



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Administración Turística

“Propuesta de productos turísticos con identidad territorial para el cantón Macará, provincia de Loja”

Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de Ingeniera en Administración Turística

AUTORA:

Flor María Lapo Solano

DIRECTORA:

Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga. Mg. Sc.

Loja – Ecuador

2023

Loja, 6 de abril de 2023

Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga. Mg. Sc.
DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo el proceso de la elaboración del Trabajo de Titulación denominado: **“Propuesta de productos turísticos con identidad territorial para el cantón Macará, provincia de Loja”**, previo a la obtención del título de **Ingeniera en Administración Turística**, de la autoría de la estudiante **Flor María Lapo Solano**, con **cédula de identidad Nro. 1105715229**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.

Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga. Mg. Sc.
DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Autoría

Yo, **Flor María Lapo Solano**, declaro ser autora del presente Trabajo de Titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Titulación en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula de Identidad: 1105715229

Fecha: 6 de abril de 2023

Correo electrónico: flor.lapo@unl.edu.ec

Teléfono o celular: 0988722863

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

Yo, **Flor María Lapo Solano**, declaro ser autora del Trabajo de Titulación denominado: **Propuesta de productos turísticos con identidad territorial para el cantón Macará, provincia de Loja**, como requisito para optar el título de **Ingeniera en Administración Turística**, 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 en el Repositorio Institucional.

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

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Titulación que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 6 días del mes de abril de dos mil veintitrés.

Firma:

Autora: Flor María Lapo Solano

Cedula de Identidad: 1105715229

Dirección: Barrio Jorupe – La Victoria – Macará

Correo electrónico: flor.lapo@unl.edu.ec/flormarialapo928@gmail.com

Celular: 0998489272

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director del trabajo de titulación: Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga

Dedicatoria

Dedico este trabajo a Dios y a la Virgen del Cisne por ser mi guía durante este lapso universitario, por iluminar cada día mi camino por darme fuerzas y seguir luchando día a día cumpliendo mis metas y sin duda alguna haberme regalado la oportunidad de seguir viviendo y enfrentando cada obstáculo que se me ha presentado.

A mis padres, María Solano y Reimundo Pau por ser el pilar fundamental en mi vida, además por ofrecerme su infinito amor, confiar en mí en todo momento y sobre todo haberme apoyado para poder culminar esta carrera universitaria.

A mis hermanas(os) por estar siempre conmigo compartiendo momentos alegres, tristes y sobre todo haberme ofrecido su apoyo incondicional para cumplir este sueño.

A mis pequeños sobrinos Jordán y Romina, que siempre me han brindado sus alegrías así motivándome para seguir cumpliendo mis sueños.

Flor María Lapo Solano

Agradecimiento

Mi agradecimiento es a Dios y a la Virgen María por permitirme alcanzar una nueva meta en mi vida bendiciéndome cada día. A mis padres María Solano y Reimundo Paucar que me han apoyado a seguir adelante para cumplir mi sueño.

También agradezco a la Universidad Nacional de Loja, de forma especial a la Carrera de Administración turística por darme la oportunidad de obtener este logro académico. A todos los docentes que nos impartieron las diversas asignaturas, mi gratitud hacia ustedes, sobre todo compartir sus conocimientos y darme la oportunidad de obtener mi título de tercer nivel.

De manera especial a la Ing. Yesenia Briceño por haberme ayudado y guiado en mi trabajo de titulación, por sus sabias palabras, su formidable paciencia y sobre todo por su maravilloso compromiso que demostró en la realización del trabajo de titulación. ¡Muchas gracias de todo corazón!

Le doy gracias a toda mi familia por brindarme su cariño incondicional por haberme apoyado durante esta trayectoria universitaria sin ustedes nada de esto hubiese sido posible.

Finalmente agradezco al GAD cantonal de Macará por brindarme su valiosa información que me permitió realizar este trabajo de investigación y todo termine con éxito y sea un aporte para la localidad.

¡Mi gratitud hacia todos ustedes, Dios los bendiga!

Flor María Lapo Solano

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	xiii
Índice de anexos.....	xiv
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 <i>El diagnóstico turístico</i>	6
4.1.2 <i>Tipos de turismo</i>	6
4.1.3 <i>Atractivo Turístico</i>	8
4.1.4 <i>Elementos del sistema turístico</i>	9
4.1.5 <i>PIT's</i>	10

4.2 Marco Referencial.....	14
4.2.1 Antecedentes investigativos.....	14
4.3 Marco Legal	16
5. Metodología	18
5.1 Área de estudio.....	18
5.1.1 División Política.....	18
5.2 Metodología por objetivos.	19
6. Resultados	23
6.1 Diagnóstico de la situación turística actual del cantón Macará provincia de Loja	23
6.1.1 Datos generales del Cantón Macará.....	23
6.1.2 Historia.....	23
6.1.3 La Fundación.....	23
6.1.4 Cantonización.....	24
6.1.5 Factor Ambiental.....	24
6.1.6 Flora.....	25
6.1.7 Fauna.....	25
6.1.8 Áreas de Conservación.....	25
6.1.9 Áreas de potencial protección municipal.....	25
6.1.10 Tipos de Suelo.....	25
6.1.11 Uso Actual y Cobertura Vegetal.....	26

6.1.4 A continuación, se detalla la oferta turística presente en el cantón Macará.....	57
6.2 Productos turísticos basados en los productos agroturísticos	68
6.2.1 Matriz FODA.....	68
6.2.2 FODA cruzado.....	69
6.2.3 Estrategias propuestas mediante el análisis FODA.....	72
6.2.4 Descripción del Macro producto.....	73
6.2.5 Micro producto.....	73
6.2.6 Logo de la ruta.	74
6.2.7 Descripción del logo.....	74
6.2.8 Slogan.....	74
6.2.9 Actividades a realizar dentro de las fincas y atractivos turísticos.....	75
6.2.10 Matriz de itinerario de la ruta agroturística Macro producto.....	76
6.2.11 Matriz para determinar los costos y las utilidades de la ruta agroturística	84
6.3 Estrategias de comercialización de los productos turísticos.	86
7. Discusión	91
8. Conclusiones	93
9. Recomendaciones	94
10. Bibliografía	95
11. Anexos	97

Índice de Tablas

Tabla 1. Matriz de recolección de los PIT del cantón Macará.....	19
Tabla 2. Poblaciones	21
Tabla 3. Festividades del Cantón	27
Tabla 4. Instituciones bancarias y cajeros automáticos	28
Tabla 5. Gobernanza del GAD.....	31
Tabla 6. Fincas agroturísticas de levantamiento de información.....	34
Tabla 7. Finca el Limón	35
Tabla 8. Francisco Sarango	36
Tabla 9. Finca Aparicio.....	38
Tabla 10. De las fincas agrícolas: Hacienda Herederos Campoverde	39
Tabla 11. De resumen de la finca agrícola: Finca Flor Anita	40
Tabla 12. Clasificación y priorización del PIT	42
Tabla 13. Articulación de los PIT prioritarios con otros atractivos del territorio.	44
Tabla 14. Clasificación del PIT por criterio (categorías agropecuarias).....	46
Tabla 15. Clasificación del PIT por criterio (categorías Alimentos)	47
Tabla 16. Clasificación del PIT por criterio (categorías gastronomía)	47
Tabla 17. Clasificación del PIT por criterio (categorías artesanías)	48
Tabla 18. Ficha para recolección de los PIT del cantón Macará	49
Tabla 19. Inventario de atractivos turísticos identificados en el cantón	50
Tabla 20. Ficha resumen de los atractivos	54
Tabla 21. Gastronomía Ceviche de Carne.....	55
Tabla 22. Gastronomía Gallina Criolla Hornada	56
Tabla 23. Alojamiento de Macará.....	58

Tabla 24. Establecimientos de Alimentos en Macará	59
Tabla 25. Establecimientos de esparcimiento	60
Tabla 26. Se muestra los resultados acerca de procedencia de los encuestados	61
Tabla 27. Se muestra los resultados acerca del Genero.	61
Tabla 28. Se muestra los resultados acerca de la Edad	62
Tabla 29. Se muestra los resultados acerca del Nivel educativo.....	62
Tabla 30. Se muestra los resultados acerca de la Ocupación	62
Tabla 31. Se muestra los resultados acerca del Estado civil	63
Tabla 32. Nivel de participación al desarrollo de actividades turísticas	63
Tabla 33. Conoce sobre los productos turísticos.....	63
Tabla 34. Que actividades le gustaría realizar.....	64
Tabla 35. Servicios complementarios desearía encontrar	64
Tabla 36. Cuantos días que le gustaría participar en la ruta.....	64
Tabla 37. Medios de transporte	65
Tabla 38. ¿Con quién le gustaría ir?.....	65
Tabla 39. Por qué medios le gustaría adquirir los productos	65
Tabla 40. Medios de difusión para la promoción.....	66
Tabla 41. Cuanto estaría dispuesto a pagar	66
Tabla 42. Producto local que le gustaría consumir	67
Tabla 43. Matriz FODA	68
Tabla 44. FODA cruzado	69
Tabla 45. Ruta Macara mi tierra linda	75
Tabla 46. Ruta Macara mi tierra linda	76
Tabla. 47. Actividades a realizar dentro de las fincas	80
Tabla 48. Itinerario de la ruta agroturística opción 2	80

Tabla 49. Costos de la ruta Macará mi tierra linda.	84
Tabla 50. Costos de la ruta agroturística Macará tradición arrocerá.....	85
Tabla 51. Estrategias de promoción: Plataforma de Facebook e Instagram	86
Tabla 52. Feria agroturística.	88
Tabla 53. Souvenirs para la promoción de las rutas en la feria turística.....	89
Tabla 54. Tabla de la entrevista de los Empresarios turísticos	102
Tabla 55. Autoridades seccionales	105
Tabla 56. Resumen de atractivo turístico: Puente Internacional.....	113
Tabla 57. Se muestra el atractivo turístico: Iglesia Matriz de Macará.....	115
Tabla 58. Atractivo turístico: Parque Altar Patrio.....	116
Tabla 59. María Auxiliadora	117
Tabla 60. De atractivo turístico: Balneario la Lajilla del cantón Macará	118
Tabla 61. Del atractivo turístico: Reserva Ecológica Laipuna.....	120
Tabla 62. Del atractivo turístico: Bosque Protector Jatumpamba Jorupe	121
Tabla 63. Del atractivo turístico: Centro Recreacional La Cruz del Panadero	123
Tabla 64. Del atractivo turístico: Balneario Recinto Militar Hornillos	124
Tabla 65. Se muestra el atractivo turístico: Rio Macará	125
Tabla 66. Balneario fondos Azules	127
Tabla 67. Bosque Seco Tambo Negro.....	128
Tabla 68. Ciudad de Macará	129
Tabla 69. Atractivo parque de la Madre.....	130
Tabla 70. Balneario el Resbalón	132

Índice de Figuras

Figura. 2. Logo de la ruta.....	74
Figura 3. Mapa de ubicación de los atractivos turísticos de la primera ruta.....	78
Figura 4. Ruta Macará mi tierra linda de la primera tura.....	78
Figura 5. Se muestra el recorrido de la primera ruta.....	79
Figura 6. Fotografías del recorrido de la primera ruta.....	79
Figura 7. Mapa de ubicación de los atractivos turísticos de la ruta dos.....	82
Figura 8. Macará tradición arrocera.....	82
Figura 9. Recorrido de la ruta.....	83
Figura 10. Fotografías de la ruta.....	83
Figura 11. Aplicación de entrevistas a empresarios turísticos.....	104
Figura 12. Aplicación de entrevistas a autoridades seccionales.....	108
Figura 13. Aplicación de encuestas.....	138

Índice de anexos

Anexo N° 1. Decreto de director.....	97
Anexo N° 2. Certificado de inglés	98
Anexo. N° 3. Ficha para la caracterización del territorio.....	101
Anexo. N° 5. Entrevista a autoridades seccionales	104
Anexo N° 6. Ficha de fincas agroturísticas	108
Anexo N° 7. Formato para la caracterización de productos con identidad territorial.....	109
Anexo N° 8. Clasificación y priorización del PIT del cantón Macará.....	111
Anexo N° 9. Articulación de los PIT prioritarios con otros atractivos del territorio.	112
Anexo N° 10. Clasificación del PIT por criterio (categorías agropecuarias).....	113
Anexo. N° 11. Formato de la ficha de evaluación de atractivos turísticos	113
Anexo N° 13. Jerarquización de los atractivos turísticos identificados en el cantón.....	133
Anexo. N° 14. Alojamiento. Cuadro resumen según catastro.....	134
Anexo. N° 15. Restauración. Cuadro resumen según catastro.....	135
Anexo. N° 16. Encuesta para determinar la demanda de los productos turísticos	136
Anexo. N° 17. FODA.....	138

1. Título

“Propuesta de productos turísticos con identidad territorial para el cantón Macará, provincia de Loja”.

2. Resumen

El presente trabajo titulado “Propuesta de Productos Turísticos con Identidad Territorial para el cantón Macará, Provincia de Loja”, Ya que parte de la perspectiva del Buen Vivir, siendo productos potenciales que pueden ser comercializados dentro de la localidad, lo nacional e internacional. Para el trabajo de investigación se planteó como objetivo general: Crear productos turísticos con identidad territorial para el cantón Macará, provincia de Loja. Así mismo, se plantearon tres objetivos específicos: **Diagnosticar el potencial agroturístico del cantón Macará**, se empleó el modelo de la ficha para el levantamiento de información del diagnóstico turístico y la situación actual del cantón Macará y los principales atractivos turísticos, así mismo se utilizó la ficha que permitió la recolección de información, de las fincas agroturísticas lo que se pudo identificar los productos agrícolas, y artesanales que poseen algunas fincas y haciendas se realizó entrevista a los propietarios de las fincas y a las autoridades del cantón sobre los Productos con Identidad Territorial (PIT), posterior a ello se realizó la encuesta y por último se utilizó el FODA cruzado. En el segundo objetivo, **Diseñar productos turísticos, basados en los recursos turísticos previamente identificados en el cantón Macará**, para el desarrollo de los productos se utilizó las siguientes dos fases la primera el análisis de destino para la estructura de la ruta la segunda el diseño de la ruta para establecer las actividades, servicios a incluir y por último el costo de la utilidad. El tercer objetivo. **Identificar las estrategias de comercialización de los productos turísticos**. Se identificó las estrategias para la promoción turista, Plataforma de Facebook e Instagram, Feria agroturística para la Promoción y difusión del cantón, Souvenirs para la promoción de la ruta agroturística. Se concluye que los productos con identidad territorial permitirán generar nuevos ingresos económicos dentro de las fincas y haciendas siendo un eje principal para la reactivación del turismo del cantón Macará. Se recomienda al GAD cantonal en unión con las instituciones públicas y privadas, se gestione la implementación de infraestructura turística, así como el apoyo a los emprendimientos turísticos con nuevas iniciativas para los productores agrícolas.

Palabra claves: Desarrollo turístico, agroturismo, PIT, estrategias de promoción, fincas agroturísticas.

2.1 Abstract

The present work titled "Proposal of Touristic Products with Territorial Identity for the Macará Canton, Loja Province", stems from the perspective of Good Living, being potential products that can be commercialized within the community, the country and beyond borders. The general objective of the research was to create touristic products with territorial identity for the Macará Canton, Loja Province. Likewise, three specific objectives were proposed: To diagnose the agro-touristic potential of the Macará Canton, the model of the form was used to gather information on the touristic diagnosis and the current situation of the Macará Canton and its main touristic attractions. Similarly, a form was used to collect information on agro-touristic farms, which made it possible to identify the agricultural and artisanal handmade products that some farms and farms possess. Interviews were conducted with the owners of the farms and with the authorities of the Canton regarding the Products with Territorial Identity (PIT), and subsequently, a survey was conducted, followed by the use of the SWOT analysis.

The second objective was to design touristic products based on the touristic resources previously identified in the Macará Canton. To develop the products, the following two phases were used: The first was the destination analysis for the structure of the route, and the second was the design of the route to establish the activities, services to include, and finally, the cost of utility.

The third objective was to identify the marketing strategies for the touristic products. The strategies for tourist promotion were identified, such as the Facebook and Instagram platform, an agro-touristic fair for the promotion and dissemination of the Canton, and souvenirs for the promotion of the agro-touristic route.

It is concluded that the products with territorial identity will allow for generating new economic income within the farms and haciendas, being a main axis for the reactivation of tourism in the Macará Canton. It is recommended that the cantonal GAD, in conjunction with public and private institutions, manage the implementation of touristic infrastructure, as well as support touristic ventures with new initiatives for agricultural producers.

Keywords: Touristic development, agrotourism, PIT (Products with Territorial Identity), promotion strategies, agro-touristic farms.

3. Introducción

(Seco, 2014), Productos turísticos depende de las condiciones y oportunidades que existen en relación a la oferta y demanda turística. Esto significa que no necesariamente se deben diseñar nuevos productos turísticos, sino que en algunos casos se requiere reestructurar los existentes siendo los productos turísticos son el conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos y atractivos, equipamientos e infraestructuras, servicios, actividades con un valor agregado lo que contribuirá a obtener beneficios como potencial turístico de una determinada zona o lugar.

La importancia de realizar la investigación se basa en fortalecer los territorios turísticos del cantón Macará, para proponer su difusión y con esto beneficiar económicamente a las comunidades que desarrollan este tipo de actividades agrícolas, agropecuarias y turísticas.

Así mismo, a través de esta investigación se busca aprovechar las actividades productivas del cantón por medio de la elaboración de los productos como son las rutas agroturísticas y así poder tener un mejor desarrollo económico, mejor la calidad de vida de la comunidad del cantón, cuenta con fincas y atractivos turísticos cercanos sin embargo en cada una de las fincas existen una falta de conocimientos turístico por ende impide el desarrollo de las actividades del agroturismo en el cantón.

Los productos turísticos planteados a través de esta investigación traerán como beneficio para la población, el contar con estrategias donde se pueda obtener alternativas para la relación de la actividad turística; lo que ayuda a fortalecer la situación turística actual del cantón Macará, tomando en cuenta la recopilación de información, los recursos turísticos existentes, los atractivos turísticos, fincas, servicios, la infraestructura, accesibilidad, gobernanza y comunidad.

El cantón Macará tiene un gran potencial turístico para la creación de productos turísticos, expresadas a través de la diversidad de los PIT existentes, cuyo fortalecimiento ayudará al mejoramiento de la reactivación del turismo; por ello se elaboró rutas turísticas con el aprovechamiento de recursos de la población local para el desarrollo económico y social del cantón. por parte de las autoridades del GAD cantonal, lo que no permite que exista una importante afluencia de turistas; así como también existe un turismo estacional marcado en las festividades del cantón Macará.

La investigación se relaciona con algunos trabajos realizados previamente en otros sectores que cuentan con productos con identidad territorial como, por ejemplo la Comercialización de productos de identidad territorial en la Asociación Agropecuaria Cristóbal Colón don su objetivo principal es determinar el costo de producción del PIT (Producto con Identidad Territorial) con asesoramiento financiero y fiscal, así mismo con el Diseño de un producto turístico para la parroquia Timbara del cantón Zamora, provincia Zamora Chinchipe. Para el trabajo de investigación se formuló un objetivo general: Diseñar un producto turístico para el desarrollo en la parroquia Timbara del cantón Zamora, Chinchipe.

Por ello el cantón Macará es un destino donde se puede aprovechará de cada una de sus actividades agropecuarias como una nueva forma para el desarrollo de la población local surgiendo la necesidad de realizar la investigación, diseñar productos turísticos, basados en los recursos turísticos previamente identificados en el cantón Macará.

Dentro de los alcances de la investigación se propuso productos turísticos, cuya implementación dependerá de los recursos disponibles y la voluntad de las autoridades del cantón en comunión con los propietarios de las fincas, para tomar en cuenta este estudio y aplicarlo. Las limitaciones que se presentaron durante el desarrollo de la investigación fueron: primero la falta de información turística, segundo no contar con acceso a los lugares turísticos, tercero la falta de señalética turística hacia los atractivos turísticos, cuarto la falta de interés por parte de ciertas autoridades y administradores de establecimientos turísticos, finalmente la pandemia de COVID 19 y el paro Nacional efectuado en el mes junio de 2022 con el bloqueo de vías, lo que fue difícil trasladarse al lugar de estudio y por ende retraso el trabajo de investigación.

Para esta investigación se formuló un Objetivo General: Crear productos turísticos con identidad territorial para el cantón Macará, provincia de Loja. Así como los objetivos específicos enmarcados en diagnosticar el potencial agroturístico del cantón Macará, para luego diseñar productos turísticos, basados en los recursos turísticos previamente identificados, y finalmente identificar las estrategias de comercialización de los productos turísticos.

4. Marco Teórico

4.1 Marco conceptual

Mediante la revisión literaria, se establece los siguientes temas para el desarrollo de investigación.

4.1.1 *El diagnóstico turístico.*

Ricaurte (2009), menciona que el diagnóstico establece una diferencia entre las condiciones del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias dentro de la planificación turística en un destino turístico.

Por tal razón por la que el Sistema turístico se utilizará la elaboración de un plan de turismo, hasta llegar a la formulación de los proyectos y las acciones concretas sobre la planta turística, la promoción o la organización, lo que se asevera que este sistema está compuesto por diversos subsistemas que son los elementos del sistema turístico. (Boullón, PLANIFICACIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO, 2006)

(Padilla et. al, 2019), mencionan que el diagnóstico turístico se lo conoce como una línea base o estado de la situación actual de la situación en la que se encuentra el recurso o atractivo turístico tanto natural y cultural del destino turístico antes de que se establezca una planificación.

4.1.2 *Tipos de turismo*

Existen diferentes tipos de turismo de acuerdo a las características y motivaciones que inducen a las personas a realizar desplazamientos turísticos, algunos de los tipos de turismo son:

4.1.2.1 Turismo rural. El turismo rural se refiere a todas aquellas actividades turísticas que pueden desarrollarse en el ámbito rural y resultan de interés para los habitantes de las ciudades, dadas sus características tradicionales diferentes a las del estilo de vida urbano.

Esta clase de turismo se practica en granjas, ranchos o haciendas, donde el visitante tiene la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de lo posible, participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local. El turismo rural lo practican tanto aquellas personas que se alojan en un predio agrícola, con el interés de conocer y disfrutar de alguna actividad agropecuaria, como los cazadores, pescadores, científicos, estudiantes en viajes de egresados, turistas de paso, empresarios que participan de un evento o retiro espiritual, o personas que buscan descanso con fines terapéuticos, y se caracteriza porque los servicios son prestados por los que trabajan y residen en el medio rural, quienes brindan a los visitantes un contacto personalizado. (Boullón, 2006)

4.1.2.2 Agroturismo. Rodríguez (2019), Menciona que el agroturismo se perfila como un tipo de actividad turística que ofrece al visitante la posibilidad de conocer aspectos sobre la cultura local y de aprender sobre prácticas tradicionales de cultivos, cosechas y procesamiento de productos agropecuarios, forestales y de la artesanía etc.

Lo que contiene el medio rural, agrario y agrícola siendo una forma de Turismo Alternativo cuya esencia se aprecia en el conjunto de actividades organizadas por agricultores como complemento del desarrollo de su actividad principal, por lo que se invita a participar a los turistas que constituyen a ser uso de los servicios, por los que se vincula a la propia actividad agraria, donde el organizador de las actividades es el propio agricultor, por eso se da a conocer a los actores implicados a practicar el valor de las prácticas culturales.

4.1.2.3 Ecoturismo. (Bringas Rábago & Ojeda Revah, 2000) Explican que el ecoturismo tiene un enorme potencial para el país y puede ser una opción viable para diversificar la oferta de actividades, al mismo tiempo que se obtienen ventajas económicas. Sin embargo, para que esta actividad obedezca a los factores de índole ecológica, social y cultural, y no sólo económica, se debe tratar de involucrar a las comunidades locales para la conservación y preservación de los sitios.

4.1.2.4 Turismo Cultural. Molinero (2019), Explica que el turismo cultural es una diversidad cultural de productos que están relacionados con los modelos de la cultura de un territorio, que contribuye a generar ganancias económicamente. Así la comunidad. Ya que el turismo cultural es una actividad cuya motivación es explorar, conocer y aprender sobre la cultura material e inmaterial de los lugares a visitar.

4.1.2.5 Turismo sostenible. Según la OMT, citado Barrera y Bahamondes (2012), el turismo sostenible es aquel que tiene en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, del entorno y de las comunidades anfitrionas. Por otro lado, citado en Donado y Estupiñán (2019), el turismo sostenible es definido como un agente que reduce el impacto ambiental e incrementa los beneficios económicos, además de fomentar el cuidado y preservación del medio ambiente.

4.1.2.6 Turismo de naturaleza. El turismo de naturaleza es una de las tipologías de turismo cuya motivación de viaje es la observación, el aprendizaje y la apreciación biológica estas se realizan en armonía con el medio ambiente, protegiendo el ecosistema y fomentando el bienestar de la comunidad que habita la zona, El término Turismo de Naturaleza según la Secretaria de Turismo

de México (SECTUR) Son los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales de la naturaleza ya que se ha desencadenado efectos positivos, entre ellos acercamiento al medio natural y al conocimiento de ecosistemas, el aumento de la conciencia ambiental entre la población o la creación de nuevos mercados para economías locales y nacionales. (Ballesteros, 2013)

4.1.2.7 Turismo de aventura. El Turismo de Aventuras es una actividad turística recreacional en la que se utiliza el entorno o medio natural como recurso para producir en los turistas determinadas emociones y sensaciones de descubrimiento y de exploración al practicar actividades deportivas de cierto riesgo. El turismo de aventura es otra de las modalidades del turismo alternativo, y sin duda alguna una de las formas que mayores expectativas genera a su alrededor, quizá por el término mismo que evoca, o bien por un cierto misticismo y tabúes que se han generado en su entorno, de esta forma se empezó a utilizar el término de turismo de aventura, como sinónimo de aquellos viajes cuyo propósito específico envuelve vivir nuevas experiencias, que usualmente conciben cierto nivel de riesgo o peligrosidad, e implican desafíos para las personas en el entorno natural. (Quiñónez, Tapia, & Andrade, 2019)

4.1.2.8 Turismo gastronómico. La gastronomía es uno de los sectores más valorados por los turistas. Cuando viajamos nos gusta conocer la cocina local del destino, explorar sus restaurantes, saborear los productos típicos, las tradiciones, y a poder ser, vivir experiencias sorprendentes, únicas y especiales. Los datos así lo demuestran, según la Organización Mundial del Turismo (OMT), más de un tercio del gasto de un turista está dedicado a la comida. La gastronomía se ha convertido en uno de los principales motivos para viajar. (OMT, 2009)

4.1.3 Atractivo Turístico

Son lugares que despiertan el interés del turista por visitar un destino gracias a sus características tangibles y/o intangibles destacadas. Los atractivos turísticos de un destino se dividen en naturales como parques, desiertos, playas, culturales, la gastronomía, el folclor y la arquitectura de sus monumentos y sitios históricos etc. (SECTUR, 2015)

Para Guzmán (1991), define el atractivo turístico como todo lugar o acontecimiento de interés turístico que motivan al viajero a abandonar su domicilio habitual y a permanecer por un buen tiempo fuera de el para la realización de actividades turísticas. (Zambrano & Quintero, 2018) nos

mencionan que El atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son aptos a ser transformados en un producto turístico ya que cuentan con gran capacidad para incidir proceso de decisión del turista en desplazamientos desde su lugar habitual hacia un determinado territorio para conocerlo y disfrutarlos, los atractivos turísticos también permitirá definir el estado de cada uno de los mismos, y así poder definir parámetros o indicadores para diseñar un instrumento como herramienta para evaluarlo y a su vez proponer estrategias funcionales que permita su estado de conservación.

4.1.3.1 Natural. El atractivo natural que posee buena parte del territorio rayano se centra en el paisaje silvestre, muy bien conservado en muchas zonas como consecuencia de la baja presión demográfica a la que está sometida y, consecuentemente, al menor aprovechamiento económico que de él se ha hecho. La calidad de estos atractivos da lugar a que una parte considerable de la frontera se encuentre protegida. (Molinero, 2019)

4.1.3.2 Cultural. Los atractivos culturales localizados en el territorio extremeño son muy abundantes, como lo demuestra la presencia de innumerables puntos de interés correspondientes a épocas muy diversas. Esta situación se torna peculiar por los frecuentes conflictos bélicos derivados de las frecuentes tensiones en portugueses y españoles.(Molinero, 2019)

4.1.4 Elementos del sistema turístico

4.1.4.1 Infraestructura. Al respecto la SECTUR (2015) cita a la Real Academia Española quien la define como, el conjunto de elementos, dotaciones o servicios necesarios para el buen funcionamiento de un país, de una ciudad o de una organización cualquiera. En el caso del sector turismo, son las vías de comunicación indispensables para que el viajero pueda trasladarse dentro y fuera del destino turístico. (SECTUR, 2015)

4.1.4.2 Superestructura. Son organizaciones del orden público y privado que representan a prestadores de servicios de los sectores relacionados a turismo, de la misma manera que establecen políticas, velan por intereses propios de sus agremiados, desarrollan proyectos y fomentan la inversión. (SECTUR, 2015)

4.1.4.3 Oferta. Boullón (2006).Tomando como base la oferta turística con la que se cuenta en el territorio nacional, ha servido para conformar programas y productos que conlleven a la consolidación de los destinos vigentes, la oferta esté continuamente revisando las tendencias en torno a diseñar, distribuir y comercializar los diversos productos turísticos, para así elaborar el

análisis económico entiende por oferta a la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado.

4.1.4.4 La demanda. Boullón (2006), menciona que para medir la demanda se debe contabilizar el total de visitantes que recorren en un lugar, país o una zona turística, CON DIFERENTES ATRACTIVOS y así mismo cada uno de los ingresos que generan, para poder profundizar el análisis midiendo la demanda de los viajes y cómo se distribuyen esos datos entre los distintos tipos de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades (p.32).

Los turistas constituyen la contraparte de la ley de oferta y demanda, es decir, son quienes consumen, utilizan y/o se ven beneficiados de lo que el destino tiene para ofrecer, además, es a partir de su experiencia, que dentro del destino se pueden establecer estrategias para satisfacer sus necesidades de una mejor manera, estimulando el desarrollo de la comunidad receptora. (SECTUR, 2015)

4.1.4.5 La comunidad receptora. Se trata de los residentes locales que de manera directa como los prestadores de servicios turísticos o de manera indirecta, población en general o recurso humano de diversas. (SECTUR, 2015)

4.1.4.6 Servicios. En el sistema turístico encontramos 2 tipos de servicios, los básicos como hoteles, agencias de viajes y restaurantes, es decir, son aquellos inmuebles que necesita un turista de manera fundamental al momento de viajar; y los servicios complementarios, que no intervienen directamente con el turista, pero son necesarios, ejemplo de estos son los bancos, las casas de cambio o las gasolineras etc. (SECTUR, 2015)

4.1.5 PIT's

La identidad territorial es aquello que nos diferencia de otros, tanto en el ámbito individual como colectivo. Permite la pertenencia a un grupo determinado y una simbología propia que reclama ser reconocida, protegida, promovida, y aplicada a los bienes y servicios, la idea de identidad territorial hace referencia a elementos de diferenciación y calidad que les permite ingresar a mercados cada vez más exigente con estándares de producción y de exclusividad de productos. (Soto, 2006)

Sinning (2004) Dice que el concepto de identidad se relaciona también con el de 'patrimonio cultural' que hace mención al conjunto de bienes tangibles o intangibles con diversas formas, procedencias significativas de valores, que conforman lazos de pertenencia y memoria para un

grupo humano y que, además, se encuentran en permanente construcción y cambio según las dinámicas socioculturales, económicas y políticas.

4.1.5.1 Diseño de productos turísticos identidad territorial. El diseño de productos turísticos que articulen los PIT a los otros atractivos del patrimonio histórico, cultural y natural del territorio, en torno a los cuales ya existe un mercado turístico desarrollado o en desarrollo, cada uno de los PIT priorizados es relacionado con su ámbito de origen y los principales atractivos turísticos, el diseño del producto turístico pasa a través de la identificación de los productos específicos, mientras que a nivel de marketing el nivel puede variar desde las macro categorías (naturaleza, cultural) para alcanzar mercados de amplio consumo, a macro productos y a los productos específicos, sobre todo si se quiere hacer mercadeo de nichos. Por macro productos se entiende a las modalidades del turismo con potencial de desarrollo en el territorio de acuerdo con los atractivos existentes y los análisis de demanda y tendencias realizados. Entre estos están: ecoturismo, turismo rural, turismo de aventura, turismo cultural (visita a museos, zonas arqueológicas, pueblos) agroturismo, turismo gastronómico y el turismo de salud. (Morán et al. 2016)

4.1.5.2 Producto Turístico. (Nasimba et al. 2015), Mencionan que los productos turísticos son el conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos y atractivos, equipamientos e infraestructuras, servicios, actividades con un valor agregado lo que contribuirá a obtener beneficios como potencial turístico de una determinada zona o lugar. Es importante saber la temática refería a los productos turísticos donde se recalca que el turista por lo general compra la combinación de paquetes turístico que incluyan atractivos de interés y las actividades que son complementarias.

(Organización Mundial de Turismo, 2019), nos menciona que la combinación de elementos materiales e inmateriales tales como recursos naturales, culturales y humanos, así como atracciones turísticas o recursos turísticos, instalaciones, servicios y actividades en torno son parte de los elementos específicos de interés, que representan la esencia de planificación de un destino y proporcionar a los clientes potenciales una experiencia de viaje integrada con un elemento emocional. Sin embargo, se comercializan a través de canales de distribución, que también fijan precios y tienen un ciclo de vida. (pág. 19)

4.1.5.3 Recursos Turísticos. Recursos Turísticos constituye el registro de todos los elementos turísticos que, por sus cualidades culturales, naturales y humanas, son un atractivo para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, con las expresiones de

la naturaleza, la riqueza arqueológica, expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor que constituyen la base del producto turístico. En esa misma línea, en el presente manual se considera que los recursos turísticos son bienes o elementos naturales, culturales y humanos, materiales o inmateriales, muebles o inmuebles, existentes en un territorio y que, por sus características especiales, tienen un potencial turístico que podría captar el interés de los visitantes. (Mincetur, 2018)

Carvajal et. al, (2018), nos mencionan que los atractivos y recursos turísticos son considerados como la base para el desarrollo turístico de un lugar, por lo que el turismo es esencial para el desarrollo de una localidad, siendo muy importante invertir en ellos para fortalecer el patrimonio, la identidad cultural, y así conservarlos siempre, de igual forma motivar a los turistas para que realicen una visita a dicho lugar.

Los recursos turísticos como todos los bienes y servicios que son intermedio de las actividades del hombre para hacer posible la actividad turística y satisfacer las necesidades de la demanda. Así como también los recursos naturales forman parte del patrimonio turístico los que muestren potencial para satisfacer necesidades turísticas, y se haga posible su utilización para identificar y seleccionar los recursos naturales y socioculturales de un lugar, así como para valorar su potencial turístico se utilizan diferentes mecanismos de clasificación y evaluación. (Bote , 1990)

4.1.5.4 Productos con identidad territorial. Los Productos con Identidad Territorial (PIT) promueven el desarrollo del Buen Vivir, siendo productos potenciales que pueden ser comercializados, dentro de la localidad, así como también en lo nacional e internacional.

4.1.5.5 Importancia para el desarrollo con identidad territorial. La identidad es aquello que nos diferencia de otros ya sea en el ámbito individual y colectiva cooperación basados en el interés común de proteger, valorizar y capitalizar lo que un determinado territorio tiene, sus especificidades culturales, tipicidades, naturaleza en cuanto recurso y en cuanto patrimonio ambiental, prácticas productivas y potencialidades económicas. El concepto de identidad se relaciona también con el de patrimonio cultural que hace mención al conjunto de bienes tangibles o intangibles con diversas formas, procedencias y una particular significación colectiva y valores, que conforman lazos de pertenencia y memoria para un grupo humano y, además, se encuentra en permanente construcción y cambio según las dinámicas socioculturales, económicas y políticas. (Ronaboldo, 2006)

Elementos del producto turístico identidad territorial. De manera equivalente, se puede hablar que los elementos del producto turístico territorial se construyen a partir de los elementos culturales, productivos, paisajísticos, ambientales, históricos y sociales, presentes en un territorio, que son compartidos por los actores locales, agentes económicos, autoridades y sociedad civil, entre otros y además tienen cierto reconocimiento externo. Dentro del inventario de elementos del patrimonio, los PIT son entendidos como aquellos productos que tienen una tradición y una popularidad relacionada con la biodiversidad, cultura, historia de los territorios rurales, que les permite competir desde sus ventajas únicas o comparativas, en el mercado de productos y servicios.(Morán et al., 2016)

4.1.5.6 Estrategias de comercialización. Adoptar una cultura “estratégica” en comercialización significa analizar los negocios desde lo económico y lo financiero, pero también desde lo simbólico y lo competitivo. La comercialización sí o sí es estratégica, porque el productor debe enfrentar competidores sin saber muchas veces sus objetivos y planes, operar en un mercado que no conoce, y tratar de entender qué quieren los clientes hoy y qué querrán en el futuro. Tiene que combinar ideas, observación, análisis y sentido común y ser capaz de entender la lógica del deseo, que suele ser irracional.

4.1.5.7 Canales de distribución del marketing turístico. (Kotler, et al. 2011), Nos mencionan que un canal de distribución es un conjunto de organizaciones que involucra cada proceso para hacer que un producto o servicio esté disponible para el consumidor o para otra empresa que actúe como cliente, El desarrollo de un sistema de distribución que cada una de las empresas utilizan para la selección de los miembros del canal.

Las 4 P. Velázquez (2020), Menciona que la mercadotecnia es una cadena de esfuerzos encaminados a que un producto o servicio sea recibido y aceptado por un mercado de consumo y para ello se muestra algunas técnicas, de marketing mix, siendo una combinación de varios elementos para así poder capturar y promover la propuesta única de valor en cada marca, con diferentes acciones o técnicas que utilizaran las empresas para promocionar su marca o producto en el mercado. (pág. 6)

4.2 Marco Referencial

4.2.1 Antecedentes investigativos.

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se ha tomado los siguientes antecedentes investigativos.

a. Comercialización de productos de identidad territorial en la Asociación Agropecuaria Cristóbal Colón

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal es determinar el costo de producción del PIT (Producto con Identidad Territorial) con asesoramiento financiero y fiscal en la Asociación Agropecuaria “Cristóbal Colón” de la parroquia de Valle Hermoso en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Objetivos específicos:

- Realizar una encuesta a los miembros de la Asociación para mejorar la identidad territorial de los productos del Valle Parroquia Hermoso.
 - Determinar el costo de producción de la Parroquia Valle Hermoso producto de identidad territorial.
 - Estimar la rentabilidad del producto de identidad territorial de Parroquia Valle Hermoso.
- Metodología del proyecto de investigación se llevó a cabo en el “Cristóbal Colon” Asociación Agrícola de la parroquia Valle Hermoso de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, cuya ubicación se muestra en la Figura.

b. Propuesta de turismo agroalimentario a partir de recursos locales con identidad territorial en Jiquipilco, México.

El objetivo del estudio fue generar una propuesta de turismo alternativo basada en los recursos locales con identidad territorial asociados al sistema agroalimentario del agave pulquero en Jiquipilco. Se utilizó un diseño no experimental y transversal, con un enfoque cualitativo de tipo exploratorio y descriptivo, bajo una metodología de corte participativo.

Se obtuvo la contextualización del caso de estudio a partir de fuentes primarias y secundarias; la identificación y priorización de productos y atractivos con potencial turístico; y el diseño de propuesta integral de agroturismo, de acuerdo a la vocación socio productiva del territorio. Los resultados indican que existe una amplia diversidad de recursos naturales tangibles e intangibles de importancia cultural, ambiental y alimentaria que pueden ser utilizados en emprendimientos turísticos alternativos.

En ese sentido, el objetivo del presente estudio fue generar una propuesta de turismo alternativo basada en los recursos bioculturales asociados al sistema agroalimentario del agave pulquero de Jiquipilco, que permitan el aprovechamiento sostenible del cultivo y una fuente complementaria de ingresos para la población local. Para ello se retomó un enfoque de investigación cualitativo, siguiendo una metodología de corte participativo, para promover el diseño de modelos de negocio sostenibles para productos y servicios con identidad territorial.

c. Jícama: Producto con Identidad Territorial

La jícama es un producto con identidad territorial (PIT), son fragmentos de la perspectiva de tierras aptas para el cultivo, producción, comercialización sostenible que se apega al Plan Nacional del Buen Vivir, que se ajusta al cambio de la Matriz Productiva incluyendo a los sectores involucrados del país, este vegetal andino no es consumido regularmente por los ecuatorianos; los resultados obtenidos en el laboratorio nos indican que es un vegetal rico en: grasa, proteína, humedad, fibra dietética, carbohidratos totales, energía total, energía de la grasa, hierro, sodio, potasio, calcio, vitaminas, entre otras propiedades

Materiales. Se utilizó el vegetal de jícama proporcionada por la hacienda el Huapo ubicada en la provincia de Bolívar; muestra proporcionada de un pequeño cultivo que se utilizó para realizar estudios en el laboratorio.

d. “Diseño de un producto turístico para la parroquia Timbara del cantón Zamora, provincia Zamora Chinchipe”.

Para el trabajo de investigación se formuló un objetivo general: Diseñar un producto turístico para el desarrollo en la parroquia Timbara del cantón Zamora, provincia Zamora Chinchipe, también se plantearon tres objetivos específicos: “Determinar la situación turística actual de la parroquia Timbara del cantón Zamora de la provincia de Zamora Chinchipe”, “Realizar una propuesta de productos turísticos en la parroquia Timbara del cantón Zamora, provincia Zamora Chinchipe”, “Establecer un plan de promoción y comercialización de los productos turísticos para la parroquia Timbara del cantón Zamora de la provincia de Zamora Chinchipe”.

En la metodología para el primer objetivo donde se determina la situación turística actual de la parroquia Timbara, se utilizó la matriz de Carla Ricaurte para el diagnóstico turístico actual local, como también la aplicación de técnicas como encuestas, entrevistas y la observación directa, a la vez mediante las fichas de inventario turístico del Ministerio de Turismo (MINTUR), a través de las cuales se recopilaron los principales atractivos turísticos de la parroquia, contando de esta forma

con información actual para la elaboración de la matriz FODA, de cuyos resultados se establecen estrategias para diseñar la propuesta de productos turísticos. Para el segundo objetivo, mediante las estrategias del análisis FODA, se determinaron los productos turísticos, siguiendo la metodología descrita en el Manual de generación de rutas e itinerarios turísticos del MINTUR 2017 y para la elaboración de la señalética se aplicó el Manual de señalización turística del MINTUR. Para el tercer objetivo donde se establece un plan de promoción y comercialización de los productos turísticos para la parroquia Timbara, se utilizó encuestas, mismas que fueron aplicadas en puntos estratégicos en las provincias de Loja y Zamora dando como resultado la utilización de herramientas tales como las redes sociales, blog en la página web del GAD 3 parroquial, ropa temática, feria turística, trípticos, souvenirs, spot publicitarios, valla publicitaria, como parte de la estrategia planteada.

4.3 Marco Legal

Asimismo, se justifica según los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**, para ello se describen a continuación los que tienen relación con el presente trabajo.

Objetivo 8. – Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos. **Meta 8.9:** De aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.

Objetivo 12. – Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles. En la **Meta 12.b:** elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.

Objetivo 15. – Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras, detener la pérdida de biodiversidad. **Meta 15.6:** promover la participación justa y equitativa en los beneficios que se deriven de la utilización de los recursos genéticos y promover el acceso adecuado a esos recursos, como se ha convenido internacionalmente. (ONU, 2015)

Así mismo se escogió algunos artículos de la Constitución de la República del Ecuador Art. 23.- Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales.

Art. 31.- Las personas tienen derecho al disfrute pleno de la ciudad y de sus espacios públicos, bajo los principios de sustentabilidad, justicia social, respeto a las diferentes culturas urbanas y equilibrio entre lo urbano y lo rural.

Art. 250. Este territorio constituirá una circunscripción territorial especial para la que existirá una planificación integral recogida en una ley que incluirá aspectos sociales, económicos, ambientales y culturales, con un ordenamiento territorial que garantice la conservación y protección de sus ecosistemas y el principio del sumak kawsay. (Constitución de la República del Ecuador 2008, s. f.)

5. Metodología

5.1 Área de estudio

Esta investigación se desarrolló en el cantón Macará, mismo que cuenta con recursos naturales y culturales, propicios para el desarrollo de la actividad turística de una manera planificada, organizada y que promoverá el desarrollo sostenible, Límites del cantón

Al norte: Cantones de Cécica y Sozoranga

Al Sur: Republica del Perú

Al Este: Cantón Sozoranga

Al Oeste: Cantones de Cécica y Zapotillo

El cantón cuenta con un total de 19.018 habitantes según el último censo del 2010 y el 82,71% se encuentra en las parroquias urbanas y 17,29% de la población se encuentra en el área rural, su altitud va desde 448 m.s.n.m su temperatura: 25.5°C mínima y 30.4°C el clima cálido seco

En la figura 1, se muestra la ubicación geográfica del cantón Macará

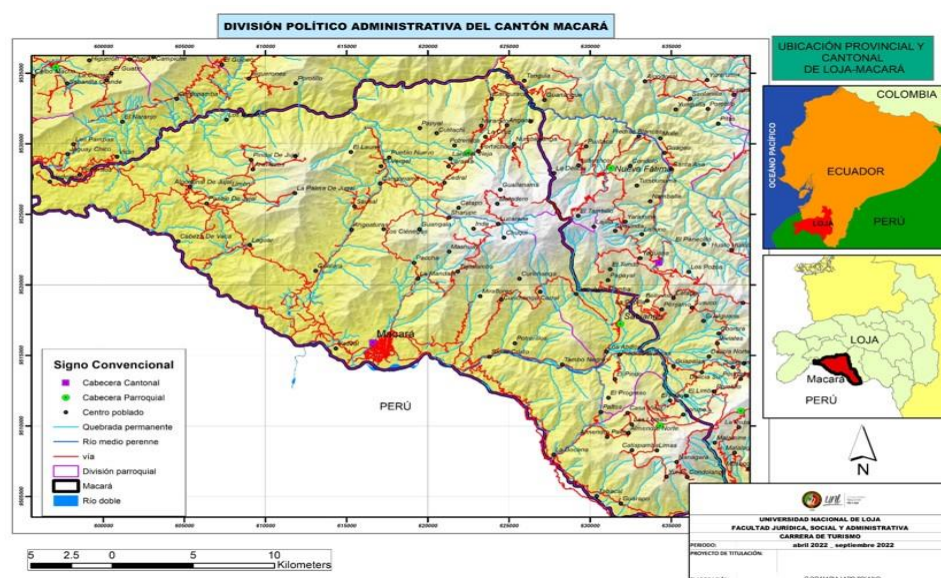


Figura 1: Ubicación geográfica del cantón Macará

5.1.1 División Política

Macara cuenta con una extensión de 575kilometros cuadrados y está formado por cinco parroquias dos urbanas y tres rurales

5.2 Metodología por objetivos.

5.2.1 Primer Objetivo 1. Diagnosticar el potencial agroturístico del cantón Macará.

Para el cumplimiento del primer objetivo se realizó el diagnóstico turístico situacional actual del cantón utilizando el Método bibliográfico, mismo que permitió recabar información primaria y secundaria, por otro lado el método deductivo se lo utilizó como punto de partida para la recolección de información de las fincas agroturísticas mediante la visita y los diálogos con los dueños de las fincas, además se empleó la matriz de Marvin Blanco y el IICA(2019) donde se aplicó el modelo de la ficha para el levantamiento de información del diagnóstico turístico y la situación actual del cantón Macará, que permitieron levantar las características como su historia su ubicación, extensión, temperatura, accesibilidad y sus actividades que desarrolla, etc. Así como los principales atractivos turísticos, **ver anexo 1**. Para completar la información del trabajo de campo se realizó entrevistas a los propietarios de las fincas sobre los productos agroturísticos del territorio y a las autoridades del cantón sobre los PIT de la localidad que se muestra en el **anexo 2, y anexo 3**, posterior a ello se pudo identificar las fincas agroturística **ver anexo 4**, así mismo se caracterizó los productos con identidad territorial **ver anexo 5**, también se utilizó el formato presentado por Marvin Blanco y el IICA(2019) para la caracterización de productos con identidad territorial **ver anexo 6**. Se realizó la articulación de los PIT **prioritarios ver anexo 7**. Una vez consensuados los criterios y su valor/peso, por categorías de PIT, se reúne para calificarlos, utilizando la tabla como la del ejemplo que se presenta en el manual de Marvin Blanco y el IICA (2019) **ver anexo 8**. Posterior a ello se selecciona los PIT principales como se muestra la siguiente tabla.

Tabla 1. Matriz de recolección de los PIT del cantón Macará

Matriz de recolección de los PIT del cantón Macará		
Categoría	Nombre del PIT	Territorio
Agropecuario	<i>Nombre por el que se conoce el producto</i>	<i>Comunidad o barrio al que pertenece la finca</i>

Agroindustrial Alimentos	/	<i>Nombre por el que se conoce el producto</i>	<i>Comunidad o barrio al que pertenece la finca</i>
Agroindustrial gastronómico	/	<i>Nombre por el que se conoce la gastronomía</i>	<i>Comunidad o barrio al que pertenece la finca establecida</i>
Artesanal		<i>Nombre por el que se conoce el las artesanías</i>	<i>comunidad o barrio al que pertenece la finca establecida como el manual de Marvin y el IICA</i>

Para el análisis de la oferta turística del lugar de estudio se levantó información en los diferentes atractivos turísticos por medio de la ficha establecida por Marvin y el ICCA **ver anexo 9 y 10**, así como también los establecimientos de alojamiento y restauración, obteniendo la información por medio de fuentes secundarias como fue el catastro turístico, guía turística, inventario de atractivos turísticos, proporcionados por la Unidad de Turismo del cantón Macará; conjuntamente con la ayuda de la revisión bibliográfica se procedió a seleccionar la información establecida para los establecimientos de alojamiento y restauración mediante las ficha de resumen presentadas por Marvin y el IICA expuestas en el **anexo 11 y 12**. Para analizar la demanda de los productos turísticos se utilizó la técnica de la encuesta **ver anexo 13**, la cual se aplicó a los turistas y personas que visitaron el cantón Macará, para analizar las preferencias que tienen para realizar la actividad turística, para con ello diseñar los productos turísticos con identidad territorial. Además, se elaboró un análisis FODA con el propósito de conocer las estrategias de comercialización del proyecto. **Ver anexo 14.**

Para la aplicación de la encuesta se tomó como referencia a las poblaciones económicamente activas 2010 proyectadas al 2022 del área de estudio, así como de las áreas de afluencia con

posibles visitantes con población del cantón Sozoranga, cantón Calvas, cantón Paltas, cantón Zapotillo, cantón Loja.

Tabla 2. Poblaciones

Cantón	PEA
Macara	7463
Sozoranga	2195
Calvas	10581
Paltas	7859
Zapotillo	14393
Loja	120410
Total	162,901

Con un margen de error 0,08, todo esto se dio por el paro indígena efectuado en el mes junio de 2022 que causó conmoción nacional que impidió la movilización con el bloqueo de vías, lo que impidió el desplazamiento de los visitantes por ende hay una limitada demanda en el cantón, por ello se aplicó la siguiente fórmula:

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

n=tamaño de la muestra

N= tamaño de la población (162,901)

Z= nivel de confianza 92 (Za=1,75) al cuadrado

p= probabilidad de éxito, o proporción esperada 5% (0.5)

q= probabilidad de fracaso (0.5)

E(d)= precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) (0.08)

Obteniendo como cálculo de la muestra lo siguiente:

$$n = \frac{162901 * 1.75^2 * 0.5 * 0.5}{0.08^2 * (162901 - 1) + 1.75^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{124721,08}{(1042,56 - 0,7656)}$$

$$n = \frac{124721,08}{1043,32}$$

$$n = 119,54$$

Tamaño de la muestra $n = 119$

5.2.2 Objetivo 2. Para el cumplimiento del segundo objetivo específico: Diseñar productos turísticos, basados en los recursos previamente identificados en el cantón Macará.

Se desarrolló mediante el método deductivo y trabajo de campo, definiendo la ruta en la que se integraron algunas pautas obtenidas del análisis FODA. Para ello se utilizó los instrumentos de georreferenciación (GPS), para obtener las coordenadas, cámara fotográfica, fichas, Hojas, esferos, así como el Manual de generación de rutas e itinerarios turísticos (MINTUR, 2018), para formular rutas turísticas. Posterior a ello se diseñó la ruta de acuerdo a las fases que se encuentran planteadas en el manual, ya que se las adecuado de acuerdo a las necesidades y demandas de los turistas potenciales, también tomando en cuenta las actividades y servicios de las fincas, además de los atractivos turísticos complementarios para la elaboración de las rutas agroturísticas. Para luego diseñar el logo con identificativos relevantes sobre el agroturismo que existe en el cantón, posteriormente se planteó el nombre de las rutas, las que se presentan con un itinerario de acuerdo a un orden establecido por cercanía de recursos y tipo de actividad.

5.2.3 Objetivo 3. Para el cumplimiento del tercer objetivo: Identificar las estrategias de comercialización de los productos turísticos.

En base a los resultados presentados en el diagnóstico turístico, del primero y segundo objetivo de entrevistas, encuestas y el FODA cruzado, se propuso estrategias tomando como modelo la tabla de (Ordoñez, 2021). Siendo una herramienta por medio de la cual se van a realizar estrategias sean físicas o digitales para la promoción de las rutas agroturísticas, las que apoyaran el plan de comercialización propuesto.

6. Resultados

6.1 Diagnóstico de la situación turística actual del cantón Macará provincia de Loja

Realizar el diagnóstico turístico actual del cantón Macará mediante la utilización del Manual de Marvin Blanco y el ICA, para lo cual se recopiló la información del Cantón y como información complementaria se adjuntaron datos generales del Cantón Macará.

6.1.1 Datos generales del Cantón Macará.

El cantón Macará está ubicado a 195km de distancia de la ciudad de Loja, sus coordenadas son: Latitud 4°23'00 y Longitud 79°55'00. Valle extenso de terrenos empleados principalmente para la producción de arroz, aguacate, mango, yuca, caña y maíz.

6.1.2 Historia.

Fue un asentamiento nativo en época de la conquista, pues el padre Juan de Velasco ya lo anota en su mapa del Reino de Quito. En los primeros años de la república el asentamiento poblacional se reducía a varias casuchas diseminadas en varios puntos de la zona, hasta que en el año de 1837 llegó a la región el general Juan Otamendi, patriota y héroe de la independencia, quien comprendiendo que había los elementos necesarios, se empeñó en la empresa de formar un pueblo. Macará fue elevada a categoría de Cantón el 22 de septiembre de 1902. Macará es un pueblo milenario que ha ido construyendo su identidad a través de diversos procesos provenientes de un doble aporte, tanto de las comunidades nativas que aquí vivían, como de los nuevos grupos de mestizos, blancos y afros que llegaron a estas tierras.

6.1.3 La Fundación.

Macará, se debe al Capitán Juan Felipe Tamayo del Castillo, quién llega por estos lugares en el año de 1787. Al encontrarse en este pequeño pueblo manifestó Hallé en este lugar de Macará 102 almas de ambos sexos y de todas las edades, y vine para darles la medida de una legua a la redonda para el Común de Indios. Para cuando el capitán Tamayo del Castillo llegó a estas tierras, el nombre de las mismas ya era MACARÁ, (etimológicamente significa MA: este es, CA: un lugar hermoso, RA: digno de admirar), pero por tradición española, al momento de su fundación se le agregó el nombre de un santo, por lo que se le bautizó con el nombre de “SAN ANTONIO DE MACARÁ”.

6.1.4 Cantonización.

El 22 de septiembre de 1902, Macará alcanza la categoría de cantón. De anexo de Sozoranga, y de parroquia de Calvas, pasa a cantón, incluyendo en su nuevo territorio a la parroquia de Sozoranga, dando la vuelta a la historia.

¿Qué había sucedido entre 1861 y 1902 para que se produzca este cambio tan significativo en la relación entre Macará y Sozoranga, para que se otorgue a Macará tal categoría, una ciudad muy nueva, comparada con la antiquísima Sozoranga? Hay tres elementos que explican esta decisión: (I) la tasa de crecimiento poblacional que logra Macará, especialmente la ciudad; (II) el proceso de modernización e integración del estado que emprendió la revolución liberal de 1895; y (III) la acción decisiva de las personalidades macareñas fuertemente ligadas al liberalismo, a diferencia de la conservadora Sozoranga, cuestión que influyó en las decisiones gubernamentales en esa coyuntura política bastante polarizada.

Para 1902, se cree que Macará (exceptuando la población de Sozoranga), tenía unos 3.559 habitantes. Con la revolución liberal y con los mayores ingresos que contaba el estado, provenientes del “boom cacaotero” que se produjo entre 1875 y 1929, se produjo un proceso de modernización del aparato estatal, que en el caso de Loja permitió, de una parte, la mayor presencia de organismos públicos, y de otra, una mayor integración.

6.1.5 Factor Ambiental.

El cantón Macará se considera por tener una cantidad representativa de ecosistemas al tener un bosque seco con importante estado de conservación, el ecosistema con mayor representatividad es el bosque semidecíduo pie montano del Catamayo-Macará que representa el 58.59% con una superficie de 33.571,01 ha., seguido del bosque siempre verde estacional montano bajo del Catamayo-Macará que representa el 1,66% con una superficie de 949,61 ha., por último importante resaltar el porcentaje de ecosistemas intervenidos con un total de 32.17% con una superficie de 18.436, 04. El clima del cantón Macará es templado entre los 1600 y 2000 metros con precipitaciones que fluctúan entre 500 y 1000mm anuales; subtropical seco entre 600 y 1600 metros de relieve abrupto con precipitaciones entre 400 a 800mm; y cálido, de relieve colinado y de pequeñas hoyas ardientes entre 250 y 600 metros, con precipitaciones de alrededor de 500 mm anuales.

6.1.6 Flora.

Las plantas que se cultivan en Macará, son el arroz, el maíz, la yuca, el maní, el mango, el camote, el guineo, el plátano, la caña de azúcar, la zarandaja, y todas las plantas medicinales como chaquino, uña de gato, condurango etc. Plantas maderables como: cedro y guayacán.

6.1.7 Fauna.

Los animales domésticos y silvestres son los mismos que existen en otros lugares, y se desarrollan de acuerdo al medio entre los silvestres tenemos: loros, chirocas, chilalos, tigrillos, zorro, gavián, halcón, buitres, perdiz, entre otras especies.

6.1.8 Áreas de Conservación.

Existen tres categorías de áreas destinadas para el manejo y la conservación de zonas de importancia ambiental, tres reservas municipales con una superficie de 23.365,18 ha., que representa un 80,43%, siguiendo la tabla tenemos el programa nacional de incentivos socio bosque con 19 áreas con una superficie de 1.303,63 ha., misma que representa el 4,49% y por último la categoría de bosque y vegetación protectora con una reserva con una superficie de 4.382,24 ha., que representa el 15,08% de un total de 29.051,04 ha. Ya que hoy en la actualidad el turismo está enfocado en la sostenibilidad; un turismo que sea consiente con el medio ambiente.

6.1.9 Áreas de potencial protección municipal.

A nivel cantonal el tema del agua es preocupante, por ello desde la Dirección de Gestión Ambiental se está levantando toda la información necesaria de 24 sistemas de agua, con la finalidad de tener información clara y precisa, para crear áreas protegidas de interés hídrico y a la para trabajar con la conservación de su vida silvestre. El cantón Macará posee 3 Reservas Municipales, 19 Programas Socio Bosque y 1 Bosque Protector, que comprenden un área total de 29.051.04 ha; el poder tener definidos áreas protegidas permite poder relacionarse de mejor manera con la flora y fauna del cantón, ayudando a practicar actividades que protejan la naturaleza y permita al turista poder apreciar las diferentes especies existentes en el territorio, ya sea mediante senderos, rutas, paseos ciclísticos.

6.1.10 Tipos de Suelo.

Predominan los suelos del orden taxonómico (suelos poco desarrollados) con un 48,62% mientras que los Alfisoles (suelos con horizonte superficial claro, generalmente pobre en materia orgánica o de poco espesor) se encuentran en menor proporción 31,96%. Los suelos del cantón se caracterizan por estar constantemente sometidos a procesos erosivos, debido a la falta de una

cobertura vegetal que proteja los mismos y por los fuertes vientos que tienen que soportar la mayoría del año. Macará es un cantón agrícola, por su clima cálido es propicio para la siembra de arroz siendo su principal producto con dos cosechas al año el cual es sembrado a manera de terrazas y por ello se caracteriza el arroz Macareño; además, en las zonas rurales el suelo es favorable para la siembra de maní, maíz, mango, yuca entre otros que permiten poder desarrollar el Agroturismo y Turismo comunitario que van enfocados en la convivencia con la comunidad, las prácticas de uso de suelo, siembra y cosecha, costumbres propias de nuestros campos.

6.1.11 Uso Actual y Cobertura Vegetal.

El cantón Macará, tiene una superficie total de 57.302.41 ha, las cuales son usadas para conservación, protección, actividades agropecuarias, cuerpos de agua y zona urbana principalmente. En el cantón Macará las unidades de cobertura natural categorizadas dentro del tipo de uso conservación y protección ocupan el 53,40 % lo que significa una superficie de 30.597,93 ha., además en lo que respecta a vegetación arbustiva representa un porcentaje de 1.09%, lo que significa una superficie de 692,96 ha. , seguido del uso agrícola (cultivo temporal.- 24,89% que significa.- 14.262,19 ha.; cultivo bajo riego.- 4,53% que significa.- 2.597,83 ha.), los cuerpos de agua representan el 0,80% que significa una superficie de 457,09 ha., y por último el porcentaje que representa la zona urbana es de 0,51% lo que significa una superficie de 294,08 ha. El bosque seco, también llamado selva seca, es el ecosistema de semidensa o densa vegetación arbolada, que alterna climas estacionales lluviosos breves con climas secos más prolongados, vegetación que predomina en el cantón Macará.

6.1.2. Factor económico.

En el cantón Macará los principales Grupos de Ocupación son agricultores y trabajadores calificados, seguido de Trabajadores de los servicios y vendedores, Ocupaciones elementales. De acuerdo a la rama de actividad la población del cantón Macará se dedica principalmente a la Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca con 2532 casos que representan el 35.63%, seguido de actividades de Comercio al por mayor y menor con 1013 casos que representan el 14.25% y en tercer lugar actividades de administración Pública y Defensa con 629 casos que representan el 8.85%, las actividades a los que los pobladores del cantón Macará se dedican en menor proporción son a las actividades de arte, entretenimiento y recreación con 0.65%, actividades científicas y técnicas 0.75% y actividades de información y comunicación con 0.62%.

6.1.2.1 Factor Cultural. La cultura es el conjunto de formas y expresiones que caracterizarán en el tiempo a una sociedad determinada. Por el conjunto de formas y expresiones se entiende e incluye a las costumbres, creencias, prácticas comunes, reglas, normas, códigos, vestimenta, religión, rituales y maneras de ser que predominan en el común de la gente que la integra. El término cultura tiene un significado muy amplio y con múltiples acepciones. Lo mismo sucede con palabras como ciencia, conocimiento o fe, vocablos concretos con diferentes valoraciones y sentidos.

6.1.2.2 Patrimonio. Es el conjunto dinámico, integrador y representativo de bienes y prácticas sociales, creadas, mantenidas, transmitidas y reconocidas por las personas, comunidades, comunas, pueblos y nacionalidades, colectivos y organizaciones culturales. En el marco del Primer Encuentro de Apicultores y Meliponiculturas del Suroccidente del Ecuador mediante resolución del Concejo, el municipio del cantón Macara declaró a las abejas Meliponas (abejas sin aguijón) como patrimonio cultural, natural y biológico el día 01 de septiembre del 2019.

6.1.2.3 Bienes Tangibles. El elemento más visible del patrimonio cultural es el patrimonio tangible son los bienes inmuebles, tales como: monumentos, edificios, lugares arqueológicos, conjuntos históricos y los elementos “naturales”, como: arboles, grutas, lagos, montañas y otros que encarnan importantes tradiciones culturales, y los bienes muebles; que engloban las obras de arte, objetos de interés arqueológico, vestimentas, etc.

6.1.2.4 Festividades del Cantón. Se celebra cada fecha establecida lo que se realiza cuando hay eventos programados en las festividades del cantón.

Tabla 3. Festividades del Cantón

Feria Comercial de Integración Fronteriza	10 de agosto.
Cantonización de Macará	22 de septiembre.
Fundación de Macará	05 de octubre.
Parroquialización de Larama	11 de marzo de 1947.
Parroquialización de Sabiango	20 de abril de 1912.
Parroquialización de La Victoria	16 de septiembre de 1955.

6.1.2.5 Centro de información turística (ITUR Macará). El GAD municipal del cantón, cuenta con un departamento de turismo que presta servicios de información a los turistas, acerca de los atractivos turísticos de Macará y también es el encargado de organizar la programación para las fiestas fronterizas cantonales en los meses de agosto y septiembre.

6.1.2.6 Bancos y cajeros. El cantón Macará cuenta una sucursal del Banco de Loja y del BanEcuador. También cuenta con tres cooperativas de ahorro y crédito que son Coopmego, Cadecom y Coopymec. A continuación, se detalla cada una de estas instituciones financieras y además si las mismas prestan servicio de cajero automático.

Tabla 4. Instituciones bancarias y cajeros automáticos

N°	Nombre	Tipo	Dirección	Servicios de cajero automático
1	Banco de Loja	Banco	Carlos Veintimilla y Calle Loja	X
2	BanEcuador	Banco	Juan León Mera	X
3	Coopmego	Cooperativa De Ahora y Crédito	Bolívar y 10 De agosto	X
4	Cadecom	Cooperativa De Ahora y Crédito	Carlos Veintimilla y Calle Loja	
5	Coopymec	Cooperativa De Ahora y Crédito	Carlos Veintimilla y Calderón	

6.1.2.7 Infraestructura de servicios básicos. El cantón Macará se encuentra a 195 km desde el centro de la ciudad de Loja que equivalen a 3 horas 15 minutos aproximadamente, sus principales vías de acceso son por la vía que va hacia el cantón Paltas y también es posible acceder por la vía que nos conduce al cantón Calvas, ya sea en transporte público o privado. Tomando en cuenta que

el tramo más corto para llegar al cantón Macará es por la vía que nos conduce al cantón Paltas. Las dos vías se encuentran en buen estado y con su respectiva señalética. En la ciudad de Macará existe servicio de transporte público para el beneficio y comodidad de la ciudadanía en general esto es de mucha ayuda ya que así los turistas o personas de la localidad puedan transportarse dentro y fuera del cantón. La mayoría de estas unidades cumple turnos diarios, sus características son tipo camioneta, bus y automóvil. Entre los cuales tenemos Para la comodidad de los turistas que desean visitar el cantón, este cuenta con dos terminales los cuales son: Cooperativa de Transporte Loja y Cooperativa de Transporte Cariamanga. Los mismos que tienen sus terminales independientes ubicadas en la cabecera cantonal de Macara.

6.1.2.8 Comunicaciones. En la cabecera cantonal encontramos diferentes medios de comunicación como cabinas telefónicas con sus tres líneas Claro, Movistar y CNT, Cyber Cafés. Además, encontramos Telecomunicaciones como: Compañía SUPERCABLEFILS CIA. LTDA.- Tipo de compañía - RESPONSABILIDAD Ltda, Velocity, Fibra Óptica, Super Nexus. La cual se dedica a realizar Actividades de operación en sistemas de distribución por cable (por ejemplo, para la distribución de datos y señales de televisión). Actualmente en el cantón Macará tiene la facilidad en comunicación radial, televisiva tales como: Radio Stereo Macará 104.5 y Maxi visión que cuenta con una cobertura a varios cantones como Zapotillo, Pindal y Célica y poblados fronterizos del Perú entre ellos Barrio Latina, etc. De la misma manera cuenta con televisor independiente, Macará TV Supercable canal 8, exclusivamente con cobertura cantonal que informan a la ciudadanía acerca de los acontecimientos políticos, deportivos, sociales, de noticia, etc.

6.1.2.9 Salud. El Ministerio de Salud Pública está a cargo tanto del Hospital Binacional Arsenio Celi y el Subcentro Fronteras Saludables. Además, en lo que se refiere al Servicio de Salud a la población rural especialmente, el Municipio también brinda este servicio mediante las jornadas médicas ambulatorias a través del Patronato de Amparo Social Municipal. Así mismo se menciona la presencia del Área de Atención Ambulatoria del Seguro Social en la cabecera cantonal, así como también el Policlínico del Batallón de infantería.

6.1.2.10 Alcantarillado. El alcantarillado actual de la cabecera cantonal consiste en un sistema mixto, en el que las aguas lluvias de las viviendas se evacuan hacia el alcantarillado sanitario, cuyas tuberías funcionan de forma combinada. Sin embargo, cabe mencionar que existe un mínimo servicio de alcantarillado pluvial en la ciudad, que tiene una cobertura del 0.69% del área total urbana y del 1.79% del área consolidada.

6.1.2.11 Energía eléctrica. El servicio de energía eléctrica proviene del Sistema Interconectado Nacional, desde la ciudad de Loja y es suministrado por la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A., a través de reductores que permiten llegar a la subestación de la ciudad de Macará. Desde aquí, se reparte por medio de dos alimentadores, el 11-11 y el 13-12; uno para dar servicio a la vía Panamericana (incluyendo las oficinas de Aduana, Migración y parte de negocios del puente Internacional en el sector del Perú) y otro para la ciudad de Macará en sus diferentes barrios. Cobertura del servicio de alumbrado público, en la ciudad de Macará, un 87,19% de la ciudad cuenta con el servicio de alumbrado público, mientras que el restante 12,81% no lo posee. Esta cobertura del servicio representa la mayor parte del área urbana de la ciudad de Macará. Su deficiencia se produce principalmente en los barrios urbano – marginales, que se encuentran a mayor distancia.

6.1.2.12 Agua potable. En el cantón Macará existe distribución de agua tratada y de agua no tratada; la de agua tratada predomina en el área urbana, mientras que, en el área rural, predomina el acceso al agua no tratada.

El sistema de la ciudad de Macará se basa en el Plan Maestro de Agua Potable, que consta de dos fases.

- La primera etapa está ya ejecutada y está constituida por la captación de la quebrada Mataderos, la conducción hasta la planta de tratamiento.
- La Segunda Etapa, no ejecutada, consiste en una nueva captación en la Quebrada Jorupe. Para el planteamiento del nivel de servicio se ha concertado un sistema de abastecimiento de agua potable a gravedad, con el que se logra economizar en gastos de luz eléctrica en cada vivienda.

6.1.2.13 Recolección de desechos sólidos. En la ciudad de Macará el Departamento de Gestión Integral de Manejo Ambiental y Servicios Públicos es el encargado de la recolección de los desechos sólidos. La recolección actual de los desechos sólidos trata de disminuir la contaminación ambiental, ya que, anteriormente, los pobladores arrojaban los desechos en terrenos baldíos creando fuentes de contaminación y afectando la imagen de la ciudad. Se hace uso de carros recolectores de basura, o en su falta volquetas, cuyo recorrido se da en horarios establecidos para cubrir la demanda del área consolidada de la ciudad.

6.1.3. Gobernanza. El cantón de Macará cuenta con diferentes instituciones nacionales de las cuales recibe un amplio apoyo en fortalecimiento institucional y económico para el desarrollo de diversos planes, programas y proyectos, en lo que se refiere a medio ambiente, deporte y obras públicas, ninguno de estos planes programas y proyectos van enfocados al aspecto turístico. En el siguiente cuadro se detalla la institución, cargo, nombre.

Tabla 5. Gobernanza del GAD

Instrucción	Cargo	Nombres
GAD Municipal	Alcalde	Dr. Alfredo Suquilanda Valdivieso, Msc.
GAD Municipal	Vicealcalde	Dr. Paúl Torres Argoti
GAD Municipal	Concejal	Ab. Jorge Luis Carrión Carrión
GAD Municipal	Concejal	Sr. Francisco Azuero Astudillo
GAD Municipal	Concejal	Lic. Marco Factos Viteri
GAD Municipal	Concejal	Sr. José Chamba Paucar
GAD Parroquial Sabiango	Presidente	Víctor Efraín Salazar Pedrero
GAD Parroquial La Victoria	Presidente	Seminario Solano Sarango
GAD Parroquial Larama	Presidente	José Danny Solano Valle
Comisaria de Jefatura Política	Teniente política	Maruxi Febre
Comisaria de Jefatura Política	Comisaria	Yariza Nabarro

6.1.3.1 Mapeo de actores públicos, privados, sociedad, civil.

Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Macará.

- ✓ Juntas Parroquiales.
- ✓ Ministerio de Inclusión Económica y Social.
- ✓ Ministerio de Agricultura.
- ✓ Ministerio del Ambiente.
- ✓ Ministerio de Educación.
- ✓ Ministerio de Salud Pública.
- ✓ Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.
- ✓ Corporación Nacional de Telecomunicaciones.
- ✓ Consejo cantonal de Protección de Derechos.
- ✓ Junta Cantonal de Protección de derechos.
- ✓ Batallón de Infantería B21.
- ✓ Policía Nacional.
- ✓ Centro Infantil de Desarrollo.
- ✓ Casa de la cultura.
- ✓ Cámara de Turismo.

6.1.3.2 Comunidad receptora. Dentro del Cantón Macará la principal actividad económica que se dedica la población es la agricultura, avicultura, pesca, ganadería, avicultura, y la ganadería siendo una de las actividades más rentables de la zona obteniendo un porcentaje del 38.6% que beneficia a la población local. El comercio al por mayor y menor es otra de las actividades con mayor rentabilidad dentro de la zona obteniendo un porcentaje del 15.4%. La Administración pública y defensa es otra de las actividades con mayor rentabilidad que beneficia a la población obteniendo un porcentaje del 9.6%. El cantón Macará es uno de los lugares con mayor productividad en diferentes sectores que hace que la población se beneficie de diferentes ámbitos tanto económicos como sociales. El Cantón de Macará cuenta con un buen número de organizaciones sociales las mismas que están encargadas de ejercer sus labores de acuerdo al tipo de organización al que pertenezcan ya sea religiosas, deportivas, etc. Existe siete comités de barrios, cada uno de ellos tiene su presidente elegido por los moradores, para la realización de las diferentes actividades 68 como la elección de reina de barrio y diferentes actividades culturales y

sociales. El comité de desarrollo es un conjunto de personas elegidas para garantizar la participación de los moradores en la gestión y fiscalización de lo que se realiza en el cantón ejecutado por el GAD. Las cooperativas son organizaciones sociales que se integra por personas que tienen intereses sociales iguales, en este caso Macará cuenta con diversas cooperativas que brindan transporte dentro y fuera del cantón. En el caso de las organizaciones religiosas realizan actividades como semana santa y romerías, así mismo en todas aquellas que contribuyan a la ayuda de la iglesia.

6.1.3.3 Atractivos Turísticos. El cantón Macará cuenta diversos recursos turísticos los que se los puede llegar a potenciarlos algunos de ellos dedicados a la conservación de la naturaleza y por ello la unidad de turismo del GAD Municipal está trabajando en la promoción del desarrollo para tener una jerarquización de los atractivos para su inventario.

Para el estudio se procedió a identificar todas las potencialidades turísticas que ofrece el cantón en donde se tomó en cuenta los atractivos inventariados por el ministerio de turismo lo que se pudo obtener información como la categoría tipo subtipo, jerarquía, ubicación, datos georreferenciales, características y observaciones con la finalidad de dar a conocer la importancia de los atractivos turísticos. Además, se levantó información de nuevos atractivos turísticos existentes en el cantón Macará.

6.1.3.4 Resultados de entrevista. A continuación, se realizó las entrevistas a los propietarios de algunos establecimientos turísticos sobre los productos con identidad territorial a Darwin Jaramillo, Luis Guerrero, Francisco Sarango, Héctor Jaramillo, Rober Tacuarí, Paola Villalba ya que con dicha información permitirá conocer más sobre los productos que existen en el cantón. Como así mismo conociendo las opiniones que nos dio cada una de las autoridades. Dr. Paul Torres, Abg. Jorge Carrión, Lic. Marcos Viteri, Abg. Diego Macas, Ing. José Quino, Maruxi Febre sobre los productos turísticos que tiene el cantón Macará.

6.1.3.5 Análisis de la entrevista. Se realizó la entrevista a personas y autoridades involucrados en el turismo con el fin de conocer la situación actual del cantón y recopilar datos importantes de lo que serían los productos turísticos armados en función de lo existente en el territorio.

Entre ellos están los primordiales aspectos de los productos turísticos que existen en el cantón y así poder aportar para la creación de nuevos productos turísticos ya que, con todo, sería importante que se realice la propuesta y se ponga en marcha la misma que traerá más relevancia

con un valor agregado a cada uno de los productos y se dé una mayor afluencia de turistas tanto locales nacionales como internacionales.

Los emprendedores consideran que la creación de un producto turístico ayudará al desarrollo local y reactivación económica en el cantón Macará, se procura promocionar mediante campañas, ferias y capacitaciones, para que de esa manera exista una buena difusión de las actividades turísticas como buen servicio, ofreciendo el servicio caminatas, avistamiento de aves, visita a las parcelas de producción de arroz, visita a los sectores de emprendimiento agrícola y turístico. también comentaron que, para incentivar el turismo del cantón, se deber realizar un plan de promoción de los atractivos turísticos, además, piden a las autoridades mejor infraestructura en los diferentes atractivos, así como también apoyo al eje productivo basado en el turismo, para de esa manera trabajar mancomunadamente, sector público y privado. Además, las autoridades están comprometidas a mejorar la infraestructura de los atractivos turísticos de carácter público, así como brindar información a los visitantes mediante la oficina de Itour Macará, Siendo la prioridad trabajar con la vialidad que actualmente está en malas condiciones provocando incomodidad a los visitantes que deseen ingresar a utilizar los servicios turísticos que se prestan en el cantón.

6.1.3.6 Fincas agropecuarias priorizadas. Se tomo en cuenta las siguientes haciendas y fincas las que cuentan como atractivos agroturísticos, ya que cada propietario está de acuerdo a brindar información con el proceso de la siembra de arroz y los diferentes cultivos que persisten dentro de la hacienda o finca, y mucho más si este producto forma parte de los productos turísticos; ya que así lo pueden conocer más a profundidad cada uno de los turistas y participar en las actividades vivenciales para un desarrollo económico dentro del cantón basados en el ámbito turístico.

Tabla 6. Fincas agroturísticas de levantamiento de información

N.	Nombre	Tipo	Producción
1	El limón	Finca	Arroz, maíz
2	Flor Anita	Hacienda	Arroz, caña, cacao, mango
3	Herederos Campoverde	Hacienda	Arroz, mango,

4	Aparicio	Finca	Arroz, Mango, aguacate, maíz, yuca
5	Francisco Sarango	Finca	Arroz, mango

Tabla 7. Finca el Limón

Inventario de atractivo agroturísticos de la finca del limón			
Propietario	Héctor Jaramillo		
Cultivos de la finca	Arroz y maíz		
Cultivo que predomina en la finca	Arroz		
Maquinaria que utiliza para la preparación de la tierra	Par la preparación de la tierra para la siembra de arroz se lo hace con un tractor y en partes angosturas se lo hace con motocultor.		
Tipo de abono orgánico	Se quema el terreno con la misma paja del arroz y luego se lo prepara con el estiércol de chivo		
Clasificación	Grano	Tiempo: 5 meses	Ciclo: corto
Localidad	Parroquia Eloy Alfaro	Dirección: vía Sabiango	




Descripción:

Una finca aproximadamente de 2 hectáreas de terreno, en los muros de las pozas se puede sembrar maíz también la cosechadora es industrial y trabajo a mano del hombre, da aproximadamente en la campaña de verano entre 170 y 180 y en la temporada de invierno entre 160 a 170 quítales de arroz. Los turistas podrán acceder a esta finca por medio de los senderos y caminos, mismos que permitirán la observación de la cosecha de los productos de temporada.

Coordenadas geográficas	Latitud:	Longitud:	Altitud:
	0620275	95.14977	440 m.s.n.m.
Administrador	Héctor Jaramillo		
Comercialización	Loja – Cuenca		
Observaciones	Ropa adecuada, Protector solar Llevar zapatos adecuados, Fotografías		


Tabla 8. Francisco Sarango

Inventario de atractivo agroturísticos	
Propietario	Francisco Sarango
Cultivos de la finca	Mango, Arroz.
Cultivo que predomina en la finca	Arroz
Maquinaria que utiliza para la preparación de la tierra	Motocultor

Tipo de abono orgánico	Se quema el terreno y se lo prepara con el abono que es preparado con humos y estiércol de cobayos.		
Clasificación	Granos y frutas	Tiempo: 5 meses	Ciclo: corto y perenne
Localidad	Parroquia Eloy Alfaro :	Dirección	El tamarindo vía a la Lajilla
	Descripción: Brindan información sobre el trasplante de la semilla de arroz que es la parte fundamental en la siembra. Al momento de trasplantar la semilla debe estar en buen estado y el tallo grueso, las plantas débiles se las deshechas. El tipo de semilla es INIAP 14. La finca produce a cerca de 180 a 190 quintales de arroz ya pilado dependiendo la temporada, pozas amplias con espantapájaros en temporada de cosecha. Para cuidar el producto y no disminuya el rendimiento al momento de la venta.		
	Coordenadas geográficas	Latitud: 0818254	Longitud: 95.14993
Comercialización	Consumo familiar y se vende en Machala		
Observaciones	Ropa adecuada Botas para el recorrido Protector solar Fotografías		

6.1.3.7 Ficha resumen de fincas agrícolas

Tabla 9. Finca Aparicio

Inventario de atractivo agroturísticos de la finca Aparicio			
Propietario	Nancy Merino		
Cultivos de la finca	Yuca, Mango, aguacate, maíz, Arroz.		
Cultivo que predomina en la finca	Arroz		
Maquinaria que utiliza para la preparación de la tierra	Motocultor y a mano de obra		
Tipo de abono orgánico	Se quema el terreno y se lo prepara con el abono que es preparado con humos y estiércol de chivo		
Clasificación	Granos y frutas	Tiempo: 5 meses	Ciclo: corto y perenne
Localidad	Parroquia Eloy Alfaro	Dirección:	El tamarindo vía a la Lajilla
Descripción:			
		<p>Una hectárea y media de arroz y partes de sembrío de frutas, el arroz apilado da 100 a 110 quintales de arroz, el abastecimiento para regar los cultivos es canal de riego Macará</p> <p>Cuenta con terrazas debido a que el terreno es defectuoso y se lo preparo para la siembra de arroz y el tipo de semilla que se siembra es FERON.</p>	
		Coordenadas geográficas	Latitud:
	0618637	95.14510	449 m.s.n.m
Observaciones	Ropa adecuada		

Botas para el recorrido

Protector solar

Fotografías

Tabla 10. De las fincas agrícolas: Hacienda Herederos Campoverde

Inventario de atractivo agroturísticos de la hacienda Herederos Campoverde			
Propietario	Hugo Campoverde y Esposa		
Cultivos de la finca	Arroz		
Cultivo que predomina en la finca	Arroz		
Maquinaria que utiliza para la preparación de la tierra	Tractor Industrial Agrícola		
Tipo de abono orgánico	Abono preparado con estiérco de gallina y cuy		
Clasificación	Grano	Tiempo: 5	Ciclo:
		Meses	Corto
Localidad	Parroquia	Dirección:	El
	Eloy Alfaro		tamarindo vía a la Lajilla

Descripción:



Cuenta con cuatro hectáreas de terreno las cuales dependiendo la temporada rinde cerca de 370 a 380 quintales ya pilados. Por su extensión cuenta con una piladora de arroz. La principal fuente de riego es río Macará, canal de riego, todo el producto es para la venta y sus derivados para el consumo de ganado porcino. La semilla que se siembra es FERON con cuidados da una buena cosecha.

Coordenadas geográficas	Latitud:	Longitud:	Altitud:
	0618617	95.14543	422 m.s.n.m.
Administrador	Juan Carlos Campoverde – Édison Campoverde		
Comercialización	Una pequeña parte se expende en el cantón lo demás a Machala y Guayaquil etc.		
Observaciones	Botas para el recorrido Agua Ropa adecuada Protector solar Fotografía		

Tabla 11. De resumen de la finca agrícola: Finca Flor Anita

Inventario de atractivos agroturísticos de la finca Flor Anita	
Propietario	Floresmilo Sarango
Cultivos de la finca	Jamaica, caña de azúcar, cacao, mango, arroz.
Cultivo que predomina en la finca	Arroz
Maquinaria que utiliza para la	Motocultor en los lados amplios y en pates angosta

preparación de la tierra

a mano de hombre.

Tipo de abono orgánico	Estiércol de gallina, cascara de maní y abonos preparados.		
Clasificación	Frutas y granos	Tiempo: 5 meses	Ciclo: corto y perenne
Localidad	Eloy Alfaro	Dirección:	El Tamarindo vía a la Lajilla



Descripción:

La hacienda que tiene una variedad de cultivos cuenta también una pequeña molinera de caña de azúcar, así mismo con parcelas de arroz donde pilado da 50 a 60 quintales dependiendo la temporada. Su principal fuente de agua es una quebrada Guachapelí y el canal de riego de Macará. El tipo de semilla que se siembra es FERON porque es una genética que rinde al momento de su comercialización.

Coordenadas geográficas	Latitud:	Longitud:	Altitud:
	-4.38886	79.92540	436 m.s.n.m.
Administrador	Pablo Sarango		
Comercialización	Macará la piladora se encarga de comprar todo el producto.		
Observaciones:	Ropa adecuada, Protector solar Zapatos adecuados para el recorrido, Fotografías		

De todo el trabajo de campo se pudo evidenciar que, frente a la producción de arroz, los dueños de las fincas y haciendas han identificado algunas dificultades en cuanto a la gestión de las entidades agrícolas, ya que delimitan al agricultor y su comercialización del arroz; la entidad lo hace es para reducir de alguna manera el contrabando por ser una zona fronteriza. Por ello la asociación de arroceros piensa que es una forma de delimitar la actividad agraria, ya que dicho Registro Nacional Agropecuario, no conoce el potencial de cada una de las fincas, y no dejan que los agricultores tengan su propio inventario registrado, por ello estas fincas y haciendas necesitan poder desarrollar otro tipo de actividades que les permita vincular a la producción, comercialización y turismo como nueva alternativa para el desarrollo económico de la localidad.

6.1.3.8 Características presentes en los PIT por criterio

Tabla 12. Clasificación y priorización del PIT

Características presentes en los PIT		
Criterio	A Favor	En contra
Vinculo en territorio	El PIT se produce exclusivamente en el territorio del cantón Macará por su inigualable producción.	El producto también es cultivado en algunos otros lugares e imitando algunos insumos para el mejoramiento de los cultivos.
Antigüedad del saber hacer	El PIT ha estado presente en el territorio que se desarrolla desde hace centenares de años y contribuye a la principal fuente económica de los macareños.	El producto se viene cultivando con más frecuencia en el vecino país Perú hasta la fecha y su identidad en el territorio promueve la diferencia en los habitantes de la localidad.

Forma del Producto	El PIT de Macará han logrado resaltar en el ámbito nacional e internacional por su inigualable producción con una tierra fértil para la producción ya que es un clima en donde la lluvia escasea	El producto es promocionado en otros lugares como producto de dicha ciudad siendo reconocido por su sabor exquisito para su desarrollo y comercialización.
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productos rurales	Dentro de los PIT existen los pequeños y medianos productores que desarrollan la actividad agrícola en el sector productivo y así mejorar la calidad económica articulándose al mercado con sus diversos ingresos.	Este producto es parte de las ofertas de las medianas y grandes empresas del territorio, ya que los pequeños productores no cuentan con vínculos comerciales.
Características de la demanda	Los PIT se caracterizan porque tienen una demanda permanente en el mercado tanto local, nacional, e internacional.	Se procede a envasar, etiquetar y se comercializa en pequeñas cantidades de producto en los mercados locales.

Tabla 13. Articulación de los PIT prioritarios con otros atractivos del territorio.

Categoría	PIT prioritario	Ámbito de origen	Otros atractivos principales	
Agropecuario	1. arroz, 2. maíz	Finca el Limón	Gastronomía, atractivos turísticos	
	1. arroz 2. caña 3. cacao 4. mango	Hacienda Flor Anita	naturales y culturales, artesanías fiestas religiosas, costumbres	
	1. arroz 2. mango	Hacienda Herederos Campoverde		
	1. arroz 2. Mango 3. aguacate 4. maíz 5. yuca	Hacienda Aparicio		
	1. arroz 2. mango	Finca Francisco Sarango		
	Agroindustrial	Jugo de	Centro	
	Alimentos	tamarindo	comercial y	Establecimientos

Alfeñiques	restaurantes del	turísticos, fiestas
Conserva de mango	cantón	cantoniales y religiosas,
Chocolate		costumbres
Bizcochuelo		
Panela		
Miel con quesillo		

Gastronomía	Hormado de	Centro	Gastronomía,
	gallina criolla	comercial y	atractivos turísticos
	Picadillo de	restaurantes del	naturales y culturales,
	chivo Naparo de	cantón	artesanías fiestas
	chivo		cantoniales, religiosas,
	Repe blanco		costumbres,
	Sopa de		arqueologías.
	arveja con guineo		
	Humitas		
	Ceviche de		
	carne		

Artesanía	Artesanías	Centro	Fiestas
	plásticas	comercial de Macará	cantoniales, religiosas,
	Tejidos de		costumbres
	algodón		ancestrales.

Tabla 14. Clasificación del PIT por criterio (categorías agropecuarias)

Criterio	Valor	PIT 1	PIT 2	PIT3	PIT4	PIT	PIT 6	PIT 7
Vínculo con el tarrito	20	20	10	10	10	10	8	5
Antigüedad del saber hacer	30	30	20	8	25	25	10	10
Fama del producto	20	10	5	10	20	10	5	8
Posibilidad de contribuir al desarrollo de los pequeños productores rurales	20	20	10	15	20	10	10	15
Características de la demanda	10	10	10	10	10	10	8	8
Total	100	90	52	53	85	65	41	46

Tabla 15. Clasificación del PIT por criterio (categorías Alimentos)

Criterio	Valor	PIT 1	PIT 2	PIT3	PIT4	PIT	PIT 6	PIT 7
Vínculo con el	20	10	10	20	10	8	8	10
tarrito								
Antigüedad	20	15	15	30	10	10	15	10
del saber hacer								
Forma del	15	8	10	15	8	5	10	5
producto								
Posibilidad de	10	10	5	10	5	10	8	10
contribuir al								
desarrollo de los								
pequeños productores								
rurales								
Característica	10	10	8	15	10	8	10	10
s de la demanda								
Total	75	53	48	90	43	41	51	45

Tabla 16. Clasificación del PIT por criterio (categorías gastronomía)

Criterio	Valor	PIT	PIT	PIT3	PIT4	PIT	PIT 6	PIT 7
Vínculo con el	20	25	10	10	15	10	10	30



tarrito									
Antigüedad	30	25	25	25	25	25	25	25	25
del saber hacer									
Forma del	10	10	5	8	8	5	5	5	10
producto									
Posibilidad de	10	15	10	10	10	10	10	10	10
contribuir al									
desarrollo de los									
pequeños productores									
rurales									
Características	15	15	10	10	10	10	10	10	25
de la demanda									
Total	85	90	60	63	68	60	60	60	95

Tabla 17. Clasificación del PIT por criterio (categorías artesanías)

Criterio	Valor / peso	PIT 1	PIT 2
Vínculo con el	20	25	20
tarrito			
Antigüedad del	10	10	10
saber hacer			
Forma del producto	15	10	10

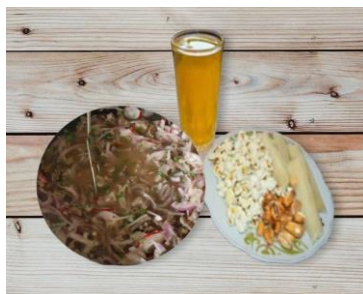
Posibilidad de contribuir al desarrollo de los pequeños productores rurales	10	15	8
Características de la demanda	15	10	10
Total	70	70	58

Tabla 18. Ficha para recolección de los PIT del cantón Macará

MATRIZ DE RECOLECCIÓN DE LOS PIT DEL CANTÓN MACARÁ		
Categoría	Nombre del PIT	Territorio
Agropecuario	Arroz Macareño 	Arroz Macareño es el producto estrella por su buena calidad y selección del grano, lo que se cultiva en el cantón y se expende en las fábricas y bodegas de la localidad, cantones y provincias del Ecuador por ser un producto seleccionado desde su siembra hasta su cosecha.
Agroindustrial / Alimentos	Mermelada de mango 	Es la tradición Macareña la elaboración de la mermelada de mango en las temporadas de producción de mangos, se comercializa en algunos locales y bodegas de la localidad cantones y provincias más cercanas al cantón.

**Agroindustrial /
gastronómico**

Ceviche de carne



Tradición Macareña que viene siendo elaborada desde hace mucho tiempo lo que se ha sustituido los mariscos por la carne de res y se vende en el centro comercial en restaurantes de la localidad y en algunos lugares cercanos del cantón.

Artesanal

Artesanías plásticas



Las artesanías son elaboradas por las artesanas(os) macareñas y se las comercializa en ferias realizadas en el cantón y el tercer piso del centro comercial Municipal por la Asociación internacional de Artesanos de Macará.

6.1.3.9 Fichas de Inventario de atractivos turísticos complementarios. Jerarquización de los atractivos turísticos complementarios identificados en el cantón, para lo cual se empleó la metodología del MINTUR para inventario y jerarquía de atractivos.

Tabla 19. Inventario de atractivos turísticos identificados en el cantón

INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS						
Ficha N°	Nombre	Categoría del Atractivo	Tipo de Atractivo	Clase	Jerarquía	Características descriptivas
1	Puente Internacional	Manifestación cultural	Históricas	Central	II	El puente internacional Ecuador y Perú se encuentran las oficinas de la policía de Ecuador y Perú, la corporación Aduanera Ecuatoriana
2	Iglesia matriz	Manifestación cultural	Arquitectura	Central	II	La Iglesia es considerada uno de los lugares más importantes y sagrado para la comunidad macareña, constituye en

						centro del pueblo.
3	Parque altar Patrio	Manifestacion es Culturales	Arquitect ura	Central	II	El monumento patrio, sirve de escenario para realizar eventos que son Organizados por el GAD Municipal de Macará
4	Cripta María Auxiliadora	Manifestacion es Culturales	Arquitect ura	Central	II	Se denomina así por ser una moderna y llamativa Capilla al aire libre con una espectacular vista panorámica en honor a la Santísima Virgen María Auxiliadora.
5	Balneario la Lajilla	Sitios Naturales	Rio	Campo	II	El Balneario es uno de los preferidos por los turistas y gente local en tiempo de carnavales y fiestas populares del Cantón, para sus reuniones familiares y quienes gusten disfrutar del rio
6	Reserva Ecológica Laipuna	Sitios Naturales	Bosque	Campo	II	Esta Reserva forma parte del bosque seco tumbesino y está administrada por la Fundación Naturaleza y Cultura.
7	Bosque Protector Jatumpamba Jorupe	Sitios Naturales	Bosque	Campo	III	La Reserva Jorupe ubicada en el cantón Macará, es parte del bosque seco existe en esta zona una gran

							concentración de especies endémicas.
8	Centro Recreacional La Cruz del Panadero	Sitios Naturales	Rio	Campo	II		El balneario tiene una historia según la leyenda que cuentan los moradores, hace algunos años en el lugar falleció un panadero, sus familiares colocaron una cruz en su memoria y a partir de ese momento el lugar tomó el nombre de La cruz del Panadero.
9	Balneario Recinto Militar Hornillos	Sitios Naturales	Rio	Campo	II		Este balneario está ubicado sobre la orilla del rio Macará, dentro del establecimiento militar.
10	Rio Macará	Sitios Naturales	Rio	Campo	II		El rio Macará es considerado como un gran atractivo natural donde se puede observar su grandiosa vegetación.
11	Balneario fondos Azules	Sitios Naturales	Rio	Campo	II		Es un balneario que cuenta con lagunas con entorno natural
12	Bosque Seco Tambo Negro	Sitios Naturales	Bosque	Campo	II		El bosque seco Tambo negro se encuentra en un filo bajo divide los valles por los ríos de Sabiango y Macará lo que colinda con Perú.
13	Ciudad de	Manifestacion	Historias	Centro	II		Macará, cantón

Macará es Culturales

privilegiado por su naturaleza de características únicas e irrepetibles, como es el estar rodeado de cerros y colinas, un valle cálido y hermoso que brinda

14	Atractivo parque de la Madre	Manifestacion es Culturales	Arquitect ura	Centro	II	El parque de la Madre resalta en el mismo la espiga de arroz ya que Macará es un cantón reconocido por la producción y venta de arroz.
15	Balneario el Resbalón	Sitios Naturales	Rio	Campo	I	El balneario el resbalón es uno de los primeros atractivos que se puede observar cuándo se ingresa al cantón, se caracteriza por simular un resbaloncito.
16	Ceviche de Carne	Manifestacion es Culturales	Gastrono mía	Central	II	Es un plato típico de Macará, en donde se ha sustituido el pescado y mariscos por la carne de res que es una de la proteína más accesible en la zona.

17	Gallina Criolla Hornada	Manifestacion es Culturales	Gastrono mía	Central	II	La gallina criolla representa una base importante en la alimentación del cantón ya que en la cabecera cantonal.
----	--------------------------------	-----------------------------	--------------	---------	----	---

6.1.3.10 Ficha resumen de atractivos turísticos culturales y naturales del cantón Macará

Tabla 20. Ficha resumen de los atractivos

Nombre del atractivo	<i>(Nombre del atractivo turístico)</i>	N° REF...
Estado	Distancia	Horas
<i>(Describir el estado del atractivo turístico)</i>	<i>(Describir la distancia del atractivo turístico)</i>	<i>(Describir las horas para llegar al atractivo turístico)</i>
Categoría	Tipo	Jerarquía
<i>(Categoría a la que pertenece el atractivo turístico de acuerdo a lo que plantea la metodología de Marvin y el IICA)</i>	<i>(Tipo a la que pertenece el atractivo turístico de acuerdo a lo que plantea la metodología de Marvin y el IICA)</i>	<i>(Jerarquía a la que pertenece el atractivo turístico de acuerdo a lo que plantea la metodología de Marvin y el IICA)</i>
Provincia	Cantón	Localidad
<i>(Provincia a la que pertenece el atractivo turístico)</i>	<i>(Cantón a la que pertenece el atractivo turístico)</i>	<i>(Localidad a la que pertenece el</i>

atractivo turístico)

Fotografía N° <i>(Fotografía del atractivo turístico)</i>	Ubicación Geográficas: Altitud Latitud longitud	<i>(Puntos georreferenciales tomados con el GPS)</i>
Breve descripción del atractivo	<i>(Descripción del atractivo turístico)</i>	
Acceso	Valor (1 a 4)	Acciones recomendadas
<i>(Describir el acceso al atractivo)</i>	<i>(Describir el valor del atractivo turístico)</i>	<i>(Describir algunas recomendaciones para visitar el atractivo)</i>
Actividades actuales:	<i>(Describir las actividades turísticas que se realiza en cada uno de los atractivos)</i>	
Actividades potenciales:	<i>(Describir las actividades potenciales que se realiza en cada uno de los atractivos)</i>	

6.1.3.11 Cuadro de productos gastronomicos identificados.

Tabla 21. Gastronomía Ceviche de Carne

Nombre Plato Típico	N° REF. 18
----------------------------	-------------------

Ceviche de Carne		
Estado	Distancia	Horas
Bueno	0,05km	0:h
Categoría	Tipo	Jerarquía
PIT	Gastronomía	II
Provincia	Cantón	Localidad
Loja	Macará	Centro



Ubicación:

Se encuentra en los salones de centro comercial y en algunos restaurantes de la localidad

Breve descripción de la gastronomía

Es un plato típico de Macará sus ingredientes: carne pura de res, cebolla paiteña, cilantro, limón, sal, pimienta y su preparación se limpia la carne se la cecina muy fina se la pone a cocer en una olla con agua hirviendo por 5 minutos y luego se la curte con jugo de limón y se agrega los ingredientes al gusto, y se sirve acompañada de yuca, camote, tostado, canguil.

Actividades turísticas

Fotografías, degustaciones de la comida típica de Macará

Tabla 22. Gastronomía Gallina Criolla Hornada

Nombre Plato Típico	N° REF. 19
Gallina criolla hornada	

Estado	Distancia	Horas
Bueno	0,05km	0:h
Categoría	Tipo	Jerarquía
PIT	Gastronomía	II
Provincia	Cantón	Localidad
Loja	Macará	Centro

Ubicación: En la ciudad de Macará se encuentra en los salones de centro comercial y en algunos restaurantes de la localidad



(José Quino, 2021)

Breve descripción de la gastronomía

Es un plato típico de la ciudad los ingredientes: gallina criolla, tomate, ajo, cebolla, comino, y perejil preparación se aliña la carne y se pone en una olla a cocer hasta que la carne este suave y se sirve acompañado de arroz, o tallarín, yuca, ensalada.

Actividades potenciales: Fotografías, degustaciones de la comida típica de Macará

6.1.4 A continuación, se detalla la oferta turística presente en el cantón Macará.

6.1.4.1 Alojamiento. Macará cuenta con establecimientos de alojamiento que prestan servicios a turistas locales, nacionales y extranjeros; estos se encuentran catastrados en complejos recreacionales, hostales y hoteles de 2 y 3 estrellas, ofreciendo servicios de calidad como es: wifi, lavandería, servicio de desayuno, garaje. Todos estos hoteles y hostales se encuentran ubicados en la cabecera cantonal. El valor promedio del hospedaje es de 15 dólares por noche, pero los precios

varían en los meses que son de festividades como es julio, agosto, septiembre y diciembre. También depende del servicio que se ofrece al turista para que se sienta cómodo y se lleve una buena experiencia. A continuación, se detalla los siguientes establecimientos.

Tabla 23. Alojamiento de Macará

	Número de establecimientos	de alojamiento	Tipo	Número de habitaciones	Número de camas
Oro	1	de Espiga	Hosta	34	48
	1	Los Rosales	Hosta	33	68
	1	Karina	Hosta	19	23
		Bekalus	Hotel	34	48
		Residencia paraíso	Hotel	23	39
		Tierra verde	Hotel	10	20
	1	Colina	Hosta	13	18
	1	Ser Del	Hosta	13	18
	1	Gran Macará	Hosta	14	26
0	1	Santigyn	Hosta	12	22
1		Urraca	Hoste	7	13
		Precio (rangos)	\$ 15, a \$ 60		
		Ocupación	35% y en temporada de festividades se		

promedio por (año)	tiene un 80%
Meses de mayor ocupación	Julio, agosto, septiembre, diciembre.

6.1.4.2 Alimentación. El cantón Macará es reconocido y admirado por su rica gastronomía, ya que cuenta con una variedad de platos típicos de comida criolla, como es el ceviche de carne de res, hormado de gallina criolla, seco de chivo, arvejas con guineo etc. El valor promedio de los platos que ofrecen cada establecimiento de alimentación es de \$5 dólares en adelante. En el siguiente cuadro se detalla los principales establecimientos de alimentación que están registrados en el catastro, los que cuentan con capacidad de acoger a varios turistas.

Tabla 24. Establecimientos de Alimentos en Macará

Número de establecimientos	de de restaurante	Tipo	Número de mesas	Número de sillas
Los Delfines	Restaurante	Rest	9	36
Sabor selecto	Restaurante	Rest	8	32
Sisión pollos suc.	Restaurante	Rest	8	32
Rincón criollo	Restaurante	Rest	10	40
Emperador	Restaurante	Rest	11	44
La hueca del Vlachó	Restaurante	Rest	6	24
Sabor Mascareño	Restaurante	Rest	6	24
D´marcos	Restaurante	Rest	12	48

Precio (rangos)	\$5, \$8, \$12, \$18. dólares
Ocupación promedió por (año)	50% 100%
Meses de mayor ocupación	Fechas importantes como febrero, marzo, mayo, Julio Agosto, diciembre.

6.1.4.3 Esparcimiento. Establecimientos de esparcimiento, centros de distracción y actividades nocturnas que se realizan en la ciudad de Macará, los mismos que son: D'marcos, Atracción 69, El chafalote e Insomnio, son los que se encuentran registrados en el catastro de Macará; los demás no constan en el registro, pero están actualmente en funcionamiento. A continuación, se detallan cada uno de ellos.

Tabla 25. Establecimientos de esparcimiento

de establecimientos	Número de esparcimiento	Tipo de	Número de mesas	Número de sillas	Total
D'marcos	Discoteca		10	10	1
Atracción 69	Bar		10	24	1
El chafalote	Bar		16	64	1
Insomnio	Bar		25	10	1
Servicios casado	Sala de recepciones y banquetes		40	24	1
Aquazul	Termas balnearios	y	65	26	1

Precio (rangos)	\$1 \$3 \$5
Ocupación promedio por (año)	50% 90%
Meses de mayor ocupación	Todo el año

6.1.4.4 Análisis de la demanda.

En las siguientes figuras se presenta la formación recolectada en cada pregunta de la encuestados su respectiva fabulación y análisis.

Tabla 26. Se muestra los resultados acerca de procedencia de los encuestados

RESIDENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Loja	36	30%
Macará	20	17%
Olmedo	14	12%
Machala	9	8%
Zamora	6	5%
Quito	20	17%
Guayaquil	14	12%
Total	119	100%

Análisis: De acuerdo a los resultados de las encuestas aplicadas el 30% son del cantón Loja, con 17% está el cantón Macará y la capital de Quito, con el 12% está el cantón Olmedo y la ciudad de Guayaquil, y con un menor porcentaje es Machalí.

Tabla 27. Se muestra los resultados acerca del Genero.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
MASCULINO	63	52%
FEMENINO	56	48%
Total	119	100%

Análisis: Según el resultado obtenido de las 119 encuestas aplicadas siendo el 100% de la población el 52% es de género masculino y el 48% femenino.

Tabla 28. Se muestra los resultados acerca de la Edad

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
18 - 25	10	8%
26 - 33	28	24%
34 -41	47	39%
42 - 49	26	22%
50 en Adelante	8	7%
Total	119	100%

Análisis: Tomando en cuenta los resultados de las encuestas aplicadas siendo el mayor porcentaje de edad de 34 a 41 años con el 39%, siguiendo el 7% de 50 en adelante.

Tabla 29. Se muestra los resultados acerca del Nivel educativo

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Primaria	8	7%
Secundaria	45	38%
Superior	56	47%
Posgrado	10	8%
Total	119	100%

Análisis: El nivel de educación de los encuestados es, 47% de estudios superiores, el 38% secundaria, el 8% de posgrado y el 7% de primaria.

Tabla 30. Se muestra los resultados acerca de la Ocupación

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Estudiante	40	34%
Profesional	26	22%
Negocio propio	33	28%
Libre ejercicio	20	17%
Total	119	100%

Análisis: De acuerdo a las encuestas aplicadas el 34% son estudiantes universitarios, el 28% negocio propio, el 22% profesionales mientras que el porcentaje más bajo como el 17% son de libre ejercicio.

Tabla 31. Se muestra los resultados acerca del Estado civil

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Soltero	58	49%
Casado	46	39%
Unión de hecho	9	8%
Divorciado	6	5%
Total	119	100%

Análisis: De los encuestados se puede identificar que el 49% son solteros, el 39% son casados, siguiendo el 8% es de unión de hecho y el porcentaje más bajo es 5% divorciados.

Tabla 32. Nivel de participación al desarrollo de actividades turísticas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Alto	1	1%
Alto	25	21%
Medio	69	58%
Bajo	20	17%
Nulo	4	3%
Total	119	100%

Análisis: Según los resultados de los encuestados determinaron que el 58% medio en el desarrollo de las actividades y el 21% alto, el 17% es bajo, mientras que el porcentaje 3% son nulo, y el 1% muy alto.

Tabla 33. Conoce sobre los productos turísticos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
SI	67	56%
NO	52	44%
Total	119	100%

Análisis: Según los resultados de los encuestados el 56% mencionó que si conoce sobre los productos turísticos del cantón Macará, y el 44% no conocen.

Tabla 34. Que actividades le gustaría realizar

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Degustación gastronómica local	48	40%
Visita a Fincas	22	18%
Visitas Guiadas	15	13%
Fotografías	34	29%
Total	119	100%

Análisis: Mediante la información obtenida por los encuestados, el 40% degustación de gastronomía local, típica y tradicional, y el 29% fotografías, y el 18% visitas a fincas, el 13% visitas guiadas.

Tabla 35. Servicios complementarios desearía encontrar

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Alimentación	44	37%
Tienda de recuerdos	23	19%
Información turística	26	22%
Hospedaje	3	3%
Transporte	4	3%
Anguia	19	16%
Total	119	100%

Análisis: Según los resultados de los encuestados determinaron que el 37% alimentación, el 22% información turística, el 19% tienda de recuerdos, el 16% Guianza, mientras que el porcentaje más bajo es el 3% hospedaje y transporte.

Tabla 36. Cuantos días que le gustaría participar en la ruta

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
De 1 a 2 días	56	47%
De 3 a 4 días	46	39%

Más de 5 días	17	14%
Total	119	100%

Análisis: Según los encuestados el 47% permanecen de 1 a 2 día en el lugar visitado, mientras que el 39% pernoctan por 3 a 4 días, el 14% se quedan más de 5 días.

Tabla 37. Medios de transporte

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
S		S
Auto Propio	73	61%
Transporte público	23	19%
Auto Rentado	11	9%
Bicicleta	3	3%
Otros	9	8%
Total	119	100%

Análisis: Según los encuestados, el 61% utiliza vehículo propio para viajar por actividades turísticas al cantón Macará, el 19% utiliza transporte público, el 9% utilizan autos rentados, el 8% utilizan otros medios para viajar, y 3% utilizan bicicletas.

Tabla 38. ¿Con quién le gustaría ir?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Solo	7	6%
Familia	59	50%
Pareja	27	23%
Amigos	26	22%
Total	119	100%

Análisis: Según las encuestas aplicadas el 50% viaja con los familiares, el 23% en pareja, el 22% con amigos y el 6% viajan solos.

Tabla 39. Por qué medios le gustaría adquirir los productos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
---------------------	-------------------	--------------------

Agencia de viajes	22	18%
GAD Parroquial	18	15%
Redes Sociales	26	22%
Unidad de Turismo	15	13%
GAD Loja		
ITUR Macará	23	19%
Otros	15	13%
Total	119	100%

Análisis: Mediante la información obtenida por los encuestados, el 22% redes sociales, el 19% por el ITUR Macará, el 18% agencias de viajes, mientras que el porcentaje más bajo es el 13% Unidad de Turismo GAD Loja, y el 133% de otros medios.

Tabla 40. Medios de difusión para la promoción

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Agencia de viajes	20	17 %
Página web	2	2 %
Ferias Turística	28	24 %
Redes Sociales	48	49 %
Radio	9	8 %
Televisión	5	4 %
Otros	7	6 %
Total	119	100%

Análisis: Según los encuestados dando varias opciones a contestar se pudo observar que el medio de comunicación que más utilizan para informarse de las actividades turísticas son las redes sociales con el 40% y otras más utilizadas con el 24% ferias turísticas, el 17% Agencias de Viajes, el 8% Radio, y los porcentajes más bajos, el 6% en otros medios, el 4% televisión, y el 2% página web.

Tabla 41. Cuanto estaría dispuesto a pagar

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJES
S	A	
\$ 50 a \$ 70	67	56%
\$ 71 a \$ 90	17	14%

\$ 91 a \$ 100	22	18%
\$101	13	11%
Total	119	100%

Análisis: Según los encuestados el 56% estarían dispuestos a gastar en el cantón Macará entre \$50 a \$70 en actividades de turismo, el 18% estarían dispuestos a gastar entre \$91 a \$100, el 14% están dispuestos a gastar \$ 71 a \$90, el 11% estarían dispuestos a gastar entre \$101 a más.

Tabla 42. Producto local que le gustaría consumir

ALTERNATIVAS	ALTERNATIVA	PORCENTAJES
Ceviche de Carne	67	56%
Hormado de gallina criolla	18	15%
Seco de gallina criolla	9	8%
Repe blanco	7	6%
Otros	18	15%
Total	119	100%

Análisis: Tomando en cuenta los resultados de los encuestados sobre los productos que le gustaría consumir con un 56% el ceviche de carne, con el 15% hornada de gallina criolla y el 15% otros productos y con el porcentaje bajo con 8% seco de gallina criolla, el 6% repe blanco. Mediante los resultados de las encuestas aplicadas a los turistas se logró determinar la oferta, y demanda para el producto turístico del cantón Macará.

6.1.4.5 Análisis general de resultados de encuestas. A sí mismo, se estableció características de las personas potenciales para el consumo de los productos turísticos. Se identifica como mayor mercado con un 52% al género masculino, entre un rango de edad de 34 a 41 años, nacionalidad ecuatoriana, con estudios tanto secundarios como de tercer nivel, su estado civil con un 49% solteros y casados con 39%. Por otro lado, en cuanto a la interrogante sobre el nivel de participación de la comunidad local es medio con un 58%; con respecto a los productos turísticos que existen en el cantón, el 56% mencionó que si los conocían; seguidamente están las actividades que les gustaría realizar durante el recorrido, por lo que mencionaron la degustación de la gastronomía local con el 40%, fotografías así como recorridos a las fincas y haciendas, actividades

agroturísticas de siembra, actividades deportivas, recolección de frutas que se cultivan en las fincas, además que les gustaría encontrar servicios de alimentos y bebidas con 37%. Los días que participarían en la ruta están de 1 a 2 días con el 47%; la forma de viajar es en transporte propio con 61%; además el 50% les gusta viajar con la familia, y las visitas más concurridas son durante las festividades del cantón Macará, vacaciones, feriados y fines de semana; por otro lado, puesto que sus atractivos turísticos son relativamente cercanos y de fácil acceso, se podrán generar experiencias vivenciales en poco tiempo de estancia. Así mismo, la visita a sitios naturales, la observación de la naturaleza, los recorridos a haciendas o fincas, son los productos con valor agregado distribuidos comercialmente a lo interno y fuera del cantón. Para adquirir los productos mencionaron que lo harían en un 22% mediante las redes sociales y el 19% a través del Itour de Macará, siendo este último el de más alta frecuencia de uso. Así mismo, para la promoción y difusión de los productos turísticos con un 40% son las redes sociales las que utilizan con mayor frecuencia por su facilidad de manejo, además de las opciones de visualización de la información. El gasto promedio a pagar es el 56% con un rango de \$50 a \$70 dólares, de la misma manera mencionan que los productos que les gustaría consumir con el 56% es el ceviche de carne, ya que es uno de los platos típicos del cantón.

6.2 Productos turísticos basados en los productos agroturísticos

6.2.1 Matriz FODA

Tabla 43. Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Macará cuenta con atractivos turísticos naturales y culturales. ✓ Las 5 fincas cuentan con tierra es fértil para la agricultura principalmente la producción del arroz ✓ 1 finca cuenta con espacio adecuados para brindar servicios de alimentación ✓ 4 fincas cuentan con los cultivos técnicamente estructurados para su producción. ✓ 1 finca cuenta con dos productos artesanales ✓ Servicio de transporte público permanente Intercantonal. ✓ El puente Internacional, principal paso 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Insuficiencia de conocimientos y capacitación sobre el agroturismo a los dueños de las fincas y haciendas. ✓ Las fincas no tienen senderos establecidos para el recorrido. ✓ Los atractivos carecen de señalización turística adecuada ✓ Insuficiencia de infraestructura turística en los atractivos turísticos ✓ Insuficiente promoción y difusión de los atractivos turísticos naturales y culturales del cantón.

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ceviche de carne sinónimo de identidad cultural de la población Macareña ✓ 2 fincas cuentan con interés para fomentar el agroturismo ✓ Accesibilidad a las fincas agroturísticas 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Limitada información turística de los atractivos turísticos ✓ Falta de guías turísticos ✓ Deterioro de las vías de acceso a las fincas y atractivos turísticos ✓ Carencia de proyectos agroturísticos en el cantón
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reconocimiento al arroz producido en este cantón como el mejor del sur de Ecuador. ✓ Apoyo a proyectos de desarrollo por parte de la mancomunidad del Bosque Seco ✓ Fincas cercanas al cantón y a los atractivos turísticos ✓ Propietarios de atractivos turísticos y autoridades del cantón muestran interés a la reactivación del turismo a través de proyectos turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Temporada de sequía en el cantón ✓ Limitada afluencia de turistas extranjeros debido al desconocimiento de los atractivos turísticos. ✓ El Contrabando del vecino país de Perú. ✓ Paralización de la actividad turística por causa de la pandemia. ✓ Fuerte competencia desleal de productos turísticos aledaños ✓ La presencia de rebrotes de pandemia del COVID- 19

6.2.2 FODA cruzado.

Tabla 44. FODA cruzado

	Fortalezas	Debilidades
Factores Internos	1. Macará cuenta con atractivos turísticos naturales y culturales. 2. Las 5 fincas cuentan con tierra es fértil para la agricultura principalmente la producción del arroz 3. Finca cuenta con espacio adecuados para brindar servicios de alimentación 4. Fincas cuentan con los cultivos técnicamente estructurados para su producción. 5. Finca cuenta con dos productos artesanales 6. Servicio de transporte público permanente Inter cantonal.	1. Insuficiencia de conocimientos y capacitación sobre el agroturismo a los dueños de las fincas y haciendas. 2. Las fincas no tienen senderos establecidos para el recorrido. 3. Los atractivos carecen de señalización turística adecuada 4. Insuficiencia de infraestructura turística en los atractivos turísticos 5. Insuficiente promoción y difusión de los atractivos turísticos naturales y culturales del cantón.
Factores Externos	7. Productos agrícolas que se cultivan en las fincas	6. Limitada información turística de los atractivos turísticos 7. Falta de guías turísticos

	<p>8.Ceviche de carne sinónimo de identidad cultural de la población Macareña</p> <p>9. 2 fincas cuentan con interés para fomentar el agroturismo</p> <p>10.Accesibilidad a las fincas agroturísticas</p>	<p>8. Deterioro de las vías de acceso a las fincas y atractivos turísticos</p> <p>9.Carencia de proyectos agroturísticos en el cantón</p>
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
<p>1. El arroz producido en este cantón considerado el mejor del sur de Ecuador.</p> <p>2. Apoyo a proyectos de desarrollo por parte de la mancomunidad del Bosque Seco</p> <p>3. Fincas cercanas al cantón y a los atractivos turísticos</p> <p>4. El cantón cuenta con varios atractivos turístico culturales y naturales</p> <p>5. Propietarios de atractivos turísticos y autoridades del cantón muestran interés a la reactivación del turismo a través de proyectos turísticos.</p>	<p>F1, F2, F3, F7, O2, O3, O4 Impulsar el desarrollo del agroturismo en las fincas agro productivas a través de actividades turísticas.</p> <p>F2, F4, O2, O4 Fomentar el desarrollo turístico y sostenible en zonas agrícolas.</p> <p>F4, F5, O1, O4, O5 Diseñar rutas turísticas con actividades de las fincas y los atractivos turísticos del cantón</p> <p>F2, F4, F5, F7, O1, O5, O6 Planificar una feria agroturística</p>	<p>D1, D2, D3, D4, D5, O1, O2, O4, O5, Adecuar la infraestructura y señalética turística en las fincas agroturísticas.</p> <p>D1, D2, D6, O1, O2, O3 Capacitar a los propietarios de las fincas sobre el agroturismo</p> <p>D1, D3, D5, O1, O3, O5, D6, Fortalecer las actividades turísticas mediante la promoción y difusión.</p> <p>D5, D6, O1, O6, Proponer estrategias de promoción turística para el cantón por medio de las tecnologías</p>
Amenazas	Estrategias FA	Estrategia DA
<p>1. Temporada de sequía en el cantón</p> <p>2. Limitada afluencia de turistas extranjeros debido al desconocimiento de los atractivos turísticos.</p> <p>3. Es un cantón fronterizo de Contrabando</p> <p>4. Paralización de la actividad turística por causa de la pandemia.</p> <p>5. Fuerte competencia desleal de productos</p>	<p>F2, F3, F4, F7, A6, A7, A9, Promover las actividades de agroturismos en las fincas de la localidad</p> <p>F1, F3, F4, F5, A3, A4 Aprovechamiento de los recursos existentes para generar nuevos productos turísticos.</p> <p>F1, F6, F7, A3, A4, A5, A9 Hacer un registro de los turistas, para tener un mejor control detallado de los visitantes</p>	<p>D2, D3, D4, A1, A2, A3, A4 Fortalecer la identidad cultural a través de los productos agrícolas como parte de un producto turístico.</p> <p>D2, D4, D5, A4, A5, A9 Realizar talleres de capacitación para generar nuevos productos turísticos para el desarrollo del turismo en l localidad</p> <p>D5, D6, A5, A8 Talleres de higiene para y aseo personal para</p>

<p>turísticos aledaños</p> <p>6. La presencia de rebrotes de pandemia del COVID- 19</p>	<p>F1, F6, F7, A4, A6, A7, A9</p> <p>Implementar los protocolos de bioseguridad en los establecimientos de la localidad</p>	<p>evitar el contagio del COVID-19</p> <p>D2, D3, D5, D6, A1, A3, A5, A6</p> <p>Desarrollar estrategias de marketing que fomente el desarrollo sostenible de las actividades turísticas del cantón.</p>
---	---	---

Estrategias FO

F1, F2, F3, O2, O3, O4

Impulsar el desarrollo del agroturismo en las fincas agro productivas a través de actividades turísticas.

F2, F4, O2, O4

Fomentar el desarrollo turístico y sostenible en zonas agrícolas.

F4, F5, O1, O4, O5

Diseñar rutas turísticas con actividades de las fincas y los atractivos turísticos complementarios del cantón

F2, F4, F5, O1, O5, O6

Planificar una feria agroturística

Estrategias DO

D1, D2, D3, D4, D5, O1, O2, O4, O5

Adecuar la infraestructura y señalética turística, en las fincas agroturísticas.

D1, D2, D6, O1, O2, O3

Capacitar a los propietarios de las fincas sobre el agroturismo

D1, D3, D5, O1, O3, O5, D6,

Fortalecer las actividades turísticas mediante la promoción y difusión.

D5, D6, O1, O6,

Proponer estrategias de promoción turística para el cantón por medio de las tecnologías

Estrategias FA

F2, F3, F4, F7, A6, A7, A9,

Promover las actividades de agroturismos en las fincas de la localidad

F1, F3, F4, F5, A3, A4

Aprovechamiento de los recursos existentes para generar nuevos productos turísticos.

F1, F6, F7, A3, A4, A5, A9

Hacer un registro de los turistas, para mantener un mejor control de los visitantes.

F1, F6, F7, A4, A6, A7, A9

Implementar los protocolos de bioseguridad en los establecimientos de la localidad

Estrategias DA

D2, D3, D4, A1, A2, A3, A4

Fortalecer la identidad cultural a través de los productos agrícolas como parte de un producto turístico.

D2, D4, D5, A4, A5, A9

Realizar talleres de capacitación para generar nuevos productos turísticos para el desarrollo del turismo en la localidad

D5, D6, A5, A8 Talleres de higiene y aseo personal para evitar el contagio del COVID-19

D2, D3, D5, D6, A1, A3, A5, A6 Desarrollar estrategias de marketing que fomente el desarrollo sostenible de las actividades turísticas del cantón.

6.2.3 Estrategias propuestas mediante el análisis FODA.

Propuesta de productos turísticos a realizar respecto al análisis FODA siendo validadas por las personas de la localidad y propietarios de las fincas las que son: Impulsar el desarrollo del agroturismo en las fincas agro productivas a través de actividades turísticas.

Objetivos estratégicos

1. Fomentar el desarrollo turístico y sostenible en zonas agrícolas.
2. Diseñar rutas turísticas con actividades de las fincas y los atractivos turísticos del cantón.
3. Planificar una feria agroturística
4. Capacitar a los propietarios de las fincas sobre el agro turismo
5. Fortalecer las actividades turísticas mediante la promoción y difusión turística.
6. Proponer estrategias de promoción turística para el cantón por medio de las tecnologías.
7. Promover las actividades de agroturismos en las fincas de la localidad.
8. Aprovechamiento de los recursos existentes para generar nuevos productos turísticos.
9. Hacer un registro de los turistas, para mantener un mejor control de los visitantes.
10. Implementar los protocolos de bioseguridad en los establecimientos de la localidad

11. Fortalecer la identidad cultural a través de los productos agrícolas como parte de un producto turístico.
12. Realizar talleres de capacitación para generar nuevos productos turísticos para el desarrollo del turismo en la localidad.
13. Talleres de higiene y aseo personal para evitar el contagio del COVID-19.
14. Desarrollar estrategias de marketing que fomente el desarrollo sostenible de las actividades turísticas del cantón.

Estrategias determinadas para el diseño de la propuesta, de acuerdo al análisis FODA, se determina la siguiente estrategia como principal, para formular la propuesta de los productos turísticos del cantón Macará: Impulsar el desarrollo en las zonas agro productivas a través de las promociones en redes sociales sobre las actividades turísticas, realizar ferias productivas para la promoción de los productos y el aprovechamiento de los recursos culturales y naturales, para generar nuevos productos turísticos. Diseñar souvenirs con los productos turísticos, basados en los productos previamente identificados en el cantón Macará.

6.2.4 Descripción del Macro producto.

El Macro producto es el turismo natural que se enfoca a las actividades turísticas de observación del medio ambiente natural contando con una gran diversidad natural, paisajística y multicultural, la que debe ser aprovechada al máximo con los atractivos turísticos existentes, teniendo una estrecha relación con la naturaleza que poseen característica que envuelven a los visitantes a disfrutar de cada una de las actividades naturales.

6.2.5 Micro producto

Rutas Dentro del primer segmento de Ruta denominada como productos turísticos propuesto es la “Ruta agroturística Macará naturaleza, cultura y tradición”, esto es por las diferentes actividades turísticas naturales y culturales que se realizan en el territorio, además se recalca que el cantón es conocido como el productor del mejor arroz del país. Así mismo, se elaboraron tres rutas más que son: Macará mi tierra linda; Macará y su encanto natural; y Macará tradición arrocería. Las que están dirigidas para todo público, donde aprenderán sobre los procesos de cultivo de arroz y algunos otros productos agrícolas; también se realizara el avistamiento de aves y paisajes en un espacio tranquilo, donde puedan disfrutar de los paisajes naturales en cada atractivo, además participaran de las actividades culturales y charlas sobre la situación de Macará en tiempos de guerra. Como parte del recorrido participarán en charlas de educación ambiental, caminatas guiadas

por los senderos de las diferentes rutas, pesca deportiva y actividades de recreación en el río donde puedan disfrutar cada uno de los visitantes.

6.2.6 Logo de la ruta.

Para la elaboración del logo se determinó las características agro productivas que existen en el cantón Macará; por ello se creó un sentido de pertenencia hacia el producto.



Figura. 2. Logo de la ruta

6.2.7 Descripción del logo.

El logotipo se diseñó en base a la producción agroturística que existe en Macará, el círculo amarillo representa el sol radiante, las parcelas verdes representan el cultivo del arroz, y las espigas verdes y amarillas, como las frutas es el proceso de maduración, donde los agricultores se preparan para la cosecha, ya que el cantón Macará es conocido como un excelente productor del mejor arroz.

6.2.8 Slogan.

El significado del eslogan “Mi Tierra Linda”, Macará es privilegiado con características únicas teniendo una singular belleza natural y cultural, poseedor de riqueza inigualable haciendo referencia a los productos agrícolas que se cultivan, siendo el más relevantes el arroz Macareño. Descripción de la ruta Agroturística Dentro de la presente propuesta se consideró la vinculación de la actividades agrícolas y atractivos turísticos del cantón Macará, con el fin de generar nuevos productos con identidad territorial, siendo uno de ellos el Agroturismo, ya que conservan una singular belleza e importancia poco aprovechada en el ámbito turístico. En el recorrido se muestran diferentes productos agrícolas, además de compartir conocimientos de producción, los que son transmitidos de generación en generación dándole un importante valor cultural. El sector que se consideró para la integración de la ruta es todo el cantón donde se encontraran las arroceras

Agroturísticas. Dentro de estas rutas se visitará alrededor de 13 puntos donde se realizará la visita a los diferentes balnearios, reservas naturales, huertos, invernaderos, piscícolas, elaboración artesanal en base a productos de las fincas, expresiones culturales y las diferentes actividades en cada uno de los atractivos turísticos.

Nombre del producto: Ruta Macará mi tierra linda.

Ubicación: Macará

Tiempo de la ruta: Dos días, una noche

Estilo: Recorrido Matriz de Actividades a realizar dentro de las fincas y atractivos turísticos

6.2.9 Actividades a realizar dentro de las fincas y atractivos turísticos.

Tabla 45. Ruta Macara mi tierra linda

Ruta Macará mi tierra linda.	
Fincas y atractivos turísticos	Actividades
Atractivo cultural Cruz Del Panadero	<ul style="list-style-type: none"> Recorrido por las instalaciones del lugar, Observación y fotografías
Finca El Limón	<ul style="list-style-type: none"> Información del proceso de siembra del arroz, Preparación de semilla y terreno. Interpretación de la siembra del arroz. Recorrido por las parcelas de arroz Observación de todo el cultivo
Atractivo natural Reserva Jorupe	Información sobre el lugar y charlas sobre los protocolos de bio seguridad del lugar Caminatas por los senderos para la observación de flora y fauna Aventurismo y fotografía
Atractivo cultural María Auxiliadora	<ul style="list-style-type: none"> Avistamiento de la ciudad Recorrido del mirador. Fotografía
Atractivo cultural Iglesia Matriz	<ul style="list-style-type: none"> Guianza dentro de la iglesia Observación de su arquitectura Participación de celebraciones religiosas (estacional)Fotografía
Atractivo cultural Altar Patrio	<ul style="list-style-type: none"> Recorrido por el altar Patrio Charla sobre la situación de Macará en tiempos de guerra. Fotografía

Atractivo natural Laipuna	Reserva	<ul style="list-style-type: none"> • Información del lugar Charlas de educación ambiental Caminata guiada por los senderos de la ruta Pesca deportiva Actividades de recreación en el río
Atractivo cultural Internacional	Puente	<ul style="list-style-type: none"> • Llegada al puente internacional Ecuador y Perú Observación del lugar y fotografía

6.2.10 Matriz de itinerario de la ruta agroturística Macro producto.

A continuación, se presenta una tabla que contiene el itinerario de la ruta agroturísticas de acuerdo al diagnóstico y la demanda realizado anteriormente la que se presenta a continuación

Tabla 46. Ruta Macara mi tierra linda

ITINERARIO			
Duración:	Inicio: en el Altar Patrio	Fin:	Puente Internacional Ecuador y Perú
Dos días una noche			
DIA 1			
07H00 Encuentro en el Altar Patrio Macará para dar la bienvenida			
07H15 Desayuno			
08h00 Visita al centro recreacional Cruz del Panadero. Fotografía.			
09H00 Visita a la finca El Limón, información del proceso de siembra del arroz, preparación del terreno, recorrido por el cultivo e identificación de varias semillas de arroz, fotografías.			
10H25 Coffee break			
11H00 Recorrido por a la Reserva Jorupe. Caminatas por los senderos para la observación de flora y fauna del lugar			
13H00 Almuerzo			
14h40 Traslado al Mirador María Auxiliadora			
16H00 Visita a la Iglesia Matriz, observación de su arquitectura			
17H00 Visita al Altar Patrio			
17H10 Discurso sobre la situación de Macará en tiempos de guerra.			
17H30 Coffee break			
18H50 Visita a la Reserva Laipuna, información del lugar			

19H15 Merienda

20H00 Acomodación para Hospedaje

21H00 Noche Cultural

DIA 2

07H00 Desayuno

8H00 Salida a la reserva Laipuna

9H00 Charla de educación ambiental

9H30 Caminata guiada por los senderos de la eco-ruta

12H30 Almuerzo

13H30 Actividades de recreación en el río

16H10 Llegada al Puente Internacional Ecuador y Perú

16H30 Observación del lugar, fotografías

17H30 Coffee break

18H00 Retorno a su destino.

Recomendaciones: Cumplir con todas las normas indicadas en el itinerario, llevar Zapatos cómodos, Ropa ligera, cómoda y de baño, Protector solar, Repelente, Gorra y gafas, Cámara fotográfica.

Incluye: Alojamiento, Alimentación, Transporte turístico, Asistencia guía Botiquín de primeros auxilios, Actividades descritas en el itinerario Seguro de accidentes

No incluye: Gastos personales, Bebidas extras, actividades o contempladas en el itinerario

Infografía



Figura 3. Mapa de ubicación de los atractivos turísticos de la primera ruta

Ruta Macará mi tierra linda.







 Duración	 Temperatura	 Actividad	 Servicios
 Tiempo de la ruta Dos días una noche	25-30°C	 Turismo Religioso	 Alojamiento
 Distancia de la ruta 5km	 Dificultad	 Arte y Arquitectura	 Alimentación
	 Baja	 Manifestaciones Culturales	 Parqueo
	 Media	 Gastronomía	
	 Alta		

Visita a Macará, donde podrás disfrutar de un recorrido natural, también disfrutan de cada una de las maravillas de los paisajes y senderos que se encuentra dentro del lugar.

Figura 4. Ruta Macará mi tierra linda de la primera tura

Itinerario Ruta Macará mi tierra linda

DIA 1

- Encuentro en el Altar Patrio Macará para dar la bienvenida
- Desayuno
- Visita al centro recreacional Cruz del Panadero. Fotografía.
- Visita a la finca El Limón, información del proceso de siembra del arroz, preparación del terreno, recorrido por el cultivo
- Coffee break
- Recorrido por a la Reserva Jorupe. Caminatas por los senderos para la observación de flora y fauna del lugar
- Almuerzo
- Traslado al Mirador María Auxiliadora
- Visita a la Iglesia Matriz, observación de su arquitectura
- Visita al Altar Patrio
- Discurso sobre la situación de Macará en tiempos de guerra.
- Coffee break
- Visita a la Reserva Laipuna, información del lugar
- Merienda
- Acomodación para Hospedaje
- Noche Cultural
- Noche Cultural

DIA 2

- Desayuno
- Salí da a la reserva Laipuna
- Charla de educación ambiental
- Caminata guiada por los senderos de la eco-ruta
- Almuerzo
- Actividades de recreación en el rio
- Llegada al Puente Internacional Ecuador y Perú
- Observación del lugar, fotografías
- Coffee break
- Retorno a su destino.

Recorrido

📍 Cruz Del Panadero
📍 El Limón

📍 Reserva Jorupe
📍 María Auxiliadora

📍 Iglesia Matriz
📍 Altar Patrio

📍 Reserva Laipuna
📍 Puente internacional

Recomendaciones

Figura 5. Se muestra el recorrido de la primera ruta



Figura 6. Fotografías del recorrido de la primera ruta

Nombre del producto: Macará tradición arrocerera

Ubicación: Macará

Duración: un día **Estilo:** Recorrido

Tabla. 47. Actividades a realizar dentro de las fincas Agroturística y los atractivos turísticos

Macará tradición arrocerera	
Atractivos y fincas	Actividades
Atractivo natural	Llegada al balneario Fondos azules Tiempo de relajación, natación
Atractivo natural	Avistamiento flora y fauna y fotografías.
Fondos azules	
Atractivo natural	Balneario Recinto Militar Hornillos e información del lugar Explicación
Balneario Recinto Militar	sobre la historia del recinto militar Hornillos Recorrido por las instalaciones el lugar, fotografía Opcional recorrido a los petroglifos Pesca deportiva, recreación
Hornillos	
Finca Aparicio	Llegada a la finca Explicación del proceso de selección de las semillas
	Recorrido en la finca, por el sembrío de arroz, mango y cacao Fotografía
Finca Herederos Campoverde	Explicación del proceso de algunos cultivos, desde la siembra hasta su cosecha Recorrido por la piladora de arroz, vista de maquinaria para el cultivo Recorrido por la hacienda e identificación de varias semillas de arroz Fotografía
Finca Anita	Recorrido por la finca, avistamiento de los cultivos de Jamaica, caña de azúcar, cacao, mango, arroz. Observación de la elaboración de los derivados del cacao Visita de la molienda de caña Actividades recreativas

Tabla 48. Itinerario de la ruta agroturística opción 2

ITINERARIO		
Duración:	Inicio: Parque Centra	Fin: finca Flor Anita
Un día		
7H30	Encuentro en el Parque Central	

8H30 Visita al balneario Fondos Azules; Tiempo de relajación, natación, Avistamiento flora y fauna y fotografías.

10H00 Coffee break

11H00 Llegada al Balneario Recinto Militar Hornillos e información del lugar, Recorrido por las instalaciones el lugar, fotografías, Pesca deportiva, recreación.

13H00 Almuerzo

14H00 Llegada a la finca Aparicio y explicación del proceso de selección de las semillas, recorrido en la finca por el sembrío de arroz, mango y cacao, Fotografías

14H40 Llegada, a la Hacienda Herederos Campoverde, explicación de algunos protocolos del cultivo Recorrido por la piladora de arroz, vista de maquinaria para el cultivo, fotografías.

15H30 Llegada a la finca Flor Anita. Historia e información del proceso de siembra de los cultivos, recorrido por la finca, avistamiento de los cultivos de Jamaica, caña de azúcar, cacao, mango, arroz. Observación de la elaboración de los derivados del cacao y visita a la molienda de caña, actividades recreativas.

18H00 Coffee break en la finca Flor Anita

18H30 Retorno a su destino

Recomendaciones: Cumplir con todas las normas indicadas en el itinerario, llevar Zapatos cómodos, Ropa ligera, cómoda y de baño, Protector solar, Repelente, Gorra y gafas, Cámara fotográfica.

Incluye: Alojamiento Alimentación Transporte turístico Asistencia guía Botiquín de primeros auxilios Actividades descritas en el itinerario Seguro de accidentes

No incluye: Gastos personales Bebidas extras, Actividades no contempladas en el itinerario

Infografía

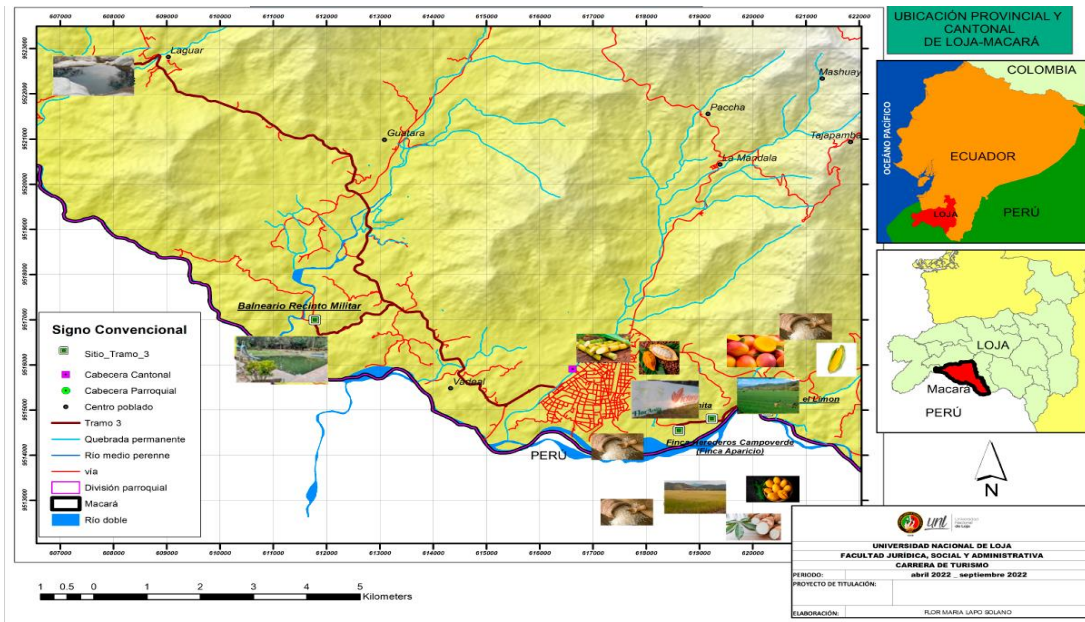


Figura 7. Mapa de ubicación de los atractivos turísticos de la ruta dos

Macará tradición arrocera







<p>Duración</p> <p>Un día</p>	<p>Temperatura</p> <p>25-30°C</p>	<p>Actividad</p> <ul style="list-style-type: none"> Turismo Religioso Arte y Arquitectura Manifestaciones Culturales Gastronomía 	<p>Servicios</p> <ul style="list-style-type: none"> Alimentación Transporte
<p>Tiempo de la ruta</p> <p>12 horas</p>	<p>Dificultad</p> <ul style="list-style-type: none"> Baja Media Media 		
<p>Distancia de la ruta</p> <p>2 km</p>			

Los visitantes disfrutar de un recorrido por los atractivos turísticos y fincas agroturísticas y cada una de las maravillas de productos que se cultivan, así mismo participaran en la elaboración del chocolate artesanal, finalmente realizaran actividades recreativas.

Figura 8. Macará tradición arrocera

Itinerario

- Encuentro en el Parque Central
- Visita al balneario Fondos Azules; Tiempo de relajación, natación, Avistamiento flora y fauna y fotografías.
- Coffee break
- Llegada al Balneario Recinto Militar Hornillos e información del lugar, Recorrido por las instalaciones el lugar, fotografías, Pesca deportiva, recreación.
- Almuerzo
- Llegada a la finca Aparicio y explicación del proceso de selección de las semillas, recorrido en la finca por el sembrío de arroz, mango y cacao, Fotografías
- Llegada, a la Hacienda Herederos Campoverde, explicación de algunos protocolos del cultivo Recorrido por la piladora de arroz, vista de maquinaria para el cultivo, fotografías.
- Llegada a la finca Flor Anita. Historia e información del proceso de siembra de los cultivos, recorrido por la finca, avistamiento de los cultivos de Jamaica, caña de azúcar, cacao, mango, arroz. Observación de la elaboración de los derivados del cacao y visita a la molineta de caña, actividades recreativas.
- Coffee break en la finca Flor Anita
- Retorno a su destino

Macará tradición arrocera

Recorrido

Recorrido

- Fondos azules
- Recinto Militar
- Finca Aparicio
- Finca Herederos Campoverde
- Finca Flor Anita

Figura 9. Recorrido de la ruta



Figura 10. Fotografías de la ruta

6.2.11 Matriz para determinar los costos y las utilidades de la ruta agroturística

El costo de los productos se elaboró individualmente con precios dados por prestadores de los servicios turísticos.

Tabla 49. Costos de la ruta Macará mi tierra linda.

Detalle	Costo de producción	Utilidad 20%	Precio de venta por pax
Visita al Atractivo Cultural “Cruz del Panadero			
✓ Guianza	\$ 2,50	\$ 0,50	\$ 3
Visita a la finca “El Limón			
✓ Guianza	\$ 3,75	\$ 1,15	\$ 6.90
✓ Coffe break	\$ 2		
Visita al Atractivo Natural “Reserva Jorupe			
✓ Guianza	\$ 7,50	\$ 2,50	\$ 15
✓ Almuerzo	\$ 5		
Visita al Atractivo cultural “Mirador María Auxiliadora			
✓ Guianza	\$ 2,50	\$ 1	\$ 3,50
Visita al Atractivo cultural “Iglesia Matriz			
✓ Guianza	\$ 2,50	\$ 0,90	\$ 5.50
✓ Coffee break	\$ 2		
Los Rosales			
✓ Hospedaje (Acomodación doble)	\$ 15	\$ 3	\$ 18
Sabor Selecto			
✓ Merienda	\$ 4	\$ 1,40	\$ 8,40
✓ Desayuno	\$ 3		
Visita a la “Reserva Laipuna”			
✓ Guianza	\$ 7	\$ 2,80	\$ 16.80
✓ Almuerzo	\$ 5		
✓ Coffe break	\$ 2		

✓ Transporte	\$ 12	\$ 2,40	\$ 14,40
Visita al atractivo Cultural			
Puente internacional			
✓ Coffe break	\$ 2	\$ 0,67	\$ 4,02
✓ Transporte	\$ 6	\$ 1,27	\$ 7,20
Total	\$ 83,75	\$ 17,59	\$ 102,72

Tabla 50. Costos de la ruta agroturística Macará tradición arrocera

Detalle	Costo de producción	Utilidad 20%	Precio de venta por pax
Visita al atractivo natural			
fondos azules			
Coffee break	\$ 2	\$ 0,67	\$ 4,02
Guianza	\$ 1,35		
Visita al Atractivo Natural			
“Balneario Recinto Militar Hornillos”			
Almuerzo	\$ 5	\$ 1,27	\$ 7,62
Guianza	\$ 1,35		
Visita a finca “Finca Aparicio			
✓ Guianza	\$ 2,50	\$ 0,50	\$ 3
Visita a finca “Hacienda			
Herederos Campoverde”			
✓ Guianza	\$ 2,50	\$ 0,50	\$ 3
Visita a finca “Finca Flor Anita”			
✓ Guianza	\$ 2,50	\$ 1,50	\$ 9
✓ Almuerzo	\$ 5		
Servicio de Transporte			
✓ Transporte	\$ 6	\$ 1,20	\$ 7,20
Total	\$ 28,2	\$ 5,64	\$ 33,84

6.3 Estrategias de comercialización de los productos turísticos.

Las estrategias fueron en base a las entrevistas y encuestas, las mismas que son diseñadas tomando en cuenta los productos y las actividades turísticas para los visitantes; serán promocionadas de manera digital y tradicional; para ello se ha determinado algunos canales de difusión para las rutas, los cuales son: Redes Sociales (Instagram, y Facebook) Proponer una feria agroturística donde puedan participar todos los emprendedores y promocionar la Ruta turística que le corresponda a cada territorio. Diseño de souvenirs para la promoción de las rutas agroturísticas. Elaboración de las fichas generales para cada estrategia planteada. A continuación, se detallan cada uno de las fichas para cada estrategia

Tabla 51. Estrategias de promoción: Plataforma de Facebook e Instagram

Nombre de la estrategia	
Plataforma de Facebook e Instagram	
Objetivos. Diseñar el perfil en redes sociales que permita conocer las actividades presentadas en las rutas. Crear contenido permanente en las plataformas de Facebook e Instagram para la difusión de las rutas. Aumentar el número de demanda para la actividad turística en el cantón Macará.	
Actividades	Creación de las páginas Facebook e de imágenes y Actividades a realizar en la ruta
Características	
Herramientas	Computadora o celular móvil Programas de edición de imágenes
Responsables	Responsables de la unidad de turismo cantonal Representantes del GAD Cantonal
Visión de futuro	de Posicionar las Rutas del cantón Macará como un potencial turístico nacional e internacional, a base de productos con identidad territorial, los que organizan y alinean los elementos agroturísticos pertenecientes al territorio.

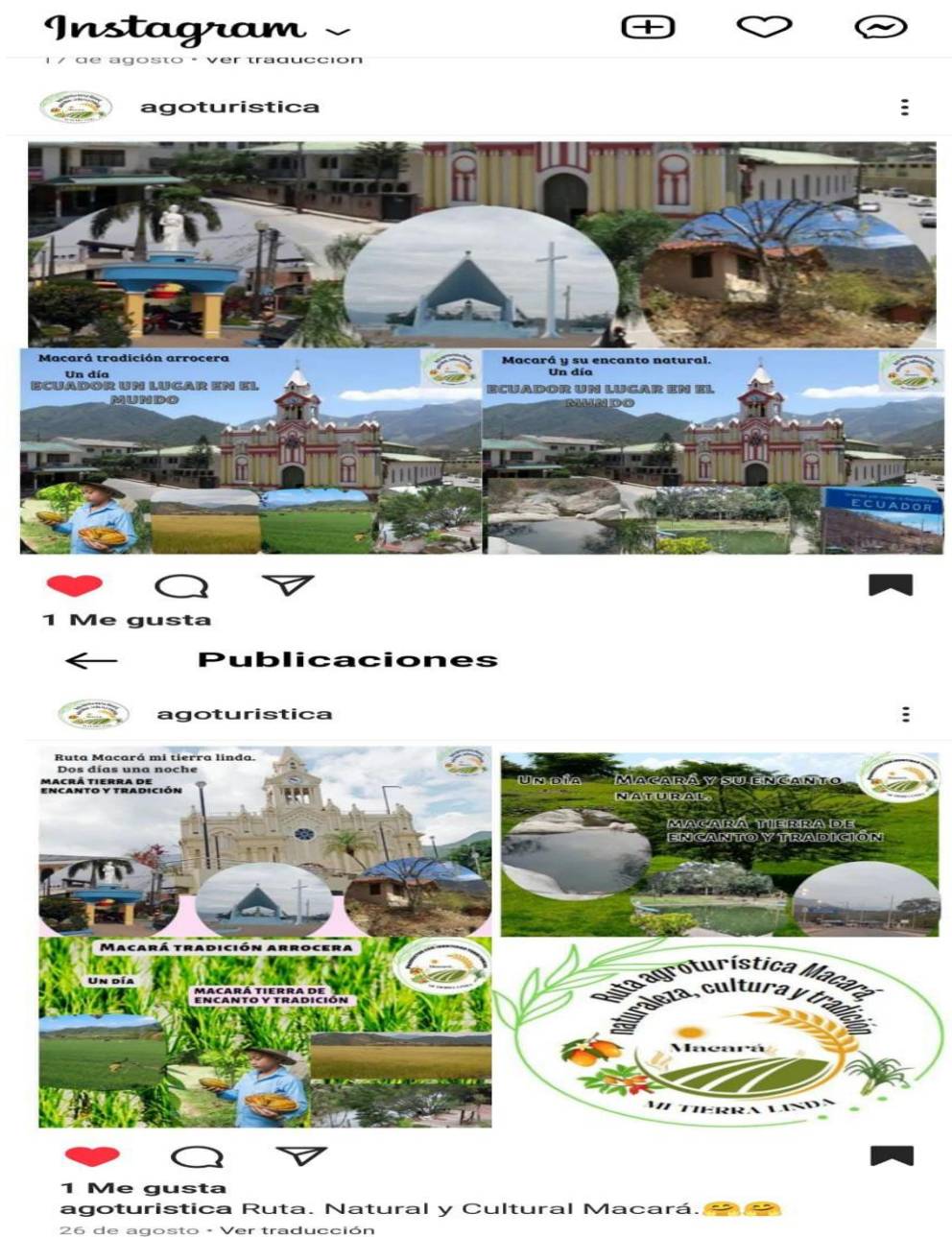
Descripción

La publicidad realizada en las redes sociales sirve para dar un mayor alcance turístico, promocionando las actividades y recursos que se van a realizar dentro de las rutas turísticas.

Diseño
Facebook



Diseño
Instagram



Precio	\$ 1 por día Alcance estimado, 557 mil y 16,710mil personas por 30 días
Facebook	
Precio	\$ 1 por día Alcance estimado, 70 mil y 2,100mil personas por 30 días
Instagram	

Tabla 52. Feria agroturística.

Tabla 53. Souvenirs para la promoción de las rutas en la feria turística

Souvenirs para la promoción de la ruta agroturística.

Nombre de la estrategia	
Objetivo.	Diseñar souvenirs para la promoción turística de las rutas del cantón Macará Promover el turismo del cantón mediante recuerdos con el logo de las rutas.
Actividades	Diseño del modelo, Elaboración de souvenirs para la promoción de la ruta agroturística. Dejar en la Unidad de turismo para su comercialización.
Características	
Herramientas	Computadora, hilo de algodón, hilo de yute, crochet, aguja, sublimación y equipos para impresión
Responsables	Responsables de la Unidad de Turismo Representantes del GAD Cantonal
Visión a futuro	Posicionar las rutas como productos turísticos del cantón Macará, mediante los souvenirs para su visualización en los diferentes visitantes.
Descripción	La elaboración de los souvenirs será para la venta, los cuales son llaveros, bolsos y sacos; con el fin de promocionar el turismo del cantón mediante recuerdos con el producto PIT que tiene el cantón.

Diseño de los materiales



	Precio
Llaveros	\$ 1
Bolsitas	\$ 1.50
Sacos	\$ 2

7. Discusión

La metodología empleada en el trabajo de investigación permitió obtener datos generales sobre la oferta y demanda de los servicios turísticos del cantón Macará, mediante la visita de campo a los atractivos turísticos y el análisis del catastro turístico justo con el manual de Marvin y el IICA (2019); dando como resultado que no cuenta con una infraestructura turística suficiente en el sector de estudio como lo plantea (Padilla et. al, 2019), quien manifiesta que, de acuerdo al trabajo e investigación de campo, se debe destacar la ubicación geográfica, clima, actividad económica, atractivos turísticos, accesibilidad, productos que se cultivan en las fincas de la localidad etc. En cuanto a la situación actual se pudo identificar la situación en tiempo real de las fincas y haciendas, ya que 5 cuentan con 7 productos agrícolas y una finca tiene 3 productos artesanales. Esto también implica la incorporación de atractivos turísticos para crear productos para su posterior promoción, permitiendo así el desarrollo potencial de las actividades turísticas del cantón. Por otro lado, se logró recopilar información actualizada mediante entrevistas a dueños de las fincas y autoridades de la localidad, para ayudar a establecer la oferta así mismo mediante la encuesta se pudo lograr el establecimiento de la demanda para los productos turísticos.

De la misma manera, Macará cuenta con una gran variedad de atractivos naturales y culturales, los cuales no han sido aprovechados por falta de interés y recursos de las autoridades sobre los atractivos turísticos, lo que se corrobora con (Carvajal et. al, 2018), que definen como recursos turísticos todos los bienes y servicios que son producto de las actividades del hombre y de los medios con los que cuenta, con el fin de hacer posible la actividad turística y satisfacer las necesidades de la demanda, a base de todos los recursos en un espacio determinado que forman parte del patrimonio turístico.

Por otro lado, los propietarios de las fincas cuentan con la predisposición para apoyar a la creación de los productos turísticos, apoyados de los recursos tanto naturales y culturales del cantón, y así aprovechar el potencial para la creación de productos de calidad, ya que Macará cuenta con algunas fincas con productos agrícolas; sin embargo, los propietarios no cuentan con conocimientos técnicos para el desarrollo del turismo. Corroborando con lo mencionado por Nasimba & Ceja.2015), quienes mencionan que los productos turísticos son el conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos y atractivos, equipamientos e infraestructuras, servicios, actividades con un valor agregado que contribuirán a obtener beneficios como potencial turístico de una determinada zona o lugar para satisfacer las necesidades y deseos

de los visitantes, a cambio de un cierto precio por ser un conjunto de elementos tangibles e intangibles que permiten el desarrollo de actividades específicas de los destinos determinados.

Para elaborar las rutas se hizo mediante el manual de rutas e itinerarios turístico (MINTUR, 2018) donde se estructura y se selecciona los servicios a incluir en cada una de las rutas, costos y utilidades. Los elementos que se tomó en cuenta son las actividades que se desarrollan en torno al turismo y el esparcimiento, como son charlas sobre el proceso del cultivo de los productos agrícolas, elaboración del producto artesanal como es el chocolate, visita a la molienda, caminatas por los senderos, avistamiento de flora y fauna, visita e interpretación de algunos atractivos turísticos. La propuesta de los productos turísticos denominada “Ruta agroturística Macará naturaleza, cultura y tradición” se determinó de acuerdo al diagnóstico obtenido dentro de las fincas establecidas; así como, los segmentos turísticos y los canales que pueden ser aprovechados para el desarrollo de actividades, información y servicios turísticos. Mediante la teoría de (Burin, 2017) que menciona que las estrategias en comercialización significa analizar los negocios desde lo económico y lo financiero, para mejorar las oportunidades a futuro, enfocadas a la gestión de todos los recursos y la satisfacción de las necesidades económicas y sociales de los productores, los que deberán enfrentar competidores sin saber muchas veces sus objetivos y planes, de operar en un mercado que no conoce, y tratar de entender qué quieren los clientes hoy y en el futuro.

Las estrategias que se identificaron para la promoción de las rutas son la creación de una fanpage en la Plataforma de Facebook e Instagram, Feria agroturística y Souvenirs para la promoción de los productos turísticos propuestos.

8. Conclusiones

Las fincas agropecuarias del cantón Macará cuentan con recursos agrícolas y artesanales, los mismos que no son aprovechados para realizar actividades agroturísticas, esto por falta de conocimiento técnico en los propietarios de fincas y haciendas.

A pesar del potencial turístico que tiene el cantón Macará, no cuentan con infraestructura adecuada y señalética turística en fincas y en los atractivos turísticos identificados en el estudio; por ello es otra limitante que impide el desarrollo del turismo.

Se diseñó productos turísticos para que la comunidad y las familias involucradas, puedan reactivarse a través de las actividades turísticas en el cantón, así como impulsar su economía de manera sostenible.

Los Productos turísticos diseñados como las rutas agroturísticas, permitirán complementar el desarrollo económico dentro de las fincas, además que involucran recursos naturales y culturales que existen en el cantón Macará.

Las estrategias planteadas para la promoción y difusión de las rutas, se propusieron en base a los resultados de las encuestas y las entrevistas a los actores clave, lo que da más validez a lo planteado en el presente proyecto.

9. Recomendaciones

Para que esta propuesta del producto turístico pueda ser aplicada, se recomienda al GAD cantonal, gestionar recursos para apoyar a proyectos agroturísticos que aprovechen los recursos presentes en cada finca y hacienda, además de los atractivos turísticos complementarios.

Se recomienda al GAD cantonal de Macará que incentive a los emprendedores turísticos, para que formen parte de proyectos basados en PIT, como de agroturismo; para de esta manera ayudar al fortalecimiento turístico del cantón y al mejoramiento del destino como tal.

Se recomienda a los propietarios de las fincas, cultivar productos PIT de buena calidad e implementar infraestructura turística en algunas fincas y haciendas, para así ser partícipes de proyectos de agroturismo que cumplan con todos los servicios necesarios para el turista.

Se recomienda a la Unidad de Turismo del cantón Macará brindar talleres de capacitación a todos a los actores turísticos, bajo la cooperación directa entre las instituciones públicas o privadas, con temas de servicio al cliente, cultura turística, BPM, patrimonio natural y cultural.

A la Universidad Nacional de Loja, Carrera de Turismo realizar investigaciones sobre productos con identidad territorial, que servirán como base para futuros proyectos, investigaciones o aportes que beneficien a diferentes sectores geográficos.

10. Bibliografía

- Académico, V. (2021). *Janeth ordoñez*. 14-15.
- Boullón, R. C. (2006). Planificación del espacio turístico. En *Trillas*. <http://prepacihuatlan.sems.udg.mx/sites/default/files/planificaciondelespacioturistico roberto c.boullon.pdf>
- Bringas Rábago, N. L., & Ojeda Revah, L. (2000). El ecoturismo: ¿una nueva modalidad del turismo de masas? *Economía Sociedad y Territorio*. <https://doi.org/10.22136/est002000436>
- Burin, D. (2017). 5. Estrategias de comercialización. En *Manual de Facilitadores de Procesos de Innovación Comercial* (Vol. 1). <http://repositorio.iica.int/bitstream/11324/3153/7/BVE17089159e.pdf>
- Carvajal Zambrano, G. V., & Lemoine Quintero, F. A. (2018). Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente. *El Periplo Sustentable*, 12(34), 164-184. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362018000100164#:~:text=interés del visitante.-,El concepto de atractivo turístico se define como el conjunto,desplazamientos desde su lugar de
- Constitución de la Republica del Ecuador 2008*. (s. f.). Recuperado 19 de mayo de 2022, de <https://www.cosede.gob.ec/wp-content/uploads/2019/08/CONSTITUCION-DE-LA-REPUBLICA-DEL-ECUADOR.pdf>
- Ecuador, M. de T. del. (2018). *Manual Generacion de Rutas e Itinerarios Turisticos*.
- José Quino. (2021). Plan de Desarrollo Turístico del cantón Macará. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2021. <https://bit.ly/3HfheTA>
- MINTUR. (2018). *MANUAL DE RUTAS E ITINERATUR*.
- Molinero, P. (2019). Tendencias del turismo cultural. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(6), 1101-1112. <https://doi.org/10.25145/J.PASOS.2019.17.076>
- Morán, L., Blanco, M., Zappiño, V., Riveros, H., & González, M. (2016). Valorización turística de Productos con Identidad Territorial (PIT) Guía para el diseño de productos agroturísticos. *Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA)*, March, 1-54.
- Organización Mundial de Turismo. (2019). UNWTO Tourism Definitions. En *UNWTO Tourism Definitions*. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- Padilla Campoverde, D. A., Erazo Álvarez, J. C., & Narváez Zurita, C. I. (2019). Diagnóstico

situacional del potencial turístico de la parroquia Ricaurte, Azuay. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 4, 376. <https://doi.org/10.35381/r.k.v4i1.462>

Seco, S. de E. para A. E. (2014). *2014, Seco, Perú Manual para la planificación de productos turísticos*. 11.

11.Anexos

Anexo N° 1. Decreto de director




unl

Universidad
Nacional
de Loja

Carrera de Administración Turística
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y
ADMINISTRATIVA

Presentada el día de hoy, 12 de mayo de 2022, a las 08h40.- Evacuada la diligencia otórguese lo solicitado por la persona interesada e incorpórese al expediente académico.- **LO CERTIFICO.**


ENA REGINA PELÁEZ SORIA
Firmado digitalmente por
ENA REGINA PELÁEZ SORIA
Fecha: 2022.05.12 16:39:28
-05'00'
Dra. Ena Regina Peláez Soria, Mg. Sc.
**SECRETARIA ABOGADA DE LA FACULTAD
JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

Loja, 12 de mayo de 2022, a las 08h45.- De conformidad a las competencias establecidas en el Art. 134 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, al informe favorable de pertinencia de estructura y coherencia conforme lo determinado en el Artículo 134 del RRA-UNL, emitido por ella **Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga, Mg. Sc.** docente de la Carrera de "PROPUESTA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS CON IDENTIDAD TERRITORIAL PARA EL CANTÓN MACARÁ, PROVINCIA DE LOJA". Presentado por ella postulante: **LAPO SOLANO FLOR MARIA**, estudiante de la Carrera de Administración Turística (Modalidad Presencial), previo a optar el Grado de: **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA** se autoriza la ejecución de tesis, y se designa como Director/a de Tesis a la Docente: **Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga, Mg. Sc.** Conforme lo ordenado en el Art. 136 RRA-UNL.- **NOTIFIQUESE** para que surta los efectos de Ley que corresponden.-


Augusto Neira Hinojosa
**DIRECTOR DE LA CARRERA
DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

Loja, 12 de mayo de 2022, a las 08h50.- Notifico con el Decreto y la providencia que antecede con la designación legal y formal de Director/a de Tesis, a la Docente: **Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga, Mg. Sc.** para el efecto deberá observarse estrictamente lo establecido en los artículos 137 y siguientes del RRA-UNL.- Para constancia firman en unidad de acto, para los fines que se persiguen.


Augusto Neira Hinojosa, Mg. Sc.
DIRECTOR DE LA CAT


Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga, Mg. Sc.
DIRECTOR/A DE TESIS


ENA REGINA PELÁEZ SORIA
Firmado digitalmente por
ENA REGINA PELÁEZ SORIA
Fecha: 2022.05.12 16:39:37
-05'00'
Dra. Ena Regina Peláez Soria, Mg. Sc.
**SECRETARIA ABOGADA DE LA FACULTAD
JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

Anexo N° 2. Certificado de inglés



ACADEMIA SOFÍA ECUADOR

Today a learner. Tomorrow a leader

Address: España 467-55 y Brasil - Phone: 0996518437

Email: academiasofia123@gmail.com

Prohibida la reproducción total o parcial. Todos los derechos reservados ©

Loja, 5 de abril de 2023

M.Ed. Fredy Mauricio Cueva Bravo

DIRECTOR DE ACADEMIA SOFÍA ECUADOR - CENTRO DE ENSEÑANZA DE IDIOMAS Y CLASES DE CONVERSACIÓN

CERTIFICA:

Que el resumen del Trabajo de Integración Curricular de la aspirante **LAPO SOLANO FLOR MARÍA** de CI: **1105715229**, ha sido traducido al inglés y cumple con las características propias del idioma extranjero y corresponde exactamente con la versión del mismo en español. Consecuentemente, autorizo el uso del presente certificado según crea conveniente. Adjunto documento.

1. Resumen

El presente trabajo titulado "Propuesta de Productos Turísticos con Identidad Territorial para el cantón Macará, Provincia de Loja", Ya que parte de la perspectiva del Buen Vivir, siendo productos potenciales que pueden ser comercializados dentro de la localidad, lo nacional e internacional. Para el trabajo de investigación se planteó como objetivo general: Crear productos turísticos con identidad territorial para el cantón Macará, provincia de Loja. Así mismo, se plantearon tres objetivos específicos: Diagnosticar el potencial agroturístico del cantón Macará, se empleó el modelo de la ficha para el levantamiento de información del diagnóstico turístico y la situación actual del cantón Macará y los principales atractivos turísticos, así mismo se utilizó la ficha que permitió la recolección de información, de las fincas agroturísticas lo que se pudo identificar los productos agrícolas, y artesanales que poseen algunas fincas y haciendas se realizó entrevista a los propietarios de las fincas y a las autoridades del cantón sobre los



ACADEMIA SOFÍA ECUADOR

Today a learner. Tomorrow a leader

Address: España 467-55 y Brasil - Phone: 0996518437

Email: academiasofia123@gmail.com

Prohibida la reproducción total o parcial. Todos los derechos reservados ©

Productos con Identidad Territorial (PIT), posterior a ello se realizó la encuesta y por último se utilizó el FODA cruzado. En el segundo objetivo, Diseñar productos turísticos, basados en los recursos turísticos previamente identificados en el cantón Macará, para el desarrollo de los productos se utilizó las siguientes dos fases la primera el análisis de destino para la estructura de la ruta la segunda el diseño de la ruta para establecer las actividades, servicios a incluir y por último el costo de la utilidad. El tercer objetivo. Identificar las estrategias de comercialización de los productos turísticos. Se identificó las estrategias para la promoción turista, Plataforma de Facebook e Instagram, Feria agroturística para la Promoción y difusión del cantón, Souvenirs para la promoción de la ruta agroturística. Se concluye que los productos con identidad territorial permitirán generar nuevos ingresos económicos dentro de las fincas y haciendas siendo un eje principal para la reactivación del turismo del cantón Macará. Se recomienda al GAD cantonal en unión con las instituciones públicas y privadas, se gestione la implementación de infraestructura turística, así como el apoyo a los emprendimientos turísticos con nuevas iniciativas para los productores agrícolas.

Palabras claves: Desarrollo turístico, agroturismo, PIT, estrategias de promoción, fincas agroturísticas.

1. Abstract

The present work titled "Proposal of Touristic Products with Territorial Identity for the Macará Canton, Loja Province", stems from the perspective of Good Living, being potential products that can be commercialized within the community, the country and beyond borders. The general objective of the research was to create touristic products with territorial identity for the Macará Canton, Loja Province. Likewise, three specific objectives were proposed: To diagnose the agro-touristic potential of the Macará Canton, the model of the form was used to gather information on the touristic diagnosis and the current situation of the Macará Canton and its main touristic attractions. Similarly, a form was used to collect information on agro-touristic farms, which made it possible to identify the agricultural and artisanal handmade products that some farms



ACADEMIA SOFÍA ECUADOR

Today a learner. Tomorrow a leader

Address: España 467-55 y Brasil - Phone: 0996518437

Email: academiasofia123@gmail.com

Prohibida la reproducción total o parcial. Todos los derechos reservados ©

and farms possess. Interviews were conducted with the owners of the farms and with the authorities of the Canton regarding the Products with Territorial Identity (PIT), and subsequently, a survey was conducted, followed by the use of the SWOT analysis.

The second objective was to design touristic products based on the touristic resources previously identified in the Macará Canton. To develop the products, the following two phases were used: The first was the destination analysis for the structure of the route, and the second was the design of the route to establish the activities, services to include, and finally, the cost of utility.

The third objective was to identify the marketing strategies for the touristic products. The strategies for tourist promotion were identified, such as the Facebook and Instagram platform, an agro-touristic fair for the promotion and dissemination of the Canton, and souvenirs for the promotion of the agro-touristic route.

It is concluded that the products with territorial identity will allow for generating new economic income within the farms and haciendas, being a main axis for the reactivation of tourism in the Macará Canton. It is recommended that the cantonal GAD, in conjunction with public and private institutions, manage the implementation of touristic infrastructure, as well as support touristic ventures with new initiatives for agricultural producers.

Keywords: Touristic development, agrotourism, PIT (Products with Territorial Identity), promotion strategies, agro-touristic farms.

Lo certifico en honor a la verdad.

M.Ed. Fredy M. Cueva Braya

DIRECTOR

R.U.C. 1103302319001
© 099 651 8437

Anexo. N° 3. Ficha para la caracterización del territorio

ALGUNAS VARIABLES DE LA DIMENCIÓN SOCIOCULTURAL	
Algunas variables de la dimensión sociocultural	
Historia:	Cultura y tradiciones:
Estructura y procesos demográficos:	Conflictos sociales:
Ingresos:	Actitud de la población local hacia el turismo:
Algunas variables de la dimensión económica	
Actividad económica	Mano de obra
Tipo de empresas	Acceso a mercado
Tecnología	
Algunas variables de la dimensión ambiental	
Ubicación geográfica	Flora y fauna
Superficie territorio y uso de suelo	Recursos hídricos
Clima	Situación ambiental
Paisaje	

Anexo. N° 4. Formato de la entrevista para propietarios de establecimientos

turísticos del cantón Macará



1859



Universidad
Nacional
de Loja

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

Entrevista empresarios turísticos La presente entrevista se realiza con la finalidad de obtener información de los propietarios de los establecimientos turísticos y no turísticos del cantón Macará, con el fin de obtener información para la creación de un producto turístico.

Numero de entrevista _____ Fecha _____ Nombre de la institución: _____ Nombre del entrevistado: _____ ¿Conoce que son los productos turísticos con identidad territorial? ¿Está de acuerdo en que se realice una propuesta de los productos turísticos en el Cantón Macará? ¿Estaría dispuesto a participar en la creación de nuevos productos turísticos para el cantón? Si y como ¿Según su criterio, cuales considera que pueden ser los recursos turísticos para la creación de un nuevo producto turístico en el cantón? ¿Cree que el aporte de este producto turístico beneficie al crecimiento económico y turístico del cantón? ¿Qué medios promocionales considera que sean los más adecuados para la difusión de los productos turísticos de la localidad?

Gracias por su colaboración

Tabla 54. Tabla de la entrevista de los Empresarios turísticos

Pregunta	Entrevistado
1. ¿Conoce que son los productos turísticos con identidad territorial?	Los 6 entrevistados
Con respecto a la primera pregunta todos los entrevistados respondieron que, si conocen sobre los productos turísticos que existen en la localidad, mas no los productos con identidad.	
2. ¿Está de acuerdo en que se realice una propuesta de los productos turísticos en el Cantón Macará?	Entrevistado 1,4,5,6 Entrevistado 2,3

Los entrevistados 1,3,5,6 respondieron que si están de acuerdo que se realice la propuesta de productos que vaya encaminado al progreso turístico del cantón.

Los entrevistados 2,4 también apoyan a cada propuesta que se realice siempre y cuando todo sea para el beneficio del desarrollo del turismo del cantón.

3. ¿Estaría dispuesto a participar en la creación de nuevos productos turísticos para el cantón? Si y como	Entrevistado 1,4,5 Entrevistado 2,3,6
---	--

Los entrevistados 2,3,6 Si están de acuerdo con la creación de los nuevos productos ya que con eso se puede conocer cada uno de los productos existentes y poder complementarlos y se realizaría la difusión y se daría a conocer los productos que tiene nuestro cantón.

Los entrevistados 1,4,5 mencionaron que si están de acuerdo ya que ellos aportarían con algunos servicios para la creación de los productos y así puedan dar a conocer a más turistas los nuevos productos ofertados.

4. ¿Cree que el aporte de este producto turístico beneficie al crecimiento económico y turístico del cantón?	Entrevistado 1,3,5 Entrevistado 2,4,6
---	--

Los entrevistados 1,3,5 de acuerdo a la quinta pregunta dijeron que al momento de ejecutar los productos turísticos se el beneficio económico y formen parte del turismo de nuestro cantón así mismo se desarrollen las actividades y el GAD trabaje en el mejoramiento de la infraestructura en los diferentes atractivos, así como también apoyo al eje productivo basado en el turismo, y de esa manera trabajar mancomunadamente, sector público y privado.

Los entrevistados 2,4,6 también que al momento de la ejecución de los productos traerá un beneficio tanto económico y turístico para el productor como para toda la localidad, con la afluencia de los turistas locales nacionales e internacionales que nos visitan.

5. ¿Qué medios promocionales considera que sean los más	Entrevistado 1,4,5,6 Entrevistado 1,2,3
--	--

adecuados para la difusión de los productos turísticos de la localidad?

Los entrevistados 1,4,5,6 mencionan que los medios principales para la publicidad son las redes sociales ya que en ella los turistas pueden conocer cualquier lugar turístico que oferta el cantón.

Los entrevistados 1,2,3 mencionaron que los mejores medios para la difusión serían las redes sociales, así como también las ferias turísticas y la radio y televisión.

Aplicación de entrevistas a los empresarios turísticos



Figura 11. Aplicación de entrevistas a empresarios turísticos

Anexo. N° 5. Entrevista a autoridades seccionales



Universidad
Nacional
de Loja

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

La presente entrevista se realiza con la finalidad de obtener información de las actividades turísticas que pueden ayudar generar ideas y motivación para la creación de un producto turístico en el cantón Macará. **Numero de entrevista** _____ **Fecha** _____

Nombre de la institución: _____ **Nombre del entrevistado:** _____

¿Existe un producto turístico identificado en el cantón? ¿Cómo se lo está fortaleciendo? ¿Qué cree que se debería incluir en un producto turístico para el cantón? ¿De qué manera puede apoyar su institución para el desarrollo del turismo en el cantón? ¿Cree que el aporte de este producto turístico beneficie al crecimiento económico y turístico del cantón? ¿Qué beneficios podría tener la creación de nuevos productos turísticos para el Municipio de Macará? ¿Con qué producto agroturístico identifica al cantón? ¿El GAD incluye en la planificación de actividades turísticas a la comunidad en general? ¿De qué manera? ¿Qué medios promocionales considera que sean los más adecuados para la difusión de los productos turísticos de la localidad?

Gracias por su colaboración

Tabla 55. Autoridades seccionales

Pregunta	Entrevistado
¿Existe un producto turístico identificado en el cantón? ¿Cómo se lo está fortaleciendo?	Entrevistado 1,4,5,6 Entrevistado 2,3
<p>Los entrevistados 1,4,5,6 supieron mencionar Si existe un producto turístico. Y que siempre lo está fortaleciendo como son las festividades de la feria Fronteriza Binacional y las fiestas de cantonización que se realizan en el mes de agosto y septiembre ya que para nosotros es un producto turístico muy importante lo cual conlleva un fluido de turistas a nivel provincial y nacional e internacional por parte del Perú y siempre lo potencializando.</p>	
<p>Entrevistados 2,3 Tenemos la guía turística donde se da a conocer los productos turísticos y se lo está fortaleciendo mediante la difusión local como provincial.</p>	
¿Qué cree que se debería incluir en un producto turístico para el cantón?	Entrevistado 2,3,4,6 Entrevistado 1,5

Los entrevistado 2,3,4,6 dijeron estar trabajando con la unidad de turismo es sobre la planta turística y están empezando a implementar la infraestructura turística como es la adecuación de los balnearios lo que están deteriorados.

Lo entrevistados 1,5,3 mencionaron que se deberá trabajar en lo que es el registro de origen de la localidad en los productos turístico agrícolas.

¿De qué manera puede apoyar su institución para el desarrollo del turismo en el cantón?	Entrevistado 1,4,5
	Entrevistado 2,3,6

Los entrevistados 1,4,5 supieron mencionar que ellos como GAD Municipal están trabajando en conjunto con la unidad de turismo para comenzar a promocionar a Macará y sus atractivos, para ello se trabajará en la infraestructura turística ya que es necesaria para el desarrollo turístico.

Los entrevistados 2,3,6 mencionaron que ellos apoyarían como es con la seguridad tanto a la localidad como para los turistas que visitan en cantón.

¿Cree que el aporte de este producto turístico beneficie al crecimiento económico y turístico del cantón?	Entrevistado 2,4,5
	Entrevistado 1,3,6

Los entrevistados Entrevistado 2,4,5 señalaron que al momento de implementar la infraestructura a los atractivos eso quiere decir que le van a dar un valor agregado por ende tendremos mayor afluencia de turistas a estos atractivos turísticos que existen en el cantón.

Entrevistado 1,3,6 Así como también mejorando la infraestructura de cada uno de los atractivos se podrá dar a conocer y promocionarlos cada uno de los atractivos y puedan visitar los turistas

¿Qué beneficios podría tener la creación de nuevos productos turísticos para el Municipio de Macará?	Entrevistado 1,3,4
	Entrevistado 2,5

Los entrevistados 1,3,4 Mencionaron que el municipio de Macará sería beneficioso ya que nuestro alcalde siempre está empeñado a colaborar con el turismo y como autoridad quedar bien en esta administración al momento de que estos productos turísticos puedan ser fortalecidos y se ponga en marcha para un buen desarrollo turístico.

Los entrevistados 2,5,6 manifestaron que el beneficio es hacer conocer al Cantón Macará a nivel cantonal provincial, nacional, e internacional en el cual podría dar renombre a nuestro cantón y proporcionen la creación de los nuevos productos siendo fuentes de trabajo y crecimiento para los pequeños emprendedores.

¿Con qué producto agroturístico identifica al cantón?	Todos los Entrevistados
--	-------------------------

Todos los entrevistados mencionaron que el producto agroturístico estrella de Macará es el arroz.

¿El GAD incluye en la planificación de actividades turísticas a la comunidad en general? ¿De qué manera?	Entrevistados 2,5,6, Entrevistados 1,3,4
---	---

Los entrevistaron 2,3,5,6 supieron manifestar que si están trabajando en una planificación de capacitaciones para que se lleve a cabo en las festividades y así con los que van a participar dentro de las ferias turísticas que se desarrollaran en las festividades Cantonales.

Los entrevistados 1,2,3,4 también mencionaron que el GAD trabajara en el mejoramiento de la infraestructura en los diferentes atractivos, así como también apoyo al eje productivo basado en el turismo, Siendo otra de la prioridad trabajar con la vialidad que actualmente está en malas condiciones provocando incomodidad a los visitantes que deseen ingresar a los atractivos turísticos que tiene el cantón Macará.

¿Qué medios promocionales considera que sean los más adecuados para la difusión de los productos turísticos de la localidad?	Todos los entrevistados
---	-------------------------

Todos los entrevistados supieron decir que las redes sociales ya que son tecnologías que están al día y que permiten dar a conocer a nivel nacional e internacional.

Aplicación de entrevistas a las autoridades del cantón



Figura 12. Aplicación de entrevistas a autoridades seccionales

Anexo N° 6. Ficha de fincas agroturísticas

Inventario de atractivo agroturístico de la finca			
Propietario			
Cultivos de la finca			
Cultivo que predomina en la finca			
Maquinaria que utiliza para la preparación de la tierra			
Tipo de abono orgánico			
Clasificación		Tiempo:	Ciclo:
Localidad		Dirección:	
Fotografía N° 1	Descripción:		
Coordenadas geográficas	Latitud:	Longitud:	Altitud :
Administrador			
Comercialización			
Observaciones			

Anexo N° 7. Formato para la caracterización de productos con identidad territorial

1. Identificación del producto

1.1 Nombre común del producto:

1.2 Otros nombres dados al producto en el territorio o fuera de él.....

2. Vínculo del producto con el territorio

2.1 ¿El producto se produce exclusivamente en el territorio? Sí... No....

¿En cuáles otros lugares se produce?.....

2.2 ¿Desde hace cuántos años se produce/elabora el producto en el territorio?.....

2.3 ¿Cuál es el lugar geográfico al cual se asocia el nombre del producto?.....

2.4 ¿Qué nivel de dependencia existe entre las particularidades del producto con respecto a la biodiversidad local: suelo, clima, insumos, cultura-saber hacer, ¿relación con otros PIT?.....

2.5 ¿Existen imitaciones del producto? No..... Sí.... ¿Cuáles?

2.6 ¿Existen acciones formales o informales dirigidas a reconocer la fama o tradición del producto?

¿Cuáles?.....

3. Oferta

3.1 Si es un producto agrícola ¿Cuál es el área cultivada del producto (ha)?.....

3.2 Si es un producto procesado ¿Cuál es el número de unidades empresariales y/o familiares dedicados

a la elaboración del producto?.....

3.3 ¿La oferta del producto es permanente o estacional?.....Si es estacional

¿en qué época del año se concentra?.....

3.4 ¿Quiénes son los principales productores/procesadores/cocineros, artesanos?.....

3.5 ¿Cuál es el porcentaje aproximado de la población del territorio que participa en la producción, elaboración y comercialización del producto?.....

3.6 ¿Cómo es la tecnología predominante en la producción/procesamiento? Casera (artesanal)...

Semi – industrial..... Ambas.....

3.7 ¿Qué nivel de formalización predomina en las unidades empresariales dedicadas a la elaboración del producto? Baja.....Media.....Alta.....

3.8 ¿Existen algunas formas de organización de los productores del territorio?

¿Cuáles?.....

4. Demanda

4.1 ¿Quiénes son los principales consumidores del producto?.....

4.2 ¿Es evidente el reconocimiento de los consumidores del producto como propio del territorio?

Sí.....No.... Explique.....

4.3 ¿La demanda del producto es permanente o más bien estacional?.....

5. Comercialización

5.1 ¿En qué forma se presenta el producto para su venta? (describa el empaque, tamaño y peso)

5.2 ¿Quiénes comercializan el producto?.....

5.3 ¿Cuál es el mercado del producto?

Local.....Regional.....Nacional...Exportación.....

5.4 ¿Cuál es el número aproximado de puntos de venta en el territorio?

5.5 ¿Existe evidencia de que el producto es demandado fuera del territorio? Sí.... No....

¿Por

quién?.....

Anexo N° 8. Clasificación y priorización del PIT del cantón Macará

Características presentes en los PIT		
Criterio	A Favor	En contra
Vinculo en territorio		
Antigüedad del saber hacer		
Forma del Producto		

Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productos rurales		
Características de la demanda		

Anexo N° 9. Articulación de los PIT prioritarios con otros atractivos del territorio.

Categoría	PIT prioritario	Ámbito de origen	Otros atractivos principales
Agropecuario			
Agroindustrial Alimentos			
Gastronomía			
Artesanía			

Anexo N° 10. Clasificación del PIT por criterio (categorías agropecuarias)

Criterio	V	P	P	P	P	P	P	P
Valor / peso	IT 1	IT 2	IT3	IT4	IT 5	IT 6	IT 7	P
Vínculo con el territo								
Antigüedad del saber hacer								
Fama del producto								
Posibilidad de contribuir al desarrollo de los pequeños productores rurales								
Características de la demanda								
Total								

Anexo. N° 11. Formato de la ficha de evaluación de atractivos turísticos

Tabla 56. Resumen de atractivo turístico: Puente Internacional

Nombre del atractivo		N° REF. 1
Puente Internacional		
Estado	Distancia	Horas
Bueno	3.3 km	15 minutos
Categoría	Tipo	Jerarquía
Manifestaciones culturales	Históricas	II
Provincia	Cantón	Localidad
Loja	Macará	Barrio 5 de junio



1

Ubicación: se encuentra ubicado a 2.5 km a tan solo 10 minutos de la localidad de Macara.

Coordenadas geográficas:

Altitud: 398 m.s.n.m.

Latitud: -4.39256

Longitud: -79.96410

Breve descripción del atractivo: El puente internacional Ecuador y Perú se encuentran las oficinas de la policía de Ecuador y Perú, la corporación Aduanera Ecuatoriana cuya función es el control de ingreso y salida de turistas nacionales y extranjeros. En este lugar también se puede apreciar la flora y fauna que existe en el lugar.

Acceso	Valor (1 a 4)	Acciones recomendadas
---------------	----------------------	------------------------------

Camino Asfaltado, A pie	Libre ingreso	Señalética de aproximación
		Ropa y zapatos cómodos para el recorrido.
Actividades actuales:	Caminatas, observación de flora y fauna	
Actividades potenciales:	Fotografías	

Tabla 57. Se muestra el atractivo turístico: Iglesia Matriz de Macará

Nombre del atractivo	N° REF. 2	
Iglesia San Antonio de Macará		
Estado	Distancia	Horas
Bueno	0.005km	5 minutos
Categoría	Tipo	Jerarquía
Manifestaciones Culturales	Historia / Vernácula	II
Provincia	Cantón	Localidad
Loja	Macará	Barrio Central Macará



Ubicación: En el casco céntrico de la Ciudad

Coordenadas geográficas:

Altitud: 452 m.s.n.m.

Latitud: -4.37919°

Longitud: -79.9427°

Breve descripción del atractivo: La Iglesia es considerada uno de los lugares más importantes y sagrado para la comunidad Macareña, junto al centro del pueblo. La Iglesia tiene un estilo barroco, tiene tres torres laterales es un lugar de símbolo de fe católica donde llegan todos los creyentes especialmente los fines de semana como es sábado y domingo a participar de las ceremonias religiosas. Junto a la iglesia parte externa tiene una barca que consta de una pileta además se encuentra con luces, baterías sanitarias. Siendo un lugar atractivo para familiar que la visitan.

Acceso	Valor (1 a 4)	Acciones recomendadas
Asfaltado	Libre ingreso	Señalética de aproximación Ropa cómoda para el recorrido.
Actividades actuales:	Recorrido, Por la iglesia, Aprecias piezas originales.	
Actividades:	Fotografías, observación de pinturas.	

Tabla 58. Atractivo turístico: Parque Altar Patrio

Nombre del atractivo	N° REF. 3	
Parque altar Patrio		
Estado	Distancia	Horas
Bueno	0,005km	5 minutos
Categoría	Tipo	Jerarquía
Manifestaciones Culturales	Arquitectura	II
Provincia	Cantón	Localidad
Loja	Macará	Parroquia Macará



Ubicación:
 Coordenadas geográficas:
 Altitud: 456 m.s.n.m.
 Latitud: -4.37926
 Longitud: -79.9426664

Breve descripción del atractivo:

El parque Altar Patrio tiene cuenta con 7 astas con la bandera tricolor al centro, el alto del altar es de tres metros y medio desde el suelo y 2 m de ancho por 16 m de largo el monumento patrio, y sirve de escenario para realizar eventos que son Organizados por el GAD Municipal de Macará

Acceso	Valor (1 a 4)	Acciones recomendadas
Asfaltado	Libre ingreso	Señalética de aproximación Ropa cómoda para el recorrido.
Actividades actuales:	Observación de exposiciones Recorridos Recorridos individuales	
Actividades potenciales:	Fotografía	

Tabla 59. María Auxiliadora

Nombre del atractivo		Nº REF. 4
María Auxiliadora		
Estado	Distancia	Horas
Bueno	2 km	10 minutos
Categoría	Tipo	Jerarquía


Manifestaciones Culturales	Arquitectura	II
Provincia	Cantón	Localidad
Loja	Macará	Barrio María Auxiliadora
	<p>Ubicación:</p> <p>Localizado a 1 km del centro de Macará</p> <p>Coordenadas geográficas:</p> <p>Altitud: 515 m.s.n.m.</p> <p>Latitud: -437581</p> <p>Longitud: -7993632</p>	
Breve descripción del atractivo:		
<p>Se denomina así por ser una moderna y llamativa Capilla al aire libre con una espectacular vista panorámica en honor a la Santísima Virgen María Auxiliadora. El Mirador ha sido remodelado por la Administración Municipal convirtiéndose en un lugar encantador rodeado de un paisaje llamativo por un lado se puede observar la ciudad de Macará y en la parte posterior se puede apreciar un segmento de bosque seco.</p>		
Acceso	Valor (1 a 4)	Acciones recomendadas
Asfaltado	Libre ingreso	Señalética de aproximación Ropa cómoda para el recorrido.
Actividades actuales:	Observación, momento de oración	
Actividades potenciales:	Fotografías	

Tabla 60. De atractivo turístico: Balneario la Lajilla del cantón Macará

Nombre del atractivo	N° REF. 5
-----------------------------	------------------

Balneario la Lajilla			
Estado	Distancia	Horas	
Bueno	3 km	25 minutos	
Categoría	Tipo	Jerarquía	
Sitios Naturales	Rio	II	
Provincia	Cantón	Localidad	
Loja	Macará	Parroquia	Eloy Alfaro

Ubicación:



Se encuentra ubicada aproximadamente a 5 km al Este de la ciudad en las riberas del Río Macará

Coordenadas geográficas:

Altitud: 463 m.s.n.m.

Latitud: -4.38617 **Longitud:** -79.92058

Breve descripción del atractivo:

El Balneario es uno de los preferidos por los turistas y gente local en tiempo de carnavales y fiestas populares del Cantón, para sus reuniones familiares y quienes gusten disfrutar del rio para acceder al balneario lo puede hacer en vehículo o motocicleta ya que cuenta con vías de tercer de orden.

El balneario cuenta con una maravillosa vista paisajista de flora y fauna, también a lado del rio hay un balcón que sirve como un mirador, cuenta con tres pozos lo que hacen más agradable la visita del balneario, es una buena alternativa de distracción, descanso y esparcimiento para el turista sirve también de limite territorial con el Perú.

Acceso	Valor (1 a 4)	Acciones recomendadas
---------------	----------------------	------------------------------

Lastrado Empedrado	Libre ingreso	Señalética de aproximación Ropa y zapatos cómodos para el recorrido.
Actividades actuales:	Balneario, Recreación, observación de flora y fauna, caminatas	
Actividades potenciales:	Fotografías, observación, senderismo.	

Tabla 61. Del atractivo turístico: Reserva Ecológica Laipuna

Nombre del atractivo	N° REF. 6	
Reserva Laipuna		
Estado	Distancia	Horas
Bueno	32.8 km	1:50mh/minutos
Categoría	Tipo	Jerarquía
Sitios Naturales	Bosque	II
Provincia	Cantón	Localidad
Loja	Macará	Parroquia Larama

Ubicación:

Se ubicada a 45 minutos de la ciudad de Macará en la parroquia Larama vía a Macará.

Coordenadas geográficas:

Altitud: 602 m.s.n.m.



Latitud: -4.21027

Longitud: -79.88683

Breve descripción del atractivo

Esta Reserva forma parte del bosque seco tumbesino y está administrada por la Fundación Naturaleza y Cultura, tiene como objetivo la investigación, educación, ambiental y turismo. Cuenta con la infraestructura para prestar servicios de hospedaje, alimentación, guías y paseos a caballo, todo esto previa reserva.

Acceso	Valor (1 a 4)	Acciones recomendadas
Lastrado Empedrado	Libre ingreso	Señalética de aproximación Ropa y zapatos cómodos para el recorrido.
Actividades actuales:	Hospedaje, se pueden recorrer los senderos en donde se pueden observar diferentes especies de mamíferos, aves y reptiles, camping.	
Actividades potenciales:	Caminatas hacia el río donde se pueden realizar ciertas Actividades acuáticas y fotografías, pesca.	

Tabla 62. Del atractivo turístico: Bosque Protector Jatumpamba Jorupe

Nombre del atractivo	N° REF. 7	
Bosque Protector Jatumpamba Jorupe		
Estado	Distancia	Horas
Bueno	7.3 Km	35 minutos

Categoría	Tipo	Jerarquía
Sitios Naturales	Bosque	III
Provincia	Cantón	Localidad
Loja	Macará	Calle Macará



Ubicación:

Ubicado a diez minutos en vehículo desde la plaza central de Macará, a 5 km aproximadamente, en la vía Macará – Sozoranga

Coordenadas geográficas:

Altitud: 653 m.n.s.m

Latitud: -4.37154, **Longitud:** -79.90001

Breve descripción del atractivo:

La Reserva Jorupe ubicada en el cantón Macará, es parte del bosque seco existe en esta zona una gran concentración de especies endémicas o de distribución geográfica restringida. Gran parte de estas especies están en peligro de extinción.

Otro de los servicios que presta la reserva Jorupe es hospedaje en cómodas y confortables cabañas de madera ubicadas en las cercanías del refugio, también los diversos platos típicos de la localidad.

Acceso	Valor (1 a 4)	Acciones recomendadas
Asfaltado Lastrado	3 dólares	Señalética de aproximación Ropa y zapatos cómodos para el recorrido.

Actividades actuales:

En la reserva Jorupe, se pueden recorrer los senderos en donde se pueden observar diferentes especies de mamíferos, aves y reptiles.

Actividades potenciales: También se organizan excursiones senderismos para la observación y fotografías de aves.

Tabla 63. Del atractivo turístico: Centro Recreacional La Cruz del Panadero

Nombre del atractivo		N° REF. 8
Centro Recreacional la Cruz del Panadero		
Estado	Distancia	Horas
Regular	15.17 km.	38 minutos
Categoría	Tipo	Jerarquía
Sitios Naturales	Rio	II
Provincia	Cantón	Localidad
Loja	Macará	Parroquia Sabiango



Ubicación: Este balneario se encuentra ubicado en la parroquia Sabiango vía que conduce al Cantón Cariamanga.

Coordenadas geográficas:

Altitud: 495 m.s.n.m.

Latitud: -4.39446

Longitud: -79.82569

Breve descripción del atractivo:

El balneario tiene una historia según la leyenda que cuentan los moradores, hace algunos años en el lugar falleció un panadero, sus familiares colocaron una cruz en su memoria partir de ese momento el lugar tomó el nombre de La cruz del Panadero. Este balneario ofrece a sus turistas una tranquilidad y sus aguas cálidas que son la distracción de los visitantes además cuenta con adecuaciones como cabañas, baños, y restaurante que hacen de la visita de propios y extraños más acogedora.

Acceso	Valor (1 a 4)	Acciones recomendadas
Asfaltado	Libre ingreso	Señalética de aproximación Ropa y zapatos cómodos para el recorrido.
Actividades actuales:	Balneario, Recreación, observación de flora y fauna.	
Actividades potenciales:	Fotografías, senderismo.	

Tabla 64. Del atractivo turístico: Balneario Recinto Militar Hornillos

Nombre del atractivo		N° REF. 9
Balneario Hornillos		
Estado	Distancia	Horas
Bueno	5 km	20 minutos
Categoría	Tipo	Jerarquía
Sitios Naturales	Rio	II
Provincia	Cantón	Localidad
Loja	Macará	Parroquia Macará

Ubicación:

El balneario está ubicado sobre la orilla del Rio Macará ubicado a 15 minutos de la cabecera cantonal, por la vía que conduce a Zapotillo.

Coordenadas geográficas:



Altitud: 413 m.s.n.m.

Latitud: -4.36898

Longitud: -79.99249

Breve descripción del atractivo

Este balneario está ubicado sobre la orilla del río Macará, dentro del establecimiento militar Hornillos, rodeado de vegetación típica del lugar como flora y fauna, dentro de ello hay una cancha de volibol y juegos infantiles y una piscina, también existe dos tanques piscícolas donde los integrantes del destacamento crían tilapia para su consumo.

Acceso	Valor (1 a 4)	Acciones recomendadas
Lastrado Empedrado	Libre ingreso	Señalética de aproximación
Actividades actuales:	Balneario, lugar para pescar, Esparcimiento	
Actividades potenciales:	Fotografías, recreación.	

Tabla 65. Se muestra el atractivo turístico: Río Macará

Nombre del atractivo	N° REF. 10	
Río Macará		
Estado	Distancia	Horas
Bueno	2 km.	
Categoría	Tipo	Jerarquía

Sitios Naturales	Rio	I
Provincia	Cantón	Localidad
Loja	Macará	La Victoria



Ubicación:

Se ubica a 2km del cantón de Macará, es el principal afluente del cantón, además de este se originan varios balnearios.

Coordenadas geográficas:

Altitud: 403 m.s.n.m.

Latitud: 9514393

Longitud: 614914

Breve descripción del atractivo

El rio Macará es considerado como un gran atractivo natural donde se puede observar su grandiosa vegetación, como son cedros, algarrobos, guayacanes, nogales etc. También se puede encontrar una variedad de fauna como aves, perdices, garzas y el famoso perico macareño. Hace referencia a su belleza paisajística y la calidad del agua que es un gran aporte para la agricultura.

Acceso	Valor (1 a 4)	Acciones recomendadas
Lastrado	Libre ingreso	Señalética de aproximación Ropa y zapatos cómodos para el recorrido.

Actividades actuales: Balneario, Recreación, observación de Flora y Fauna.

Actividades potenciales: Fotografía, río, caminatas.

Tabla 66. Balneario fondos Azules

Nombre del atractivo		N° REF. 11
Balneario fondos Azules		
Estado	Distancia	Horas
Bueno	12 km	35 minutos
Categoría	Tipo	Jerarquía
Sitios Naturales	Rio	II
Provincia	Cantón	Localidad
Loja	Macará	Macará

Ubicación:

Se encuentran vía al cantón zapotillo, en el barrio Laguar, de la Parroquia y cantón Macará, a 12 Km de la urbe de la ciudad.

Coordenadas geográficas:

Temperatura: 25 a 30°C

Altitud: m.s.n.m.

Latitud: 10744,329 **Longitud:** 9510594,51



Breve descripción del atractivo

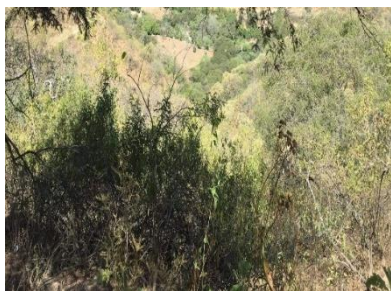
Es un balneario que cuenta con lagunas con entorno natural impresionante en donde se puede

disfrutar de un refrescante baño, agua cristalina y está en contacto con los rayos solares que reflejan una colección azul.

Acceso	Valor (1 a 4)	Acciones recomendadas
Lastrado	Libre ingreso	Señalética de aproximación Ropa y zapatos cómodos para el recorrido.
Actividades actuales:	Balneario, observación de flora y fauna.	
Actividades potenciales:	Fotografías, caminata.	

Tabla 67. Bosque Seco Tambo Negro

Nombre del atractivo	N° REF. 12	
Bosque Seco Tambo Negro		
Estado	Distancia	Horas
Bueno	22,5 km	45 minutos
Categoría	Tipo	Jerarquía
Sitios Naturales	Bosque	I
Provincia	Cantón	Localidad
Loja	Macará	Parroquia Sabiango



Ubicación:

Coordenadas geográficas:

Altitud: 463 m.s.n.m.

Latitud: -4.39386

Longitud: -79.84606

Breve descripción del atractivo

El bosque seco Tambo negro se encuentra en un filo bajo divide los valles por los ríos de Sabiango y Macará lo que colinda con Perú. Su hábitat es dominado por el ceibo con algunas áreas de faique, y en las partes bajas hay un cultivo de maíz.

Acceso	Valor (1 a 4)	Acciones recomendadas
Asfaltado	Libre ingreso	Señalética de aproximación
Actividades actuales:	Observaciones, de Flora y Fauna	
Actividades potenciales:	Fotografías, excursiones.	

Tabla 68. Ciudad de Macará

Nombre del atractivo	N° REF. 13	
Ciudad de Macará		
Estado	Distancia	Horas
Nuevo	0km	0hora
Categoría	Tipo	Jerarquía


Manifestaciones Culturales	Historias	II
Provincia	Cantón	Localidad
Loja	Macará	Macará
	Ubicación:	
	Coordenadas geográficas:	
	Altitud: 430 m.s.n.m.	
Breve descripción del atractivo:		
<p>Macará, cantón privilegiado por su naturaleza de características únicas e irrepetibles, como es el estar rodeado de cerros y colinas, un valle cálido y hermoso que brinda variedad de sitios para visitar, rodeada por el río del mismo nombre, cuyas aguas dan vida y verdor al sector. El cantón Macará, como su cabecera política, se encuentran vinculadas a la provincia. En el centro de la urbe, hay muchos lugares para visitar, está rodeado de parque y monumentos, los más importantes son parque y áreas verdes y áreas de creación de recreación etc.</p>		
Acceso	Valor (1 a 4)	Acciones recomendadas
Asfaltado Lastrado	Libre ingreso	Señalética de aproximación.
Actividades actuales:	Caminatas, City tour, observaciones.	
Actividades potenciales:	Fotografías	

Tabla 69. Atractivo parque de la Madre

Nombre del atractivo		N° REF. 14
Atractivo parque de la Madre		
Estado	Distancia	Horas
Bueno	4 km	10 minutos
Categoría	Tipo	Jerarquía
Manifestaciones Culturales	Arquitectura	II
Provincia	Cantón	Localidad
Loja	Macará	Parroquia Macará

Ubicación:



Parroquia macara calle: carretera panamericana número:
s/n -transversal: Juvenal Jaramillo.

Coordenadas geográficas:

Altitud: 461 m.s.n.m.

Latitud: -4.373762°

Longitud: -79.941136°


Breve descripción del atractivo:

El parque de la Madre resalta en el mismo la espiga de arroz ya que Macará es un cantón reconocido por la producción y venta de arroz a su vez tiene un monumento en honor a la Madre, tiene una pileta de agua, áreas verdes e iluminación Ornamental. En época de festividades, este parque permite el comercio de las madres de familia del cantón quienes elaboran platos típicos que son ofrecidos a precios cómodos a la ciudadanía.

Acceso:	Valor (1 a 4)	Acciones recomendadas
----------------	----------------------	----------------------------------

Asfaltado	Libre ingreso	Señalética de aproximación
Actividades actuales:	Recorridos individuales y observaciones	
Actividades potenciales:	Fotografías	

Tabla 70. Balneario el Resbalón

Nombre del atractivo		N° REF. 15
Balneario el Resbalón		
Estado	Distancia	Horas
Nuevo	5.5 km	50 minutos
Categoría	Tipo	Jerarquía
Sitios Naturales	Ríos	II
Provincia	Cantón	Localidad
Loja	Macará	La Mandalá
	Ubicación:	
	Localizado en el Barrio la Mandalá a 5.5km. de la ciudad de Macará vía que conduce a Catacocha.	
	Coordenadas geográficas:	
	Altitud: 718 m.s.n.m.	
	Latitud: 9520318	
Longitud: 619353		

Breve descripción del atractivo:		
El balneario el resbalón es uno de los primeros atractivos que se puede observar cuando se ingresa al cantón, consta de unas piedras sólidas que brinda al visitante una experiencia única, se encuentra en la parte baja de un puente, el agua es de color cristalina y cálidas.		
Acceso:	Valor (1 a 4)	Acciones recomendadas
Lastrado	Libre ingreso	Señalética de aproximación Ropa y zapatos cómodos para el recorrido.
Actividades actuales:	Caminatas, recreación, observación de flora y fauna.	
Actividades potenciales:	Fotografías	

Anexo N° 13. Jerarquización de los atractivos turísticos identificados en el cantón

INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS						
Ficha N°	Nombre	Categoría del Atractivo	Tipo de Atractivo	Clase	Jerarquía	Características descriptivas
1	Puente Internacional					
2	Iglesia matriz					
3	Parque altar Patrio					
4	Cripta María Auxiliadora					
5	Balneario la Lajilla					

6	Reserva Ecológica Laipuna					
7	Bosque Protector Jatumpamba Jorupe					
8	Centro Recreacional La Cruz del Panadero					
9	Balneario Recinto Militar Hornillos					
10	Rio Macará					
11	Balneario fondos Azules					
12	Bosque Seco Tambo Negro					
13	Ciudad de Macará					
14	Atractivo parque de la Madre					
15	Balneario el Resbalón					
16	Ceviche de Carne					
17	Gallina Criolla Hornada					

Anexo. N° 14. Alojamiento. Cuadro resumen según catastro

.	Número de establecimientos	Tipo de alojamiento	Número de habitaciones	Número de camas	Total
	Precio (rangos)				
	Ocupación promedió por (año)				
	Meses de mayor ocupación				

Anexo. N° 15. Restauración. Cuadro resumen según catastro

.	Número de establecimientos	Tipo de restaurante	Número de mesas	Número de sillas	Total

	Precio (rangos)				
	Ocupación promedió por (año)				
	Meses de mayor ocupación				

Anexo. N° 16. Encuesta para determinar la demanda de los productos turísticos que existe en el cantón Macará.



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

La siguiente encuesta es con la finalidad de recopilar información para el proyecto denominado “Propuesta de productos turísticos con identidad territorial del cantón Macará, por lo que solicitó de la manera más comedida se digna a llenar la presente encuesta, completando la mejor alternativa de la información pertinente.

PREGUNTAS ¿Cómo es el nivel de participación de la comunidad local en el desarrollo de las actividades turísticas? Muy Alto () Alto () Medio () Bajo () Nulo () **¿Conoce usted sobre los productos turísticos que existen en el cantón Macará?** SI () NO () **Gracias por su participación. ¿Qué actividades le gustaría realizar durante el recorrido a los establecimientos turísticos?** Degustación gastronómica local () Visita a fincas () Visitas guiadas () Fotografía () Otros (especifique) **Durante la visita al Cantón Macará ¿Qué servicios complementarios le gustaría encontrar?** (Puede marcar más de una) Alimentación ()

Hospedaje () Tienda de recuerdos () Transporte () Información turística () Guianza
() Otros (especifique).....

¿Cuántos días le gustaría participar en una ruta de productos turísticos del Cantón Macará? De 1 a 2 días () De 3 a 4 días () Más de 5 días ()

¿Indique el medio de transporte que utilizaría para su traslado al Cantón Macará?
(puede marcar más de una) Auto propio () Transporte público () Auto rentado ()
Bicicleta () Otro (especifique).....

¿Con quién le gustaría ir Solo () Familiares () Pareja () Amigos () Otros
(especifique).....

¿A través de qué medios le gustaría adquirir los productos con identidad territorial del Cantón Macará? Agencias de viaje () GAD Parroquial () Unidad de turismo GAD Loja ()
ITUR Macará () Otros (especifique).....

¿A través de qué medios de difusión le gustaría que se promocióne el recorrido de la ruta de productos turísticos del Cantón? Agencia de viajes () Página web () Ferias Turísticas ()
Facebook () Radio () Televisión () Otros (especifique).....

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el recorrido de esta ruta? \$ 50 a \$ 70 () \$ 71 a \$ 90
() \$ 91 a \$ 100 () \$101 en adelante

¿Dentro de la visita ¿Qué producto local le gustaría consumir? Ceviche de carne () Hormado
de gallina criolla () Seco de Gallina criolla () Repe blanco () Otros (especifique).....

DÍGNESE EN CONTESTAR LAS SIGUIENTES PREGUNTAS SOBRE SU PERSONA

Lugar de procedencia

Edad 18-25 () 26-33 () 34-41 () 42-49 () 50 en
adelante () **Sexo** Masculino () Femenino ()

Estado Civil Soltero (a) () Casado (a) () Unión de hecho () Viudo () Divorciado ()

Ocupación Estudiante () Profesional () Negocio propio () Libre ejercicio () jubilado ()

Nivel educativo Primaria () Secundaria () Superior () posgrado ()

¡Gracias por su colaboración!

Aplicación de encuestas mediante el trabajo de campo



Figura 13. Aplicación de encuestas

Anexo. N° 17. FODA

FORTALEZAS	OPRTUNIDADES
DEBILIDADES	AMENAZAS