



**UNL**

Universidad  
Nacional  
de Loja

# Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Turismo

## **“Ecoturismo en el Cerro Villonaco alto como complemento al turismo de la Central Eólica Villonaco”**

**Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo**

AUTOR:

Luis Gustavo Naranjo Coronel

DIRECTOR:

Ing. Jhohana Mercedes Larrea Silva. Mg. Sc.

LOJA - ECUADOR

2023

Loja, 21 de marzo de 2023

Ing. Jhohana Mercedes Larrea Silva Mg. Sc.

**DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR**

**CERTIFICO:**

Que he revisado y orientado todo proceso del Trabajo de Integración Curricular denominado: **“Ecoturismo en el Cerro Villonaco alto como complemento al turismo de la Central Eólica Villonaco”** previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo, de la autoría del estudiante: **Luis Gustavo Naranjo Coronel**, con cedula de identidad Nro. **1150036042** 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.

**Firma:**

Ing. Jhohana Mercedes Larrea Silva Mg. Sc.

**DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

## **Autoría**

Yo, **Luis Gustavo Naranjo Coronel**, declaro ser el autor del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a 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 Integración Curricular, en el Repositorio Institucional - Biblioteca Virtual.

**Firma:**

**Cedula de identidad:** 1150036042

**Fecha:** 21 de marzo del 2023

**Correo electrónico:** [luis.naranjo@unl.edu.ec](mailto:luis.naranjo@unl.edu.ec)

**Teléfono:** 0988284055

**Carta de autorización por parte del autor, para la consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica de texto completo, del Trabajo de Integración Curricular.**

Yo, **Luis Gustavo Naranjo Coronel**, declaro ser autor del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Ecoturismo en el Cerro Villonaco alto como complemento al turismo de la Central Eólica Villonaco**, como requisito para optar el título de: **Licenciado en Turismo**, 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 Integración Curricular que realice un tercero.

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

**Firma:**

**Autor:** Luis Gustavo Naranjo Coronel

**Cédula:** 1150036042

**Dirección:** Loja, Loja, barrio Los Eucaliptos

**Correo electrónico:** [luis.naranjo@unl.edu.ec](mailto:luis.naranjo@unl.edu.ec) / [lranjo10@gmail.com](mailto:lranjo10@gmail.com)

**Celular:** 0988284055

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Directora del Trabajo de Integración Curricular:** Ing. Jhohana Mercedes Larrea Silva Mg. Sc.

## **Dedicatoria**

El presente trabajo de investigación se lo dedico de manera especial a mis padres Luis Alfonso Naranjo y Rosa Margarita Coronel quienes son el apoyo incondicional para lograr cada una de mis metas.

A mis hermanos y hermanas por siempre estar junto a mí a cada instante, por ser mis compañeros y amigos de vida en este maravilloso equipo llamado familia.

*Luis Gustavo Naranjo Coronel*

## **Agradecimiento**

Mi lealtad y gratitud eterna a la Universidad Nacional de Loja, a la Carrera de Turismo, y quienes forman parte de su planta docente y administrativa, quienes han sido uno de los pilares importantes en la enseñanza y fortalecimiento en el crecimiento de mis conocimientos impartidos por los mismos, que contribuyen inmensamente a mi formación como futuro profesional del turismo.

A la Ing. Jhohana Mercedes Larrea Mg. Sc. directora del trabajo de integración curricular por su tiempo y apoyo aportando con sus valiosos conocimientos durante el desarrollo de mi carrera.

A toda mi familia, abuelitos, padres, hermanos, tíos y primos por el cariño, la comprensión, por la motivación y la confianza que me brindan para seguir adelante.

Y finalmente a los compañeros de aula que se convirtieron en familia gracias por el tiempo, las sonrisas, las tristezas, las aventuras y la compañía durante estos 4 años de carrera. Para todos ustedes mi gratitud y aprecio.

*Luis Gustavo Naranjo Coronel*

## Índice de contenidos

Portada.....	i
Certificación .....	ii
Autoría.....	iii
Carta de autorización.....	iv
Dedicatoria .....	v
Agradecimiento .....	vi
Índice de contenidos.....	vii
Índice de Tablas.....	x
Índice de figuras .....	xii
Índice de Anexos .....	xii
1. Título.....	1
2. Resumen.....	2
2.1. Abstract.....	3
3. Introducción .....	4
4. Marco teórico.....	6
4.1. Marco conceptual .....	6
4.1.1. Turismo.....	6
4.1.2. Importancia del Turismo a nivel Mundial. ....	7
4.1.3. Importancia del Turismo en la Economía.....	8
4.1.4. Turismo como Estrategia de desarrollo Local y Regional.....	9
4.1.5. Turista.....	9
4.1.6. Ecoturismo.....	10
4.1.7. Tipos de Ecoturismo .....	10
4.1.8. Atractivos Ecoturísticos y su clasificación: .....	11
4.1.9. Características de Ecoturismo.....	12
4.1.10. Superestructura Turística .....	12
4.1.11. Criterios Fundamentales para la zonificación.....	12
4.1.12. Clasificación de Instalaciones de Montaña.....	13
4.1.13. Ventajas del Ecoturismo .....	14

4.1.14. Desventajas del Ecoturismo.....	15
4.1.15. Demanda Ecoturística.....	15
4.1.16. Oferta Ecoturística.....	15
4.1.17. Oferta Turística:.....	16
4.1.18. Demanda Turística:.....	16
4.2. Marco Referencial.....	16
4.2.1. El Ecoturismo y el turismo rural en la región altas montañas de Veracruz, México: potencial, retos, realidades - Riviera Hernández.....	16
4.2.2. Ecoturismo y desarrollo rural: Beneficios del ecoturismo para las comunidades rurales de Santa Cruz.....	16
4.2.3. Ecoturismo Cerro Negro - Leániz Pérez, Francisco Arias.....	17
4.2.4. Proyección del Ecoturismo en el Cerro del Churrichurri ubicado en el Guacamayo Santander.....	17
5. Metodología.....	19
5.1. Área de estudio.....	19
5.2. Materiales y métodos.....	20
5.2.1. Materiales.....	20
5.2.2. Materiales de oficina:.....	20
5.2.3. Materiales de campo.....	20
5.3. Métodos de investigación.....	20
5.3.1. Técnicas.....	20
5.4. Población y muestra.....	21
5.4.1. FODA.....	22
5.4.2. FODA Cruzado.....	22
5.5. Metodología por objetivos.....	22
5.5.1. Metodología para desarrollar el Objetivo 1.....	22
5.5.2. Metodología para desarrollar el Objetivo 2.....	22
5.5.3. Métodos para desarrollar el Objetivo 3.....	23
6. Resultados.....	24
6.1. Diagnóstico ecoturístico del Cerro Villonaco Alto.....	24
6.1.1. Análisis Interno.....	24
6.1.2. Cerro Villonaco Alto.....	24
1.1.2. Análisis Externo.....	40



1.2. Necesidades de desarrollo ecoturístico desde los demandantes de esta tipología de turismo.....	60
1.2.1. Segmentación de Mercado.....	66
1.2.2. Perfil del Turista .....	68
1.3. Estrategias de desarrollo ecoturístico complementando actividades y servicios ofertadas en la Central Eólica Villonaco.....	68
1.3.1. Análisis FODA .....	68
1.3.2. FODA Estratégico .....	70
1.3.3. Estrategias Determinadas a Desarrollar .....	74
1.3.4. Estrategias planteadas en el FODA Estratégico .....	74
7. Discusión.....	83
8. Conclusiones .....	85
9. Recomendaciones.....	86
10. Bibliografía.....	87
11. Anexos.....	92

## Índice de Tablas

Tabla 1: Tipología de Turismo.....	6
Tabla 2: Ubicación de las zonas de Camping.....	30
Tabla 3: Ubicación de Infraestructura Turística.....	35
Tabla 4: Poblados del Cerro Villonaco .....	38
Tabla 5: Barrios de la Parroquia El Tambo.....	39
Tabla 6: Barrios Parroquia Catamayo .....	42
Tabla 7: Barrios Parroquia Sucre .....	43
Tabla 8: Clasificación de Atractivos Ecoturísticos .....	46
Tabla 9: Cerro Villonaco.....	47
Tabla 10: Centro de Interpretación Eólica Villonaco.....	48
Tabla 11: Parapente.....	49
Tabla 12: Iglesia Virgen de Guadalupe.....	50
Tabla 13: Laguna de Payanchi .....	51
Tabla 14: Urna Virgen del Cisne.....	52
Tabla 15: Central Eólica Villonaco .....	53
Tabla 16: Campeonato de Futbol El Villo .....	54
Tabla 17: Restaurante Eólico .....	55
Tabla 18: Cuy Asado.....	56
Tabla 19: Sancocho .....	57
Tabla 20: Fritada .....	58
Tabla 21: Cecina.....	59
Tabla 22: Arveja con Guineo .....	60
Tabla 23: Género.....	61
Tabla 24: Estado Civil.....	61
Tabla 25: Ocupación .....	61
Tabla 26: Lugar de Residencia.....	62
Tabla 27: Ingresos Mensuales .....	62
Tabla 28: Ubicación del Cerro .....	62
Tabla 29: Consideración del cerro .....	63
Tabla 30: Con quienes visitaría el cerro Villonaco alto .....	63
Tabla 31: Visitas a la Central Eólica.....	63
Tabla 32: Motivaciones para visitar el cerro Villonaco .....	64

Tabla 33: Actividades que complementes a la central Eólica .....	64
Tabla 34: Infraestructura Turística .....	64
Tabla 35: Oferta de paquetes.....	65
Tabla 36: Precio de paquetes.....	65
Tabla 37: Promoción de paquetes .....	65
Tabla 38: Canales de Distribución .....	66
Tabla 39: Foda Simple .....	68
Tabla 40: Foda Estratégico.....	70
Tabla 41: Estrategia 1 .....	74
Tabla 42: Estrategia 2 Plantear un plan de promoción del Cerro Villonaco .....	78
Tabla 43: Estrategia 3 Plan de capacitación en temas Ecoturísticos .....	79
Tabla 44: Estrategia 4 Sugerir un plan de señalética turística.....	80
Tabla 45: Estrategia 5 Plan de motivación a empresas de turismo para potenciar y promocionar el cerro Villonaco y el turismo de la CEV. ....	81

## Índice de figuras

Figura 1: Mapa de Ubicación del Cerro Villonaco .....	19
Figura 2: Mapa del Cerro Villonaco.....	24
Figura 3: Atardeceres .....	27
Figura 4: Vista centra Eólica.....	27
Figura 5: Vista Ciudad de Catamayo .....	28
Figura 6: Amaneceres.....	28
Figura 7: Vista Ciudad de Loja .....	29
Figura 8: Zona de Camping.....	30
Figura 9: Zona 1 .....	31
Figura 10: Zona 2 .....	31
Figura 11: Zona 3 .....	32
Figura 12: Zona 4 .....	32
Figura 13: Zona 5 .....	33
Figura 14: Senderos.....	34
Figura 15: Zonas para Infraestructura Ecoturística .....	35
Figura 16: Zonas para deportes de Aventura .....	37
Figura 17: Mapa Parroquia El Tambo .....	39
Figura 18: Mapa Parroquia Catamayo .....	41
Figura 19: Parroquia Sucre.....	43
Figura 20: Barrio Eucaliptos .....	44

## Índice de Anexos

Anexo 1: Certificado de designación de directo .....	92
Anexo 2: Certificado del Abstract.....	93
Anexo 3: Fichas para levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos .....	103
Anexo 4: Encuesta.....	115
Anexo 5: Esquema de FODA Simple .....	118
Anexo 6: Esquema de FODA Estratégico.....	119
Anexo 7: Esquema para proponer Estrategias de desarrollo Ecoturístico. ....	119

## **1. Titulo**

**“Ecoturismo en el Cerro Villonaco alto como complemento al turismo de la Central Eólica Villonaco”**

## 2. Resumen

El presente trabajo de investigación fue realizado a fin de generar Ecoturismo en el cerro Villonaco, ubicándose al sur occidente de la ciudad de Loja en los límites del cantón Loja y Catamayo, siendo el recurso natural más visitado en la ciudad de Loja, la propuesta se planteó para complementar el turismo generado en la Central Eólica. Esta consistió en un diagnóstico ecoturístico del cerro Villonaco y sus alrededores, análisis la demanda de nuestros posibles visitantes con una encuesta, y al final generar de estrategias para desarrollar el ecoturismo en el lugar. Para desarrollar los objetivos se evaluó interna y externamente al cerro y sus alrededores, aplicando las fichas de Carla Ricaurte, fichas de jerarquización de atractivos turísticos, determinando así las potencialidades turísticas de la zona para el ecoturismo; en el segundo objetivo se realizó una encuesta de 17 preguntas con preferencias de los potenciales demandantes en esta tipología de turismo, estas se aplicaron en la Central Eólica Villonaco de manera presencial, comunidades cercanas y vía online. Finalmente el tercer objetivo se generó estrategias claves para desarrollar ecoturismo en el cerro Villonaco y sus alrededores, además un análisis Foda y Foda estratégico con la información de los resultados de los objetivos 1 y 2, originando 5 estrategias, las cuales plantean distintos productos y actividades claves para el ecoturismo en el lugar. Definiendo que el cerro Villonaco alto cumple con características para generar ecoturismo basado en zonas para actividades de ocio, infraestructura, además de la riqueza natural y turismo rural en las comunidades cercanas, luego una demanda que busca nuevas tipologías de turismo natural que se desarrollaran una vez se ejecuten las 5 estrategias propuestas junto a las comunidades aledañas involucradas con el proyecto de Ecoturismo.

***Palabras Clave:*** Ecoturismo; sostenibilidad; demandantes; recursos naturales; comunidades; estrategias.

***Clasificación JEL:*** Q56; Q33.

## **2.1. Abstract**

This research work was conducted in order to generate ecotourism in the Villonaco hill, located southwest of the city of Loja in the limits of the canton Loja and Catamayo, being the most visited natural resource in the city of Loja, the proposal was proposed to complement the tourism generated in the Wind Power Plant. This consisted of an ecotourism diagnosis of Villonaco Hill and its surroundings, analysis of the demand of our potential visitors with a survey, and finally generate strategies to develop ecotourism in the place. In order to develop the objectives, the hill and its surroundings were evaluated internally and externally, applying Carla Ricaurte's cards, hierarchy cards of tourist attractions, thus determining the tourist potential of the area for ecotourism; in the second objective, a survey of 17 questions with preferences of the potential demanders in this type of tourism was conducted, these were applied in the Villonaco Wind Farm in person, nearby communities and via online. Finally, the third objective generated key strategies to develop ecotourism in Villonaco Hill and its surroundings, in addition to a SWOT and strategic SWOT analysis with the information from the results of objectives 1 and 2, resulting in 5 strategies, which propose different products and key activities for ecotourism in the area. Defining that the high Villonaco hill has characteristics to generate ecotourism based on areas for leisure activities, infrastructure, in addition to the natural wealth and rural tourism in nearby communities, then a demand that seeks new types of natural tourism to be developed once the 5 proposed strategies are implemented with the surrounding communities involved with the ecotourism project.

**Key words:** Ecotourism; sustainability; demand; natural resources; communities; strategies.

**Clasificación JEL:** Q56; Q33.

### 3. Introducción

(Llugsha, 2021) menciona que desde la historia el turismo es una opción global para conservación del medio ambiente y el desarrollo de los pueblos, para nueva era post covid se espera que evolucione con destinos más creativos, diversos y sostenibles, para adaptarse a un turismo menos invasivo.

Según (Rodríguez, 2020), el turismo es parte de los mejores sectores económicos del mundo, los recursos naturales, culturales y patrimoniales que supone una cadena de valor que, gestionada, promocionada y comercializada sosteniblemente mejora el desarrollo socioeconómico de poblaciones locales.

Según (Montoya, 2022) el ecoturismo promueve el turismo responsable y sostenible a través de varios principios en turismo como, medios de viaje, restauración, hospedaje, hoteles, etc., reduce el impacto negativo y genera experiencias positivas en visitantes, habitantes y residentes.

Además, según (Vanegas, 2016), es un turismo alternativo que tiene por objeto generar un turismo con experiencias de escenarios naturales, la conservación, diversificando la oferta y generando desarrollo sostenible.

En el Ecuador el ecoturismo (Quintero, 2019) es considerado como un eje estratégico para la sostenibilidad del Ecuador, ya que responde a las políticas públicas generadas en el país, en las cuales los factores de promoción turística, plan de desarrollo y Plan de Turismo 2030 son pieza clave para desarrollo sostenible.

El Cerro Villonaco es uno de los recursos naturales más importantes de la ciudad de Loja, ubicado en una zona en los límites del cantón Loja y Catamayo, tiene zonas con potencialidades turísticas identificadas para actividades relacionadas con la naturaleza principalmente, que hasta la fecha no han sido aprovechadas; igualmente cuenta con algo de infraestructura ecoturística y un atractivo turístico de gran importancia denominado Central eólica Villonaco el mismo que está consolidado como uno de los principales generadores de turismo en la ciudad de Loja.

Las comunidades y poblados cercanos al cerro Villonaco poseen un potencial turístico que complementado con el Cerro Villonaco permitiría generar un turismo rural y la vez sostenible; estas características hacen posible esta investigación, puesto que en otros escenarios como México (Rivera, 2018) y Uruguay (Arias, 2019), este tipo de actividades ecoturísticas son viables en zonas montañosas y ecosistemas con potencial natural además de la importancia



de incluir a las comunidades como factor de desarrollo para el ecoturismo, generando de esta manera un turismo rural, sostenible y responsable con el ambiente.

Para el presente Trabajo de Integración curricular titulado “Ecoturismo en el cerro Villonaco Alto como complemento a la Central Eólica Villonaco” se planteó tres objetivos específicos que ayudarán a dar una respuesta a la problemática investigada, estos son: “Realizar un diagnóstico ecoturístico del cerro Villonaco Alto” “Diagnosticar las necesidades de desarrollo ecoturístico desde los demandantes de esta tipología de turismo” “Proponer estrategias de desarrollo ecoturístico para complementar las actividades y servicios que se ofertan en la Central Eólica Villonaco”

La investigación permitió conocer el potencial ecoturístico que tiene el cerro y sus comunidades y los sitios o zonas donde se puede desarrollar el mismo a través de algunas estrategias. Sin embargo, se presentaron a lo largo de la presente investigación algunas limitaciones como el acceso limitado a información básica y geográfica del cerro Villonaco y las comunidades cercanas, también el desconocimiento de los pobladores sobre la importancia del desarrollo turístico como fuente generadora de ingresos.

Otro factor importante que limitó el desarrollo de la presente investigación se debió a la emergencia sanitaria generada por el COVID 19 y sus variantes, que afectaron en la recolección de información principalmente.

## 4. Marco teórico

### 4.1. Marco conceptual

#### 4.1.1. Turismo

Según la Organización Mundial de Turismo “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno natural por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos.” (Cambridge, 2014)

Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas. (Universitaria de Murcia, 2012)

El Turismo son actividades que realizan las personas durante sus viajes en distintos lugares al de su entorno habitual por un periodo inferior a un año, por motivos de ocio, negocios.

#### 4.1.1.1. Tipos de Turismo

El mundo del turismo tiene muchas tipologías los cuales se practican y conllevan a la par la búsqueda de descanso, disfrute y ocio. Pero la principal importancia es las experiencias que dejan el mundo del turismo. Esta clasificación no es definitiva solo se pretende mostrar la realidad turística en la que están inmersos.

**Tabla 1**

*Tipología de Turismo*

<b>Corporal</b>	<b>De Salud</b>	Medico De bienestar
	<b>De gestación</b>	De parto Abortivo
	<b>Sexual</b>	
	<b>activo</b>	De aventura Deportivo
<b>Intelectual</b>	<b>Religioso</b>	Artístico/patrimonial
	<b>Educativo</b>	Congresos y ferias Idiomático Científico
	<b>Gastronómico</b>	
	<b>Virtual</b>	
	<b>De transferencia</b>	De compras De ventas De canje
<b>Material</b>	<b>De Negocios</b>	

	<b>Empresarial</b>	
	<b>De lujo</b>	
		Responsable
	<b>De naturaleza</b>	Recreativo
		Negativo
		Etnográfico
	<b>Social</b>	Solidario
<b>Ambiental</b>		Rural
		De Celebraciones
		De dolor
	<b>De la muerte</b>	De terror
		Suicida
	<b>Del universo</b>	Astronómico
		Espacial

#### 4.1.2. *Importancia del Turismo a nivel Mundial.*

El turismo desde sus inicios se ha convertido en uno de los sectores socio-económicos más importantes a nivel mundial, la infraestructura, los servicios turísticos se adecuan de acuerdo a las necesidades de los turistas. Por ello, es importante analizar los beneficios que otorga esta actividad a nivel mundial, desde la generación de divisas y empleos, de qué manera influye en el desarrollo de un país, así como la disminución de la pobreza. (Santiago, 2018).

La importancia del turismo radica en la generación de ingresos y divisas a los diversos países, como países desarrollados para ser una vía de desarrollo, esto permite la creación de nuevas empresas, detectar fallas en el servicio que conlleva al mejoramiento en la calidad de los servicios, cumpliendo o superando las expectativas de los clientes, como un promotor de desarrollo para las comunidades menos favorables con la creación de empleos, aspecto cultural, revitalización de culturas que se ha ido perdiendo a lo largo del tiempo, la concienciación a los turistas sobre el cuidado del entorno natural para las generaciones futuras.

**Tabla 2**

#### *Importancia del turismo a nivel mundial*

<b>La importancia del turismo a nivel mundial</b>	
<b>Fenómeno:</b> Social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas fuera de su lugar de origen por diversos motivos y generan un costo turístico( OMT,S.F)	
<b>Económico</b>	Ingreso de divisas Empleos directos e indirectos La mejora de la inversión crea el efecto
<b>Socio-cultural</b>	Contacto entre turista residente Mejoramiento en los servicios públicos,( mejoramiento en la calidad de vida)

Revitalización y preservación de la cultura de la región

Reducción de la pobreza

---

<b>Ambiental</b>	Mejora en la experiencia turística
	Valoración y preservación de los recursos
	Favorece el consumo responsable(genera beneficios económicos)
	Desarrollo equilibrado del medio ambiente

---

#### **4.1.3. Importancia del Turismo en la Economía**

La industria del turismo se caracteriza por su complejidad, no solo por sus elementos que lo conforman sino por los distintos sectores económicos que se desarrollan. Se menciona que el “turismo se ha considerado como una exportación de una región o nación hacia el lugar de destino, país receptor, lugar de acogida, se aumentan los ingresos públicos y se fomenta la actividad empresarial”. (Sancho, utntyh.com, 2019)

El sector turístico es un verdadero impulsor mundial de crecimiento económico y desarrollo. Ante el dinamismo que muestra resulta oportuno indicar los eventos que se producen dentro del entorno así según (Roberto Chérrez, 2021) indica “que impulsa la creación de más y mejores puestos de trabajo y sirve de catalizador de la innovación y el emprendimiento.” La clave para el desarrollo turístico está en combinar tanto crecimiento de personas, patrimonio y medio ambiente local, entonces la creación de propuestas para el desarrollo sostenible en un área geográfica específica es fundamental si se tiene al turismo como un recurso generador de crecimiento económico. La contribución al PIB por parte del turismo, tomando como referencia el 2019 represento el 10,4% a nivel mundial según menciona (City travel and tourism impact graphics Report, 2019) y complementa por (Guevara, 2019) esta cifra refuerza el “papel del turismo como motor económico y de creación de empleo”.

Además, se recalca que según (Juan Brida, 2016) el impacto del turismo en el crecimiento económico de largo plazo se realiza a través de cinco canales, a saber:

- La generación de divisas.
- El estímulo a inversiones en los factores productivos: trabajo, capital físico, tecnología y recursos ambientales.
- El estímulo a otros sectores económicos a través de los efectos directos, indirectos e inducidos.
- La generación de empleo.
- El aprovechamiento de las economías de escala y la rápida expansión del PIB nacional que fomenta aún más el turismo internacional.

#### **4.1.4. Turismo como Estrategia de desarrollo Local y Regional**

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

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

El enfoque del desarrollo económico local busca difundir el desarrollo desde el principio con actores locales, tratando de endogenizar territorialmente las bases de sustentación del crecimiento económico y el empleo productivo. Con ello, además se incrementan las posibilidades de aprovechar las oportunidades de dinamismo externo existentes. El desarrollo regional y el planeamiento turístico integrado deben estar conformados por directrices generales basadas en necesidades identificadas de un área determinada, con orientaciones específicas que tiendan a la gestión y desarrollo permanente del territorio. Es un proceso continuo, permanente y dinámico con una gran interdependencia de los elementos que lo componen, destinado a establecer los objetivos generales del desarrollo, así como el uso, evaluación y jerarquización de los recursos turísticos. (Revista Geográfica Venezolana, 2017)

#### **4.1.5. Turista**

Un turista se puede definir como: “Pasajero que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado”. (Sancho, utntyh.com, 2011) La (OMT) lo define como un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta) si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario.

Entonces en otras palabras, un turista es un visitante, con la condición que debe pernoctar en el destino, esto es, que se quede por al menos 24 horas, pero no más de 1 año; los motivos pueden ser personales, profesionales o de negocios. Persona que decide viajar a otro lugar distinto al habitual y permanecer por un tiempo superior a 24 horas y menor a 1 año generando ingresos al sector.

Otro tipo de persona que deciden viajar pero que no cumplen las mismas características que las de un turista se pueden denominar viajeros, visitantes o Excursionistas ya que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado de destino que visita.

#### **4.1.6. Ecoturismo**

La OMT el Ecoturismo “es toda forma de turismo basado en la naturaleza en la que la motivación principal de los turistas sea la observación y apreciación de esa naturaleza o de las culturas tradicionales dominantes en las zonas naturales se desarrolla y aunque no exclusivamente en áreas naturales, está organizado para pequeños grupos, tratando de reducir todo lo posible los impactos negativos sobre el entorno natural y sociocultural, contribuyendo a su protección y preservación; generando beneficios económicos para las comunidades, organizaciones y administraciones anfitrionas que gestionan zonas naturales con objetivos conservacionistas, ofreciendo alternativas de empleo para las comunidades locales.” (Castellanos, 2019)

Ecoturismo es un concepto relativamente nuevo y que se caracteriza por lo dinámico y creativo, es por eso que comercialmente ha tenido éxito en desarrollo y mercadeo, muchos operadores ofertan productos denominados ecoturísticos sin haber realizado cambios significativos en la forma tradicional, es decir usando el término para atraer clientela, siendo solo programas simples que pueden causar impactos ambientales y sociales negativos. El Ecoturismo tiene alrededor de 35 términos relacionados, a esta modalidad de turismo sostenible. Dando como respuesta que no todo turismo de naturaleza, puede ser Ecoturismo, fracasando en su intento de conservar el medio ambiente y por consiguiente degradando el mismo hasta su desaparición. (Solano, 2018)

#### **4.1.7. Tipos de Ecoturismo**

Estos tipos de turismo se clasifican según en enfoque dependiendo de la función que se le quiera dar esto significa el tipo de actividad que se ha de realizar.

##### **4.1.7.1. Ecoturismo Suave:**

Es un turismo de relajación y descanso en el que disfrutas de la naturaleza con actividades poco exigentes. (Inteligencia viajera, 2021)

#### **4.1.7.2. Ecoturismo Fuerte:**

Comprende actividades de alto riesgo con plena exposición a los elementos y abordar trayectos difíciles. Ejemplo es el trekking. (Inteligenciaviajera, 2021)

Según las actividades en el Ecoturismo podemos encontrar también:

Taller de Educación Ambiental, Observar de Ecosistemas, Observación de Fauna, Analizar Fenómenos Naturales, Observación de Flora, Actividades de Geología, Observación Sideral, Safari Fotográfico, Senderismo Interpretativo, Participación en programas de rescate de flora y fauna, Participación en proyectos de investigación Biológica.

#### **4.1.8. Atractivos Ecoturísticos y su clasificación:**

Los atractivos Ecoturísticos de un área natural se pueden clasificar en tres categorías básicas: Focales, Complementario y apoyo, siendo los 2 primeros existentes y potenciales dejando a los terceros siempre reales.

##### **4.1.8.1. Atractivos Focales:**

Estos atractivos siempre se referirán a los elementos distintivos de patrimonio natural y/o cultural que se encuentren en un área o región determinada. Son aquellos rasgos intrínsecos de singularidad que mejor caracterizan a dichas áreas o regiones y el motivo fundamental por el cual los ecoturistas se interesan en visitarlas. En algunos casos se pueden encontrar simultáneamente atractivos focales tanto naturales como culturales. (Bulla, 2010)

##### **4.1.8.2. Atractivos Complementarios:**

Se refiere a elementos del patrimonio natural y/o culturales que se encuentran en un sitio determinado, pero que no poseen el grado de importancia o singularidad en cuanto a atracción turística de los atractivos focales. Por sí solos no ejercerían suficiente atractivo para motivar a un ecoturista a desplazarse a esa área, pero si son utilizados como motivo de interés adicional y valor agregado para los visitantes, pueden constituirse en una experiencia ecoturística de mayor riqueza y diversidad e inducir a los turistas a permanecer mayor tiempo en el área motivo de visita, al ofrecerle la posibilidad de actividades adicionales. (Bulla, 2010)

##### **4.1.8.3. Atractivos de Apoyo:**

Los constituyen los elementos artificiales (instalaciones y servicios) que proporcionan al visitante diferentes satisfactores. Comprende alojamientos, restaurantes, centros de interpretación, senderos y miradores, servicios de paseo a caballo o en lancha, etc. Estos atractivos siempre se agregan al final para dar soporte a los atractivos focales y complementarios que ya existen por la naturaleza del lugar y son siempre reales, es decir, existen de manera tangible. (Bulla, 2010)

Los atractivos ecoturísticos deben ser inventariados. Todo inventario debe ser tan completo y detallado como sea posible y deberá realizarse de manera sistemática y categorizada. El inventario ecoturístico debe entenderse como una descripción ordenada y calificada de aquellos elementos que constituyen las principales atracciones y objetos de interés para los ecoturistas, como son: nombre y categoría del área, localización geográfica incluyendo un croquis con sus coordenadas geográficas, superficie del área en hectáreas, medios de acceso a los puntos de entrada, circulación interna, el paisaje, climatología, índices de confort, atractivos ecoturísticos naturales, atractivos ecoturísticos culturales y atractivos ecoturísticos de apoyo. (Bulla, 2010)

#### **4.1.9. Características de Ecoturismo**

El ecoturismo tiene características, unos objetivos generales, regionales y específicos que deben ser tenidos en cuenta en el desarrollo de estas actividades para no caer en ambigüedades y confusiones. El ecoturismo se caracteriza por ser un proceso multisectorial y transdisciplinario, se desarrolla en zonas rurales y suburbanas en espacios protegidos oficiales, mixtos y privados. Ayuda al desarrollo de las precarias economías rurales especialmente en zonas deprimidas, produce un bajo impacto ambiental, porque cuida la naturaleza y la población local. Es una alternativa de trabajo y complemento a las actividades económicas tradicionales de las comunidades rurales y suburbanas, in situ o aledañas a las áreas protegidas. (Bulla, 2010)

#### **4.1.10. Superestructura Turística**

Boullón menciona que “para que el sistema turístico funcione adecuadamente, requiere además de la infraestructura, del auxilio de un subsistema superior que regule todo el sistema, al que llamaremos superestructura.” La superestructura comprende organismos especializados tanto públicos como privados para optimizar y cambiar cuando fuera necesario el funcionamiento de cada uno de las partes que integran el sistema para facilitar los múltiples servicios que componen el producto turístico. En cuanto al área de responsabilidad organizacional, la superestructura está compuesta por dos tipos distintos de agrupaciones:

- Las dependencias de la administración pública
- Las organizaciones privadas. (Mero, 2015)

#### **4.1.11. Criterios Fundamentales para la zonificación**

##### **4.1.11.1 Zonificación**

Es el ordenamiento y uso del espacio natural turístico en el cual se realizan actividades recreativas y el aprovechamiento de los recursos de una forma sostenible, delimitando así zonas con distintas normas, estrategias para su uso y desarrollo del turismo, con lo cual se espera lograr los objetivos planteados para el sitio natural tomando en cuenta los criterios legales que sustenten la aplicación y crecimiento.



#### **4.1.11.2 Ecológico**

Este criterio comprende un proceso dinámico y adaptable que determina las diferentes opciones de uso sostenible del territorio establecido, teniendo como principios evaluación de potencialidades, limitaciones desde lo ecosistémico y biológico. De igual forma se convierte en un instrumento técnico y orientado a un uso sostenible de un territorio y sus recursos naturales, siendo muy útil para tomar decisiones y gestión de territorio por las autoridades y miembros civiles.

#### **4.1.11.3 Histórico**

Este considera cualidades culturales propias del lugar o territorio, los cuales han pasado de generación en generación con el paso del tiempo, esta es la razón del por que la cultura es muy importante para la zonificación turística, ya que los distintos elementos culturales como folklor, costumbres, tradiciones, arquitectura y otros, son elementos predominantes para desarrollar el turismo local.

#### **4.1.11.4 Físico**

Este criterio establece el uso y ocupación del territorio una organización físico espacial, de actividades antrópicas por parte del ser humano. Establece alternativas que gestionen el impacto que generan estas actividades ya sean turísticas o industriales, con el propósito de generar menos conflictos entre diversos intereses del sector público y privado u otro interés propio. (Rodríguez Pincaj & Briones Loo, 2019)

### **4.1.12. Clasificación de Instalaciones de Montaña**

#### **4.1.12.1. Miradores**

En turismo y recreación un mirador se lo define como lugares o estructura que disponen de una vista amplia de su entorno sea este natural o urbano, estos suelen estar ubicados en lugares de alturas, como la cima de los cerros, a orillas del mar o en acantilados. Existen Miradores Urbanos y Naturales. (Baca, 2019)

#### **4.1.12.2. Circuito de Sendero**

El senderismo, llamado también excursionismo, es el arte de explorar montañas desde su perspectiva más fácil y asequible, es decir, ascendiendo a las cumbres de las montañas a través de senderos y caminos que, no presentan ninguna dificultad. Naturalmente estamos hablando de ascensiones y excursiones estivales. (Gel, 2021)

#### **4.1.12.3. Refugios**

Los refugios tradicionalmente han consistido en pequeños edificios, construidos en el medio rural. Generalmente en un lugar alejado y de difícil acceso. La principal función de este tipo de

edificio ha venido siendo la de proteger y dar alojamiento temporal a montañeros y excursionistas. (Arquitectura, 2021)

#### **4.1.12.4. Funiculares**

Los funiculares son instalaciones de transporte por cable que circulan sobre raíles. El trazado de la línea es muy flexible: puede ser recto o en curva, en trazados con pendiente o llanos. El tamaño de los vehículos es variable y se pueden unir varios vehículos formando trenes. Con una velocidad máxima de 14m/s, los funiculares son los sistemas de transporte por cable más rápidos en términos absolutos y garantizan al mismo tiempo una altísima disponibilidad, un requisito indispensable en el sector del transporte público. (LEINTNER, 2021)

#### **4.1.12.5. Teleféricos**

El teleférico es un ingenio que sirve para el transporte de personas y mercancías en zonas de alta montaña o con pronunciados desniveles. Entre sus características principales, destaca que dicho transporte se efectúa sobre vagonetas o cabinas que viajan suspendidas de un fuerte cable de acero. (Curiosfera, 2021)

#### **4.1.12.6. Sky Lift**

Complejo turístico es un establecimiento que suele encontrarse alejado de las grandes urbes. Ofrece instalaciones y equipamientos diseñados para aprovechar los recursos naturales cercanos, y además cuenta con servicios de restaurantes, alojamiento y alquiler de equipos. (Tabbia, 2020)

#### **4.1.12.7. Poma Lift**

El telesilla desmontable POMA es un viaje suave y cómodo a las pistas mientras se aprecian los paisajes nevados. Al compartir una plataforma tecnológica común con la telecabina desmontable POMA, ha mejorado la fiabilidad y la capacidad de funcionar en cualquier clima, incluso en condiciones de montaña que a veces pueden ser exigentes: nieve, hielo y viento, a altitudes de más de 3000 m. (Poma Grupo Poma, 2021)

### ***4.1.13. Ventajas del Ecoturismo***

- Estar en contacto directo con la naturaleza.
- Aprender a conocer el entorno natural y apreciar su riqueza
- Generar oportunidades de empleo en comunidades rurales
- Crear conciencia sobre la importancia de preservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- Es una forma de turismo sostenible de bajo impacto para el entorno natural. (Inteligencia viajera, 2021)

#### ***4.1.14. Desventajas del Ecoturismo***

- Riesgo de contaminación de áreas protegidas por dejar desechos abandonados.
- Degradación de los ecosistemas si la actividad se produce de forma masiva.
- Alteración de los hábitos de los animales silvestres por la influencia humana.
- Pérdida de tradiciones y costumbres en las comunidades rurales por la interacción continua con gente de otros lugares.
- Surge el greenwashing, por el cual las empresas utilizan el medio ambiente como un cebo para atraer a los turistas. (Inteligencia viajera, 2021)

#### ***4.1.15. Demanda Ecoturística***

Para la comercialización del ecoturismo se debe tener en cuenta cuatro grupos de personas de manera prioritaria, que han sido denominadas como demandantes del ecoturismo.

- Viajeros de la naturaleza, personas que sin ser ecoturistas se sienten atraídas por la historia de un área o región como son los ecologistas, caminantes ecológicos, y otros, entre quienes se puede encontrar una parte considerable de clientes para el ecoturismo.
- Viajeros especializados, que comprende aquellas personas con un nivel de cultura alto y con conocimientos específicos sobre el ecoturismo como son los viajeros de corazón y los dedicados.
- Viajeros no vacacionistas, son aquellas personas que van a congresos, seminarios y negocios.
- Pensionados y adultos mayores, los cuales, por su aumento considerable en los diferentes países (con particularidad en los industrializados) se han venido convirtiendo en una de las mejores clientelas del ecoturismo. (Bulla, 2010)

#### ***4.1.16. Oferta Ecoturística***

El modelo enfocado a la oferta turística fue desarrollado en Costa Rica, país que se perfila como uno de líderes mundiales en Ecoturismo, ya que han sabido utilizar los factores asociados, Clusters y cadenas de producción, para aprovechar las ventajas económicas comparativas que ofrecen las empresas de una región al ser organizadas en dichos factores, para prestar los servicios de apoyo al ecoturismo. Según el Modelo de Ecoturismo, al utilizar en la oferta ecoturística los factores asociados y toda la riqueza que un país posee en sus áreas protegidas, en sus comunidades y sobre todo es la manera de ser de sus habitantes, se puede iniciar la actividad ecoturística en una región con programas de calidad y bajos presupuestos iniciales, ya que no se necesita hacer grandes inversiones en infraestructura, planta turística, ni desarrollar nuevos servicios, ya que los atractivos de apoyo son suplidos mediante la organización y puesta en marcha de los factores asociados. (Bulla, 2010)

#### **4.1.17. Oferta Turística:**

La oferta turística, es el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario para su disfrute y consumo.

#### **4.1.18. Demanda Turística:**

La demanda, hace referencia a los bienes y servicios que el turista demanda de acuerdo a sus necesidades insatisfechas de divertimento.

### **4.2. Marco Referencial**

La presente investigación se ha referenciado mediante proyectos de desarrollo Ecoturístico y desarrollo de turismo rural en zonas montañosas y en lugares de riqueza natural como mencionaremos a continuación:

#### **4.2.1. *El Ecoturismo y el turismo rural en la región altas montañas de Veracruz, México: potencial, retos, realidades - Riviera Hernández***

Las altas montañas del estado de Veracruz, México, es actualmente un lugar de gran importancia para el ecoturismo y turismo rural, pues esta región cuenta con diversas poblaciones originarias, tanto en la parte rural como los indígenas, especialmente la cultura náhuatl las cuales poseen distinta tradiciones y costumbres ancestrales de ese estado. Estas alternativas representan un aprovechamiento indirecto de recursos naturales y la cultura de esta región. Este proyecto muestra los más de 40 diferentes iniciativas de proyectos en turismo rural que se están desarrollando en el sector, como turismo de naturaleza, turismo de aventura, balnearios, turismo rural, criadero de truchas, este ecoturismo representa una alternativa productiva y sustentable además para conservación de los mismo recursos, pero en su mayoría son proyectos privados que se enfocan en explotar los distintos recurso al máximo pero no benefician directamente a comunidades indígenas del lugar, estos proyectos en su mayoría son de naturaleza o de aventura dejando de la lado varios aspectos del Ecoturismo como la conservación ambiental para que el turismo sea de bajo impacto, otro aspecto es la cultura del lugar siendo fundamental para generar interés en los visitantes y hacerles entender que son riquezas únicas e irrepetibles y su valor es único para los habitantes que se benefician y viven de estos recursos. (Rivera, 2018).

#### **4.2.2. *Ecoturismo y desarrollo rural: Beneficios del ecoturismo para las comunidades rurales de Santa Cruz***

El presente trabajo tiene como objetivo el analizar el nivel de importancia que tienen los beneficios del ecoturismo para las comunidades rurales de Santa Cruz. E estudio trata de conocer si el ecoturismo está integrado al desarrollo rural, para ello se analizan las causas que podrían impedir que el ecoturismo pueda constituirse en el motor del desarrollo rural beneficiando a

todos los miembros de la comunidad. En este estudio se exploran los beneficios del ecoturismo para las comunidades de Santa Cruz, tomando como información la percepción de los pobladores de la zona rural, bajo las actuales condiciones la percepción de los beneficios del turismo es alta. La participación de la comunidad local en el desarrollo basado en el turismo resulta con una calificación baja puesto que no se está involucrando a la población en aspectos del turismo y esto está impidiendo el desarrollo del mismo. Los beneficios del turismo no están aportando directamente al desarrollo rural ya que los efectos económicos no se perciben en la comunidad y en la distribución de los beneficios las comunidades no son beneficiadas en ningún aspecto, por lo que la población rural percibe en la su variable, generación indirecta de empleo e ingresos en la comunidad (Nuñez, 2017).

#### **4.2.3. Ecoturismo Cerro Negro - Leániz Pérez, Francisco Arias**

Se trata de la proyección de un emprendimiento de alojamiento turístico de tipo “glamping” llamado “Cerro Negro Glamping & Ecoturismo” ubicado en las Sierras de las Ánimas, al oeste del departamento de Maldonado, Uruguay. La propuesta de valor trata de un hospedaje en un ambiente natural, con la posibilidad de realizar actividades de naturaleza y aventura, con el agregado de aprender a cultivar y cosechar productos orgánicos. Las cualidades naturales forman un ecosistema peculiar y abundante diversidad, desde la costa hasta el ambiente serrano del lugar. En cuanto a servicios básicos cuenta con acceso total a los mismos a pesar de ser un lugar alejado de los centros poblados. Además, es un lugar con total accesibilidad y modificables para un acceso más cómodo, es decir las condiciones para plasmar este proyecto son adaptables al lugar y generar un impacto visual a la par con la naturaleza ya que la filosofía de la empresa se basa en 3 pilares calidad, vocación de servicio y compromiso con el medio ambiente. Estos factores son cada día más considerados y valorados a nivel mundial debido al degradamiento y agotamiento que está sufriendo el planeta. De alguna manera, también se pretende reflejar la importancia de este aspecto y lo fundamental que es generar actividades económicas responsables. (Arias, 2019)

#### **4.2.4. Proyección del Ecoturismo en el Cerro del Churrichurri ubicado en el Guacamayo Santander**

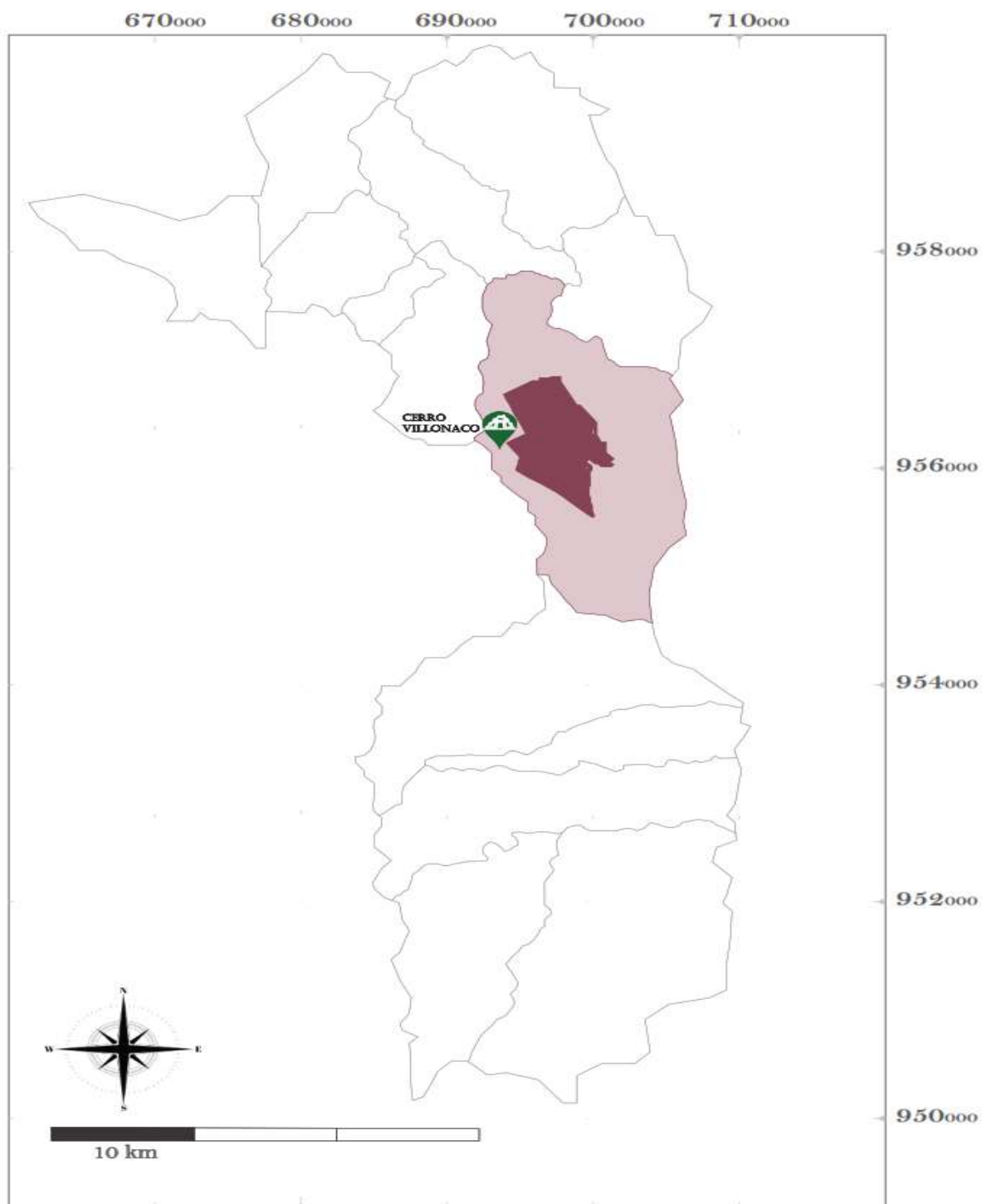
Proyección del ecoturismo en el Cerro del Churrichurri ubicado en El Guacamayo Santander, es un proyecto que abarca el diseño de experiencias emocionales en conjunto con las interacciones que tiene un usuario con el objeto, mediante una interfaz que acerque al viajante a la información necesaria sobre los servicios que se va a obtener en el municipio, generando el conocimiento del recurso natural siendo este un lugar poco explorado con una gran riqueza natural, donde el ecoturismo tendría una cabida muy importante para que los turistas tengan un contacto directo con la flora y fauna en el recorrido por el Cerro del

Chuirrichurri, además de eso apreciar y disfrutar sin destruir este entorno y estar en contacto con la cultura de esta región así promover la visita de este bello municipio y que más personas tengan el conocimiento de su existencia dando como resultado beneficios económicos a esta comunidad, y reconocimiento como destino turístico, el ecoturismo abre una puerta no solo para dar a conocer este municipio si no para que no se destruya y se acerquen de manera responsable a esta parte de Colombia, todo esto por medio de elementos que van entrelazados desde los aspectos formales, pragmáticos y simbólicos dando como resultado una respuesta en diseño que corresponda y solucione dicha problemática. (Pardo, 2018)

## 5. Metodología

### 5.1. Área de estudio

El cerro Villonaco se encuentra ubicado en la provincia y ciudad de Loja, por la vía antigua a Catamayo, limitando con el cantón del mismo nombre. En este Lugar se encuentra la Central Eólica, una de los proyectos de energía limpia que posee el Ecuador.



**Figura 1:**  
*Mapa de Ubicación del Cerro Villonaco*

## **5.2. Materiales y métodos**

### **5.2.1 Materiales**

- Los materiales que se utilizaron en la presente tesis son los siguientes:

### **5.2.2 Materiales de oficina:**

- Papelotes
- Laptop
- Proyector (infocus)
- Memorias USB

### **5.2.3 Materiales de campo**

- GPS
- Cámara fotográfica
- Celular

## **5.3. Métodos de investigación**

### **5.3.1. Técnicas**

#### **5.3.1.1. Investigación de campo:**

Este tipo de investigación se aplicó para evaluar la situación turística actual de Cerro Villonaco Alto, es decir buscar el potencial Ecoturístico de este lugar identificando las zonas más importantes para proponer diferentes actividades e infraestructura relacionada a la interacción y cuidado de la naturaleza.

#### **5.3.1.2. Análisis Interno y Externo:**

Este análisis se aplica para saber que comunidades se encuentran más cerca del Cerro Villonaco y cuales tienen mayor influencia a este lugar, también como pueden aportar al proyecto de investigación, relacionado al Ecoturismo.

#### **5.3.1.3. Observación Directa:**

Esta técnica de implemento para identificar los recursos Turísticos que tiene el Cerro Villonaco Alto y las comunidades que se encuentran cerca del mismo, estos son los atractivos turísticos principales, complementarios y de apoyo mismo que aportaran para el proyecto.

#### **5.3.1.4. Técnica de Encuesta:**

Esta técnica ayudó a recopilar información de los visitantes de la Central Eólica Villonaco, para conocer cuáles son las preferencias para esta tipología de turismo, y desarrollo turístico.



#### 5.4. Población y muestra

Con la finalidad de determinar el número de encuestas a realizar fue necesario determinar el tamaño de la muestra para lo cual se aplicó la siguiente fórmula para poblaciones finitas.

$$n = N \times Z^2 \times P \times Q$$

---


$$[(n - 1) \times E^2] + (Z^2 \times P \times Q)$$

Parámetro a utilizar en el proyecto.

n = Tamaño de muestra

N= Universo

Z= % nivel de confianza

P= % probabilidad a favor

Q= % probabilidad en contra

E= % margen de error de estimación

$$Z^2 \times P \times Q \times N$$

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

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 20154}{0.08^2(20154-1) + (1.96^2 \times 0.5 \times 0.5)}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.5 \times 0.5 \times 20154}{0.0064 (20153) + (3.8416 \times 0.25)}$$

$$n = \frac{0.9604 \times 20154}{128.9792 + 0.9604}$$

$$n = \frac{19355.9016}{129.9396}$$

$$n = 148.96$$

$$n = 150$$

#### **5.4.1. FODA**

El análisis ayudo a comprender la situación del Cerro Villonaco Alto a través de una lista completa de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Esto es fundamental para tomar decisiones actuales y a futuro.

#### **5.4.2. FODA CRUZADO**

Esta matriz de amenazas, oportunidades, debilidades, fuerzas es un instrumento de ajuste importante en el proyecto, se pudo plantear diferentes tipos de estrategias como ofensivas, defensivas, reorientación, supervivencia, estas serán claves para completar el turismo que existe en la Central Eólica Villonaco.

### **5.5. Metodología por objetivos**

#### **5.5.1. Metodología para desarrollar el Objetivo 1**

Para el desarrollo de este primer objetivo se realizó una visita al Cerro Villonaco para realizar un análisis interno y levantar información de campo para visualizar la potencialidad Ecoturística que tiene este lugar. Se identificó zonas de camping, miradores, refugios, senderismo, visualización de paisajes Naturales, las cuales se marcaron en un mapa del Cerro Villonaco alto. En el análisis externo se buscó las comunidades que tienen influencia en el Villonaco, para esto se tomó en cuenta 3 parroquias, Sucre de Loja, El Tambo y Catamayo de cantón Catamayo. De estas parroquias se analizó mediante el manual para diagnóstico de Carla Ricaurte (Ver anexo 1) datos generales de las mismas e información específica para el proyecto, también los barrios y zonas que se encuentran e influyen con el Cerro Villonaco. Luego con la observación directa, se identificó los atractivos turísticos con más relevantes que se encuentran en los barrios cercanos a la zona de estudio, se clasificó y jerarquizó dichos atractivos, mediante las fichas la jerarquización de atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador 2017 del Ministerio de Turismo (Ver Anexo 2). Toda esta información recolectada fue analizada y sistematizada para saber qué información es más importante y que puede servir para el proyecto de investigación.

#### **5.5.2. Metodología para desarrollar el Objetivo 2**

Para el desarrollo de este objetivo se determinó la demanda potencial aplicando la fórmula de tamaño de muestra, tomando como tamaño de muestra el número de visitas a la central Eólica durante un año ya que es la demanda efectiva. Luego se elaboró una encuesta Aplicando la fórmula correspondiente, se ha optado subir el margen de error de un 5 a un 8, debido a la situación sanitaria actual que atraviesa la ciudad y poder terminar el segundo objetivo. Entonces de acuerdo a la muestra tomada del registro de visitas de la central Eólica Villonaco del año 2019, puesto que ha permanecida cerrada desde el año 2020 al 2021 y

abriendo sus puertas al público este año. La muestra tomada es la demanda potencial, son quienes visitan el cerro Villonaco y la central eólica, de esta manera se puede tener una referencia de nuestros posibles demandantes de Ecoturismo, para Luego complementar el turismo de la central con la del cerro Villonaco alto. En total se aplicaron 150 encuestas (Ver Anexo 3) las cuales se las realizaron online y de forma presencial en la central eólica. (Ver Anexo 3) la cual constó de preguntas abiertas y cerradas con opción múltiple, las cuales estuvieron dirigidas a saber las necesidades de desarrollo ecoturístico de los visitantes. Luego se la aplicó de manera online y presencial en la central eólica, se tabularon los resultados de las encuestas y segmentaron. Se segmentó por edades, divididos en 5 grupos los cuales nos dieron las preferencias de cada uno de los demandantes de acuerdo a las preguntas planteadas en las encuestas.

### **5.5.3. Métodos para desarrollar el Objetivo 3**

Para llevar a cabo este objetivo se realizó un FODA (Ver Anexo4) simple y FODA estratégico (Ver Anexo5) para determinar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de la zona de estudio una vez identificados estos factores, se planteó las estrategias ecoturísticas que se realizaran en el cerro Villonaco alto y en las comunidades aledañas.

## 6. Resultados

### 6.1. Diagnóstico ecoturístico del Cerro Villonaco Alto.

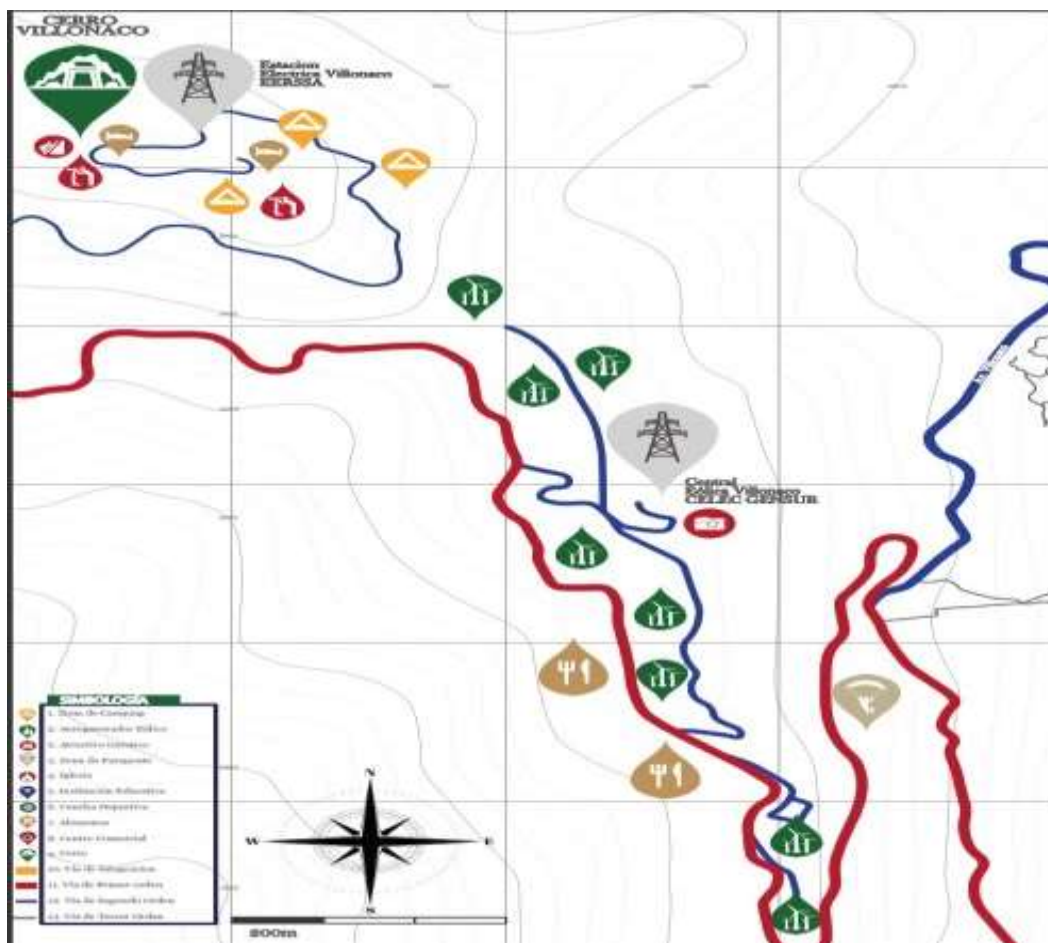
Para el diagnóstico Ecoturístico de Cerro Villonaco alto se realizó un Análisis Interno de esta zona ubicando el potencial Ecoturístico que posee, también un análisis externo del lugar, ubicando las parroquias que tienen influencia con la zona de estudio, de estos lugares se buscó los barrios que están más cerca del Cerro Villonaco y se clasificó e identificó, atractivos turísticos y se clasificó de acuerdo a la clasificación Ecoturística, se marcaron zonas para realizar distintas actividades e infraestructura Ecoturística.

#### 6.1.1. Análisis Interno

##### 6.1.1.1. Cerro Villonaco

El cerro Villonaco se encuentra orientado de Norte Sur y dirección del viento es perpendicular al mismo, este cerro divide los valles de Loja y Catamayo, entre los que existe una gran diferencia de temperaturas medias que originan una gradiente de presiones que alimentan aún más el viento aliso proveniente de oriente. (Espinosa K. G., 2013)

#### 6.1.2. Cerro Villonaco Alto



**Figura 2:**  
*Mapa del Cerro Villonaco*

**Datos Geográficos:****Latitud:**3°59'44.49"S**Longitud:** 79°16'1.28"O**Cerro Villonaco – cresta 1:** 2974 m.s.n.m**Cerro Villonaco – cresta 2:** 3011 m.s.n.m**Central eólica:** 2720 m.s.n.m**Área total de aproximada de:** 71.14 Ha**Temperatura:**

La temperatura en esta área oscila entre los 14 °C en el mes de julio y 16 °C meses de noviembre y diciembre. Pero mientras se asciende a la parte alta del este cerro las temperaturas anuales del lugar pueden llegar hasta los 12 °C dependiendo mucho de los vientos y su orientación de empuje, ya que la provincia de Loja ha sido la primera en analizar los vientos de forma científica.

**6.1.2.1. Etimología****VILLONACO:** Cordillera y cerro: del quichua**PILLU:** envoltorio**NACU:** participio de reciprocidad

“Dándonos como resultado la palabra ENVOLVAMONOS. En la fonética quichua la P se convierte en b, por eso Villonaco debe escribirse BILLANACU”. Otra definición dice que proviene de tres voces wiloq: avisar, quillo: amarillo, llaco: agua, se interpreta que recibió este nombre, porque a caer la lluvia las aguas que del cerro bajaban tenían cierta coloración amarilla. Es conocido que las montañas son grandes reservorios de agua y minerales es aquí donde se producen las precipitaciones horizontales por ser un bosque latifoliado y es un lugar donde bondadosamente brotan las vertientes de aguas puras y cristalinas para Loja y Catamayo.

Actualmente, Ecuador tiene 12.500 km<sup>2</sup> de páramo y 8.000 km<sup>2</sup> de superficie transformada o degradada por encima de los 3.000 msnm. El 75 % de todos los páramos naturales están dominados por pajonales y prácticamente todos sufren algún grado de intervención humana. (Espinosa Vivanco, Gutierrez Paladines, Ojeda Sari, & Tacuri Hidalgo)

**6.1.2.2. Historia**

El Villonaco forma parte de este páramo, históricamente la influencia humana en sus paramos se remonta a 3000 años AP. En la época preincaica, al sur de los Andes que constituyen, Ecuador y Perú hay evidencias que se utilizaban con fines rituales, caza, lena, agua y transporte. La colonización inca importó técnicas avanzadas para la agricultura, como el uso de camélidos y con éstos los usos directos del páramo, no sólo para vías y fortificaciones. Los usos tradicionales incluían el pastoreo ligero para camélidos y, en las partes más bajas, agricultura

con tubérculos andinos y ganadería de animales menores como el cuy. Además, una de las rutas más grandes conocidas antiguamente en la época incaica es el QhapaqNac, camino que unía ciudades ubicadas longitudinalmente a lo largo de la cordillera de los andes. Permitió la integración de los pueblos de toda esta red, con el intercambio de productos y la cultura además de mostrar el poder del estado inca que reflejaba su expansión en toda Sudamérica. La gobernación inca permaneció apenas 100 años en el territorio donde se encuentra el páramo, pero tuvo un similar impacto al de la conquista española. (Espinosa Vivanco, Gutierrez Paladines, Ojeda Sari, & Tacuri Hidalgo)

#### **6.1.2.3. Flora:**

El cerro Villonaco está constituido por una exuberante vegetación compuesta por paramo, esta se describe como principalmente abierta, dominada por gramíneas, arbustos, hierbas y rosetas gigantes del grupo de los frailejones. La flora está constituida por vegetales perennes, plantas herbáceas, arbustos y árboles enanos, musgos, líquenes y ciertos pastos. Existen otros árboles maderables El ser humano a través del tiempo ha introducido a sus alrededores arboles maderables como Pinos, sauces, Eucaliptos, Alliso. Estos son los más visibles a sus alrededores al visitar el Villonaco. (Espinosa Vivanco, Gutierrez Paladines, Ojeda Sari, & Tacuri Hidalgo)

#### **6.1.2.4. Fauna:**

La fauna del cerro Villonaco está conformada en su gran mayoría por aves, insectos, serpientes simplemente debido a los asentamientos de seres humanos que cada vez aumenta, actualmente animales herbívoros como vacas, rumiantes, son los que abundan en el sector en terrenos privados usados para la crianza, venta y aprovechamiento de sus derivados. (Espinosa Vivanco, Gutierrez Paladines, Ojeda Sari, & Tacuri Hidalgo)

#### **6.1.2.5. Espacios Visuales:**

Una de las características sobresalientes del Cerro Villonaco es el espectáculo visual, de cual es privilegiado en sus partes más altas. En las Figuras 7, 8, 9, 10 y 11 se puede apreciar los distintos lugares que fueron seleccionados de acuerdo a los criterios de zonificación, como espacios aptos para visualizar el paisaje y lugares como la ciudad e Loja, desde la cresta más alta de cerro Villonaco la ciudad de Catamayo, el parque Eólico en todo su esplendor, además de los atardeceres y los amaneceres únicos, que alucen a la vista de cualquiera que visite este lugar.



**Figura 3:**  
*Atardeceres*



**Figura 4:**  
*Vista centra Eólica*



**Figura 5:**  
*Vista Ciudad de Catamayo*



**Figura 6:**  
*Amaneceres*





**Figura 7:**

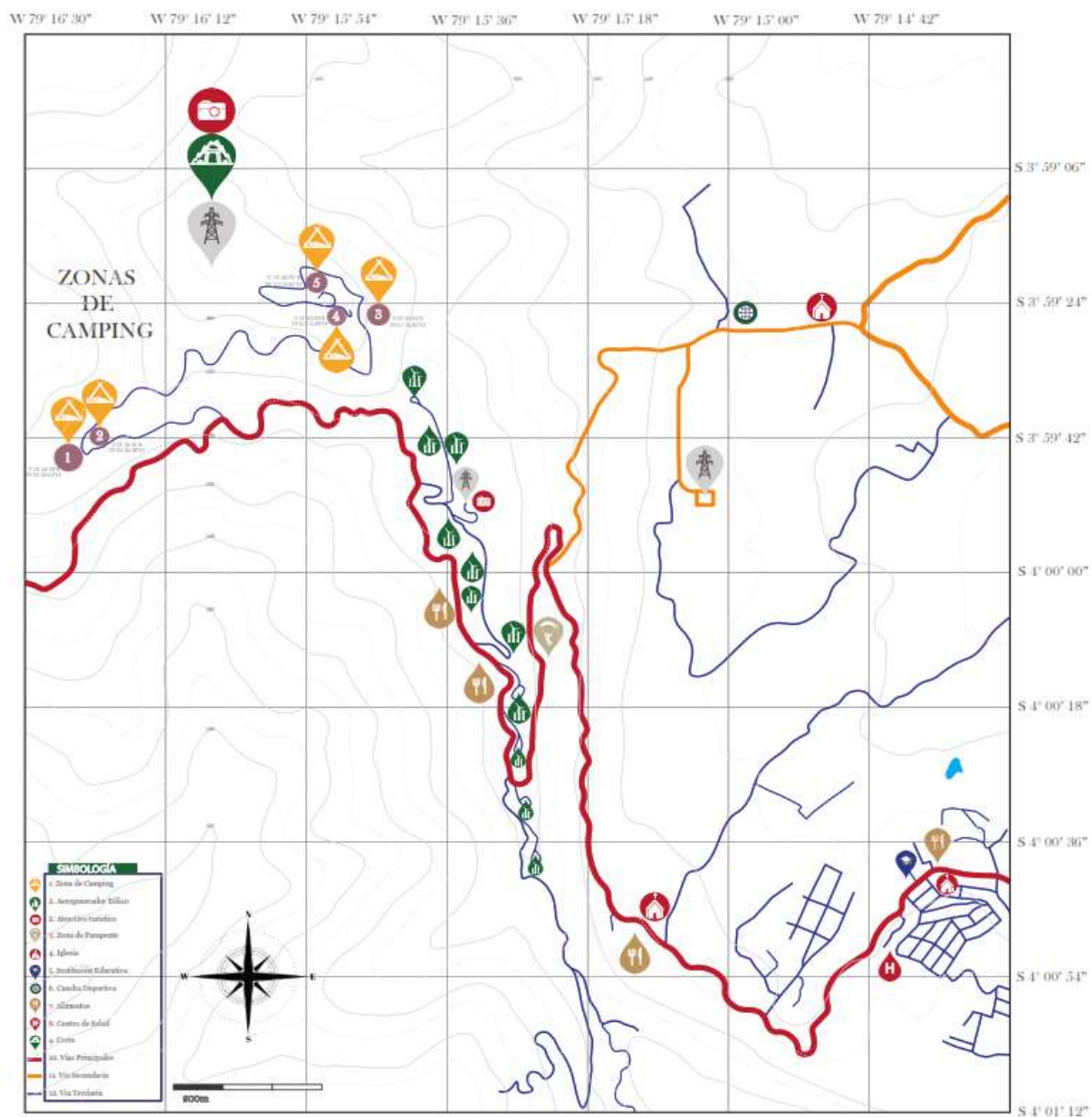
Vista Ciudad de Loja

#### **6.1.2.6. Espacios para Ecoturismo:**

El cerro Villonaco cuenta con diversos espacios para actividades de Ecoturismo como, Camping, Caminata, senderismo, Visualización de paisajes.

##### **6.1.2.6.1. Camping**

En la Figura: 12,13,14,15,16,17 se muestran las zonas de cerro Villonaco aptas para realizar actividades de camping seleccionadas en base a los criterios de zonificación y las características que deben cumplir para realizar esta actividad.



**Figura 8:**

Zona de Camping

A continuación, se detallan las coordenadas geográficas de cada zona de camping con sus respectivas fotografías:

**Tabla 2:**

*Ubicación de las zonas de Camping*

Zonas de Camping		Coordenadas Geográficas	
No.	Latitud	Longitud	
<b>Zona 1</b>	3°59'44.78"S	79°16'23.61"O	
<b>Zona 2</b>	3°59'41.91"S	79°16'21.98"O	
<b>Zona 3</b>	3°59'24.64"S	79°15'45.85"O	

<b>Zona 4</b>	3°59'23.93"S	79°15'51.89"O
<b>Zona 5</b>	3°59'22.76"S	79°15'53.24"O

---

### Zonas bajas del Cerro Villonaco



**Figura 9:**

*Zona 1*



**Figura 10:**

*Zona 2*



**Figura 11:**  
*Zona 3*



**Figura 12:**  
*Zona 4*

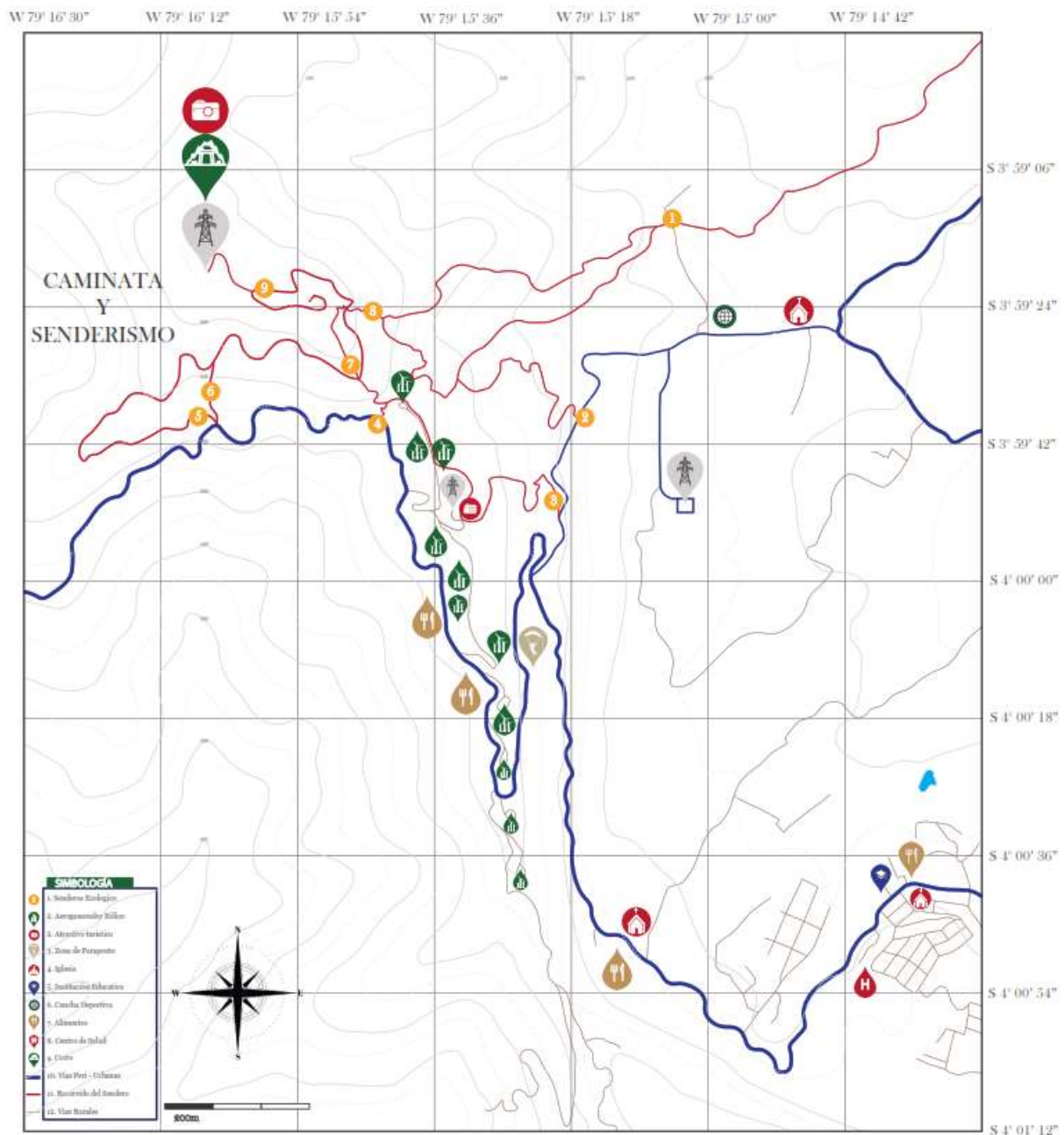


**Figura 13:**

*Zona 5*

#### **6.1.2.6.2. Caminata & Senderismo**

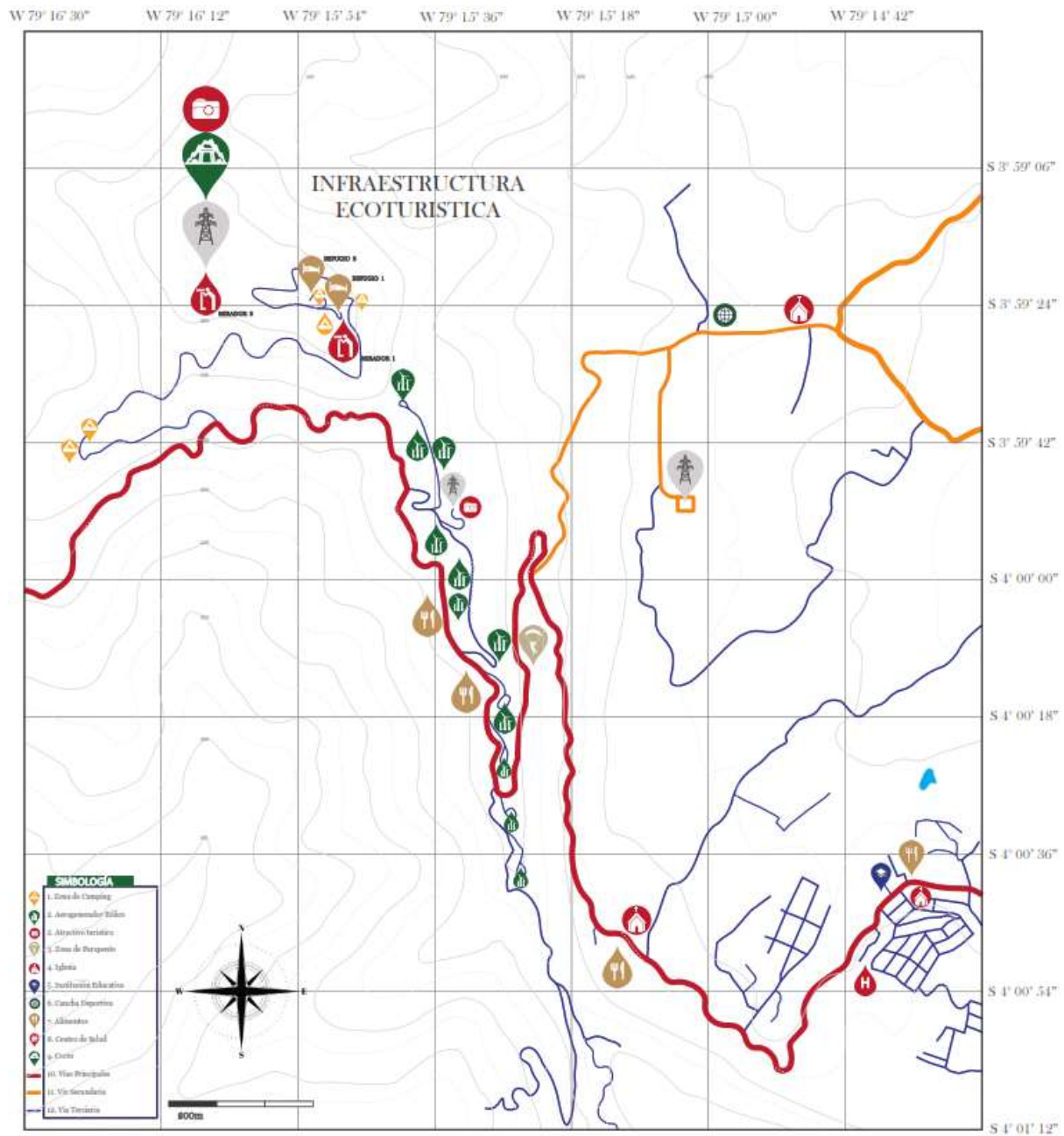
En la Figura 18 se muestra que el cerro Villonaco posee 9 senderos los cuales son elegidos de acuerdo a los criterios de zonificación, cada uno de estos llevan hacia la cima de la montaña. Son caminos de herradura que son utilizados por los locales para trasladarse por estos distintos puntos de la montaña, los mismos que al ser recorridos permiten tener una vista única del paisaje como flora y fauna que posee el lugar.



**Figura 14:**  
*Senderos*

### 6.1.2.6.3. Zonas para infraestructura Ecoturística

Nuestra zona de estudio, cerro Villonaco posee muchos lugares donde se pueden implementar una infraestructura Ecoturística. Dada la forma geográfica de lugar y su ubicación, este tipo de estructuras son miradores Ecoturísticos hasta refugios para turistas y centros de interpretación. Los mismos que se pueden implementar en los lugares señalados en el mapa.



**Figura 15:**  
Zonas para Infraestructura Ecoturística

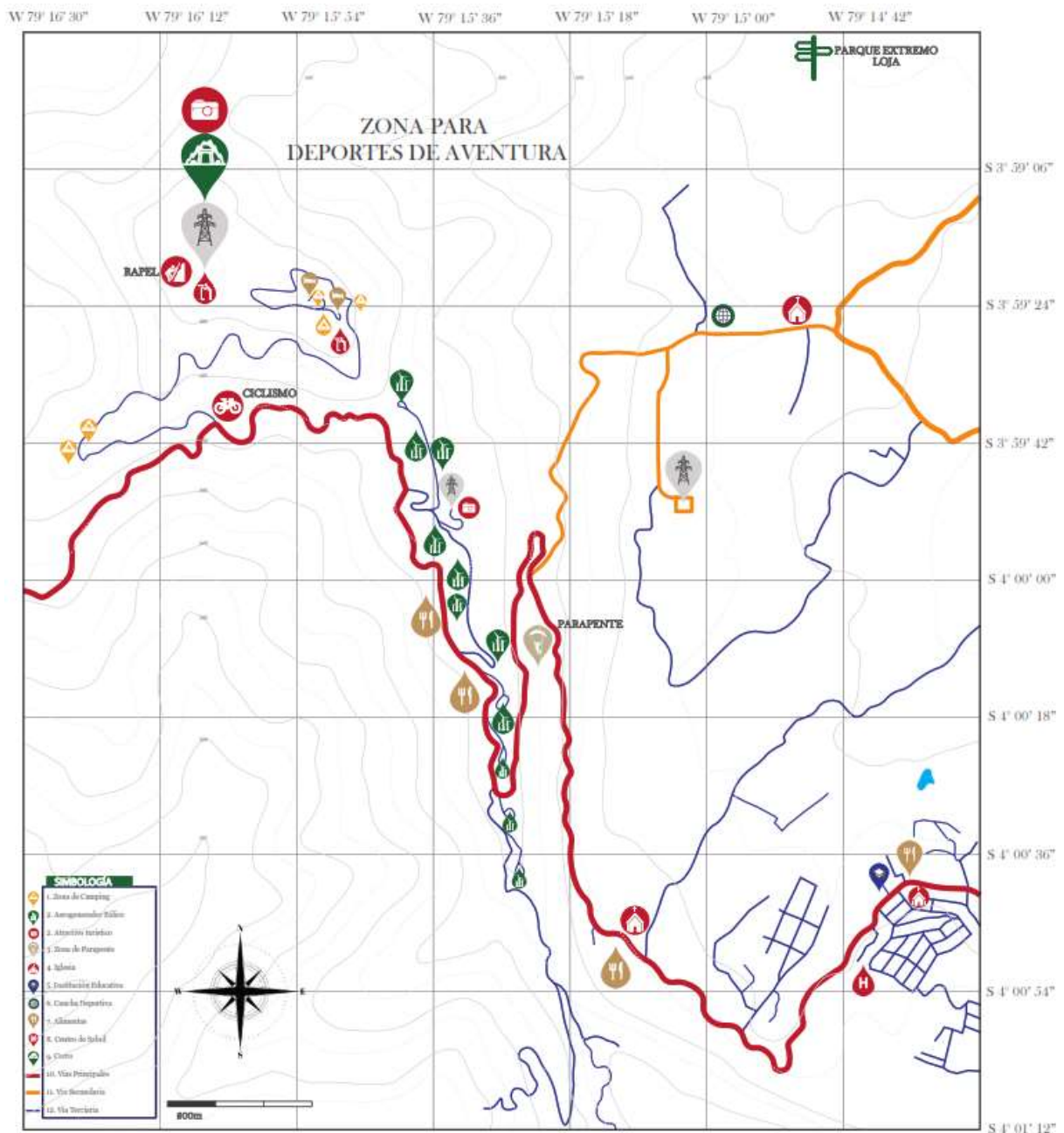
**Tabla 3:**  
Ubicación de Infraestructura Turística

Infraestructura Ecoturística		
No.	Coordenadas Geográficas	
	Latitud	Longitud
Mirador 1	3°59'26.02"S	79°15'50.31"O
Mirador 2	3°59'19.21"S	79°16'6.17"O
Refugio 1	3°59'24.50"S	79°15'51.15"O
Refugio 2	3°59'23.13"S	79°15'53.12"O

#### **6.1.2.6.4. Deportes de Aventura**

Existen algunas zonas de Cerro Villonaco donde actualmente se realizan deportes extremos como parapente y ciclismo de montaña, pero otros que se pueden implementar en este cerro. En la Figura 20 se marcan en el mapa las zonas explícitas para estas actividades. Actualmente se encuentra posicionado como uno de los más visitados en la Provincia de Loja es la Central Eólica Villonaco ubicada a 2720 m.s.n.m, proyecto iniciado en el 2013 durante la presidencia del Economista Rafael Correa. Cuenta con 11 aerogeneradores los cuales producen alrededor de 71.94 GWh/año. En sus inicios no fue constituido como un atractivo turístico, pero con el paso del tiempo se convirtió en uno de los más visitados en la provincia y el cantón Loja, posee un centro de interpretación, cafetería, venta de suvenires, además de sus senderos y miradores empleados por la central la visita de los turistas. Este Lugar también posee lugares para implementar distintas actividades turísticas complementarias al Cerro Villonaco alto como: un sendero que recorre todo el cerro Villonaco hasta su parte más alta. Deportes extremos, camping, programas de protección ambiental por sus instalaciones degustación gastronómica tradicional. Actualmente el lugar se encuentra manejada por la asociación ASOSERVIRG conformada en 2014 para fines laborales como Limpieza, jardinería, cafetería, construcción, Turismo. El barrio Eucaliptos es el más beneficiado por la Central, otros barrios beneficiados secundariamente son: Tierras Coloradas, Bolonia, Plateado, Payanchi, Uriguanga y Rumicorral. Los mismo mencionan su deseo para poder activar turísticamente el lugar implementando estas actividades Ecoturísticas para generar mayor acogida de visitantes y por ende al aprovechamiento de la diversidad Natural de Cerro Villonaco y la Central Eólica Villonaco.





**Figura 16**  
 Zonas para deportes de Aventura  
 1.1.1.1.1. Poblados

Ciudades y poblados más cercanos Al Cerro Villonaco Alto: Conformado por 2 cantones Loja y Catamayo, a su vez derivados en dos parroquias de gran influencia Sucre, El Tambo, Catamayo, de los cuales los barrios más cercanos y que tienen gran influencia al Cerro Villonaco entre estos están: Plateado, Eucaliptos, Tierras Coloradas, Bolonia, Payanchi, Rumicorral, Uriguanga, El Prado.

**Tabla 4:***Poblados del Cerro Villonaco*

<b>Poblados cercanos al Villonaco</b>		
<b>Barrio</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Cantón</b>
Eucaliptos Bolonia Plateado El Prado Tierras Coloradas	Sucre	Loja
Payanchi (Zona) Uriguanga	El Tambo	Catamayo
Rumicorral	Catamayo	Catamayo

#### **1.1.1.2. Datos Generales de la Parroquia el Tambo del Cantón Catamayo.**

El Tambo es una de las parroquias rurales del cantón Catamayo, creada en el gobierno del Dr. Camilo Ponce Enríquez mediante Registro Oficial N° 521; sin embargo, fue el 18 de mayo de 1981 cuando la parroquia pasa a formar parte del cantón Catamayo y el 27 de octubre del 2000 se eleva a parroquia mediante Registro Oficial N° 421 firmado por el Dr. Gustavo Noboa Bejarano. Está ubicado en la parte sur-este de la cabecera cantonal de Catamayo, sus límites son al norte con el cantón Loja al sur con la parroquia Nambacola al este con la parroquia Malacatos y al oeste con la parroquia Catamayo. La distancia entre el cantón Catamayo y la parroquia el Tambo es de 24km, tiene una temperatura de 18 a 20C por lo tanto su clima es cálido seco.

### 1.1.1.2.1. División Política



**Figura 17**  
*Mapa Parroquia El Tambo*

La parroquia El Tambo está compuesta de alrededor de 41 barrios rurales por la ubicación geográfica conformando una sucesión de relaciones sociales, culturales y Económicas. Los sectores más bajos de la parroquia se encuentran a 1.300 m.s.n.m, mientras que los más altos se encuentran 2.800 m.s.n.m., sus elevaciones más representativas son las Aradas, La capilla Alta y Pucara.

**Tabla 5**  
*Barrios de la Parroquia El Tambo*

CENTROS POBLADOS PARROQUIA EL TAMBO		
BARRIOS		
Cabecera Parroquial El Tambo	Las Aradas	La Sota
Catamayito	El Corazón de la Palma	Chacada
San Miguel	San Bernabe	Indiucho
Juanes	Sobrinospamba	Paz de Bellavista

La Extensa	Las Achiras	Bellavista
Patacorral	San Agustín de los Cedros	Malla
Huayco alto	La Merced Baja	Sotahuayco
Huayco Bajo	Naranjo Dulce	Los limos
Chapamarca	La Argentina	Limón Real
La Capilla	La Palma	Jorupe
La Era	Capilla Alta	Pucara
San Antonio de Pacaypamba	San Antonio de Casa Vieja	La Florida
Cequilla	Payanchi	Ayuma
Infiernillo		

---

#### **1.1.1.2.2. Población**

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos-INEC 2010, La parroquia el Tambo posee una población de 4.630 habitantes, de los cuales el 51,3% son hombres y el 48,7% mujeres; su tasa de crecimiento periodo 2001- 2010 fue de -0,91%. A continuación, se ampliará información de cada barrio de la parroquia el Tambo que tiene influencia con el cerro Villonaco:

#### **1.1.1.2.3. Barrio Payanchi**

De la parroquia El Tambo el barrio que tiene gran influencia para el proyecto de Ecoturismo es Payanchi, considerado un barrio tipo B ya que esta parroquia posee distintos poblados muy alejados entre sí. Este barrio ubicado en la vía antigua a Catamayo es uno de los más cercanos al cerro Villonaco, este lugar pese a ser pequeño realiza cada año su fiesta en honor a su santo y además organiza eventos deportivos como campeonato de indor futbol muy populares en estos sectores, los mismo que atraen la atención de distintos equipos de toda la ciudad y en especial de barrios cercanos, también posee un atractivo turístico la laguna de Payanchi que no posee infraestructura turística o de ingreso a la misma pero es un bien que cuenta este barrio y que está en la línea de influencia para nuestra zona de estudio.

#### **1.1.1.2.4. Uriguanga**

Este sector conocido como Uriguanga es un barrio en crecimiento ya que actualmente sus habitantes no superan ni las 50 personas, algunas de estas familias emigraron a otros barrios de la ciudad de Loja. Estas tierras son utilizadas como fincas para agricultura y ganadería, que son principales ingresos económicos con los que cuentan. Su influencia radica en su ubicación cerca de la Central Eólica Villonaco que es el atractivo más importante del cerro Villonaco.

### **1.1.2. Análisis Externo**

#### **1.1.2.1. Datos generales de la Parroquia Catamayo del Cantón Catamayo**

Está sentada en el valle que tiene el mismo nombre es un lugar eminentemente cultivable y turístico, anteriormente era un lugar en donde se cultivaba plátano, caña, citrus y café.

### 1.1.2.1.1. División Política



**Figura 18** Mapa Parroquia Catamayo

La cabecera cantonal de Catamayo era conocida como la Toma, donde el monocultivo de la caña de azúcar ha desplazado a otros productos que antes se daban en el sector. Está situada al oeste de la ciudad de Loja, en donde convergen vías aéreas y carrozables por todos los cuatro puntos cardinales. Se extiende de Norte a Sur desde la cordillera de los Andes en el Villonaco hasta la confluencia de los ríos Catamayo y Guayabal y desde la cordillera de Hatillo con Monterrey, Chucadell y Molletingo hasta la quebrada de Indiucho. Catamayo limita al Norte con la parroquia de Chuquibamba, al Sur con la parroquia de Nambacola y parte del El Tambo; Al este con la parroquia de San Sebastián, Sucre (cantón Loja) y El Tambo; y, al Oeste con San Pedro de la Bendita. Su parroquialización tuvo lugar mediante sesión extraordinaria del Ilustre Consejo Cantonal de Loja, el 25 de Mayo de 1931.

**Tabla 6**

*Barrios Parroquia Catamayo*

**Barrios de la Parroquia Catamayo**

No.	Barrios
1	Atilo
2	El guabo
3	El Salado
4	Hacienda Monterrey
5	Ingenio Monterey
6	La Vega
7	Larpaca
8	Las Canoas
9	Pucara
10	Rumicorral
11	Sauce
12	Trapichillo

Conformado por 12 barrios la parroquia Catamayo tiene una población de 23,455 personas, 11,557 hombres y 11,878 mujeres, en toda la parroquia.

El único barrio que tiene influencia para el Cerro Villonaco es Rumicorral, del cual se habla a continuación:

**1.1.2.1.2. Rumicorral**

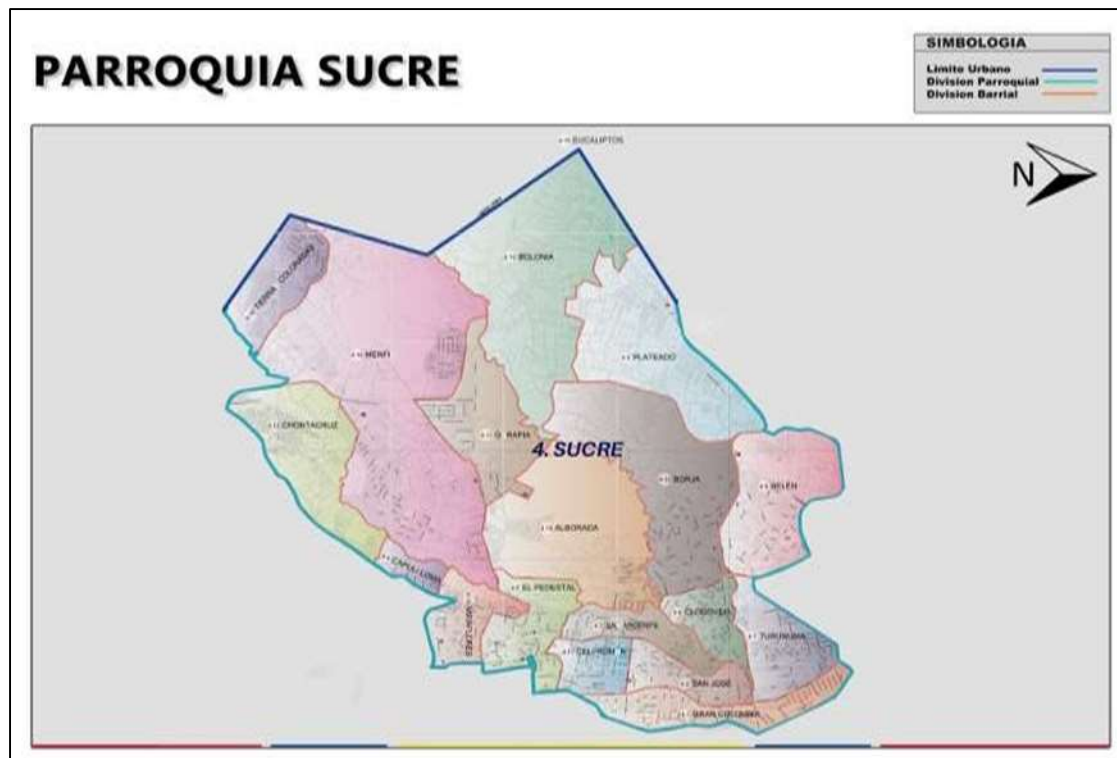
Rumicorral es un pueblo de la provincia de Loja, perteneciente a la parroquia Catamayo del cantón Catamayo. Este lugar está ubicado a 10.882 metros de altitud, las fiestas típicas en Rumicorral son las verbenas patronales y ferias. Este lugar es un pequeño pueblo ubicado a un costado de la vía antigua a Catamayo al suroeste del cerro Villonaco. En este pequeño pueblo sus habitantes viven de la agricultura y ganadería.

**1.1.2.2. Datos generales de la Parroquia Sucre de la Ciudad de Loja**

La parroquia Sucre es una de las 6 parroquias urbanas que existen en la ciudad de Loja este nombre nació en el barrio El Pedestal al momento de su creación.

**1.1.2.2.1. División Política**

La parroquia Sucre está compuesta por 19 barrios del occidente de la ciudad es una de las parroquias más grandes y actualmente la que más barrios tienen influencia con el cerro Villonaco. (Loja Para Todos, 2019) La zona de desarrollo de esta parroquia está comprendida entre la vía nueva a la costa en el perímetro urbano de la ciudad en el camino antiguo al sitio Guachichambo y el límite cantonal con Catamayo. (Loja Para Todos, 2019) El Área de Terreno es de 1.259,24 Has (12'592.422,08 m2)



**Figura 19**  
Parroquia Sucre

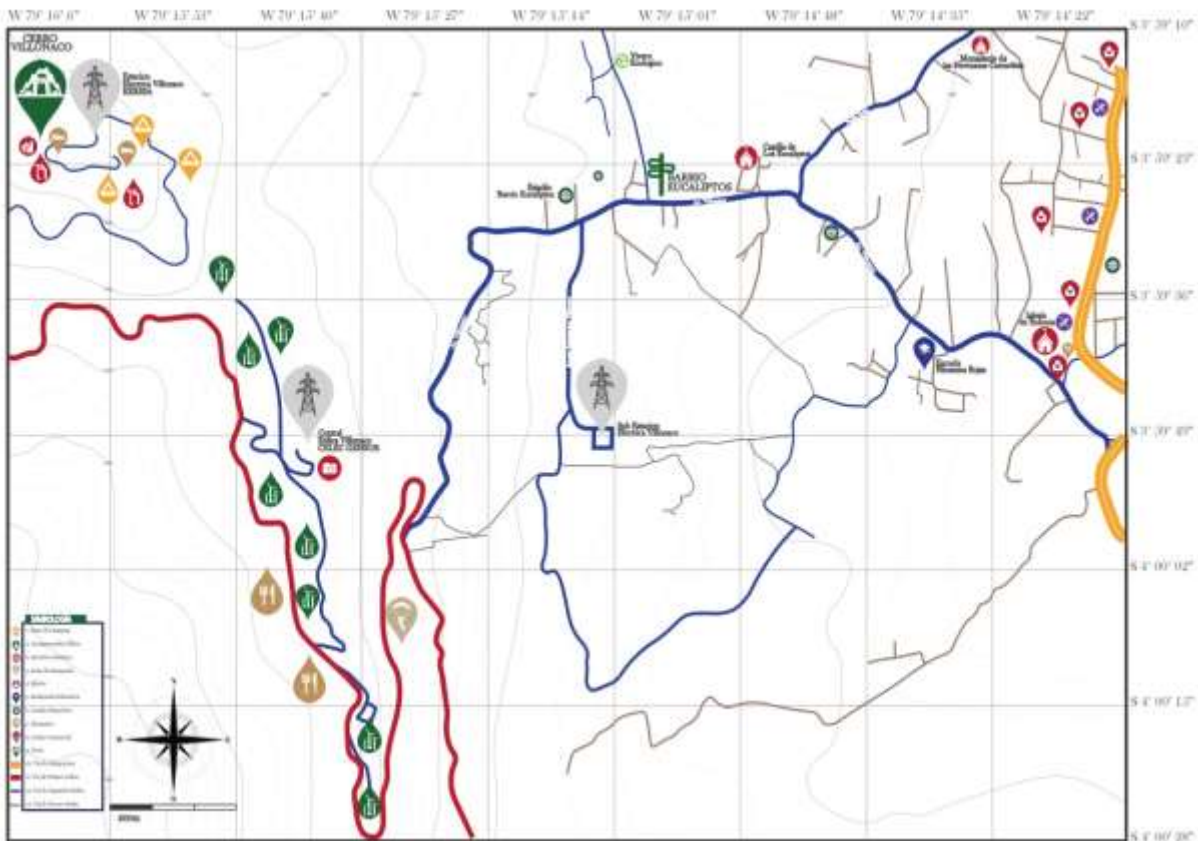
**Tabla 7**  
Barrios Parroquia Sucre

**BARRIOS QUE CONFORMAN LA PARROQUIA**

No.	Barrios
1	Gran Colombia
2	San José
3	San Vicente
4	Capulí Loma
5	El pedestal
6	Clodoveo
7	Turunuma
8	Belén
9	Plateado
10	Borja
11	Obrapía
12	Menfis
13	Chontacruz
14	Bolonia
15	Eucaliptos
16	Tierras Coloradas
17	Celi Román
18	Alborada
19	Miraflores

Los Barrios de esta parroquia que tienen gran influencia para el cerro Villonaco son:

### 1.1.2.2. Eucaliptos



**Figura 20**

#### Barrio Eucaliptos

El sector Los Eucaliptos se ubica en la zona occidental de la ciudad, junto al barrio Bolonia y Plateado por este lugar atraviesa una de las vías que conduce a la Central eólica Villonaco. Este barrio es conocido por sus fiestas decembrinas en honor la Virgen de Guadalupe, imagen que se encuentra ubicada en la capilla del mismo nombre. Además de los eventos deportivos que se realizan en la cancha de Fútbol Eucaliptos cada año. El barrio Los Eucaliptos se levanta contiguo al cerro Villonaco al que los devotos de la ‘Guadalupana’ lo comparan con el cerro Tepeyac, que, de acuerdo al mito, en ese lugar ella se apareció al indígena Juan Diego. Por ellos los moradores de ese barrio dicen: ‘En el Tepeyac del Villonaco: la Virgen de Guadalupe que ya tiene 18 años de tradición. Estos eventos atraen a todos los barrios de toda la ciudad de Loja, gracias a la acogida que el barrio tiene con sus invitados.

### 1.1.2.2.3. Barrios Complementarios

Estos barrios se encuentran en las principales vías que conectan hacia el cerro Villonaco, Plateado, Bolonia, Tierras Coloradas, El Prado. Estos barrios denominados complementarios por su ubicación se encuentran a los límites de influencia con el Villonaco, ubicados en las vías que conducen directamente hacia este sector. La vía antigua a Catamayo es la principal, que conecta a la ciudad de Loja con Catamayo, los barrios ubicados en esta vía es Tierras Coloradas



dentro de la parroquia Sucre. Este posee distintos lugares donde los visitantes pueden degustar los platos típicos de Loja, denominados Kioscos, posee 6 entre los platos esta la fritada, chanfaina, sancocho, tamales, seco de pollo, Guata, empanadas con morocho, etc.

Ubicados en todo el trayecto de esta vía que atraviesa el barrio. El prado puesto que es un barrio en crecimiento únicamente se lo considera por su ubicación y beneficio que tendrá a futuro, considerando la influencia del Turismo generado por el Cerro Villonaco.

### 1.1.2.3. Inventarios y Jerarquización de atractivos Turísticos

**Tabla 8**

*Clasificación de Atractivos Ecoturísticos*

<b>INVENTARIO Y JERARQUIZACION DE ATRACTIVOS TURISTICOS SEGUN CLASIFICACION DEL ECOTURISMO</b>					
<b>Clasificación</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Jerarquía</b>
<b>Atractivos Focales</b>	Naturales y Culturales	Montañas	Baja Montaña	Cerro Villonaco	III
		Ambientes Lacustres	Laguna	Laguna Payanchi	II
		Arquitectura	Historia vernácula	Iglesia de la virgen de Guadalupe	I
			Otras	Urna de la virgen del cisne	IV
	Elementos de patrimonio Natural y Cultural	Infraestructuras de arquitectura			
<b>Atractivos Complementarios</b>	Acervo Cultural	Fiestas Religiosas, Tradiciones y creencias populares		Fiestas de la virgen de Guadalupe	II
				Fritada	III
				Cecina	III
		Gastronomía		Arveja con guineo	III
				Sancocho	III
				Cuy con papas	III
<b>Atractivos de Apoyo</b>	Elementos Artificiales	Arquitectura	Infraestructura Recreativa	Restaurante Eólico	III
				Central eólica Villonaco	III
		Acontecimiento programados	Eventos deportivos	Campeonato de futbol el villo	III
				Zona parapente	III

### 1.1.2.4. Fichas de Resumen de Atractivos Turísticos de la Central Eólica Villonaco.

**Tabla 9**

*Cerro Villonaco*

FINCHA N° 1 CERRO VILLONACO ALTO		
NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
Cerro Villonaco Alto		III
CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Atractivos Naturales	Montañas	Baja Montaña
PROVINCIA	CANTÓN	LOCALIDAD
Loja	Loja	Parroquia Sucre
		<b>UBICACIÓN:</b> Se encuentra ubicado en la vía antigua a Catamayo parroquia Sucre Loja.
		<b>Georreferenciación:</b> <b>Latitud:</b> 3°59'22.92"S <b>Longitud:</b> 79°15'53.90"O <b>Altura cresta 1:</b> 2974 m.s.n.m  <b>Altura cresta 2:</b> 3011 m.s.n.m
<b>CARACTERÍSTICAS</b> Esta elevación montañosa ubicada en la ciudad de Loja en los límites con el cantón Catamayo, a 3011 m.s.n.m en su parte más alta, es una de las elevaciones más emblemáticas e importantes de la provincia de Loja, siendo una fuente natural de agua para los 2 cantones, además en este cerro se encuentra uno de los atractivos turísticos más visitados de la ciudad como lo es la central eólica Villonaco, también desde se pueden divisar panorámicas únicas de toda la ciudad, además de flora y fauna endémica de paramos. Sus espacios ubicados en diversos lugares de este cerro que se utilizan para deportes como parapente, caminatas, ciclismo, entre otras actividades de entretenimiento.		
<b>RECOMENDACIONES:</b> Llevar Ropa adecuada, No contaminar el lugar, Permanecer en los sitios indicados por seguridad.		
<b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS:</b> Fotografía, Senderismo, Observación de ciudad de Loja y Catamayo, Observación paisajística.		


**Tabla 10**

*Centro de Interpretación Eólica Villonaco*

<b>FICHA N° 2 Centro de Interpretación Central Eólica Villonaco</b>		
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>		<b>JERARQUIA</b>
Centro de Interpretación Central Eólica Villonaco		III
<b>CATEGORIA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Infraestructura Recreativa
<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTON</b>	<b>LOCALIDAD</b>
Loja	Loja-Catamayo	Parroquia Sucre
		<p><b>UBICACIÓN:</b> Está ubicado en la zona conocida como Uriguanga, vía a antigua a Catamayo.</p> <p><b>\Georreferenciación:</b> <b>Latitud:</b> -3.997401 <b>Longitud:</b> -79.259207 <b>Altura:</b> 2720 msnm</p>
<p><b>CARACTERÍSTICAS:</b> El centro de interpretación Eólica Villonaco es una infraestructura moderna de producción de energía 100% limpia de estos aerogeneradores mensualmente recibe un promedio de visitas de 2.000 personas. El centro de interpretación posee Auditorio, Exposición Fotográfica, Túnel de viento, Sendero, Mirador.</p>		
<p><b>RECOMENDACIONES:</b> Mantener el atractivo fuera de contaminación alguna. Llevar ropa adecuada para la visita.</p>		
<p><b>ACTIVIDADES TURISTICAS:</b> Fotografía, Senderismo, Observación de los aerogeneradores Observación de paisajes propios del sitio.</p>		


**Tabla 11**

*Parapente*

<b>FINCHA N° 3 PARAPENTE</b>		
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>		<b>JERARQUIA</b>
Parapente		III
<b>CATEGORIA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Manifestaciones Culturales	Acontecimientos programados	Eventos Deportivos
<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTON</b>	<b>LOCALIDAD</b>
Loja	Loja	Parroquia Sucre
		<b>UBICACIÓN:</b> Está ubicado en el barrio Eucaliptos en la vía antigua a Catamayo, Av. Villonaco.
		<b>Georreferenciación:</b> <b>Latitud:</b> -4.002120 <b>Longitud:</b> -79.256740 <b>Altura:</b> 2585 msnm
<b>CARACTERÍSTICAS:</b> Este deporte extremo se lo puede practicar en la vía antigua a Catamayo, en la Ciudad de Loja existe un club creado hace 4 años bajo la dirección de 8 personas que realizan demostraciones en distintos lugares de la provincia de Loja se Encuentra muy cerca de la Central Eólica Villonaco con un costo aproximado de \$40 por vuelo, estos servicios se realizan cada fin de semana con una reservación previa.		
<b>RECOMENDACIONES:</b> Llevar Ropa abrigada Cámara fotográfica o teléfono inteligente		
<b>ACTIVIDADES TURISTICAS</b> Fotografía, Parapente, Observación de la ciudad de Loja		


**Tabla 12**

*Iglesia Virgen de Guadalupe*

<b>FINCHA N°4 IGLESIA VIRGEN DE GUADALUPEC</b>		
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>		<b>JERARQUIA</b>
Iglesia Virgen de Guadalupe		I
<b>CATEGORIA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Atractivos Culturales	Arquitectura	Historia Vernácula
<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTON</b>	<b>LOCALIDAD</b>
Loja	Loja	Barrio Eucaliptos
		<p><b>UBICACIÓN:</b> Se encuentra ubicada en el Barrio Eucaliptos al pie del Cerro Villonaco, al noroestede la localidad. <b>Latitud:</b> 3°59'25.68"S <b>Longitud:</b> 79°14'46.73"O</p>
<p><b>CARACTERÍSTICAS:</b> La mini basílica de la Virgen de Guadalupe con de dos torres y un campanario, además de imágenes representativas como, el divino niño, San francisco de asís, Figura de Jesús en la Cruz, y el cuadro de la Virgen de Guadalupe, edemas de una capacidad de 200 personas.</p>		
<p><b>RECOMENDACIONES:</b> Mantener Limpio el atractivo Cámara o teléfono inteligente Ropa adecuada</p>		
<p><b>ACTIVIDADES TURISTICAS:</b> Fotografía, Convivencia con la Comunidad, Participación en las Festividades.</p>		


**Tabla 13**

*Laguna de Payanchi*

<b>FINCHA N°5 LAGUNA DE PAYANCHI</b>		
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>		<b>JERARQUIA</b>
Atractivos Naturales		II
<b>CATEGORIA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Atractivos Naturales	Ambientes Lacustres	Laguna
<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTON</b>	<b>LOCALIDAD</b>
Loja	Loja Catamayo	Parroquia Sucre
		<b>UBICACIÓN:</b> Está ubicada en el barrio Payanchi vía antigua a Catamayo. <b>Georreferenciación:</b> <b>Latitud:</b> -4.014299 <b>Longitud:</b> -79.253145 <b>Altura:</b> 2468 msnm
<b>CARACTERÍSTICAS:</b> Es un atractivo poco conocido de este barrio utilizado por los habitantes del lugar ya que no está adecuada para la visita del público abierto.		
<b>RECOMENDACIONES</b> Mantener atractivo limpio, Llevar ropa adecuada, Llevar cámara fotográfica o teléfono inteligente.		
<b>ACTIVIDADES TURISTICAS</b> Fotografía, Observación del atractivo y la belleza natural que en esta existe., Caminata.		

**Tabla 14**

*Urna Virgen del Cisne*

<b>FINCHA N° 6 URNA DE LA VIRGEN DEL CISNE</b>		
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>		<b>JERARQUIA</b>
Urna de la Virgen del el Cisne		I
<b>CATEGORIA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Atractivos Culturales	Arquitectura	Historia Vernácula
<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTON</b>	<b>LOCALIDAD</b>
Loja	Loja	Villonaco
		<b>UBICACIÓN</b> Ubicado en vía antigua a Catamayo, sector Villonaco. Georreferenciación:  <b>Latitud:</b> 3°59'40.06"S  <b>Longitud:</b> 79°16'4.21"O
		<b>CARACTERÍSTICAS:</b> Este sitio se encuentra al pie de cerro Villonaco alto es el lugar donde la virgen del Cisne hace su descanso el primero de noviembre en su regreso a la basílica del cisne, cuenta con un cuadro de la sagrada imagen, así como un lugar para que descanse la imagen y una mesapara realizar la santa misa.
<b>RECOMENDACIONES:</b> Llevar ropa adecuada Cámara fotográfica o teléfono inteligente		
<b>ACTIVIDADES TURISTICAS:</b> Caminata, Observación de paisajes propios del lugar		



**Tabla 15**

*Central Eólica Villonaco*

<b>FINCHA N° 7 Central Eólica Villonaco</b>		
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>		<b>JERARQUIA</b>
Central Eólica Villonaco		III
<b>CATEGORIA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Infraestructura Recreativa
<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTON</b>	<b>LOCALIDAD</b>
Loja	Loja, Catamayo	Parroquia Sucre
		<b>UBICACIÓN:</b> Está ubicado en el cerro Villonaco en su parte baja, vía a antigua a Catamayo. <b>Georreferenciación: Latitud:</b> - 3.997401 <b>Longitud:</b> -79.259207 <b>Altura:</b> 2720 msnm
		<b>CARACTERÍSTICAS:</b> La central Eólica Villonaco es uno de los proyectos más emblemáticos y estratégicos del estado ecuatoriano, construida a lo largo de la línea cumbre del cerro Villonaco, posee 11 aerogeneradores que dan una potencia total de 16.5MW este lugar posee distintas zonas para la visita de los turistas que quieran ver el lugar, además de un centro de interpretación, cafetería, venta de souvenirs, senderos, miradores desde toda la línea donde está construido visualizando paisajes únicos de la ciudad de Loja y Catamayo, su funcionamiento en 2013 en el gobierno del Expresidente Rafael Correa.
<b>RECOMENDACIONES:</b> Mantener el atractivo fuera de contaminación alguna, llevar ropa adecuada para la visita.		
<b>ACTIVIDADES TURISTICAS:</b> Fotografía, senderismo, observación de los aerogeneradores, observación de paisajes propios del sitio.		

**Tabla 16**

*Campeonato de Futbol El Villo*

<b>FINCHA N° 8 Campeonato de Futbol El Villo</b>		
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>		<b>JERARQUIA</b>
Campeonato de Futbol El Villo		III
<b>CATEGORIA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Infraestructura Recreativa
<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTON</b>	<b>LOCALIDAD</b>
Loja	Loja	Eucaliptos-Parroquia Sucre
		<b>UBICACIÓN:</b> Ubicada en los límites del Barrio Eucaliptos, vía Villonaco, en la parte bajadel cerro Villonaco. <b>Georreferenciación:</b> <b>Latitud:</b> 3°59'25.32"S <b>Longitud:</b> 79°15'7.61"O
<b>CARACTERÍSTICAS:</b> Este Campeonato se realiza en la cancha de futbol perteneciente al barrio Eucaliptos y la maneja asociación de agua entubada de este barrio. En este sitio se realizan diversos eventos deportivos, campeonatos de futbol, indor futbol, Ecuavoley, en este participan categorías abierta tanto hombres y mujeres, participan equipos de distintos puntos de la ciudad a pesar de su lejanía. Este campeonato se viene realizando desde hace 20 años comouna tradición del barrio para motivar al deporte sano. Se puede acceder al lugar a pie o en automóvil.		
<b>RECOMENDACIONES:</b> Mantener el atractivo fuera de contaminación alguna.Llevar ropa adecuada para la visita.		
<b>ACTIVIDADES TURISTICAS:</b> Fotografía Senderismo Observación de los aerogeneradores Observación de paisajes propios del sitio.		


**Tabla 17**

*Restaurante Eólico*

<b>FINCHA N° 9 Restaurante Eólico</b>		
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>		<b>JERARQUIA</b>
Central Eólica		III
<b>CATEGORIA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Infraestructura Recreativa
<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTON</b>	<b>LOCALIDAD</b>
Loja	Loja Catamayo	Parroquia Sucre
		<b>UBICACIÓN:</b> Ubicado en la Zona conocida como Uriguanga, vía a antigua a Catamayo.
		<b>Georreferenciación:</b> <b>Latitud:</b> 4° 0'9.94"S <b>Longitud:</b> 79°15'34.32"O
<b>CARACTERÍSTICAS:</b> Este restaurante ubicado en el Cerro Villonaco en la zona de Uriguanga, vía antigua a Catamayo, este ofrece diversos platos fuertes, comida típica lojana, arveja con guineo, cecina, costillas, lomo es salsa de champiñones, almuerzos variados, además variedad en cafetería, especialidad de postres, posee excelente decoración, atención al cliente, con una vista única que ofrece este lugar al horizonte, y en las turbinas de la central eólica Villonaco. Atención de jueves a domingo de 9am a 20pm, se puede hacer reservaciones para una mayor experiencia del lugar.		
<b>RECOMENDACIONES:</b> Visitar el lugar en el horario y días de atención Pueden realizar reservación con anticipación para eventos formales Llevar ropa adecuada		
<b>ACTIVIDADES TURISTICAS:</b> Degustación de gastronomía cafetería, postres y comida típica Lojana Fotografía Observación de los aerogeneradores Observación de paisajes propios del sitio.		

**Tabla 18**

*Cuy Asado*

<b>Ficha N° 10 Cuy Asado</b>		
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>		<b>JERARQUÍA</b>
Cuy Asado		III
<b>CATEGORÍA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Manifestaciones Culturales	Acervo Cultural y Popular	Gastronomía
<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTÓN</b>	<b>LOCALIDAD</b>
Loja	Loja	Parroquia Sucre
		<b>UBICACIÓN:</b> Se encuentra ubicado en el Barrio Eucaliptos, vía Villonaco. <b>Georreferenciación: Latitud:</b> 3°59'26.03"S <b>Longitud:</b> 79°14'46.86"O
		<p><b>Características:</b> Este plato típico se encuentra en el barrio Eucaliptos ya que posee variada gastronomía elaborada por sus habitantes, que viven de la crianza de estos animales, y de su venta. Se puede acceder a este barrio por las vías Villonaco, virgilio rodas.</p> <p><b>Ingredientes:</b> Cuy, Ajo, sal, limón, Papas, Cebolla, lechuga, tomate.</p> <p><b>Modo de preparación:</b> Este plato se lo empieza con el ingrediente principal que es el cuy, se lo pela con agua caliente, se lo lava muy bien, luego de esto se lo sazona, con ajo, sal, se lo deja reposar hasta preparar la leña para lograr la brasa necesaria para asar los cuyes, una vez teniendo la temperatura adecuada, se empala el cuy en un palo largo y se procede a asarlo hasta que queda totalmente dorado, luego se lo corta en presas para servirlo con papas sazonadas y refritas, también lo acompaña con una ensalada de tomate, cebolla o lechuga, también mote, arroz o yucas.</p> <p><b>Recomendaciones:</b> Se puede encontrar este plato en tres puntos distintos de este barrio todos en la vía Villonaco, su valor es de \$5 dólares el plato y \$20 dólares el cuy entero.</p> <p><b>Actividades Turísticas:</b> Fotografía, degustación de comida típica, observación de paisajes.</p>

**Tabla 19**

*Sancocho*

<b>Ficha N° 11 Sancocho</b>		
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>		<b>JERARQUÍA</b>
Sancocho		III
<b>CATEGORÍA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Manifestaciones Culturales	Acervo Cultural y Popular	Gastronomía
<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTÓN</b>	<b>LOCALIDAD</b>
Loja	Loja	Parroquia Sucre
		<b>UBICACIÓN:</b>
		Se encuentra ubicado en el Barrio Chontacruz av. Eugenio Espejo vía antigua a Catamayo, Barrio Belén vía a Catamayo. <b>Georreferenciación:</b> <b>Chontacruz</b> <b>Latitud:</b> 4° 0'55.19"S <b>Longitud:</b> 79°13'27.49"O <b>Belén</b> <b>Latitud:</b> 3°58'42.48"S <b>Longitud:</b> 79°13'29.93"O
<p><b>Características:</b> Estos barrios son conocidos por brindar una diversa gastronomía y sussitios son bastante conocidos por la ciudad de Loja.</p> <p><b>Ingredientes:</b> Espinazo de cerdo, Yuca, Guineo, sal, aliño, orégano.</p> <p><b>Modo de preparación:</b> En una olla se pone a hervir el agua, sal, aliño, a su gusto, luego se procede a poner la carne y la yuca, guineo, todos estos ingredientes se ponen a hervir por 30 hora hasta su entera cocción para completar se coloca un poco de orégano para su sabor y olor característico.</p> <p><b>Recomendaciones:</b> El precio de este plato tiene un costo de \$1,50 dólares hasta llegar a los \$2 dólares.</p>		
<p><b>Actividades Turísticas:</b> Fotografía, Degustación de Comida Típica, Observación de paisajes.</p>		

**Tabla 20**

*Fritada*

<b>Ficha N° 12 Fritada</b>		
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>		<b>JERARQUÍA</b>
Fritada		III
<b>CATEGORÍA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Manifestaciones Culturales	Acervo Cultural y Popular	Gastronomía
<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTÓN</b>	<b>LOCALIDAD</b>
Loja	Loja	Parroquia Sucre
		<b>UBICACIÓN:</b> Esta comida típica se da en los Barrio Belén, vía Catamayo, Chontacruz, vía antigua a Catamayo. <b>Georreferenciación:</b> <b>Chontacruz Latitud:</b> -4.012945 <b>Longitud:</b> -79.224302 <b>Belén</b> <b>Latitud:</b> 3°58'42.48"S <b>Longitud:</b> 79°13'29.93"O
		<p><b>Características:</b> En estos barrios se puede disfrutar de muchos platos típicos, gracias a sus distintos puntos de comida que poseen.</p> <p><b>Ingredientes:</b> Carne y costilla de cerdo, Ajo, Sal, cebolla blanca, limón.</p> <p><b>Modo de preparación:</b> Primero se coloca agua en una paila que es específicamente para la fritada luego se coloca el agua, sal al gusto, cebolla morada, cebolla de hoja, ajos, se coloca el jamón del choncho y la carne, y se procede a dejar hervir, con pedazo de madera de 1,50 cm se procede a menear el chicharrón, no se debe dejar de mover para que no se queme hasta que el agua se consuma por completo y empiece a dejar salir la manteca del jamón.</p> <p>Luego se coloca 2 naranjas para que el chicharrón puede tener el color dorado y cocido peculiar, en este proceso se saca la manteca en un recipiente, hasta que quede únicamente solo el chicharrón ya listo. Se puede agregar plátanos en la misma paila para poder acompañar la rica Fritada, que se sirve con arroz, mote, yuca, ensalada.</p> <p><b>Recomendaciones:</b> Llevar ropa cómoda, contribuir a que el atractivo no termine, llevar cámara fotográfica.</p> <p><b>Actividades Turísticas:</b> Fotografía, Degustación de Comida Típica, Observación de paisajes</p>


**Tabla 21**

*Cecina*

<b>Ficha N° 13 Cecina</b>		
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>		<b>JERARQUÍA</b>
Cecina		III
<b>CATEGORÍA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Manifestaciones Culturales	Acervo Cultural y Popular	Gastronomía
<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTÓN</b>	<b>LOCALIDAD</b>
Loja	Catamayo	Parroquia Sucre
		<b>UBICACIÓN:</b> Este plato típico se los pueden encontrar en el barrio Belén y Bolonia.
		<b>Georreferenciación:</b> Belén <b>Latitud:</b> 3°58'42.48"S <b>Longitud:</b> 79°13'29.93"O Bolonia <b>Latitud:</b> 3°59'43.75"S <b>Longitud:</b> 79°14'17.18"O
<b>Características:</b> La cecina es un plato típico de la ciudad de Catamayo, pero e también existe actualmente un lugar en la ciudad de Loja, barrio Belén, Cecinas viejo Lucho ofrece este riquísimo plato y en barrio Bolonia se puede encontrar este plato típico.		
<b>Ingredientes:</b> Carne de cerdo, Sal, ajo y pimienta.		
<b>Modo de preparación:</b> La cecina es la carne de cerdo fileteada, sazonada con sal, ajo y pimienta, se la seca al sol y finalmente se asa a la parrilla. Este delicioso plato va acompañado por yuca y encebollado.		
<b>Recomendaciones:</b> El Valor depende del Lugar ya que el modo de preparación es distinto, ya que existen otros lugares donde se puede encontrar este plato, y su precio va desde los 5 a 15\$ dólares. Llevar cámara fotográfica.		
<b>Actividades Turísticas:</b> Fotografía, Degustación de Comida Típica.		

**Tabla 22**

*Arveja con Guineo*

<b>Ficha N° 14 Arveja con guineo</b>		
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>		<b>JERARQUÍA</b>
Alveja con guineo		III
<b>CATEGORÍA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Manifestaciones Culturales	Acervo Cultural y Popular	Gastronomía
<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTÓN</b>	<b>LOCALIDAD</b>
Loja	Loja	Parroquia Sucre
		<b>UBICACIÓN:</b> Este plato típico se los puede encontrar en el barrio Eucaliptos, vía Villonaco. <b>Georreferenciación: Latitud:</b> 3°59'26.03"S <b>Longitud:</b> 79°14'46.86"O
<b>Características:</b> Es uno de los platos representativos de Loja, y muy cotizado por su exquisitez. <b>Ingredientes:</b> Alveja, Guineo, Sal, ajo, cebolla, Quesillo. <b>Modo de preparación:</b> Cocinar la arveja en agua y sal hasta que estén suaves, en otro recipiente haga un refrito de cebolla, ajo, comino, achiote, sal, refreír por 5 minutos, agregue el agua y la preparación anterior, después los guineos, cocine por 10 minutos, añada el queso y la leche, cocine 5 minutos más, le puede agregar cilantro picado, ponga sal, se puede servir con aguacate ají incluso mote.		
<b>Recomendaciones:</b> El plato se lo puede encontrar en todos los restaurantes de la ciudad de Loja entre semana y fines de semana su valor es de \$1 dólar a \$1.50		
<b>Actividades Turísticas:</b> Fotografía, Degustación de Comida Típica		

**1.2. Necesidades de desarrollo ecoturístico desde los demandantes de esta tipología de turismo.**

A continuación, se da a conocer los resultados de las necesidades del desarrollo Ecoturístico desde los demandantes, para estos se establecerá el tamaño de la muestra, a continuación, se realizará una encuesta para saber las necesidades para el proyecto planteado.

Una vez tabuladas las encuestas aplicadas a turistas y visitantes de la central eólica y a personas de las comunidades cercanas en el mes de enero de 2022 se realizó el siguiente análisis.

**1. Género**



**Tabla 23***Género*

<b>Total</b>		
<b>Opciones</b>	<b>N°</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	68	45%
Femenino	82	55%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Análisis e Interpretación**

Según las encuestas realizadas, la mayoría fueron mujeres con un 55% y un 45% hombres.

**2. Edad****Tabla 24***Edad*

<b>Total</b>		
<b>Opciones</b>	<b>N°</b>	<b>Porcentaje</b>
16 a 24	88	59%
25 a 33	53	35%
34 a 42	5	3%
43 a 51	1	1%
52 en adelante	3	2%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**3. Estado Civil****Tabla 24***Estado Civil*

<b>Total</b>		
<b>Opciones</b>	<b>N°</b>	<b>Porcentaje</b>
Soltero (a)	125	83%
Casado (a)	16	11%
Unión Libre	6	4%
Divorciado(a)	3	2%
Viudo(a)	0	0%
Otro	150	100%

**Análisis e Interpretación**

Según las encuestas realizadas más mayoría de visitantes son solteros con un 83%, seguido de personas casadas, información necesaria para plantear actividades.

**4. Ocupación****Tabla 25***Ocupación*

<b>Total</b>		
<b>Opciones</b>	<b>N°</b>	<b>Porcentaje</b>
Estudiante	94	63%
Profesional	40	27%
Libre Ejercicio	16	11%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

## Análisis e Interpretación

De las encuestas realizadas el 62% son estudiantes, seguidos por profesionales y personal de libre ejercicio.

## 5. Lugar de Residencia

**Tabla 26**

*Lugar de Residencia*

Total		
Opciones	N°	Porcentaje
Ciudad de Loja	115	66%
Otro (Especifique)		
Zamora	15	10%
Loja	8	5%
El oro	3	2%
Quito	2	1%
Cuenca	2	1%
Morona Santiago	1	1%
Pastaza	1	1%
Santo Domingo	1	1%
Sucumbíos	1	1%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

## Análisis e interpretación

Las encuestas realizadas muestran que la mayoría de personas que visitan el cerro Villonaco y la central eólica son de la ciudad de Loja seguidos por la provincia de Zamora y Loja.

## 6. Ingresos Mensuales

**Tabla 27**

*Ingresos Mensuales*

Total		
Opciones	N°	Porcentaje
0 a \$300	99	66%
\$300 a \$500	28	19%
\$500 en adelante	23	15%
Otro	150	100%

## Análisis e Interpretación

De la mayoría de los encuestados con un 66% perciben un ingreso mensual de 0 a \$300 dólares americanos.

## 7. ¿Ubica usted al cerro Villonaco?

**Tabla 28**

*Ubicación del Cerro*

Total		
Opciones	N°	Porcentaje
Si	133	89%
No	17	11%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

## Análisis e Interpretación

La mayoría de encuestados con un 89% si ubican el cerro Villonaco alto, esta información sirve para proponer actividades.

## 8. ¿Cómo consideraría usted al cerro Villonaco?

**Tabla 29**

*Consideración del cerro*

Total		
Opciones	N°	Porcentaje
Recurso Natural Turístico único para la ciudad de Loja.	99	71%
Lugar donde se recolecta energía Eólica	41	29%
Una montaña cualquiera	0	0%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

### Análisis e Interpretación

Un 71% consideran al cerro Villonaco como un recurso turístico único para la ciudad de Loja.

## 9. ¿Con quienes visitaría el cerro Villonaco alto?

**Tabla 30**

*Con quienes visitaría el cerro Villonaco alto*

Total		
Opciones	N°	Porcentaje
Familia	89	59%
Amigos	40	27%
Pareja	21	14%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

### Análisis e Interpretación

Los resultados de las encuestas mostraron que la mayoría visitaría este lugar en familia con un 59%.

## 10. ¿Con que frecuencia visita la central eólica Villonaco?

**Tabla 31**

*Visitas a la Central Eólica*

Total		
Opciones	N°	Porcentaje
Cada Año	85	57%
Cada Mes	33	22%
Cada Semana	12	8%
Rara vez	20	13%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

### Análisis e Interpretación

Los resultados de las encuestas arrojaron que las visitas al cerro Villonaco, más frecuentes la hacen turistas cada año un 57%, 22 % mensualmente.

## 11. Cuál de las siguientes razones lo motivaría a visitar la central eólica Villonaco y lo llevaría al cerro Villonaco alto:

**Tabla 32***Motivaciones para visitar el cerro Villonaco*

<b>Total</b>		
<b>Opciones</b>	<b>N°</b>	<b>Porcentaje</b>
Turismo	96	67%
Los Eólicos	30	20%
Flora y Fauna del lugar	15	10%
Trabajo	9	6%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Análisis e Interpretación**

De todo los encuestados se muestra un claro porcentaje que visita el cerro Villonaco por turismo 64% y un 20 por los eólicos puesto que la información servirá promocionar paquetes turísticos.

**12. ¿Qué actividades le gustaría que se implementen en el Cerro Villonaco alto para complementar el turismo de la central Eólica Villonaco?**

**Tabla 33***Actividades que complementes a la central Eólica*

<b>Total</b>		
<b>Opciones</b>	<b>N°</b>	<b>Porcentaje</b>
Mirador Ecoturístico	37	25%
Senderismo o Caminata	23	15%
Observación de Flora y Fauna	15	10%
Camping	21	14%
Observación de Ecosistemas	7	5%
Degustación Gastronómica	14	9%
Deportes Extremos	25	17%
Todas las anteriores	7	5%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Análisis e Interpretación**

El total de las encuestas muestra que el 25% le gustaría implementar miradores seguido de observación de ecosistemas con un 17, senderismo 15, camping 14.

**13. ¿Qué infraestructura le gustaría se implemente en el cerro Villonaco alto y la central eólica?**

**Tabla 34***Infraestructura Turística*

<b>Total</b>		
<b>Opciones</b>	<b>N°</b>	<b>Porcentaje</b>
Mirador Ecoturístico	54	36%
Restaurantes	25	17%
Refugios	37	25%
Infraestructura para Deportes Extremos	30	20%
Hospedaje Ecosustentable	3	2%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Análisis e Interpretación**

El resultado mostro que la infraestructura turística que prefieren el turísticas es el Mirador Ecoturístico con 37%, seguido de restaurantes y deportes extremos.

**14. Le gustaría que ofrecieran paquetes turísticos con las actividades marcadas anteriormente, ¿Complementando el cerro Villonaco alto, la central eólica y sus alrededores?**

**Tabla 35**

*Oferta de paquetes*

Opciones	Total	
	N°	Porcentaje
Si	146	97%
No	4	3%

**Análisis e Interpretación**

Los resultados muestran que 97% si desean paquetes turísticos en el cerro Villonaco alto y la central eólica.

**15. En promedio ¿cuál es el precio que considera adecuado pagar por un paquete turístico en el cerro Villonaco?**

**Tabla 36**

*Precio de paquetes*

Opciones	Total	
	N°	Porcentaje
\$10 - \$20	109	73%
\$20 - \$30	36	24%
\$30 - \$40	4	3%
<b>Total</b>	<b>149</b>	<b>100%</b>

**Análisis e Interpretación**

De todos los encuestados el 73% pagaría de \$10 a \$20, esto servirá para generar paquetes turísticos.

**16. ¿Porque medios le gustaría que se promocionen estos paquetes turísticos?**

**Tabla 37**

*Promoción de paquetes*

Medios	N°	Porcentaje
Prensa Escrita	10	7%
Radio Difusión	12	8%
Televisión	15	10%
Internet	33	22%
Multimedia	15	10%
Redes Sociales	53	35%
Volantes	12	8%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

## **Análisis e Interpretación**

El resultado de esta pregunta mostro que el 35% prefiere la promoción de paquetes turísticos en las Redes Sociales.

### **17. ¿Cuál considera usted que son los canales de distribución más adecuados para poder adquirir estos paquetes turísticos?**

**Tabla 38**

*Canales de Distribución*

<b>Canales</b>	<b>N°</b>	<b>Porcentaje</b>
Agencias de Viaje	37	25%
Agencias Virtuales	22	15%
Sitios Web de empresas	14	9%
Stands Turísticos	25	17%
Redes Sociales	49	33%
Todas las anteriores	3	2%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

## **Análisis e Interpretación**

El resultado mostró que los canales de distribución para adquirir paquetes turísticos con un 32% son las redes sociales.

### **1.2.1. Segmentación de Mercado**

Para segmentar a los turistas de acuerdo a sus intereses se dividirá por la edad y así se conformarán un total de cinco segmentos que se detallan a continuación y que sus características han sido determinadas de los resultados de la encuesta.

#### **1.2.1.1. Segmento de Turistas con edad hasta los 24 años.**

Este segmento presenta preferencias por actividades Ecoturísticas como: Camping, Senderismo o caminata, Deportes Extremos, Degustación Gastronómica, además de observación de flora y fauna, observación de ecosistemas. Existe gran preferencia de visitar el cerro Villonaco motivados por el turismo, en cuanto a la infraestructura tienen gran inclinación por miradores Ecoturísticos, infraestructura para deportes extremos y refugios. Actividades e infraestructura optan por que se complementen con la central eólica. Los turistas de este segmento optan por viajar con familia, amigos y pareja. Visitan al menos una vez por mes el lugar, prefieren paquetes turísticos pagando un monto de 15 a 20 dólares por los mismos, y que los mismos se promocionen por Redes Sociales, Agencias de viaje, Agencias de viaje, televisión, sitios web, prensa escrita. El ingreso mensual de estos es de al menos 300 dólares mensuales, son estudiantes, residentes en la ciudad de Loja.

#### **1.2.1.2. Segmento de Turistas de 25 hasta los 33 años**

Este segmento de presenta preferencias por actividades como: senderismo o caminatas, degustación gastronómica, Deportes extremos, camping, adicional a esto infraestructura

Ecoturística como miradores, restaurantes. Estas actividades son bien vistas para que se complementen con la central eólica. Prefieren visitar el cerro Villonaco por el Turismo, Eólicos, además de que elije por ir a lugar con familia y pareja. Prefieren paquetes turísticos para conocer de mejor manera el cerro Villonaco, y pagaría por este entre 15 a 20 dólares además que los mismo se promociones en Redes Sociales, agencias de viaje, agencias virtuales, televisión, Stands turísticos, prensa. La mayoría de personas de este segmento son personas casadas, solteros seguidos por unión libre. Lugar de residencia fuera de la ciudad de Loja, en cantones de la provincia.

#### **1.2.1.3. Segmento de Turistas de 34 hasta los 42 años**

En este segmento tiene una preferencia por actividades como senderismo o caminata, degustación gastronómica, deportes extremos, además con esto infraestructura para miradores ecoturísticos, restaurantes, deportes extremos, prefieren viajar con familia, además que optan que todas las actividades anteriores se complementes a la central eólica, visitan el lugar al menos una vez por año, profesionales con ingresos superior a 500 dólares, prefieren paquetes turísticos pagando el costo de 30 a 40 dólares, y que los mismos se promocionen por redes sociales, televisión, prensa, stands turísticos, agencias de viaje, sitios web, agencias virtuales estos mismo que sean los principales canales de distribución.

#### **1.2.1.4. Segmento de Turistas de 43 Hasta los 51 años**

Las preferencias de este segmento muestran gran acogida por actividades como: caminata o senderismo, degustación gastronómica, en la infraestructura Ecoturísticas optaron por restaurantes, Miradores, e infraestructura para deportes extremo, estas complementadas a la central eólica. Su motivación para visitar el lugar sería el turismo y los eólicos, visitan el lugar 1 vez por año, además que visitaran el lugar con la familia, son profesionales y casado y unión libre, sus ingresos van de 500 en adelante. Prefieren paquetes turísticos pagando un monto de entre 15 a 20 dólares por los mismos, su difusión sería por redes sociales, prensa, televisión, prensa, sitios web, agencias de viaje, virtuales, stands, mismos que serían sus principales canales de distribución.

#### **1.2.1.5. Segmento de Turistas de 52 años en adelante**

En este segmento las preferencias van por actividades como: Degustación gastronómica, caminatas, además de la infraestructura turísticas como miradores, restaurantes, refugios, estos complementados a la central eólica Villonaco, estos prefieren visitar el lugar con familiares y su motivación sería el turismo, eólicos, sus ingresos mensuales van de 500 dólares en adelante, todo este segmento está casado, visitan el lugar al menos 1 vez por año, profesionales y otros

jubilados, prefieren paquetes turísticos, promocionados en agencias turísticas, virtuales, redes sociales, prensa, televisión, los mismo que sería su principales canales de distribución.

### 1.2.2. Perfil del Turista

Considerando la segmentación de mercado realizada en el punto anterior de los 5 grupos identificados, se puede crear un perfil de turistas que representan las tres primeras edades no superan los 43 años, la razón para elegir estos segmentos son por lo siguiente:

- Actividades de preferencia donde destacan, camping, senderismo o caminata, degustación gastronómica, deportes extremos, además de esto en cuento a infraestructura están miradores, refugios, restaurantes, infraestructura para deportes extremos.
- Ellos prefieren visitas con familiares, amigos y parejas.
- Prefieren que estas actividades se complementen con la central eólica, sus motivaciones para visitar el lugar son el Turismo y los eólicos.
- Todos prefieren paquetes turísticos con un costo de entre 15 y 20 dólares, siendo las redes sociales, agencias de viajes, virtuales, sitios web, principales canales de distribución para promocionar los mismos.
- La mayoría de visitantes son mujeres con estudiantes, profesionales un número menor libre ejercicio, sus ingresos económicos de 0 a 300 dólares.

## 1.3. Estrategias de desarrollo ecoturístico complementando actividades y servicios ofertadas en la Central Eólica Villonaco.

### 1.3.1. Análisis FODA

**Tabla 39**

*Foda Simple*

FACTORES INTERNOS	
Fortalezas	Debilidades
F1. Es una de los recursos naturales más importantes de la ciudad de Loja.	D1. Falta de proyectos para potenciar el cerro Villonaco y vincularlo al turismo de la central eólica.
F2. Posee características aptas para el desarrollo del Ecoturismo.	D2. Contaminación de las vías y zonas verdes que conducen al cerro Villonaco por parte de visitantes.
F3. Tiene zonas óptimas para actividades ecoturísticas, deportes extremos e implantación de infraestructura.	D3. Falta de señalización turística y vial. D4. Vías de acceso al cerro Villonaco en malas condiciones.
F4. Está influenciado positivamente por la central eólica Villonaco.	D5. Poco interés por parte de los barrios cercanos hacia el desarrollo del turismo y su involucramiento en el mismo.
F5. Facilidades de acceso vial hacia la parte más alta del cerro Villonaco.	D6. Inexistencia de servicios turísticos complementarios.
F6. Ubicación estratégica al encontrarse ubicado en los límites del cantón Loja y Catamayo.	



F7. Existen barrios cercanos con riqueza cultural y gastronómica.  
 F8. Posee 5 zonas para actividades de camping.  
 F9. Existen 19 senderos que podrían ser utilizados para caminatas.  
 F10. Tienen espacios para implementar hasta 3 miradores o refugios.  
 F11. Dispone de al menos 4 zonas para desarrollar deportes de aventura.  
 F12. Cuenta con al menos 5 barrios cuyos habitantes podrían incorporarse al desarrollo de las diferentes actividades de ecoturismo.  
 F13. Cuenta con 14 atractivos naturales y manifestaciones culturales que pueden incorporarse a las actividades y servicios que se ofrecerían de apoyo al ecoturismo.

D7. Desconocimiento de pobladores de la zona sobre importancia del turismo en el desarrollo económico.  
 D8. Poco interés de autoridades relacionadas con el ecoturismo para desarrollar este tipo de turismo.  
 D9. Pobladores que trabajan vinculados al proyecto turístico de la CEV no cuentan con apoyo de los encargados de turismo de la central para desarrollar proyectos complementarios al cerro.  
 D10. Atenas de comunicación, radio, teléfono, televisión, internet en el lugar.

---

### FACTOR EXTERNOS

---

#### Oportunidades

O1. Crecimiento de turismo comunitario en los barrios más cercanos al cerro Villonaco.  
 O2. Promoción que se da al turismo de la CEV.  
 O3. Complementariedad con el turismo de la CEV.  
 O4. Espacios visuales que ofrece el cerro Villonaco.  
 O5. Recursos turísticos comunes a la CEV ya los barrios involucrados.  
 O6. Nuevas tendencias del turismo acorde al potencial de sector de estudio y a la era posCOVID  
 O7. Demanda actual hacia nuevos tipos de turismo relacionados con la naturaleza  
 O8. Demanda actual del turismo de la CEV  
 O9. Gastronomía de la provincia de Loja reconocida a nivel nacional.  
 O10. Los posibles demandantes tienen preferencia por deportes extremos, observación de flora y fauna.  
 O11. Los posibles demandantes de este tipo de turismo tienen preferencia por infraestructura de miradores y refugios.  
 O12. Preferencia de los turistas actuales por la promoción de redes sociales y medios digitales.  
 O13. Los turistas optan por paquetes turísticos que contemplen la visita a varios atractivos que forman un solo conjunto.

#### Amenazas

A1. Inestabilidad Climática, bajas temperaturas y vientos fuertes en el Cerro Villonaco.  
 A3. Vías de acceso Loja Catamayo en malas condiciones.  
 A4. Poco interés por fortalecer el turismo en la ciudad de Loja por parte de las diferentes autoridades del Municipio.  
 A5. Vulnerabilidad de ecosistemas de páramo.  
 A6. Deslizamientos a causa de factores antrópicos en zonas cercanas al Cerro.  
 A7. Deforestación de las zonas verdes del Cerro Villonaco.  
 A8. Utilización de espacios para ecoturismo en otras actividades depredadoras del ambiente.

### 1.3.2. FODA ESTRATÉGICO

Tabla 40

Foda Estratégico

	<b>FORTALEZAS (F)</b>	<b>DEBILIDADES (D)</b>
<b>FACTORES INTERNOS</b>	<p><b>F1.</b> Es uno de los recursos naturales más importantes de la ciudad de Loja.</p> <p><b>F2.</b> Posee características aptas para el desarrollo del Ecoturismo.</p> <p><b>F3.</b> Tiene zonas óptimas para actividades ecoturísticas, deportes extremos e implantación de infraestructura.</p> <p><b>F4.</b> Está influenciado positivamente por la central eólica Villonaco.</p> <p><b>F5.</b> Facilidades de acceso vial hacia la parte más alta del cerro Villonaco.</p> <p><b>F6.</b> Ubicación estratégica al encontrarse ubicado en los límites del cantón Loja y Catamayo.</p> <p><b>F7.</b> Existen barrios cercanos con riqueza cultural y gastronómica.</p> <p><b>F8.</b> Posee 5 zonas para actividades de camping.</p> <p><b>F9.</b> Existen 19 senderos que podrían ser utilizados para caminatas.</p> <p><b>F10.</b> Tienen espacios para implementar hasta 3 miradores o refugios.</p> <p><b>F11.</b> Dispone de al menos 4 zonas para desarrollar deportes de aventura.</p> <p><b>F12.</b> Cuenta con al menos 5 barrios cuyos habitantes podrían incorporarse al desarrollo de las diferentes actividades de ecoturismo.</p> <p><b>F13.</b> Cuenta con 14 atractivos naturales y manifestaciones culturales que pueden incorporarse a las actividades y servicios que se ofrecerían de apoyo al ecoturismo.</p>	<p><b>D1.</b> Falta de proyectos para potenciar el cerro Villonaco y vincularlo al turismo de la central eólica.</p> <p><b>D2.</b> Contaminación de las vías y zonas verdes que conducen al cerro Villonaco por parte de visitantes.</p> <p><b>D3.</b> Falta de señalización turística y vial.</p> <p><b>D4.</b> Vías de acceso al cerro Villonaco en malas condiciones.</p> <p><b>D5.</b> Poco interés por parte de los barrios cercanos hacia el desarrollo del turismo y su involucramiento en el mismo.</p> <p><b>D6.</b> Inexistencia de servicios turísticos complementarios.</p> <p><b>D7.</b> Desconocimiento de pobladores de la zona sobre importancia del turismo en el desarrollo económico.</p> <p><b>D8.</b> Poco interés de autoridades relacionadas con el ecoturismo para desarrollar este tipo de turismo.</p> <p><b>D9.</b> Pobladores que trabajan vinculados al proyecto turístico de la CEV no cuentan con apoyo de los encargados de turismo de la central para desarrollar proyectos complementarios al cerro.</p> <p><b>D10.</b> Falta de comunicación, radio, teléfono, televisión, internet en el lugar.</p> <p><b>D11.</b> Desconocimiento del potencial turístico que tiene el CV</p>
<b>FACTORES EXTERNOS</b>		
<b>OPORTUNIDADES (O)</b>	<b>ESTRATEGIAS F.O.</b>	<b>ESTRATEGIAS D.O.</b>

<p><b>O1.</b> Crecimiento de turismo comunitario en los barrios más cercanos al cerro Villonaco.</p> <p><b>O2.</b> Promoción que se da al turismo de la CEV.</p> <p><b>O3.</b> Complementariedad con el turismo de la CEV.</p> <p><b>O4.</b> Espacios visuales que ofrece el cerro Villonaco.</p> <p><b>O5.</b> Recursos turísticos comunes a la CEV y a losbarrios involucrados.</p> <p><b>O6.</b> Nuevas tendencias del turismo acorde al potencial de sector de estudio y a la era posCOVID.</p> <p><b>O7.</b> Demanda actual hacia nuevos tipos de turismo relacionados con la naturaleza</p> <p><b>O8.</b> Demanda actual del turismo de la CEV<b>O9.</b> Gastronomía de la provincia de Loja reconocida a nivel nacional.</p> <p><b>O10.</b> Los posibles demandantes tienen preferencia por deportes extremos, observación de flora y fauna.</p> <p><b>O11.</b> Los posibles demandantes de este tipo de turismo tienen preferencia por infraestructura de miradores y refugios.</p> <p><b>O12.</b> Preferencia de los turistas actuales por la promoción de redes sociales y medios digitales.</p> <p><b>O13.</b> Los turistas optan por paquetes turísticos que contemplen la visita a varios atractivos que forman un solo conjunto.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Generar desarrollo Ecoturístico en el cerro Villonaco. F1, F2, F3, F4, F5, F6, F7, F8, F9, F10, F11, F12, F13, O2, O4, O6, O7, O10, O11, O13.</li> <li>2. Promover nuevas tipologías de turismo enfocadas en la actual era del Turismo natural. F2, F3, F8, F9. F10, F11, F13, O4, O6, O7, O10, O11</li> <li>3. Plantear Actividades relacionadas con la naturaleza en el cerro Villonaco y que complementen el turismo que ofrece la Central eólica Villonaco, F4, F8, F9, F10, F11, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8, O10, O11, O13</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Plantear un plan de promoción el Cerro Villonaco en redes sociales, medios digitales etc., como una nueva alternativa de turismo enlazado al que se desarrolla en la central Eólica Villonaco, D5, D11, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8, O10, O11, O12, O13.</li> <li>5. Diseñar un plan de capacitación de capacitación en temas Ecoturísticos para los moradores del sector involucrados en esta tipología de turismo. D5, D6, D7, D8, D9, D11, O1, O6, 07, O10, O11, O13.</li> </ol> <p>Sugerir un plan de señalética turística y vialen el área de influencia y potencial turístico del Cerro Villonaco D3, D2.D8, O1, O3, O4,O5</p>
--	--	---

<b>AMENAZAS (A)</b>	<b>ESTRATEGIAS F.A.</b>	<b>ESTRATEGIAS D.A.</b>
<p><b>A1.</b> Inestabilidad Climática, bajas temperaturas yvientos fuertes en el Cerro Villonaco.</p> <p><b>A2.</b> Desarrollo turístico de otras zonas con similares características en otros cantones <b>A3.</b> Vías de acceso Loja Catamayo en malas condiciones.</p> <p><b>A4.</b> Poco interés por fortalecer el turismo en la ciudad de Loja por parte de las diferentes autoridades del Municipio.</p> <p><b>A5.</b> Vulnerabilidad de ecosistemas de páramo.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diseñar programas de educación y conservación ambiental para proteger el cerro Villonaco y sus características naturales únicas. F1, F6, F12, F13, A5, A6, A7, A8</li> <li>2. Establecer un plan de motivación a empresas de turismo para potenciar y promocionar el cerro Villonaco y el turismo de la Central eólica Villonaco.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proponer talleres de capacitación con las comunidades cercanas para generar turismo comunitario, protección ambiental, fuentes de empleo, etc. D2, D5, D7, D8, D11, A2, A4, A5, A7, A8.</li> <li>2. Sugerir la creación de comités de gestión del sector con el municipio de Loja, empresas públicas y privadas especializadas en turismo. D8, A2, A3, A4,</li> </ol>

<p><b>A6.</b> Deslizamientos a causa de factores antrópicos en zonas cercanas al Cerro.</p>	<p>F2, F3, F4, F5, F6, F7, F8, F9, F10, F11, F12, F13. A2, A4</p>	<p>3. Reubicación de Atenas de comunicación, radio, teléfono, televisión, internet en el lugar nuevos en sitios que no afecten el potencial turístico del cerro Villonaco. D10,A2, A8</p>
<p><b>A7.</b> Deforestación de las zonas verdes del Cerro Villonaco.</p>	<p>3. Establecer actividades de ecoturismo acorde a las características climáticas del cerro F8, F9, F10,F11, A1</p>	<p>4. Mejorar los servicios básicos (vías) complementarios al turismo D2, D3, D4, D8, A2, A3, A4, A5, A6</p>
<p><b>A8.</b> Utilización de espacios para ecoturismo en otras actividades depredadoras del ambiente.</p>		

Luego de realizar el FODA cruzado o estratégico se procede a determinar los objetivos estratégicos en los cuales se puede intervenir con el presente proyecto de investigación, los cuales se describen a continuación, luego de determinar los que son comunes, los que forman parte de otro objetivo macro. Los objetivos en los que no se puede intervenir se constituyen en recomendaciones para ser ejecutadas por quienes tienen la competencia ya que serían de apoyo al turismo.

1. Generar desarrollo Ecoturístico en el cerro Villonaco. (Se constituye en el objetivo general del proyecto de investigación)
2. Promover nuevas tipologías de turismo enfocadas en la actual era del Turismo natural. (forma parte del objetivo 1)
3. Plantear Actividades relacionadas con la naturaleza en el cerro Villonaco y que complementen el turismo que ofrece la CEV (Estrategia a desarrollar)
4. Plantear un plan de promoción del CV en redes sociales, medios digitales etc., como una nueva alternativa de turismo enlazado al que se desarrolla en la CEV (Estrategia a desarrollar)
5. Diseñar un plan de capacitación en temas Ecoturísticos para los moradores del sector involucrados en esta tipología de turismo. (Estrategia a desarrollar)
6. Sugerir un plan de señalética turística y vial en el área de influencia y potencial turístico del Cerro Villonaco (Estrategia a desarrollar)
7. Diseñar programas de educación y conservación ambiental para proteger el cerro Villonaco y sus características naturales únicas. (Forma parte de estrategia de capacitación) (Estrategia a desarrollar)
8. Establecer actividades de ecoturismo acorde a las características climáticas del cerro (forma parte de la estrategia de actividades de ecoturismo)
9. Proponer talleres de capacitación con las comunidades cercanas para generar turismo comunitario, protección ambiental, fuentes de empleo (forma parte de la estrategia de capacitación)
10. Sugerir la creación de comités de gestión del sector con el municipio de Loja, empresas públicas y privadas especializadas en turismo. (Se constituye en una recomendación)
11. Reubicación de Atenas de comunicación, radio, teléfono, televisión, internet en el lugar nuevas en sitios que no afecten el potencial turístico del cerro Villonaco. (Se constituye en una recomendación)
12. Mejorar los servicios básicos (vías) complementarios al turismo (Se constituye en una recomendación)

Basado en este análisis se determina las siguientes estrategias capaces de ser desarrolladas por las comunidades involucradas por otra parte las restantes están en competencia de Municipio de

Loja y otras entidades que manejan diversos aspectos que involucran la ejecución de proyecto propuesto.

### 1.3.3. Estrategias Determinadas a Desarrollar

Las siguientes fueron seleccionadas por que están en el rango de ser ejecutadas por parte de las comunidades, gestionando a las distintas áreas estratégicas con profesionales, entre estas tenemos:

1. Plantear Actividades de ecoturismo relacionadas con la naturaleza en el cerro Villonaco y que complementen el turismo que ofrece la CEV
2. Plantear un plan de promoción del CV como una nueva alternativa de turismo enlazado al que se desarrolla en la CEV.
3. Diseñar un plan de capacitación en temas Ecoturísticos, conservación ambiental, turismo comunitario, generación de empleo para los moradores del sector involucrados en esta tipología de turismo.
4. Sugerir un plan de señalética turística en el área de influencia y potencial turístico del Cerro Villonaco.
5. Establecer un plan de motivación a empresas de turismo para potenciar y promocionar el cerro Villonaco y el turismo de la CEV.

### 1.3.4. Estrategias planteadas en el FODA Estratégico

A continuación, se presentan en tablas, las características generales que deben cumplir cada estrategia planteada para que a futuro sean desarrolladas a nivel de factibilidad e implementadas.

#### 1.3.4.1. Estrategia 1

Tabla 41 Estrategia 1

OBJETIVO ESTRATEGICO	RECURSOS	PROPUESTA	VENTAJAS	ELEMENTOS CLAVES PARA SU DESARROLLO
Plantear Actividades de ecoturismo relacionadas con la naturaleza en el cerro Villonaco y que complementen el turismo que ofrece la CEV.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atractivos naturales de gran relevancia.</li> <li>• Espacios verdes propios del cerro Villonaco.</li> </ul>	C A M P I N G	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Genera emprendimientos turísticos que se ajustan a la actividad en la parroquia.</li> <li>• Atrae el Turismo en la zona y genera así ingresos económicos.</li> <li>• Terrenos planos y firmes aptos para esta actividad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contratación de un profesional en el área turística, o proyecto de integración curricular de la carrera de Turismo de la UNL para el desarrollo de la propuesta.</li> <li>• Posibles sitios determinados en la presente investigación (Ver Figura 7)</li> <li>• Establecer Convenios con</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Genera nuevas fuentes de empleo relacionados con la actividad propuesta.</li> <li>• Nuevo destino turístico para la ciudad de Loja, motivando a potenciar otros lugares con iguales características.</li> <li>• Nuevas tipologías de turismo abriendo nuevas puertas al turismo en Loja.</li> <li>• Oportunidad para el desarrollo de comunidades locales.</li> </ul>	<p>entidades públicas y privadas tales como el Ministerio de Turismo de la Zona 7, Gad de Catamayo y Loja, Cámara provincial de Turismo entre otros.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer cartas compromiso con los moradores de los barrios involucrados que deseen ser parte del proyecto</li> <li>• Diseñar e implementar señalética acorde a la actividad.</li> <li>• Servicios complementarios que ayuden a mejorar la experiencia del turista.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caminos de herradura que conducen hacia la cima de cerro Villonaco ubicados en distintos puntos donde se puede apreciar la flora y fauna del lugar.</li> <li>• Terrenos firmes y de poca peligrosidad, para senderismo.</li> </ul>	<b>S E N D E R I S M O</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilita la implementación de una red de ocio donde se incluyan y conecten múltiples atractivos que ofrece la zona Villonaco.</li> <li>• Satisface los sentidos del excursionista, con actividades complementarias de flora, fauna y la implementación de servicios complementarios al lugar sin dañarlo.</li> <li>• Mejora la salud mediante la actividad física, exposición al aire fresco y un medio ambiente menos contaminado.</li> <li>• Facilita su adecuación por poseer múltiples caminos de baja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contratar un profesional en el área turística o proyectos de integración curricular de la carrera de Turismo de la UN para el desarrollo de la propuesta.</li> <li>• Utilizar información sobre probables sitios identificados en la actual investigación. (Ver Figura, 8, 9, 10, 11, 12)</li> <li>• Utilizar los resultados del objetivo 2 del presente proyecto de investigación.</li> <li>• Establecimiento de convenios con los dueños de terrenos donde pasan estos senderos.</li> <li>• Señalética adecuada que sea compatible con la actividad.</li> </ul>

		<p>dificultad para recorrerlos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Genera la creación de servicios complementarios que se constituyen en oportunidades de trabajo para los moradores del sector.</li> <li>• Existen múltiples caminos que se pueden clasificar según las necesidades del turista, de mayor a menor dificultad.</li> <li>• Todos los caminos son áreas comunales dispuestas por los propietarios de estos terrenos por lo cual se facilita la actividad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Involucrar a las comunidades en el diseño de senderos utilizando sus conocimientos sobre los sitios más adecuados y su potencial turístico.</li> <li>• Utilizar elementos propios de lugar y adaptarlos a los senderos para que estos combinen con el medio.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Topografía de los terrenos (planos) únicos para despegue y para aterrizaje.</li> <li>• Intensidad de vientos favorables al desarrollo de esa actividad que apoyan al despegue y aterrizaje de los deportistas.</li> <li>• Experiencia de los Clubes de parapente en la ciudad de Loja que realizan esta</li> </ul>	<b>P A R A P E N T E</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beneficios económicos para las comunidades, ante el aumento de visitas, por este deporte.</li> <li>• Expansión de este deporte ya que existen antecedentes del desarrollo del mismo en la zona, el cual ha sido bien acogido por turistas que visitan el lugar.</li> <li>• Áreas existentes de uso exclusivo para la práctica turística de parapente que solo necesitan potenciarse.</li> </ul> <p>Generación de competencias locales, nacionales de este tipo de deporte.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contratar un profesional en el área turística o proyectos de integración curricular de la carrera de Turismo de la UNL para desarrollar la propuesta</li> <li>• Considerar los sitios investigados en el objetivo 1 como posibles lugares para realizar esta actividad. (Ver Figura 15)</li> <li>• Convenio con los dueños de terrenos involucrados para horarios, mantenimiento, y servicios complementarios.</li> <li>• Implementar señalética en los puntos designados para esta actividad.</li> <li>• Considerar temporadas para el</li> </ul>



<p>actividad en la zona Villonaco.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Viento enfrentado que en lo general cumple con todas las características que la práctica correcta y segura de esta modalidad requiere.</li> <li>• Terrenos llanos o ligeramente inclinados, que facilitan el inflado del ala, suelo firme.</li> </ul>		<p>desarrollo de esta actividad.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vías y caminos que se acoplan a la actividad propuesta.</li> <li>• Paisajístico del lugar</li> <li>• Posee características aptas para realizar este deporte, además de terrenos ejidales.</li> <li>• El lugar se orienta a las necesidades</li> </ul>	<p><b>C I C L I S M O</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atrae a turistas comprometidos con el deporte, además de familias que buscan nuevas experiencias en lugares naturales.</li> <li>• Genera beneficios para la salud.</li> <li>• Ayuda al medio ambiente, en contra de ruidos y las emisiones de CO<sub>2</sub> producidos por autos.</li> <li>• Además de ser un posible medio de transporte, es también un instrumento de ocio.</li> <li>• Medio para la integración familiar.</li> <li>• Creación de cadenas</li> <li>• Contratar un profesional en el área turística o proyectos de integración curricular de la carrera de Turismo de la UNL para el desarrollo de la propuesta.</li> <li>• Utilizar información de posibles sitios marcados para realizar esta actividad en la presente investigación y determinados en objetivo 1 (Ver Figura 15)</li> <li>• Implementar señalética adecuada para realizar la actividad propuesta</li> <li>• Generar planes de</li> </ul>

adesdel ciclista oturista	productivas y consumo de productos locales. • Permite crear o generar eventos y actividades adicionales para atraer al turista.	negocios o emprendimien tos complementari os a esta actividad, por ejemplo, renta de bicicletas e implementos etc. • Adecuar senderos de ciclismo para realizar esta actividad y evitar su dificultad al practicarlo, segmentarcada punto en fases o etapas. • Adecuar otros servicios • complementarios parabeneficio del turista.
---------------------------------	---	--

### 1.3.4.2. Estrategia 2

**Tabla 42** Estrategia 2 Plantear un plan de promoción del Cerro Villonaco

OBJETIVO ESTRATEGI CO	RECURSOS	PROPUESTAS	VENTAJAS	ELEMENTOS CLAVES PARA SU DESARROLLO
<b>Plantear un plan de promoción del Cerro Villonaco como una nueva alternativa de turismo enlazado al que se desarrolla en la Central Eólica Villonaco.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demanda turística identificada en la central eólica Villonaco .</li> <li>• Ecoturismo como principal demanda que evidencian los posibles visitantes en el objetivo 2</li> <li>• Recurso Natural único de la ciudad de Loja, por sus característ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear una marca, slogan y promesa de venta para el turismo que se desarrolle en elcerro Villonaco.</li> <li>• Diseñar material promocional para el turismo del cerro en conjunto con el de la central eólica Villonaco.</li> <li>• Crear un plan de marketing digital para promocionar el</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El Marketing digital permitirá llegar a un mayor número de turistas con la oferta del turismo propuesto.</li> <li>• Posicionar el turismo de la central eólica y del ecoturismo que se desarrolle en elcerro.</li> <li>• Genera una mayor importancia por las autoridades competentes por el turismo de esta zona.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contratación de un profesional en turismo, ò proyecto de integración curricular de la carrera de Turismo de la UNL.</li> <li>• Contratar un profesional en el área de ingeniería en sistemas experto en marketing digital de la UNL.</li> <li>• Invitar a empresas de turismo, medios digitales, influencers, para visitar el lugar y mostrar la riqueza natural que ofrece el cerro Villonaco. Y definir en conjunto estrategias de marketing.</li> <li>• Definir los sitios probables donde se colocarán los afiches informativos.</li> <li>• Cooperación por parte de las</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Barrios con recursos naturales y culturales.</li> <li>• Turismo generado en La Central eólica Villonaco</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear paquetes turísticos que enlacen el turismo de la central eólica Villonaco y el cerro Villonaco, promocionarlo a través de agencias de viaje e ITUR de Loja.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inversión de empresas privadas para ofertar sus productos turísticos y generar empleo en la zona.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• comunidades locales para mostrar riqueza cultural que posee en sector.</li> <li>• Definir los medios promocionales que se utilizaran y los medios de distribución acorde a resultados de objetivo 2 del presente estudio.</li> </ul>
--	---	---	---	---

### 1.3.4.3. Estrategia 3

**Tabla 43** Estrategia 3: Plan de capacitación en temas Ecoturísticos

OBJETIVO ESTRATEGICO	RECURSOS	PROPUESTAS	VENTAJAS	ELEMENTOS CLAVES PARA SU DESARROLLO
<p><b>Diseñar un plan de capacitación en temas Ecoturísticos, conservación ambiental, turismo comunitario, generación de empleo para los moradores del sector involucrados en esta tipología de turismo.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunidades dispuestas a trabajar con turismo comunitario.</li> <li>• Interés de los habitantes en generar emprendimientos utilizando recursos a su alcance.</li> <li>• Asociación de moradores ASOSER VIRG dispuesta a trabajar y generar un turismo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taller de Introducción al desarrollo turístico comunitario.</li> <li>• Taller en Turismo de naturaleza y cultura.</li> <li>• Talleres de Guianza para formación de guías locales.</li> <li>• Capacitación en Administración de emprendimientos turísticos.</li> <li>• Capacitación en manejo de alimentos.</li> <li>• Taller en atención al cliente.</li> <li>• Inglés básico turístico.</li> <li>• Manejo de actividades relacionadas con turismo de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se sensibiliza a las comunidades participantes sobre la importancia del cuidado y manejo efectivo de los recursos naturales, culturales, sociales y económicos.</li> <li>• Las comunidades participantes identifican y valoran su potencial turístico.</li> <li>• Ofrecen servicios y atención de calidad a los visitantes, a través de la gestión exitosa y sensibilización y conocimiento básico de servicio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contratación de un profesional en el área turística, o proyecto de integración curricular de la carrera de Turismo de la UNL para desarrollar la propuesta.</li> <li>• Desarrollar los perfiles de los capacitadores acorde a las temáticas planteadas</li> <li>• Generar alianzas con el ministerio de turismo, ambiente, cultura y otros relacionados, así como a los involucrados para garantizar la calidad de las capacitaciones.</li> <li>• Definir los sitios y modalidades de capacitación</li> <li>• Definir los contenidos básicos de cada taller.</li> </ul>

<p>sostenible para el cerro Villonaco gracias a la experiencia adquirida en proyectos turísticos generados en la CEV.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo de la tecnología a la generación de nuevos conocimientos.</li> </ul>	<p>aventuray deportes extremos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilita la implementación de estrategias para organización y control de actividades ecoturísticas de los barrios y cerro Villonaco.</li> <li>• Conocen el manejo y elaboración de los alimentos, acorde a las normas de higiene establecidas para el sector turismo.</li> <li>• Adquieren capacidades para manejo de microempresas relacionadas al turismo.</li> <li>• Comunicación efectiva con sus visitantes</li> </ul>
---	-------------------------------------	--

#### 1.3.4.4. Estrategia 4.

**Tabla 44** Estrategia 4: Sugerir un plan de señalética turística

<b>OBJETIVO ESTRATEGICO</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PROPUESTAS</b>	<b>VENTAJAS</b>	<b>ELEMENTOS CLAVES PARA SU DESARROLLO</b>
<p><b>Sugerir un plan de señalética turística en el área de</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espacios en el cerro Villonaco alto identificados para actividades como camping, parapente, ciclismo, senderismo.</li> <li>• Vías que conducen al cerro Villonaco.</li> <li>• Vías de segundo orden que</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar señalética turística al inicio del recorrido, paneles informativos de senderos, panel de bienvenida. Durante recorrido, identificativa o informativa, orientativa, interpretativa, de uso general.</li> <li>• Señalización virtual en espacios naturales, ICairn,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilita el acceso a los servicios requeridos por los individuos en un entorno definido.</li> <li>• Aporta factores de identidad y diferenciación.</li> <li>• Refuerza la imagen pública de los sitios para ecoturismo.</li> <li>• Fomenta la visita de los</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contratación de un profesional en el área turística, o proyecto de integración curricular de la carrera de Turismo de la UNL, para que desarrolle la estrategia propuesta.</li> <li>• Contratar profesionales del ministerio de turismo en señalización turística para marcar todos</li> </ul>

<b>influencia y potencial turístico del Cerro Villonaco.</b>	<p>conducen a los diferentes atractivos turísticos identificados en la zona Villonaco.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atractivos turísticos, naturales, culturales, y la infraestructura actual implementada en el cerro Villonaco alto.</li> </ul>	códigos de QR.	<p>turistas enriqueciendo supercepción de los recursos y aumentando la calidad del destino.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Protección de ecosistemas frágiles, naturales y culturales.</li> <li>• Beneficia el crecimiento del Ecoturismo en la región.</li> </ul>	<p>los espacios a utilizar en el proyecto.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomar en cuenta la guía de señalética turística rural en cada zona propuesta para las distintas actividades turísticas.</li> <li>• Las señales deben ser normalizadas y homologadas por el diseñador del programa y producidas especialmente.</li> <li>• El sistema debe ser creado o adaptado a los productos turísticos planteados.</li> </ul>
--	---	----------------	--	--

#### 1.3.4.5. Estrategia 5

**Tabla 45** *Estrategia 5: Plan de motivación a empresas de turismo para potenciar y promocionar el cerro Villonaco y el turismo de la CEV.*

<b>OBJETIVO ESTRATEGICO</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PROPUESTAS</b>	<b>VENTAJAS</b>	<b>ELEMENTOS CLAVES PARA SU DESARROLLO</b>
<b>Establecer un plan de motivación a empresas de turismo para potenciar y promocionar el</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turismo que se da actualmente en la central eólica Villonaco.</li> <li>• Empresas turísticas en la ciudad de Loja, con demanda en sitios naturales únicos.</li> <li>• Recursos naturales y culturales de los barrios y el cerro Villonaco.</li> </ul> <p>Espacios únicos para diferentes actividades de ecoturismo además de infraestructura</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar talleres motivacionales dirigidos a empresas turísticas.</li> <li>• Generar recorridos por los sitios donde se implementarán las actividades de ecoturismo.</li> <li>• Realizar una feria turística uniendo a los barrios involucrados en el proyecto de esta manera presentar las diferentes actividades y recursos que poseen estas comunidades, invitando diversas autoridades del sector turístico, y otras que tienen relevancia en la</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de ingresos por la alta demanda hacia esta tipología de turismo local.</li> <li>• Variedad de servicios y actividades ofertadas en sus paquetes turísticos.</li> </ul> <p>Mayor acogida a sus servicios por parte del turista local y nacional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contratación de un profesional en el área turística, o experto en motivación para desarrollo de la propuesta.</li> <li>• Contratar profesionales en Marketing Turístico.</li> <li>• Generar apoyo del ministerio de turismo y municipio para garantizar los aspectos motivacionales</li> <li>• Establecer las empresas que ofrecen el turismo de la central eólica Villonaco para enlazarlo al</li> </ul>

<b>cerro Villonaco y el turismo de la Central Eólica Villonaco.</b>	planteada en el proyecto.	ciudad. Crear un comité que lleve a cabo distintas actividades relacionadas al turismo comunitario y actividades de ecoturismo planteadas para trabajar con las distintas empresas de turismo interesadas.	turismo de cerro Villonaco. Establecer las empresas que ofrecen el turismo de la de la central eólica Villonaco para enlazarlo al turismo de cerro Villonaco
---	------------------------------	---	---

## 7. Discusión

De acuerdo a la investigación realizada, se comparte la misma idea con (Rivera, 2018), que tanto el ecoturismo como turismo rural se desarrollan en ambientes naturales y rurales permitiendo el disfrute de estos, por medio del esparcimiento, educación y valoración de la riqueza biocultural causando un mínimo impacto, y así beneficiar económica, social y ambientalmente a la población local y sus alrededores.

En el presente proyecto de investigación, los resultados basados en el diagnóstico turístico arrojan que las zonas montañosas del Cerro Villonaco poseen diversos recursos para implementar actividades ecoturísticas relacionadas al turismo rural, además de complementarlas con los atractivos naturales y culturales de las comunidades locales. El cerro Villonaco es un recurso natural único debido a su ubicación, belleza paisajística, riqueza natural, entre otros factores que aportan para desarrollar el ecoturismo, mismos que no han sido considerados para fomentar proyectos de este tipo, se comprueba entonces lo manifestado por (Rivera, 2018), al considerar que tanto el ecoturismo como turismo rural se desarrollan en ambientes naturales y rurales permitiendo el disfrute de estos, por medio del esparcimiento, educación y valoración de la riqueza biocultural causando un mínimo impacto, y así beneficiar económica, social y ambientalmente a la población local y sus alrededores.

La alianza entre diferentes establecimientos según (Aranda, 2017) permite obtener beneficios y oportunidades de crecimiento, con el fin de cumplir todos los objetivos planteados asumidos por las partes. Es así que la existencia de un atractivo cercano que genera una gran afluencia de visitantes, como lo es la Central Eólica Villonaco permitirá con mayor facilidad incrementar la demanda hacia las actividades de ecoturismo que se desarrollen en el Cerro y acorde a las estrategias planteadas.

Según (Rodolfo, 2004 ) es importante identificar recursos para la potencial, oferta y demanda de posibles consumidores y plantear y definir servicios y actividades que van a ser desarrollados, lo que concuerda con lo obtenido como resultados en el proyecto al destacar las fortalezas internas y externas del cerro Villonaco Alto, mostrando que posee lugares para generar diferentes actividades e infraestructura ecoturística; externamente se logró identificar elementos turísticamente relevantes en las comunidades cercanas tomando la información únicamente necesaria y acorde a los requerimientos de los posibles demandantes.

La universidad de (Juares, 2018), en Oaxaca México menciona que El ideal que el ecoturismo pretende es la participación de los habitantes de la comunidad en la planeación y

distribución de los beneficios para el progreso económico local por lo que se esperaría que a través de la ejecución de las estrategias planteadas en el objetivo 3 debe ser imprescindible incorporar a los pobladores al desarrollo teniendo cambios positivos en sus condiciones de vida con el mínimo impacto en la naturaleza.



## 8. Conclusiones

- \* El cerro Villonaco Alto posee lugares donde se pueden realizar diferentes actividades de ecoturismo como camping, senderismo, parapente y ciclismo, además de espacios visuales acompañados de la flora y fauna propia del lugar, estas características son fundamentales para desarrollar Ecoturismo en la zona.
- \* Los barrios que se encuentran cerca del cerro Villonaco son fundamentales para el proyecto ya que estos poseen atractivos y manifestaciones culturales (deportivos, gastronómicos) que encajan en la generación del turismo rural dentro del cual se ubica el ecoturismo, generando ingresos económicos y turismo sostenible.
- \* Los segmentos identificados en el estudio de la demanda presentan características como turistas potenciales a personas con edades comprendidas 17 y 30 años los cuales prefieren actividades como camping, senderismo deportes extremos, parapente, ciclismo entre otros, en cuanto a infraestructura demandan miradores y refugios complementados con la visita a la Central eólica Villonaco, por ello se inclinan por paquetes turísticos donde puedan recorrer toda la zona conociendo la diversidad del lugar.
- \* La promoción del turismo que se ofrece, los posibles demandantes consideran se debe realizar por medio de redes sociales, agencias de viajes, agencias virtuales.
- \* Se ha planteado 5 estrategias generales de ecoturismo basadas en el potencial del sitio y el perfil del turista que visita la CEV
- \* Es importante mostrar y socializar las riquezas turísticas naturales, culturales que posee el cerro Villonaco y los barrios involucrados tanto a empresas turísticas como a instituciones impulsadoras del turismo en la ciudad de Loja, para que se incluya el ecoturismo en la propuesta de paquetes turísticos hacia la Central Eólica.
- \* Los estudios previos y la teoría empleada en el proyecto de investigación y los resultados obtenidos muestran claramente que para que se desarrolle el ecoturismo en las comunidades y zonas con riquezas naturales, es necesario la participación tanto de comunidades, autoridades, empresas turísticas para poder llevar a cabo un proyecto a largo plazo.

## **9. Recomendaciones**

- \* Sugerir la creación de comités de gestión del sector con el municipio de Loja, empresas públicas y privadas especializadas en turismo.
- \* Mejorar los servicios básicos (vías) complementarios al turismo.
- \* Reubicación de Atenas de comunicación, radio, teléfono, televisión, internet en el lugar nuevas en sitios que no afecten el potencial turístico del cerro Villonaco.
- \* Generar alianzas con instituciones vinculadas al turismo, ministerio de turismo, cámara de comercio de turismo, organizaciones internacionales.
- \* Promover la creación de proyecto ecoturísticos que generen nuevas tipologías para la nueva era post covid, a través de cooperación internacional mismas beneficien a la población donde tiene influencia dichos proyectos.
- \* Para llevar a cabo la ejecución de las estrategias planteadas en el presente proyecto es indispensable realizarlo con el involucramiento de la comunidad, creando asociatividad para llevar a cabo cada actividad sugerida.

## 10. Bibliografía

- Espinosa Vivanco, A. M., Gutierrez Paladines, K. V., Ojeda Sari, M. R., & Tacuri Hidalgo, P. A. (6 de diciembre de 2013). repositorio.uide.edu.ec. Obtenido de Propuesta de diseño arquitectónico de áreas recreativas para la planta eólica, ubicada en el cerro Villonaco del cantón y provincia de Loja.:  
<https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/569/1/T-UIDE-0522.pdf>
- Lechner, L. (3 de Enero de 2006). ppduruguay.undp.org.uy. Obtenido de Planificación, construcción y monitoreo de senderos y áreas protegidas:  
[https://ppduruguay.undp.org.uy/wp-content/uploads/2020/10/Trail\\_manual\\_es-Lechner.pdf](https://ppduruguay.undp.org.uy/wp-content/uploads/2020/10/Trail_manual_es-Lechner.pdf)
- Rodriguez Pincay, I. R., & Briones Loo, L. A. (15 de Agosto de 2019). Users/Usuario/Downloads/TTMT16. Obtenido de ZONIFICACIÓN TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS NATURALES Y CULTURALES DEL BIOCORREDOR TURÍSTICOS SANTA ANA MANABI:  
<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/TTMT16.pdf>
- Aranda, F. (Julio de 2017). Diagnóstico de las alianzas estratégicas entre empresa. Obtenido de www.eumed.net: <https://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2017/turismo/2-diagnostico-de-las-alianzas-estrategicas.pdf>
- Arias, F. L.-J. (noviembre de 2019). liberi.ucu.edu.uy. Obtenido de Ecoturismo en Cerro Negro :  
<https://liberi.ucu.edu.uy/xmlui/bitstream/handle/10895/1495/46596.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arquitectura. (2021). is-arquitectura.com. Obtenido de Refugios: <https://is-arquitectura.com/arquitectura/refugios/#Que-es-un-refugio>
- Baca, A. P. (19 de MARZO de 2019). Microsoft® Word 2013. Obtenido de MIRADOR-TURISTICOROSADO-VILLON: <file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/MIRADOR-TURISTICOROSADO-VILLON.pdf>
- Bulla, L. H. (23 de Noviembre de 2010). Downloads. Obtenido de Ecoturismo. Oferta y desarrollo sistémico:  
[file:///D:/Downloads/Ecoturismo.%20Oferta%20y%20desarrollo%20sist%C3%A9mico%20\(%20PDFDrive%20\).pdf](file:///D:/Downloads/Ecoturismo.%20Oferta%20y%20desarrollo%20sist%C3%A9mico%20(%20PDFDrive%20).pdf)
- Cambridge. (2014). Cámara de Comercio. En Cambridge, El Turismo (pág. 12). Editorial Edinumen. Obtenido de El turismo:  
[https://www.cambridge.org/cambridgespanish/files/6414/0906/1947/Sample\\_Chapter\\_--\\_Temas\\_de\\_Turismo.pdf](https://www.cambridge.org/cambridgespanish/files/6414/0906/1947/Sample_Chapter_--_Temas_de_Turismo.pdf)

Castellanos, M. A. (agosto de 2019). dspace.uce.edu.ec. Obtenido de Impactos del cambio climático en la actividad turística en la Reserva:  
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/20358/3/T-UCE-0004-CAG-198.pdf>

City travel and tourism impact graphics Report . (2019). wtcc.org. Obtenido de City Travel y Tourism Impact:  
<https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2019/City%20Travel%20and%20Tourism%20Impact%20Graphics%20Report%20Dec%202019.pdf?ver=2021-02-25-201320-033>

Curiosfera . (2021). curiosfera-ciencia.com. Obtenido de El Teleferico : <https://curiosfera-ciencia.com/que-es-un-teleferico-como-funciona/>

Espinosa, J. M. (4 de abril de 2018). Downloads. Obtenido de El turismo como una alternativa de desarrollo socio económico para el: <file:///D:/Downloads/133-Texto%20del%20art%C3%ADculo-411-2-10-20200709.pdf>

Espinosa, K. G. (Diciembre de 2013). repositorio.uide.edu.ec. Obtenido de Propuesta de diseño arquitectónico de áreas Recreativas para la planta eólica, Ubicada en el cerro Villonaco, del Cantón y Provincia de Loja.:  
<https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/569/1/T-UIDE-0522.pdf>

Gel, C. (2021). senderismo.net. Obtenido de Que es el Senderismo:  
<https://www.senderismo.net/blog/que-es-el-senderismo/carles-gel>

Guevara, G. (Julio de 2019). drguevara.cl. Obtenido de Reconstrucción EUNACOM :  
<http://www.drguevara.cl/wp-content/uploads/2019/07/eunacom-julio-2019.pdf>

Hernandez, E. (22 de marzo de 2018). blogspot.com. Obtenido de Importancia del Turismo a nivel mundial: <http://esmeralda2804.blogspot.com/2018/03/la-importancia-del-turismo-nivel-mundial.html>

Inteligencia viajera. (2021). inteligenciaviajera.com. Obtenido de Ecoturismo:  
<https://inteligenciaviajera.com/ecoturismo/>

Juan Brida, I. J. (2016). people.unica.it. Obtenido de Current Issues in Tourism:  
[https://people.unica.it/carlamassidda/files/2017/06/Brida-Cortes-Jimenez-Pulina-2016\\_Has-the-tourism-led-growth-hypothesis-been-validated-A-literature-review-1.pdf](https://people.unica.it/carlamassidda/files/2017/06/Brida-Cortes-Jimenez-Pulina-2016_Has-the-tourism-led-growth-hypothesis-been-validated-A-literature-review-1.pdf)

Juares, B. (2 de ABRIL de 2018). uabjo.net. Obtenido de INDICADORES DE SUSTENTABILIDAD EN EL ECOTURISMO EN MEXICO:  
<http://www.uabjo.net/media/1/2018/07/TequioVol1No3.pdf#page=7>

- Ledhesma, M. (2018 ). frrq.cvg.utn.edu.ar. Obtenido de Tipos de Turismo :  
[https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15091/mod\\_resource/content/0/Tipos%20de%20turismo%2C%20nueva%20clasificaci%C3%B3n%20-%20Manuel%20Ledhesma.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15091/mod_resource/content/0/Tipos%20de%20turismo%2C%20nueva%20clasificaci%C3%B3n%20-%20Manuel%20Ledhesma.pdf)
- LEINTNER. (2021). leitner.com. Obtenido de Funiculares:  
<https://www.leitner.com/es/productos/sistemas-de-telefericos-y-funiculares/detail/funiculares/>
- Llugsha, V. (julio de 2021). biblio.flacsoandes.edu.ec. Obtenido de Turismo y desarrollo:  
<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/58451.pdf>
- Loja Para Todos . (2019). loja.gob.ec. Obtenido de Parroquia Sucre:  
<https://www.loja.gob.ec/node/177>
- Mero, R. A. (20 de Marzo de 2015). <http://repositorio.unesum.edu.ec/>. Obtenido de Infraestructura turistica:  
<http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/631/1/UNESUM-ECU-ECOT-2015-22.pdf>
- Montoya, V. (12 de febrero de 2022). crucerosostenibles.com. Obtenido de Ecoturismo:  
<https://crucerosostenibles.com/2022/02/12/ecoturismo/>
- Nuñez, D. (2017). dspace.uce.edu.ec. Obtenido de Ecoturismo y desarrollo rural:  
<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/10495>
- OMT. (2021). unwto.org/es. Obtenido de Glosario de terminos turisticos :  
<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Pardo, L. A. (2018). repository.unipiloto.edu.co. Obtenido de Proyección del ecoturismo en el Cerro del Churrichurri ubicado en El Guacamayo:  
<http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/4813/00005080.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Quintero, J. L. (06 de mayo de 2019). biblat.unam.mx. Obtenido de ECOTURISMO FACTOR QUE IMPULSA EL DESARROLLO:  
<https://biblat.unam.mx/hevila/Agrollania/2019/vol17/10.pdf>
- Revista Geografica Venezolana. (1 de febrero de 2017). redalyc.org. Obtenido de Turismo como desarrollo Local:  
[https://www.redalyc.org/jatsRepo/3477/347753793006/html/index.html#redalyc\\_347753793006\\_ref27](https://www.redalyc.org/jatsRepo/3477/347753793006/html/index.html#redalyc_347753793006_ref27)

Rivera, H. (8 de agosto de 2018). revista.agroproductividad.org. Obtenido de EL ECOTURISMO Y EL TURISMO RURAL EN LA REGIÓN DE LAS ALTAS MONTAÑAS DE VERACRUZ, MÉXICO: POTENCIAL, RETOS Y REALIDADES:  
<https://revista-agroproductividad.org/index.php/agroproductividad/article/view/1108/945>

Roberto Chérrez, C. L. (25 de enero de 2021). Downloads/361. Obtenido de El turismo como recurso generador de crecimiento y desarrollo económico: file:///D:/Downloads/361-Texto%20del%20art%C3%ADculo-692-1-10-20210125%20(2).pdf

Rodolfo, T. E. (2004 ). www.entornoturistico.com. Obtenido de Como desarrollar un proyecto de ecoturismo : <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2016/08/Como-desarrollar-un-proyecto-ecoturistico.pdf>

Rodriguez, N. J. (16 de agosto de 2020). ojs.revistaturismoypatrimonio.com. Obtenido de Ecoturismo y turismo cultural:  
<http://ojs.revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/271/201>

Sancho, A. (2011). utntyh.com. Obtenido de Introduccion al turismo :  
<http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>

Sancho, A. (04 de 11 de 2019). utntyh.com. Obtenido de Introduccion al Turismo:  
<http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>

Santiago, E. H. (22 de Marzo de 2018). esmeralda2804.blogspot.com. Obtenido de La importancia del Turismo a nivel mundial :  
<http://esmeralda2804.blogspot.com/2018/03/la-importancia-del-turismo-nivel-mundial.html>

Solano, B. (2018). lamolina.edu.pe. Obtenido de DESARROLLO DEL ECOTURISMO EN LA RESERVA NACIONAL:  
<http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12996/3616/soria-solano-benjamin.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Benjamin Soria

Tabbia, P. (5 de Octubre de 2020). entornoturistico.com. Obtenido de Entorno turistico :  
<https://www.entornoturistico.com/como-funcionan-los-centros-de-ski/>

Universitaria de Murcia . (23 de 02 de 2012). interviajes.com.py. Obtenido de El turismo, conceptos y definiciones e importancia actual:  
<http://www.interviajes.com.py/admin/img/pdfs/turismo1c-1q4.pdf>

Vanegas, G. M. (2016). bibliotecadigital.udea.edu.co. Obtenido de Ecoturismo instrumento de desarrollo Sostenible:  
<https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/149/1/EcoturismoInstrumentoDesarrolloSostenible.pdf>

## 11. Anexos

### Anexo I.- Certificado de designación de directo



UNL

Universidad  
Nacional  
de Loja

Carrera de Administración Turística  
**FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y  
ADMINISTRATIVA**

Presentada el día de hoy, 22 de noviembre de 2021, a las 12h00. Lo certifica, la Secretaria Abogada de la Facultad Jurídica Social y Administrativa de la UNL.

Dra. Ena Regina Peláez Soria Mg. Sc  
**SECRETARIA ABOGADA DE LA  
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

Loja, 22 de noviembre de 2021, a las 12h05. Atendiendo la petición que antecede, de conformidad a lo establecido en el **Art. 228 Dirección del trabajo de Integración curricular o de titulación**, del Reglamento de Régimen Académico de la UN vigente; una vez emitido el informe favorable de estructura, coherencia y pertinencia del proyecto, se designa **a la Ing. Jhohana Mercedes Larrea Silva, Mg. Sc.**, Docente de la Carrera de Administración Turística de la Facultad Jurídica Social y Administrativa, como **DIRECTOR/A del Trabajo de Integración Curricular o Titulación**, titulado: **"ECOTURISMO EN EL CERRO VILLONADO ALTO COMO COMPLEMENTO AL TURISMO DE LA CENTRAL EOLICA VILLONACO"**, de autoría de el/la Sr/Srta. **LUIS GUSTAVO NARANJO CORONEL**. Se le recuerda que conforme lo establecido en el Art. 228 antes mencionado. Usted en su calidad de director del trabajo de integración curricular o de titulación "será responsable de asesorar y monitorear con pertinencia y rigurosidad científico-técnica la ejecución del proyecto y de revisar oportunamente los informes de avance, los cuales serán devueltos al aspirante con las observaciones, sugerencias y recomendaciones necesarias para asegurar la calidad de la investigación. Cuando sea necesario, visitará y monitoreará el escenario donde se desarrolle el trabajo de integración curricular o de titulación". **NOTIFIQUESE para que surta efecto legal.**

CESAR  
AUGUSTO  
NEIRA  
HINOJOSA

Presidente  
del Consejo de  
Administración  
Lic. Cesar Augusto Neira Hinojosa, Mg. Sc.  
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE TURISMO**

Loja, 22 de noviembre de 2021, a las 12h10. Notifiqué con el decreto que antecede **a la Ing. Jhohana Mercedes Larrea Silva, Mg. Sc.**, para constancia suscriben:

Ing. Jhohana Mercedes Larrea Silva, Mg. Sc  
**ASESOR/A DEL PROYECTO**

Dra. Ena Regina Peláez Soria, Mg. Sc.  
**SECRETARIA ABOGADA**

Elaborado por: Soledad Medina G.  
C.C.Archivo



## Anexo 2.-Certificado del Abstract

### CERTIFICADO

Yo **Grace Melina Ortega Barba**, con cédula de identidad **1150778585**, con el “**First Certificate in English Council of Europe Level B2**” otorgado por Cambridge Assessment English; por medio del presente tengo el bien de **CERTIFICAR**: Que he revisado la traducción del trabajo de titulación denominado: **ECOTURISMO EN EL CERRO VILLONACO ALTO COMO COMPLEMENTO AL TURISMO DE LA CENTRAL EÓLICA VILLONACO**, cuya autoría es del estudiante **Luis Gustavo Naranjo Coronel** , con cedula de **1150036042**, aspirante al título de licenciado de turismo, por lo que a mi mejor saber y entender es correcto.



### ATENTAMENTE

Grace Melina Ortega Barba

CI: 1150778585

**Anexo3.-** Caracterización turística de comunidades.

<b>1. DATOS GENERALES</b>	<b>CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE COMUNIDADES</b>
---------------------------	---

1.1 Ubicación de la comunidad

NOMBRE DE PROVINCIA
NOMBRE DE CANTÓN
NOMBRE DE PARROQUA
NOMBRE DE COMUNIDAD

1.2 Número aproximado de habitantes en el conglomerado urbano.  
(Esta Información la puede encontrar en la página Web del INEC)

Fuente \_\_\_\_\_

**2. OFERTA DE SERVICIOS**

2.1 Alojamiento

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

#					#
1. HOTELES	5. MOTELES	COMUNITARIAS	_____	_____	
2. HOSTERIAS	6. HOSPEDERIAS				
3. HOSTALES	7. CAMPING				
4. PENSIONES	8. OTRO				

## 2.2 Alimentación

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

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

FUENTES DE

## 2.3 Esparcimiento

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

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

## 2.4 Otros servicios

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

	#	#
1. AGENCIAS DE VIAJE		
2. OPERADORAS		
3. INFORMACIÓN AL TURISTA		
4. GUÍAS DE TURISMO		
5. BANCOS		
6. CAJEROS AUTOMÁTICOS		
7. OTROS		

## 3. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS

### TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

#### 3.1 Distancias

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

	1	2	3	4	5	6	7	8
	Bus	Camioneta	Lancha	Canoa	Avión	Avioneta	Bestia	Caminando
Distancia parroquial a la cabecera (Km):								
Distancia (km) a la cabecera cantonal:								

3.2 Principales vías de acceso a la comunidad:

- 1. PAVIMENTADA/ ASFALTADA 6.
- 2. ADOQUINADA 7. MARÍTIMA
- 3. EMPEDRADA 8. AÉREA
- 4. LASTRADA 9. SENDERO
- 5. DE TIERRA (CARROSABLE) 10.

		FLUVIAL	
		OTRO _____	

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

- VIAL
- 1. Sí
  - 2. No
- TURÍSTICA
- 1. Sí
  - 2. No

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

- |  |   |
|--|---|
| 1. BUS <input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>       | 5. CANOA <input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>    |
| 2. CAMIONETA <input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/> | 6. AVIÓN <input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>    |
| 3. TAXIS <input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>     | 7. AVIONETA <input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/> |
| 4. LANCHA <input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>    | 8. NINGUNO <input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>  |
9. OTRO\_

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

- |   |  |   |
|---|--|---|
| 1. BUS <input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>      | 2. CAMIONETA <input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/> | 5. MARÍTIMO <input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/> |
| 3. CAMIONES <input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/> | 4. TAXIS <input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>     | 6. FLUVIAL <input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>  |
|   |  | 7. LACUSTRE <input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/> |
|   |  | 8. AÉREO <input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>    |
|   |  | 9. OTRO <input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>     |

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

NOMBRE DE LA COOPERATIVA	ESTACIÓN/ TERMINAL	TIPO DE TRANSPORTE (MARQUE CON UNA X)		FRECUENCIA DEL SERVICIO	TIPO DE VEHÍCULO
		LOCAL	INTER.- CANTONAL		


3.8 Si no existe medio de transporte pÚblico, señale la distancia a la que se puede abordar cualquier tipo de transporte motorizado

\_\_\_\_\_ Km.

### COMUNICACIONES

3.9 Existe servicio telefónico en la comunidad: Marque con una X

1. SÍ
2. NO

3.10 La oficina de teléfonos más cercana se encuentra a \_\_Kms.

3.11 Existe señal de servicio telefónico celular en la comunidad:

1. Sí
2. No

3.12 En la comunidad existen\_cabinas de servicio telefónico para uso pÚblico.

3.13 En la comunidad existen \_\_\_\_\_ cibercafés o establecimientos de uso pÚblico de Internet.

3.14 Existe oficina de correos en la comunidad:

1. Sí
2. No

### SANIDAD

3.15 Existe red de agua entubada:

1. Sí % de la población con agua entubada

2. No \_\_\_\_\_

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

1. SÍ
2. NO

3.17 Fuente principal de abasto / Qué tipo de agua se consume:

1. RED  
PÚBLIC  
A

2. PILA O  
LLAVE  
PÚBLIC  
A

3. OTRA  
FUENTE  
POR  
TUBERÍ  
A

4. CARRO  
REPARTI  
DOR 5.  
TRICI  
CLO


6. POZO

7. RÍO, VERTIENTE,  
ACEQUIA

8. AGUA LLUVIA

9. OTRO \_\_\_\_\_


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

1. Sí      % de la población con alcantarillado
2. No       \_\_\_\_\_

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

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


3.19 Cómo elimina la basura la mayoría de la población:

1. CARRO RECOLECTOR
2. SE QUEMA
3. SE ENTIERRA
4. OTRO \_\_\_\_\_

la	
ció	

3.20 Existen establecimientos de salud en la comunidad:

1. Sí
2. No

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

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

3.22 Si no hay establecimientos de salud en la comunidad.

1. A cuál establecimiento asisten para atender su salud

2. Parroquia o cabecera cantonal a la cuál pertenece el establecimiento de salud

3.

Distancia del establecimiento al cuál asisten (Km).

## ENERGIA

3.23 Existe servicio de energía eléctrica en la comunidad:

1. Sí
2. No

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

3.25 Qué porcentaje de la población tiene energía eléctrica: \_\_\_\_\_.

3.26 Existen gasolineras en la comunidad

1. Sí ¿Cuántas?

2. No


\_\_\_\_\_

3.27 Distancia a la gasolinera más \_\_\_\_\_ cercana: \_\_\_\_\_ Km.

#### 4. GOBERNANZA

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

INSTITUCIÓN	NOMBRE	DESDE	HASTA	ACTIVIDAD
1 NACIONALES				
2 INTERNACIONALES				

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

1. Sí

--

PLAN	AÑO

2. No


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



JUNTA PARROQUIAL	
COMITÉ DE BARRIO	
DIRECTIVA COMUNITARIA	
COMITÉ DE DESARROLLO	
COOPERATIVAS	
ORGANIZACIÓN DE MUJERES	
OTRAS	
COMITÉ DE PADRES DE FAMILIA	
ORGANIZACIONES RELIGIOSAS	
<b>5. COMUNIDAD RECEPTORA</b>	
CLUBES	
ASOCIACIONES DE TURISMO	

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

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

Fuente: \_\_\_\_\_

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

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Fuente: \_\_\_\_\_

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

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

5.4. Tipo \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

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

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

Comentarios: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

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

SI NO

1. MUNICIPIO
2. GOBIERNO PROVINCIAL


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

	# de personas
1. INGLÉS	
2. CAPACIDAD O EXPERIENCIA EN GUIANZA	
3. COCINA	
4. CONTABILIDAD / ADMINISTRACIÓN	
5. OTRA _	

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

Para contestar esta pregunta se encuestó a \_\_\_\_\_ - personas.

%

relativo

1. El turismo es considerado como un instrumento importante de desarrollo (es considerado en planes, políticas, hay asociaciones de prestadores de servicios turísticos, etc.)	
2. El turismo es una actividad económica alterna y estacional (La comunidad se dedica a la actividad turística solamente durante temporada alta, en temporada baja se dedica a otras actividades)	
3. Indiferencia hacia el desarrollo local de la actividad turística (La comunidad no contesta preguntas relacionadas al turismo, no opinan)	
4. Rechazo hacia el desarrollo de la actividad turística en la comunidad (La comunidad rechaza el desarrollo turístico, considera que es peligroso, no cree que solucione sus problemas económicos)	
5.8. Problemas sociales que según el encuestador pueden afectar al desarrollo turístico de la comunidad. Se pueden identificar también necesidades de capacitación de acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta (5.6). Comentarios:	

---



---



---



---



---



### Anexo 3.-

#### Fichas para levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																		
Código del atractivo:	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	0	0	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	0	0	0	0	1	
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo			
<b>1. DATOS GENERALES</b>																		
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																		
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo						
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO</b>																		
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia						
2.4 Barrio, Sector o Comuna						2.5 Calle Principal						2.6 Número			2.7 Transversal			
2.8 Latitud (grados decimales)						2.9 Longitud (grados decimales) <a href="#">Click</a>						2.10 Altura (msnm)						
2.11 Información del administrador																		
a. Tipo de Administrador:									b. Nombre de la Institución:									
c. Nombre del Administrador:									d. Cargo que ocupa:									
e. Teléfono / Celular:									f. Correo Electrónico:									
Observaciones:																		
<b>3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>																		
3.1 Características climatológicas <input type="checkbox"/>																		
a. Clima:						b. Temperatura(°C):						c. Precipitación Pluviométrica (mm):						
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input type="checkbox"/>																		
a. Cultura <input type="checkbox"/>						b. Naturaleza <input type="checkbox"/>						c. Aventura <input type="checkbox"/>						
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																		
a. Prístino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>				d. Rural <input type="checkbox"/>				e. Urbano <input type="checkbox"/>		

3.4 Ingreso al atractivo (U) <input type="checkbox"/>							
a. Tipo de Ingreso	b. Horario de Atención		c. Atención				
	Ingreso	Salida	Todos los días	Fines de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro	Especificar
Libre <input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto
Restringido <input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto
Pagado <input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>	e. Precio: Desde 0,00 Hasta 0,00		f. Forma de Pago:	Efectivo <input type="checkbox"/>	Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>	Depósito Bancario <input type="checkbox"/>	Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>
				Tarjeta de <del>Transferencia Bancaria</del> <input type="checkbox"/>		Crédito <input type="checkbox"/>	Cheque <input type="checkbox"/>
g. Meses recomendables de visita:							
Observaciones:							
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): texto							
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano: 0 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: 0:00 h/min		d. Coordenadas (grados decimales): Lat.: 0 Long.: 0			
Observaciones:							
4.2 Vías de Acceso (M) <input type="checkbox"/>							
a. Terrestre (M) <input type="checkbox"/>		Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado
		a. Primer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	
		b. Segundo orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	
		c. Tercer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	
Observaciones:							
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>		Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto
		Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto
		Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto
Observaciones:							
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>		Nacional: <input type="checkbox"/>			Internacional: <input type="checkbox"/>		
Observaciones:							
4.3 Servicio de transporte (M) <input type="checkbox"/>							
		<input type="checkbox"/> c. Transporte 4x4	<input type="checkbox"/> d. Taxi	<input type="checkbox"/> e. Moto taxi	<input type="checkbox"/> f. Teleférico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

a. Bus	<input type="checkbox"/>	b. Buseta	<input type="checkbox"/>	i. Barco	<input type="checkbox"/>	j. Canoa	<input checked="" type="checkbox"/>	k. Avión	<input type="checkbox"/>	l. Avioneta	<input type="checkbox"/>
g. Lanchah. Bote	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Especifique							
m. Helicópteron.	<input type="checkbox"/>	Otro									
Observaciones:											

4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>						
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>			
a. Accesibilidad motriz <input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>
Observaciones:			

4.5 Señalización <input type="checkbox"/>			
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>
Malo <input type="checkbox"/>			
Observaciones:			

5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTA IOS <input type="checkbox"/>	
SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
S/I <input type="checkbox"/>	

5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas
Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0
Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0
Hostería <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería <input type="checkbox"/>	0	0	0
Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0
Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0
Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0
Refugio <input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio <input type="checkbox"/>	0	0	0
Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0
Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>	0	0	0
Observaciones:				Observaciones:			
Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>				Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>			
Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	
Restaurantes <input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes <input type="checkbox"/>	0	0	0

Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:						
<b>Agencias de Viaje</b>		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		<b>Agencias de Viaje</b>		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0		0	Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0		0		
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0		0	Internacionales	<input type="checkbox"/>	0		0		
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0		0	Operadoras	<input type="checkbox"/>	0		0		
<b>Guía</b>	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	<b>Guía</b>	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
Observaciones:					Observaciones:						
<b>5.2 Facilidades en el entorno al atractivo</b>											
<input type="checkbox"/>											
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad		Estado (U)				
					universal	B	R	M			
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	I-Tur	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardiana	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Miradores	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e. Otros <input type="checkbox"/>			0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:											

<input type="checkbox"/>	
<b>5.3 Complementarios a la actividad turística (M)</b>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>a. En el Atractivo</b>	<b>b. En la ciudad o poblado cercano</b>
Alquiler y venta de artesanías y <input type="checkbox"/> equipo especializado <input type="checkbox"/> Venta de merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de <input type="checkbox"/> equipo <input type="checkbox"/> Venta de artesanías y <input type="checkbox"/> merchandising <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/> Cajero automático <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/> Cajero automático <input type="checkbox"/>
Especifique: <input type="text"/>	Especifique: <input type="text"/>
Observaciones:	
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO</b>	
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>	
<b>6.1 Atractivo (U)</b>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>
c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:	

6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y c. ganaderas/minería <input type="checkbox"/>	Actividades extractivas / b. <input type="checkbox"/>	Actividades forestales <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia i. Falta de <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y mantenimiento exposición <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social. <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / Vandalismo comercial <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
<b>6.2 Entorno (U)</b>			
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y c. ganaderas/minería <input type="checkbox"/>	Actividades extractivas / b. <input type="checkbox"/>	Actividades forestales <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia i. Falta de <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y mantenimiento exposición <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social. <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / Vandalismo comercial <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Otro <input type="checkbox"/>		Especifique:						
Observaciones:								
<input type="checkbox"/>								
<b>6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo</b>								
a. Declarante:		b. Fecha de denominación: declaración:	c. Alcance:					
Observaciones:								
<b>7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b>								
		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>						
<b>7.1 Servicios Básicos</b>								
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>						
<b>a. En el atractivo</b>		<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b>						
Agua: <input type="checkbox"/>		Agua <input type="checkbox"/>						
Especifique:		Especifique:						
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>		Energía eléctrica <input type="checkbox"/>						
Especifique:		Especifique:						
Saneamiento: <input type="checkbox"/>		Saneamiento: <input type="checkbox"/>						
Especifique:		Especifique:						
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input type="checkbox"/>						
Especifique:		Especifique:						
Observaciones:								
<b>7.2 Señalética en el atractivo</b>								
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>						
<b>7.2.1 Ambiente</b>		<b>7.2.2. Tipo</b>						
		<b>7.2.3. Materialidad</b>						
		<b>7.2.4. Estado</b>						
		a. Madera    b. Aluminio    c. Otro    Especifique						
		B    R    M						
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Letreros informativos <input type="checkbox"/>	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	texto					
Observaciones:						

7.3 Salud (más cercano) (M) <input type="checkbox"/>					
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>		
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>		0
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>		0
Observaciones:					

7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>		
a. Privada <input type="checkbox"/>	Detalle	texto
b. Policía nacional <input type="checkbox"/>		texto
c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>		texto
d. Otra <input type="checkbox"/>		texto
Observaciones:		

7.5 Servicio de comunicación de u o públ co (M) <input type="checkbox"/>	
a. E el atra ctivo <input type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>

<input type="checkbox"/> Telefonía (M)		<input type="checkbox"/> Conexión a internet (M)		<input type="checkbox"/> Telefonía (M)		<input type="checkbox"/> Conexión a internet (M)		
Fija	<input type="checkbox"/> Línea telefónica	<input type="checkbox"/> Fibra óptica	Fija	<input type="checkbox"/> Línea telefónica	<input type="checkbox"/> Fibra óptica	Móvil	<input type="checkbox"/> Satélite	<input type="checkbox"/> Redes inalámbricas
Móvil	<input type="checkbox"/> Satélite	<input type="checkbox"/> Redes inalámbricas	Móvil	<input type="checkbox"/> Satélite	<input type="checkbox"/> Redes inalámbricas	Satelital	<input type="checkbox"/> Telefonía móvil	<input type="checkbox"/>
Observaciones:								
<input type="checkbox"/> Radio portátil (U)								
De uso exclusivo para el visitante			De uso exclusivo para comunicación interna			De uso exclusivo en caso de emergencia		
Observaciones:								
<b>7.6 Multiamenazas (M)</b>								
Deslaves			Sismos			Erupciones volcánicas		
Sequía			Inundaciones			Aguajes		
Tsunamis								
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?		Institución que elaboró el documento.		Nombre del documento:		Año de elaboración:		0
Observaciones:								

<b>8. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b>				<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> S/I
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?				<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	Año de elaboración: 2016
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?				<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	Especifique:
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?				<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	Especifique:
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?				<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	Especifique:
Observaciones:						
<b>9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b>				<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> S/I
<b>9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b>						
<b>9.1.1 En el Agua (M)</b>						
a. Buceo	b. Kayak de mar	c. Kayak lacustre	d. Kayak de Río	e. Surf		
f. Kite surf	g. Rafting	h. Snorkel	i. Tubing	j. Regata		
k. Paseo en pangal.	n. Paseo en moto acuática	Paseo en botem. Paseo en lanchao.	Parasailing			
p. Esquí acuático	q. Banana flotante	r. Boya	s. Pesa deportiva	Otro	<input type="checkbox"/> texto	
Observaciones:						

9.1.2 En el Aire (M)		<input type="checkbox"/>
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>
c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:		
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)		<input type="checkbox"/>
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>
c. Senderismo	<input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>
e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	
f. Exploración de g. Actividades	<input type="checkbox"/>	
h. Cabalgatai. Caminataj. Camping	<input type="checkbox"/>	kuevasRecreativas <input type="checkbox"/>
k. Picnicn. Otrotexto	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora <input type="checkbox"/>
		y m. Observación de <input type="checkbox"/>
		faunaastros <input type="checkbox"/>
Observaciones:		
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)		<input type="checkbox"/>
9.2.1 Tangibles e intangibles		<input type="checkbox"/>
a. Recorridos guiados	<input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>
c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>
i. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	
e. Exposiciones temáticas <del>practicables y/o lúdicas</del>	<input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>
i. Actividades vivenciales y/o lúdicas temporales y eventualesoriginales.	<input type="checkbox"/>	
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>
		g. Fotografía <input type="checkbox"/>
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>
		m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>
		Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:		

10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO						SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
<b>10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)</b>													
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?						SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?						SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>				
Medio Promocional			Dirección y nombre de los medios promocionales			Periodicidad de la promoción							
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>		URL:										
b. Red Social	<input type="checkbox"/>		Nombre:										
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>		Nombre:										
d. Material POP	<input type="checkbox"/>		Nombre:										
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>		Nombre:										
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>		Nombre:										
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>		Nombre:										
h. Otro	<input type="checkbox"/>		Nombre:										
Observaciones:													
<b>10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)</b>						SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique: <i>texto</i>			
Observaciones:													
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)						SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
<b>11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos</b>						<input type="checkbox"/>							
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?						SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro: 0			
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?						SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:			
c. Temporalidad de visita al atractivo													
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique	<i>texto</i>			Número de visitantes	0						
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>		<i>texto</i>				0						
d. Llegada de turistas													
<input type="checkbox"/> Turista nacional		Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/> Turista extranjero		Llegadas mensuales	Total Anual						
Ciudades de origen	<i>texto</i>	0	0	Países de origen	<i>texto</i>	0	0						
	<i>texto</i>	0	0		<i>texto</i>	0	0						
	<i>texto</i>	0	0		<i>texto</i>	0	0						
Observaciones:													
<b>11.2. Frecuencia de visita según informantes clave</b>						<input type="checkbox"/>							
Nombre del Informante Clave:						Contactos:							
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>						Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>							
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	<input type="checkbox"/>	Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica	<input type="checkbox"/>	Inexistente	<input type="checkbox"/>
Observaciones:													

12. RECURSO HUMANO												SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del						d. Número de personas especializadas en turismo						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0			
0 atractivo												<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):				f. Número de personas capacitadas por temática (M)				g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M)				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0						
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0						
Otro	texto			Sensibilización de discapacidades	0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto						
Observaciones:																	
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)																	
14. ANEXOS																	
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)																	
Fuente:																	
c. Ubicación gráfica del Atractivo																	
Fuente:																	
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)																	
ELABORADO POR:				VALIDADO POR:				APROBADO POR:									
Apellido y Nombre				Apellido y Nombre				Apellido y Nombre									
Institución				Institución				Institución									
Cargo				Cargo				Cargo									
Correo Electrónico				Correo Electrónico				Correo Electrónico									
Teléfono				Teléfono				Teléfono									
Firma				Firma				Firma									
Fecha				Fecha				Fecha									

**Fuente:** Mintur 2017

**Anexo 4.** Encuesta

**ENCUESTA**

Reciba un cordial saludo por parte de Luis Naranjo estudiante del Octavo Ciclo de la Carrera de Turismo de la Universidad Nacional de Loja. El Cerro Villonaco Alto es una de las montañas más altas de la ciudad de Loja, poseedor de un encanto natural, paisajes únicos desde la cima, flora y fauna endémicas propias de los páramos, la presente Encuesta pretende determinar la información necesaria el estudio para implementar un proyecto de ECOTURISMO en el área, el mismo que permita potenciar y complementar el turismo de la Central Eólica Villonaco; generando de esta manera nuevas actividades relacionadas a la interacción de la Naturaleza con el visitante.

Bajo este contexto, agradecemos su preciado tiempo al atender a esta encuesta, ruego, por lo tanto, conteste las siguientes preguntas con sinceridad.

**1. Genero**

Masculino ( ) Femenino ( ) otro ( )

**2. Edad**

16 a 24 ( ) 25 a 33 ( ) 34 a 42 ( ) 43 a 51 ( ) 52 en adelante ( )

**3. Estado Civil**

( )Soltero(a) ( )Casado (a) ( )Unión libre ( )Viudo(a)

( )Divorciado(a)

( ) Otro(especifique).....

**4. Ocupación**

( ) Estudiante ( ) Profesional (x) Libre Ejercicio

**5. Lugar de residencia:**

Provincia.....

**6. Ingresos Mensuales**

( ) 0 a \$300 ( ) \$301 a \$500 ( ) De \$500 en adelante

**7. ¿Ubica usted al cerro Villonaco Alto? En caso que su respuesta sea No, pase a la pregunta 10**

( ) Si

( ) No

**8. Como consideraría Usted al Cerro Villonaco Alto**

( ) Recurso Natural Turístico único para la ciudad de Loja

( ) Una montaña cualquiera

( ) Lugar de donde se recolecta energía eólica

**9. ¿Con quienes visitaría el Cerro Villonaco Alto?**

( ) Familia

( ) Amigos

( ) Pareja

**10. ¿Qué actividades de Ecoturismo le gustaría que se implementen en el Cerro Villonaco Alto? (Puede marcar más de una opción)**

( ) Mirador Ecoturístico

- Senderismo o Caminata
- Observación Flora y Fauna
- Camping
- Observación de Ecosistemas
- Programas de educación ambiental
- Degustación Gastronómica
- Deportes extremos (especifique).....

**11. ¿Con que frecuencia Visita la Central Eólica Villonaco?**

- Cada semana
- Cada Mes
- Cada año
- Otro (Especifique)

**12. Cual de las razones lo motiva a visitar la Central Eolica Villonaco y lo llevarían al Cerro Villonaco alto:**

- Turismo
- Los Eólicos
- Flora y Fauna del Lugar
- Trabajo
- Otro (Especifique) .....

**13. ¿Qué actividades le gustaría que se complementen con la Central Eólica Villonaco? (Marcar más de una opción)**

- Mirador Ecoturístico
- Senderismo o Caminata
- Observación Flora y Fauna
- Camping
- Observación de Ecosistemas
- Programas de educación ambiental
- Degustación Gastronómica
- Deportes extremos (especifique).....

**14. ¿Qué infraestructura le gustaría se implementaría en Cerro Villonaco Alto y la Central Eólica?**

- Miradores Ecoturísticos
- Restaurante
- Refugios
- Deportes Extremos
- Otro Especifique.....

**15. Le gustaría que ofrecieran paquetes turísticos con las actividades marcadas anteriormente, ¿complementando el cerro Villonaco Alto, la Central Eólica y sus alrededores?**

- Si
- No

**16. En promedio, ¿Cuál es el precio que consideras adecuado pagar por un paquete Turístico en el Cerro Villonaco?**

- \$15-20



\$20-30

\$30-40

**17. ¿Porque medios les gustaría que se promocionen estos paquetes Turísticos?**

Prensa Escrita

Radiodifusión

Televisión

Internet

Multimedia

Redes Sociales

Otro (Especifique).....

**18. ¿Cuál considera usted, que sería el mejor medio comunicacional para promocionar y difundir información turística del Cerro Villonaco?**

Prensa Escrita

Radiodifusión

Televisión

Internet

Multimedia

Redes Sociales

Otro:

**Gracias por su Colaboración**

*Anexo 5.* Esquema de FODA Simple

---

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
DEBILIDADES	AMENAZAS

---

**Fuente:** Luis Gustavo Naranjo Coronel

**Elaborado:** Luis Gustavo Naranjo Coronel

**Anexo 6.** Esquema de FODA Estratégico

---

<b>FORTLEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
Estrategias Ofensivas (Fortalezas + Oportunidad)	Estrategias de Reorientación (Debilidad + Oportunidad)

---

**OPORTUNIDADES**

---

Estrategias Defensivas (Fortaleza + Amenaza)	Estrategias de Supervivencia (Debilidad + Amenaza)
---	---

---

**AMENAZAS**

---

**Fuente:** Luis Gustavo Naranjo Coronel

**Elaborado:** Luis Gustavo Naranjo Coronel

**Anexo 7.** Esquema para proponer Estrategias de desarrollo Ecoturístico.

---

<b>OBJETIVO ESTRATEGICO</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PROPUESTAS</b>	<b>VENTAJAS</b>	<b>ELEMENTOS PARA SU DESARROLLO</b>	<b>CLAVES</b>
---------------------------------	-----------------	-------------------	-----------------	---	---------------

---

---

**Fuente:** Luis Gustavo naranjo Coronel

**Elaboración:** Luis Gustavo naranjo Coronel