* Retrieved from <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Teor%C3%ADa-del-Turismo-Conceptos-modelos-y-sistemas-de-Panosso-PDF.pdf>

PDOT . (2019). *n el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Quilanga 2019 – 2023.* Quilanga .

Ponce Macias, M. A., Loor Bravo, L., & Plaza Macias, N. (2022). *Turismo rural como contribución al desarrollo territorial de la parroquia Abdón Calderón de Portoviejo-Ecuador*. Universidad Tecnica de Manabi, Ecuador.

Ricaurte Quijano, C. (2009). *Matriz para el diagnóstico turístico local*. Retrieved from <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/07/Ricaurte.-Manual-diagnostico-turistico-local.-Guia-planificadores.-2000.-50-pgs.pdf>

Riestra, L. (2018). Las dimensiones del desarrollo sostenible como paradigma para la construcción de las políticas públicas en Venezuela. *21*(1), 24-33. Retrieved from Las dimensiones del Desarrollo sostenible como paradigma para la construcción de las políticas públicas en Venezuela: <http://oaji.net/articles/2019/7118-1556541279.pdf>

Rodriguez Basso, S., Ramirez Perez, J. F., & Perez Hernandez, I. (2021). *Experiencia de gestión sociocultural para el desarrollo local a nivel de Consejo Popular*. Universidad de Pinar del Rio. Retrieved from http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2310-340X2021000200509

Ruiz Ramirez, W. (2022). *Gestión ambiental y desarrollo local de la municipalidad provincial de San Martín*. Universidad Cesar Vallejo, Peru. Retrieved from <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/79527>

Sancho, A. (2016). *Introducción del Turismo*. Retrieved from <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/>

Sancho, A., Buhalis, D., Gallego, J., Mata, J., Navarro, S., Osorio, E., . . . Ruiz, P. (2011). *Introducción al Turismo. Introducción al Turismo- Organización Mundial del Turismo*. Organización Mundial del Turismo. Retrieved from <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>

UNWTO. (2019). *UNWTO Tourism Definitions*. World Tourism Organization (UNWTO), Madrid. Retrieved from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>

UNWTO. (2020). Retrieved from <https://www.unwto.org/es/turismo-rural>

UNWTO. (2022). *LA RECUPERACIÓN DEL TURISMO GANA IMPULSO TRAS LA DISMINUCIÓN DE LAS RESTRICCIONES Y EL AUMENTO DE LA CONFIANZA*. Retrieved from <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>

Valdez Pineda, D. I., & Ochoa Silva, B. (2015). *Turismo Rural*. Universidad Autonoma de Chiapas. Retrieved from <https://www.itson.mx/publicaciones/Documents/ciencias-economico/turismorural.pdf>

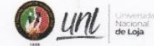
Varizco, C. (2016). Turismo Rural: Propuesta Metodológica . *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(1), 153-167. Retrieved from http://www.pasosonline.org/Publicados/14116/PS116_10.pdf

Vera, I. A., & Mendoza, M. J. (2020). ROTUR, Revista de Ocio y Turismo Modelo de gestión del turismo comunitario orientado hacia el desarrollo sostenible de la comunidad de Ligüiqui en Manta, Ecuador. *ROTUR, Revista de Ocio y Turismo*, 1-22. doi:DOI: <https://doi.org/10.17979/rotur.2020.14.1.5849>

11. Anexos

Anexo 1 Modelo de entrevista

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
MAESTRIA TURISMO MENCION EN GESTION E INNOVACION DE DESTINOS



TEMA DE LA INVESTIGACION: Turismo Rural como alternativa de desarrollo local para la parroquia San Pedro de Vilcabamba

Formulario N°:..... **Fecha de la encuesta:**

Encuestador: Don Carlos Alberto Arévalo Abad

Objetivo de la aplicación de la encuesta: Determinar el perfil del visitante que llega a la parroquia San Pedro de Vilcabamba

Confidencialidad: La presente encuesta es de carácter anónimo y los datos obtenidos son totalmente confidenciales

INSTRUCCIONES

1. Conteste todas las preguntas
2. Marque con una X dentro del paréntesis que indique su respuesta

INFORMACION GENERAL

Género: Masculino () Femenino () Otros () Edad:

VARIABLE	PARAMETRO				
	Muy de Acuerdo	De Acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
¿Considera usted que la actividad turística en la parroquia San Pedro de Vilcabamba es buena?					
¿Considera que el actuar de las autoridades con respecto de la actividad turística en la Parroquia San Pedro de Vilcabamba es el adecuado?					
¿Cree que la infraestructura turística de la parroquia San Pedro de Vilcabamba es apta para desarrollar el turismo rural?					
¿El acceso hacia los recursos y atractivos turísticos de la parroquia San Pedro de Vilcabamba está en buen estado?					
¿Cree usted que los recursos y atractivos turísticos de la parroquia San Pedro de Vilcabamba son adecuados para desarrollar turismo rural?					
¿Los recursos naturales con los que cuenta la parroquia es atractiva para los visitantes?					
¿Cree usted que se ha desarrollado la parroquia como para ofertarse turísticamente?					
¿La ganancias obtenidas por las actividades ofertadas cumplen con las expectativas económicas personales?					

Observaciones:

Anexo 2
Modelo de encuesta

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
MAESTRIA TURISMO MENCION EN GESTION E INNOVACION DE DESTINOS



TEMA DE LA INVESTIGACION: Turismo Rural como alternativa de desarrollo local para la parroquia San Pedro de Vilcabamba

Formulario N°:..... Fecha de la encuesta:

Encuestador: Don Carlos Alberto Arévalo Abad

Objetivo de la aplicación de la encuesta: Determinar el perfil del visitante que llega a la parroquia San Pedro de Vilcabamba

INSTRUCCIONES

- Conteste todas las preguntas
- Marque con una X dentro del paréntesis que indique su respuesta

INFORMACION GENERAL

Género: Masculino () Femenino () Otros () Edad:

Instrucción	Ocupación	Nivel de Gasto	Edad
1 Primaria <input type="checkbox"/>	1 Estudiante <input type="checkbox"/>	1 \$20 a \$40 diarios <input type="checkbox"/>	1 De 18-25 años <input type="checkbox"/>
2 Secundaria <input type="checkbox"/>	2 Empleado <input type="checkbox"/>	2 \$40 a \$60 diarios <input type="checkbox"/>	2 De 26-33 años <input type="checkbox"/>
3 Tecnología <input type="checkbox"/>	3 Desempleado <input type="checkbox"/>	3 \$60 a \$80 diarios <input type="checkbox"/>	3 De 34-41 años <input type="checkbox"/>
4 Universidad <input type="checkbox"/>	4 Emprendedor <input type="checkbox"/>	4 \$ Más de 80 diarios <input type="checkbox"/>	4 De 42-49 años <input type="checkbox"/>
5 Master <input type="checkbox"/>	5 Ama de casa <input type="checkbox"/>		5 De 50-65 años <input type="checkbox"/>
6 Doctorado <input type="checkbox"/>	6 Comerciante <input type="checkbox"/>		
	7 Jubilado <input type="checkbox"/>		
Motivación del Viaje	Que temporada le gustaría viajar	Que tiempo le gustaría estar en la parroquia	Que actividades le gustaría realizar en la Parroquia San Pedro de Vilcabamba
1 Turismo <input type="checkbox"/>	1 Entre semana <input type="checkbox"/>	1 Menos de Un día <input type="checkbox"/>	1 Participar en caminatas en el Bosque Protector <input type="checkbox"/>
2 Negocio <input type="checkbox"/>	2 Fines de semana <input type="checkbox"/>	2 21 día <input type="checkbox"/>	2 Visitar los emprendimientos <input type="checkbox"/>
3 Familia <input type="checkbox"/>	3 Feriados nacionales <input type="checkbox"/>	3 32 días <input type="checkbox"/>	3 Degustación de gastronomía típica y cerveza artesanal <input type="checkbox"/>
4 Estudio <input type="checkbox"/>	4 Vacaciones del trabajo <input type="checkbox"/>	4 3 o más días <input type="checkbox"/>	4 Asistir a fiestas tradicionales y visita a lugares culturales <input type="checkbox"/>
	5 Por motivos de trabajo <input type="checkbox"/>		5 Acampar <input type="checkbox"/>
Con quien viaja	Que servicios utiliza en sus viajes	Que medios utiliza para informarse sobre actividades turísticas	6 Avistamiento de flora y fauna <input type="checkbox"/>
1 Solo <input type="checkbox"/>	1 Transporte <input type="checkbox"/>	1 Televisión <input type="checkbox"/>	7 Recorrido por lagunas, cascadas y ríos <input type="checkbox"/>
2 Pareja <input type="checkbox"/>	2 Alimentación <input type="checkbox"/>	2 Radio <input type="checkbox"/>	8 Adquisición de artesanías <input type="checkbox"/>
3 En familia <input type="checkbox"/>	3 Alojamiento <input type="checkbox"/>	3 Redes Sociales <input type="checkbox"/>	9 Visita de fincas cafetaleras <input type="checkbox"/>
4 Con amigos <input type="checkbox"/>	4 Guianza <input type="checkbox"/>	4 Prensa <input type="checkbox"/>	10 Pesca Deportiva <input type="checkbox"/>
		5 Boca a Boca B2B <input type="checkbox"/>	11 Actividades de Apicultura <input type="checkbox"/>

Anexo 3
Certificación del Abstract

Lic. Fernando Poma

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, MENCIÓN IDIOMA INGLÉS

CERTIFICA:

Que el documento aquí compuesto es fiel traducción del idioma español a idioma inglés del resumen para el trabajo de titulación denominado **“Turismo rural como alternativa de desarrollo local para la parroquia San Pedro de Vilcabamba” Loja 2022 – 2023**, del estudiante **CARLOS ALBERTO AREVALO ABAD**, con número de cédula **1104602253**, de la Maestría en turismo, mención Gestión e Innovación de Destinos, de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa.

Lo certifico en honor a la verdad y autoriza al interesado hacer uso del mismo en lo que a sus intereses convenga.

Loja, 28 de enero del 2023



Lic. Fernando Poma

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, MENCIÓN IDIOMA INGLÉS
CÓDIGO SENESCYT

ACCIÓN DE PERSONAL: 5197517-11D01-RRHH-AP