



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja
Facultad Jurídica, Social y administrativa

Carrera de Turismo

**Fortalecimiento a la ruta turística, en el sendero “La
Cascarilla” cantón y provincia de Loja**

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

AUTOR:

Freddy Jonathan Sarmiento Zhanay.

DIRECTORA:

Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene Mg Sc.

Loja - Ecuador

2023

Loja, 21 de abril del 2023

Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene Mg.Sc.

DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo el proceso de la elaboración del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Fortalecimiento a la ruta turística en el sendero “La Cascarilla” cantón y provincia de Loja**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Turismo**, de autoría del señor Freddy Jonathan Sarmiento Zhanay, con **cédula de identidad** Nro. 1150006805, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para efecto autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.

Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene Mg.Sc.

DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Autoría

Yo Freddy Jonathan Sarmiento Zhanay, declaro ser autor del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital Institucional - Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula: 1150006805

Fecha: 21 de abril del 2023

Correo Electrónico: freddy.sarmiento@unl.edu.ec

Teléfono o celular: 0989952033

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

Yo, **Freddy Jonathan Sarmiento Zhanay** declaro ser autor/a del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Fortalecimiento a la ruta turística en el sendero “La Cascarilla” cantón y provincia de Loja**, como requisito para optar al título de **Licenciado en Turismo**, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Digital 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 los cuales tenga convenio la universidad.

La universidad nacional de Loja no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja a los veintiún días del mes de abril de 2023.

Firma:

Autor: Freddy Jonathan Sarmiento Zhanay

Cédula: 1150006805

Dirección: Obrapia, av. Villonaco

Correo Electrónico: freddy.sarmiento@unl.edu.ec

Celular: 0989952933

DATOS COMPLEMENTARIOS

Directora del Trabajo de Integración Curricular: Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene Mg.Sc.

Dedicatoria

Este trabajo de investigación se lo quiero dedicar primero a Dios por no dejarme solo ni desampararme, por ser mi compañía y cuidarme siempre con su bendición, por estar presente en cada momento de prosperidad y adversidad, y darme fortaleza en esta etapa de mi vida.

De forma especial este logro se lo dedico también a mi Madre querida María Zhanay por ser mi ejemplo a seguir y mostrarme que debo ser tan optimista como lo es ella, e impulsarme a seguir mis sueños, a mi padre Carlos Sarmiento que siempre ha estado presente con sus consejos y su apoyo incondicional.

Se lo dedico a mis mejores amigos en la vida, los más incondicionales que se han portado como una familia verdaderamente unida, por esos años de amistad que no han pasado en vano y los que vendrán.

Freddy Jonathan Sarmiento Zhanay

Agradecimiento

Agradezco a Dios por brindarme la fortaleza y sabiduría para culminar mi etapa universitaria, del mismo modo a la Universidad Nacional de Loja, a la carrera en la que en la que me forme, Turismo, por llenarme de conocimientos y valores, durante estos cinco años. Agradezco a mi Directora de Tesis Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene, quien supo orientarme a lo largo de trabajo de investigación.

A la predisposición del Ing. Agustín Arias y Ing. David Cartuche por la ayuda incondicional tanto académica como personal, y ser ese aliento que nos impulsa a continuar a lo largo de la carrera.

Del mismo modo, agradezco al GAD Parroquial de Vilcabamba por haberme dado las facilidades para el desarrollo del presente trabajo. Y finalmente a mi familia, amigos, y compañeros.

Freddy Jonathan Sarmiento Zhanay

Índice de Contenidos

Portada.....	i
Certificación.....	ii
Autoría.....	iii
Carta de autorización.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice de Contenidos.....	vii
Índice de Tablas.....	ix
Índice de Figuras.....	x
Índice de Anexos.....	x
1. Título.....	1
2. Resumen.....	2
2.1. Abstract.....	3
3. Introducción.....	4
4. Marco Teórico.....	6
4.1. Marco Conceptual.....	6
4.1.1. Turismo.....	6
4.1.1.1. Turismo rural.....	6
4.1.1.2. Turismo Gastronómico.....	6
4.1.2. Fortalecimiento turístico.....	7
4.1.3. Recursos Turísticos.....	7
4.1.4. Atractivos turísticos.....	7
4.1.4.1. Atractivos Naturales.....	7
4.1.4.2. Atractivos Culturales.....	7
4.1.5- Producto Turístico.....	7
4.1.6. Actividades turísticas rurales.....	8
4.1.7. Planta turística en el sector rural.....	8
4.1.8. La Accesibilidad.....	8
4.1.9. La Infraestructura Turística.....	8
4.1.10. Ruta turística.....	8
4.1.11. Sendero.....	9
4.1.12. Estrategia de promoción.....	9
4.1.12.1. Oferta turística.....	9
4.1.12.2. Demanda turística.....	9
4.1.13. Operación Turística.....	10
4.1.13.1. Itinerario.....	10
4.2. Marco Referencial.....	10
4.2.1. “La Ruta agroturística y de naturaleza banagua de la provincia el oro”.....	10
4.2.2. “El turismo rural en un contexto binacional: caso de estudio: ruta turística mangahurco casitas”.....	11
4.2.3. Diseño de ruta turística para el desarrollo del pueblo Natabuela Cantón Antonio Ante, Imbabura”.....	11
5. Metodología.....	13
5.1. Área de estudio.....	13
5.2. Metodología por Objetivos.....	14
6. Resultados.....	16

6.1. Diagnóstico de la situación actual de la ruta turística “La Cascarilla” del cantón y provincia de Loja.....	16
6.1.1. Breve reseña	16
6.1.1.1. Beneficios	16
6.1.1.2. Flora.....	16
6.1.1.3. Fauna	17
6.1.1.4. Mapa turístico de la ruta “La Cascarilla”	17
6.1.2. Oferta de Servicios turísticos.....	19
6.1.2.1. Alojamiento.....	19
6.1.2.2. Alimentación.....	19
6.1.2.3. Esparcimiento	21
6.1.3. Infraestructura de Servicios Básicos	21
6.1.3.1. Transporte y Accesibilidad.....	21
6.1.3.2. Agua	22
6.1.3.3. Comunicaciones	23
6.1.4. Sanidad.....	23
6.1.4.1. Alcantarillado	23
6.1.4.2. Residuos Sólidos	24
6.1.4.3. Salud.....	24
6.1.4.4. Energía.....	24
6.1.5. Inventario de atractivos Turísticos	24
6.1.6. Inventario de atractivos turísticos en la ruta.....	25
6.1.7. Inventario de atractivos turísticos complementarios	34
6.1.8. Jerarquización de los atractivos Turísticos.....	39
6.1.9. Encuesta de Evaluación de la ruta	42
6.1.9.1. Resultados y Análisis de las Encuestas	42
6.1.9.2. Identificación del mercado meta	50
6.1.9.3. Mercado Meta.....	51
6.1.10. Análisis de las Encuestas	51
6.1.11. Competencia para la ruta	53
6.1.12. FODA	54
6.2. Diseñar la propuesta de fortalecimiento para la ruta turística “La Cascarilla” del cantón y provincia de Loja.....	56
6.2.1. FODA Cruzado.....	57
6.2.2. Objetivos Estratégicos	59
6.2.2.1. Fortalecer la ruta turística implementando nuevas actividades como medio de potencialización para el sendero “La Cascarilla”.....	60
6.2.2.2. Fortalecimiento al producto turístico del sendero “La Cascarilla” que potencie los atractivos naturales y manifestaciones culturales.....	64
6.2.3. Imagen Corporativa	70
6.2.3.1. Marca.....	70
6.2.4. Elaborar estrategias de promoción a la propuesta planteada para la ruta turística “La Cascarilla” del cantón y provincia de Loja.....	72
7. Discusión	80
8. Conclusiones.....	82
9. Recomendaciones	83
10. Bibliografía.....	84
11. Anexos.....	86

Índice de Tablas

Tabla 1. Flora	16
Tabla 2. Fauna	17
Tabla 3. Población.....	19
Tabla 4. Alojamiento de la Parroquia de Malacatos	19
Tabla 5. Alimentos y bebidas en la ruta	20
Tabla 6. Alimentos y bebidas	20
Tabla 7. Centros de Esparcimiento	21
Tabla 8. Transporte de la Parroquia de Malacatos	22
Tabla 9. Procedencia del agua para uso doméstico	22
Tabla 10. Centros de Salud de la Parroquia de Malacatos	24
Tabla 11. Sendero Caxanuma.....	25
Tabla 12. Crianza de truchas	26
Tabla 13. Ficha de Resumen de la Iglesia de Rumishitana	27
Tabla 14. Ficha de resumen de la iglesia de Taxiche	28
Tabla 15. Ficha de Resumen del Sendero ecológico Malacatos-Landangui	29
Tabla 16. Ficha de resumen de la elaboración de la panela	30
Tabla 17. Ficha Resumen del Santuario Diocesano Señor de la Caridad	31
Tabla 18. Centro Recreacional Turístico de Malacatos	32
Tabla 19. Fiesta religiosa en honor al del Señor de la Caridad	33
Tabla 20. Cerro Yunanga	34
Tabla 21. Cerro la Mina	35
Tabla 22. Cerro Pan de Azúcar	36
Tabla 23. Bizcochuelos	37
Tabla 24. Fritada	38
Tabla 25 Matriz de jerarquización de los atractivos turísticos.....	40
Tabla 26 Atractivos Culturales Y Naturales seleccionados para el producto	42
Tabla 27. Sendero "La Cascarilla"	42
Tabla 28. Frecuencia de visita.....	43
Tabla 29. Motivo de visita.....	43
Tabla 30. Servicios con los que cuenta la ruta	43
Tabla 31. Valor de la ruta.....	44
Tabla 32. Aspectos de la ruta	44
Tabla 33. Implementación a la ruta	45
Tabla 34. Actividades turísticas de interés.....	45
Tabla 35. Visita al sendero	46
Tabla 36. Estado del sendero.....	46
Tabla 37. Visita al sendero	46
Tabla 38. Precio a pagar	47
Tabla 39. Tiempo	47
Tabla 40. Recibir información	47
Tabla 41. Producto turístico	48
Tabla 42. Género	48
Tabla 43. Rango de edad	48
Tabla 44. Nivel Educativo.....	49
Tabla 45. Estado Civil.....	49
Tabla 46. Ingreso Familiar mensual	49
Tabla 47. Ocupación	50
Tabla 48. Segmentación del Mercado	50

Tabla 49. Inventario de la oferta	53
Tabla 50. Matriz de Competencia	53
Tabla 51. Análisis FODA.....	54
Tabla 52. Matriz FODA	57
Tabla 53. Matriz de verificación de los objetivos estratégicos	60
Tabla 54. Actividades turísticas	60
Tabla 55. Actividades adicionales a implementar en la ruta.....	62
Tabla 56. Atractivos y Actividades turísticas.....	65
Tabla 57. Itinerario de la ruta “La Cascarilla”	66
Tabla 58. Determinación de los costos y gastos de operación	69
Tabla 59. Promoción y Difusión	72
Tabla 60. Matriz de las estrategias de promoción y difusión de las redes sociales.	73
Tabla 61. Matriz de la promoción y difusión de las ferias externas.....	75
Tabla 62. Matriz de las estrategias de promoción y difusión de los recorridos familiares	78

Índice de Figuras

Figura 1. Mapa de la ruta turística “La Cascarilla”	13
Figura 2 Mapa turístico de la ruta “La Cascarilla”	17
Figura 3. Sendero Caxanuma	25
Figura 4. Crianza de truchas.....	26
Figura 5. Iglesia de Rumishitana.....	27
Figura 6. Iglesia de Taxiche.	28
Figura 7. Sendero ecológico Malacatos-Landanguí.....	29
Figura 8. Panela.....	30
Figura 9. Santuario Diocesano Señor de la Caridad	31
Figura 10. Centro Recreacional Turístico de Malacatos	32
Figura 11. Fiesta del Señor de la Caridad.	33
Figura 12. Cerro Yunanga.....	34
Figura 13. Cerro Mina.....	35
Figura 14. Cerro Pan de Azúcar	36
Figura 15. Bizcochuelos.....	37
Figura 16. Fritada	38
Figura 17. Logotipo de la ruta turística “La Cascarilla”	70
Figura 18. Propuesta del mapa turístico de la ruta “La Cascarilla”	71
Figura 19. Muestra de la página de Facebook de la ruta turística “La Cascarilla”	74
Figura 20. Muestra de la página de Instagram de la ruta turística “La Cascarilla”.....	74
Figura 21. Parte delantera del Tríptico de la ruta turística “La Cascarilla”	76
Figura 22. Parte posterior del Tríptico de la ruta turística “La Cascarilla”	77
Figura 23. Muestra del Afiches de promoción para la ruta turística “La Cascarilla”	77
Figura 24. Publicidad para los recorridos familiares de la ruta turística “La Cascarilla”	79

Índice de Anexos

Anexo 1. Oficio de designación de director de Trabajo de Integración Curricular	86
Anexo 2. Oficio de Aprobación del Trabajo de Integración Curricular.....	87
Anexo 3. Certificado de la traducción del resumen-abstract.	88

Anexo 4. Ficha de Carla Ricaurte	89
Anexo 5. Inventario de atractivos turísticos.....	92
Anexo 6. Matriz de jerarquización de los atractivos turísticos	93
Anexo 7. Encuesta.....	94
Anexo 8. Segmentos de Mercado.....	99
Anexo 9. Matriz Foda.....	101
Anexo 10. Evidencias Fotográficas.....	102

1. Título

**Fortalecimiento a la ruta turística en el sendero “La Cascarilla” cantón y provincia de
Loja**

2. Resumen

La tranquilidad del entorno junto con sobresalientes escenarios paisajísticos mimetizados con sembríos que dan cuenta de la presencia humana, convierten al sendero “La Cascarilla” en un nuevo producto de la naturaleza y la cultura, destinado a diversificar la oferta turística de Loja; sin embargo, uno de los principales inconvenientes es el inexistente mantenimiento del sendero debido a las condiciones climáticas que existen en el lugar y que han afectado de gran manera la infraestructura de los atractivos turísticos. causando que el sendero sea poco visitado. Por tal motivo, el presente proyecto de investigación gira alrededor de la temática Fortalecimiento a la ruta turística en el sendero “La Cascarilla” cantón y provincia de Loja y tiene como objetivo principal crear una propuesta de fortalecimiento para la ruta turística en el sendero “La Cascarilla”, al cual lo complementan tres objetivos específicos, el primero encaminado a diagnosticar la situación actual de la ruta turística, el segundo a diseñar la propuesta de fortalecimiento para la ruta turística y el tercero a elaborar estrategias de promoción para la propuesta implementada. Para cuyo desarrollo se utilizaron técnicas de investigación como la observación directa enfocadas en la metodología de diagnóstico de la autora Carla Ricaurte, utilizando la ficha 1 de caracterización turística de comunidades que constató los datos de ubicación, oferta de servicios turísticos y la infraestructura de servicios básicos, también se utilizó el inventario de atractivos turísticos aplicando la metodología del MINTUR, Matriz de jerarquización de los atractivos turísticos, encuesta para evaluar la situación de la ruta, el análisis FODA y FODA cruzado. Dando como resultado tres objetivos estratégicos a realizar; en el primero se implementaron nuevas actividades turísticas para fortalecer la ruta, para el segundo se fortaleció al producto turístico del sendero elaborando un nuevo mapa turístico y en el cuarto se diseñaron trípticos, folletos, afiches, así mismo se creó una página promocional de la ruta en Facebook e Instagram. Sin embargo, para el desarrollo de esta propuesta se recomienda el trabajo integrado de las instituciones públicas y privadas como el Gobierno Autónomo Descentralizado de Loja y la Parroquia de Malacatos, quienes, como entes reguladores locales, dejen resultados satisfactorios en las comunidades y se trabaje en capacitaciones en temas de servicio al turista y afines, a los involucrados y en promoción interna y externa.

Palabras claves: Turismo, Atractivos turísticos, Actividades turísticas, Servicios turísticos, Producto turístico.

2.1. Abstract

The tranquility of the environment along with outstanding scenic scenarios mimicked with crops that show the human presence, make the trail "La Cascarilla" in a new product of nature and culture, designed to diversify the tourism offer of Loja; however, one of the main drawbacks is the lack of maintenance of the trail due to weather conditions that exist in the place and have greatly affected the infrastructure of tourist attractions, causing the trail to be little visited. For this reason, the present research project revolves around the theme Strengthening the tourist route on the "La Cascarilla" trail in the canton and province of Loja and its main objective is to create a proposal to strengthen the tourist route on the "La Cascarilla" trail, which is complemented by three specific objectives, the first aimed at diagnosing the current situation of the tourist route, the second to design the proposal to strengthen the tourist route and the third to develop promotional strategies for the implemented proposal. For the development of which research techniques were used, such as direct observation focused on the diagnostic methodology of the author Carla Ricaurte, using the first form of tourist characterization of communities that verified the location data, supply of tourist services and infrastructure of basic services, also used the inventory of tourist attractions applying the methodology of MINTUR, hierarchy matrix of tourist attractions, survey to assess the situation of the route, SWOT and SWOT analysis and cross SWOT. This resulted in three strategic objectives to be carried out; in the first, new tourist activities were implemented to strengthen the route, for the second, the tourist product of the trail was strengthened by developing a new tourist map, and in the fourth, triptychs, brochures, posters were designed, and a promotional page of the route was created on Facebook and Instagram. However, for the development of this proposal it is recommended the integrated work of public and private institutions such as the Decentralized Autonomous Government of Loja and the Parish of Malacatos, who, as local regulatory bodies, leave satisfactory results in the communities and work on training on issues of tourist service and related issues, to those involved and internal and external promotion.

Key words: Tourism, Tourist attractions, Tourist activities, Tourist services, Tourist product.

3. Introducción

El turismo es una de las actividades de mayor importancia a nivel mundial, ya que es considerado como un fenómeno económico, social y cultural. (UNWTO, 2020). El sendero “La Cascarilla” permite estar en íntimo contacto con la naturaleza, la operatividad del sendero prevé la introducción de las comunidades humanas asentadas a lo largo de la ruta en actividades productivas que tienen como base el turismo receptivo. Esto convierte a cada familia en una potencial microempresa y estimula la generación de emprendimientos, encaminados a mejorar las condiciones de vida de la población, que empieza a sentir los beneficios de esta actividad.

Las actividades turísticas como caminatas y senderismo dentro del Ecuador están aumentando rápidamente su popularidad, debido a que los turistas prefieren vacacionar y obtener resultados diferentes de los usuales, buscan nuevas experiencias relacionadas para convivir con la naturaleza, como cabalgatas, rapel, ciclismo etc. cuyo principal objetivo es experimentar momentos en contacto con la naturaleza. (Argenis, 2018)

La provincia de Loja se caracteriza por poseer espacios donde se relacionan la naturaleza con las comunidades, privilegiadas por la diversidad de pisos climáticos, resaltando la belleza y encanto; uno de los atractivos turísticos más representativos es el sendero “La Cascarilla” que posee escenarios paisajísticos que se conjuga en la diversidad de su flora y fauna, quebradas, cerros, gastronomía, además de las costumbres y tradiciones de cada comunidad.

Uno de los principales inconvenientes en la ruta turística del sendero “La Cascarilla”, es el inexistente mantenimiento del sendero que se debe principalmente a la poca articulación del municipio de Loja para su mantenimiento, trayendo como consecuencia la insatisfacción y desinformación del turista lo que ocasiona que sea poco visitado; otra de las causas son las condiciones climáticas que existen en el lugar y que han afectado de gran manera al sendero trayendo como consecuencia que los pocos atractivos existentes en el lugar se vayan deteriorando; además la falta de recursos económicos en los organismos encargados del desarrollo turístico es un factor clave ya que de esta manera es escaso dejando los recursos prácticamente abandonados y al sector con pocas posibilidades de desarrollo económico en base al turismo; otro factor es la inexistencia de guardias y guías turísticos en la zona que trae como consecuencia la inseguridad en los senderos y desorientación de los turistas, causando que opten por otros atractivos turísticos; la deficiencia en la promoción del sitio es uno más de los problemas que existen en el lugar esto debido a la falta de interés por parte de las autoridades para desarrollar el turismo de estas comunidades; falta de visión de los habitantes, que tienen un concepto muy comercial y productivo donde les interesa tener una rentabilidad y no se ha

pensado en otro tipo de oportunidades ocasionado que estos sitios sean catalogados como un lugar de paso y no una fuente generadora de turismo.

Con el desarrollo del trabajo de investigación será un aporte positivo al fortalecimiento de la actividad turística en el sendero “La Cascarilla”, como una alternativa de cambio donde se involucraría la realidad de los moradores de la zona con el turismo de tal manera que se pueda conocer sus expresiones sociales, culturales y productivas, además de permitir aprovechar adecuadamente los recursos naturales del sector. En el ámbito económico, las parroquias aledañas al sendero se verán beneficiadas ya que el turista optará por adquirir productos aledaños al sendero contribuyendo así al desarrollo de estas comunidades y con el tiempo lograr obtener un tipo de turismo ya estable dentro de las comunidades.

Para el desarrollo del presente trabajo se planteó un objetivo general: Crear una propuesta de fortalecimiento para la ruta turística en el sendero “La Cascarilla” cantón y provincia de Loja; y para su cumplimiento se plantearon los objetivos específicos entre los cuales esta: “Diagnosticar la situación actual de la ruta turística “La Cascarilla” mediante el cual se determinó la situación turística actual de la ruta turística, condiciones de los atractivos turísticos tanto culturales como naturales, lo que sirvió de base para la elaboración del diseño de las propuestas de fortalecimiento para la ruta turística. El segundo objetivo fue “Diseñar la propuesta de fortalecimiento para la ruta turística “La Cascarilla”. En donde se propuso una marca para la ruta y un nuevo mapa turístico con nuevas actividades turísticas y finalmente como último objetivo “Elaborar estrategias de promoción para la implementación de la propuesta planteada para la ruta turística “La Cascarilla” donde se plantearon estrategias de promoción más indicados para difundir la propuesta implementada como la elaboración de trípticos, volantes y publicidad en Facebook e Instagram, promoción para las ferias externas y recorridos de familiarización.

Los alcances que se lograron obtener con la realización del trabajo de investigación fueron, la recopilación de datos generales, oferta de servicios e infraestructura turística de las parroquias que conforman el sector de estudio, haciendo uso de la ficha de la Matriz de Carla Ricaurte; determinar el potencial turístico que poseen el sendero al analizar sus atractivos culturales y naturales y de esta manera plasmarlos dentro de la ruta a través de la propuesta de implementación para el fortalecimiento de la ruta, la cual se presenta como una alternativa de desarrollo turístico y de esta manera brinda al visitante un producto turístico que logre satisfacer sus necesidades. En lo que respecta a limitaciones para el desarrollo de la investigación se puede mencionar el mal estado en gran parte del sendero a causa del clima y la poca información que posee en el ámbito turístico.

4. Marco Teórico

4.1. Marco Conceptual

4.1.1. Turismo

El turismo se ha convertido en un motor clave del progreso socioeconómico por su continuo crecimiento y una profunda diversificación, La Organización Mundial del Turismo [UNWTO, 2020] menciona que el turismo es un fenómeno social, cultural y económico que comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno natural por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos. (párrafo 6)

Otro autor manifiesta:

"El turismo es uno de los sectores económicos más importantes del mundo. Genera empleo a una de cada diez personas en la Tierra y proporciona sustento a cientos de millones más". (Guterres, 2020, pág. 68).

4.1.1.1. Turismo rural

El Centro Europeo de Posgrado y Empresa [CEUPE, 2020] menciona que: El turismo rural es el conjunto de actividades turísticas que se llevan a cabo en el medio rural, articuladas en torno a una oferta de ocio diversificada y orientada a la satisfacción de las necesidades y deseos de una demanda, siendo la población local agente activo insertándose la actividad turística rural en la estrategia de desarrollo local de la zona, promoviendo un uso sostenible y eco-compatible de los recursos del territorio de referencia. (párrafo 3).

Jesús Contreras, (2020) menciona que:

El turismo rural se proyecta como una de las estrategias más importantes para el desarrollo rural, donde los productos agroalimentarios, la agroindustria rural, la artesanía y la cocina tradicional, serán algunos de los recursos relevantes para activar el turismo, así como uno de los caminos más viables en la reactivación del sector turístico ante el escenario post-Covid. (párrafo 4)

4.1.1.2. Turismo Gastronómico

Aizega, (2021) manifiesta que:

El turismo gastronómico ofrece una oportunidad única de promover el crecimiento económico de las comunidades rurales. Constituye una forma de implicar a los diversos agentes de la cadena de valor de la gastronomía, y promover el desarrollo económico y social del campo a la mesa". (párrafo 3)

4.1.2. Fortalecimiento turístico

El fortalecimiento turístico trata de encontrar la manera de apoyar al desarrollo del turismo. Mediante el fortalecimiento turístico se puede integrar mecanismos que garanticen servicios y productos de calidad y de esta manera se logrará una estructura concreta en beneficio de las comunidades que les permitan desarrollarse de una manera sostenible e integral en las funciones que desempeñen tanto como empresa pública o privada dentro de la actividad turística (Oyarzún & Szmulewicz, 2018, párrafo 5).

4.1.3. Recursos Turísticos

“Es el conjunto de todos los bienes que hacen parte de un ámbito geográfico específico y que son capaces de atraer por sí mismos viajeros haciendo así posible la actividad turística”. (UNWTO, 2022, párrafo 2).

4.1.4. Atractivos turísticos

“Los atractivos turísticos son lugares llamativos y acondicionados para generar interés y atraer a la mayor cantidad de turistas. Además, existen diversas atracciones que se adaptan a diferentes perfiles turísticos”. (Chávez, 2022 párrafo 4).

4.1.4.1. Atractivos Naturales

“Son aquellos creados por la naturaleza, cuyas características propias hacen viables que sean visitados por turistas. No pueden ser creados por el hombre, pero sí pueden ser modificados”. (Carrillo, 2019, pág. 77).

4.1.4.2. Atractivos Culturales

Carrillo, (2018), manifiesta que:

Son los elementos donde interviene o ha intervenido la mano del hombre en el paso del tiempo. A diferencia de los naturales, estos son creados por el hombre y pueden ser históricos o contemporáneos. Se dividen en: atractivos históricos, contemporáneos no comerciales y contemporáneos comerciales. (pág. 80).

4.1.5. Producto Turístico

La UNWTO, (2018), manifiesta que:

Un producto turístico es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de comercialización de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital. (párrafo 5).

4.1.6. Actividades turísticas rurales

“Es aquella actividad turística realizada en el espacio rural, estructurada por una oferta integrada de ocio, dirigida a una demanda motivada por el contacto con el entorno autóctono y que tenga una interrelación con la sociedad local”. (Cánovas, 2018, párrafo 3)

4.1.7. Planta turística en el sector rural

Varisco, (2020), manifiesta que:

La mayoría de los espacios rurales de América Latina reflejan territorios compuestos por comunidades campesinas como una alternativa turística que esencialmente se caracteriza por desarrollarse en espacios rurales y basarse en principios de tipo ambiental, social, cultural y económico. El equipamiento del turismo rural se integra con las organizaciones que brindan servicios básicos de alojamiento, restauración, transporte, agencias de viajes y servicios recreativos, ya sea que brinde alojamiento o que ofrezca solamente actividades recreativas.

En el sector rural, se hace más evidente que la distinción entre recurso y equipamiento no siempre es posible, dado que son estos establecimientos los que generan la atracción de la demanda. (pág. 165).

4.1.8. La Accesibilidad

UNWTO, (2021), manifiesta que:

La accesibilidad se refiere a que es de fácil acceso por cualquier persona. Es la característica que permite que los entornos, los productos, y los servicios sean utilizados sin problemas por todas las personas, para conseguir los objetivos para los que están diseñados.

En turismo la accesibilidad permite el desarrollo social, ambiental y económico, con especial atención a la mejora de la accesibilidad de las ciudades para eliminar las barreras físicas que encuentran las personas con discapacidad o movilidad reducida (pág. 87).

4.1.9. La Infraestructura Turística

Instituto Distrital de Turismo, (2020), manifiesta que:

Se define como el conjunto de obras y servicios que permiten, el desarrollo socioeconómico de un país, y que el turismo utiliza, para impulsar su actividad. Entre estas se encuentran rutas de acceso (pueden ser terrestre, aérea, lacustre, marítima, redes viales, aeropuertos y terminales), comunicaciones (servicios de telefonía, correo certificado, internet), equipamiento urbano (servicios de agua, alcantarillado, y energía eléctrica). (párrafo 3).

4.1.10. Ruta turística

Rodríguez, (2018), manifiesta que:

Las rutas turísticas son consideradas productos turísticos que están basadas en un recorrido que es presentado con anterioridad y brinda una orientación a los consumidores sobre

las actividades que llevarán a cabo en un destino. Las mismas están constituidas por un conjunto de elementos integrales que son ofertados en el mercado turístico.

Las rutas ofrecen así importantes oportunidades de desarrollo sostenible del turismo porque crean productos nuevos e innovadores y agregar valor a los existentes, incrementando así la satisfacción de los visitantes, la duración de sus estancias y el gasto (pág. 23).

Otro autor manifiesta que:

Suele denominarse como ruta turística, de este modo, a aquella vía que sobresale por estar rodeada de lugares que se consideran, por algún motivo, valiosos. Así se espera que los viajeros recorran la ruta turística para conocer sitios de importancia natural, religiosa, cultural, etc. (Villasante, 2019, párrafo 2).

4.1.11. Sendero

“El sendero es un itinerario diseñado para visitar lugares de interés paisajísticos, culturales, turísticos, históricos y sociales a través de caminos o pistas”. (Larrea, 2020, párrafo 3).

4.1.12. Estrategia de promoción

Rocafuerte, (2017), manifiesta que:

La promoción es una herramienta del marketing que tiene como objetivos específicos el informar, persuadir y recordar al público objetivo sobre los productos que manejan. La estrategia de promoción tiene el propósito de influir en la actitud y comportamiento del cliente o prospecto utilizando herramientas como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y ventas personales. (pág. 47).

4.1.12.1. Oferta turística

El Centro Europeo de Posgrado y Empresa (CEUPE, 2021) menciona que:

El objetivo de la oferta turística es que el turista consiga una experiencia única y satisfactoria del viaje, es decir, el éxito de una empresa turística depende de las características de la oferta turística (belleza, riqueza, importancia del precio, combinación de todo esto) y, en síntesis, diferenciación, diversificación y singularidad.

Además, es el conjunto de bienes y servicios turísticos que los productores del sector están dispuestos a ofrecer a determinados precios. (párrafo, 6).

4.1.12.2. Demanda turística

La secretaria de Turismo SECTUR, (2019), manifiesta que:

La demanda turística es, por tanto, el total de las personas participantes en actividades turísticas, cuantificada como número de llegadas o salidas de turistas, valor en dinero gastado u otros datos estadísticos. Entre los factores que influyen en la demanda turística

se encuentra el poder económico de los turistas, la disponibilidad de vacaciones y otros factores motivadores.

Además, es el conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino. (párrafo 4).

4.1.13. Operación Turística

“El operador turístico es un sujeto activo del mercado turístico, directamente involucrado en la planificación, desarrollo, promoción e implementación de un producto turístico con fines comerciales”.

Esto significa que los operadores turísticos están brindando a los turistas los servicios que componen el paquete turístico, previamente comprado, pagado y reservado en nombre de agencias autorizadas. (CEUPE, 2021, párrafo 7).

4.1.13.1. Itinerario

“Un itinerario es el derrotero del recorrido a seguir para llegar de un punto a otro, documento escrito o impreso que describe”. (CARRANZA, 2020, pág. 45).

4.2. Marco Referencial

Existen algunas investigaciones relacionadas con la temática de la presente investigación, se detallan algunos estudios de casos que sustentan el presente trabajo.

4.2.1. “La Ruta agroturística y de naturaleza banagua de la provincia el oro”

De acuerdo a los autores Orquídea Urquiola Sánchez; Jessica Lalangui (2016), en su artículo titulado La Ruta agroturística y de naturaleza banagua en la provincia el oro menciona que:

El desarrollo del turismo se ha convertido desde el pasado siglo XX en una de las alternativas que abre oportunidades para impulsar el crecimiento y mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades, entre otras razones por generar fuentes de empleo y diversos beneficios tanto económicos, sociales como culturales. La creación de rutas turísticas constituye una de las vías fundamentales que se utilizan en la actualidad para expandir esta actividad a los lugares más apartados de una región. Sin embargo, conseguir que los resultados finales sean eficaces en una ruta turística sólo es posible, con el involucramiento y coordinación de todos los actores locales con sus recursos y producción que aseguren beneficio para los turistas, la comunidad y demás actores. En la Provincia El Oro el tema de las rutas turísticas no se ha explotado suficientemente, no obstante, constituye interés primordial del Ministerio del Turismo, e impulsar su desarrollo tomando como centro las comunidades donde están enclavados los distintos atractivos turísticos desde el punto de vista ecológico, cultural, artístico

y deportivo que pueden favorecer interesante producto turístico en el que intervienen los diferentes actores de la comunidad. La investigación analiza la Ruta de Agroturismo y Naturaleza Banagua ubicada en la Provincia El Oro. Para el desarrollo del trabajo se emplearon diferentes métodos teóricos como el análisis documental y síntesis, histórico lógico; en cuanto a los empíricos se emplearon la observación y entrevista.

4.2.2. “El turismo rural en un contexto binacional: caso de estudio: ruta turística mangahurco casitas”

María Dolores Sánchez-Fernández, PhD (2013) en su artículo titulado “El turismo rural en un contexto binacional: caso de estudio: ruta turística mangahurco casitas” cita que, con el firme propósito de fortalecer la integración de los países vecinos de Ecuador y Perú, se impulsan acciones que contribuyan en el desarrollo de estas zonas, considerado al turismo, como un eje dinamizador de la economía a partir del aprovechamiento de las diferencias o ventajas comparativas de cada país. El propósito de la presente investigación se centra en el desarrollo y diseño de una ruta turística binacional que integre localidades de la Zona de Integración Fronteriza ecuatoriano-peruana, puntualmente entre la provincia de Loja Ecuador y el departamento de Tumbes Perú, para lo cual se busca vincular el turismo de la zona con nuevas fórmulas de gestión rural. La metodología se plantea con un enfoque participativo, interactivo y espontáneo que motive la inclusión de todos los actores que tienen competencia directa con el desarrollo de la ruta turística a fin de lograr un empoderamiento del proceso. Entre los principales hallazgos se resalta altos niveles de pobreza en la población, sistemas de transporte limitados, una planta e infraestructura turística limitada, aunque se dispone de atractivos turísticos naturales y culturales con una alta potencialidad turística. La evaluación de la ruta en su totalidad establece que esta dispone de un potencial medio con oportunidades de aumento, gracias al empoderamiento y la generación de alianzas en puntos estratégicos entre los dos países.

4.2.3. Diseño de ruta turística para el desarrollo del pueblo Natabuela Cantón Antonio Ante, Imbabura”

Natalia Román (2021), en su artículo titulado: “Diseño de ruta turística para el desarrollo del pueblo Natabuela Cantón Antonio Ante, Imbabura”, menciona que:

El turismo cultural como una nueva alternativa excelsa para la Parroquia Natabuela y el Cantón Antonio Ante, los cuales, por mucho tiempo, han vivido del turismo de compras que se genera con los textiles, olvidando que si un lugar puede ofrecer un turismo mixto podría llegar a abarcar varios tipos de nichos. La investigación se enmarca dentro de los aspectos histórico-culturales de los pueblos de la región en la línea de investigación; con una modalidad

cuantitativa–cuantitativa, adentrándose en la investigación etnográfica y de campo. Se realizó un análisis de las entrevistas y encuestas aplicadas para una sustentación cuantitativa. Como resultado, se obtuvo la ruta turística descrita cuyo conocimiento contribuye al desarrollo y generación de recursos económicos en el sector y el interés en mantener su cultura.

5. Metodología

5.1. Área de estudio

Se encuentra ubicado en el cantón de Loja, este recorre alrededor de 50 Km. Inicia en la ciudad de Loja recorriendo diferentes poblados como Pueblo Nuevo, El Cristal, Tres Leguas, Rumishitana, Yamba, El Porvenir, Nangora, Landangui, Malacatos, San Pedro de Vilcabamba y Vilcabamba. Sin embargo, para este trabajo de investigación el inicio de la ruta se realizó desde la carretera principal Av. Éxodo de Yangana, en el sector de Caxanuma a pocos pasos del Parque Nacional Podocarpus hasta la parroquia Malacatos cuyo recorrido se puede apreciar los más característico de la parte sur oriental de la ciudad de Loja, lo que da como resultado 21,6 km para el estudio.

Figura 1

Mapa de la ruta turística “La Cascarilla”



Nota. Mapa del área de estudio de la ruta turística “La Cascarilla”. Elaborado en ArcGis por Freddy Sarmiento

El enfoque de la investigación es de carácter cuantitativo porque permitió adquirir información por medio de encuestas aplicadas a una muestra finita de personas para la obtención de datos que posteriormente serán tabulados y de carácter cualitativo porque sirvió para la revisión de información in situ mediante la técnica de observación.

5.2. Metodología por Objetivos

Objetivo 1: Diagnosticar la situación actual de la ruta turística “La Cascarilla” del cantón y provincia de Loja.

Para diagnosticar la situación actual de la ruta se utilizó el método científico que permitió verificar la información en fuentes secundarias como trabajos investigativos, estudios de caso, tesis, entre otras que facilitaron la recolección de información confiable acerca de la ruta; además, se aplicó el método analítico, el cual sirvió para realizar un análisis sobre cada uno de los componentes turísticos como sus atractivos, condiciones físicas, infraestructura entre otras características por medio de la Matriz de Carla Ricaurte utilizando la ficha 1 de caracterización turística de comunidades, que constató los datos de ubicación, oferta de servicios turísticos y la infraestructura de servicios básicos, (Ver Anexo 4). También se realizó el Inventario de atractivos turísticos (Ver Anexo 5) utilizando la metodología del MINTUR para la recolección de información de los atractivos, seguidamente se utilizó la técnica de observación directa con la cual se realizó una Matriz de jerarquización de los atractivos turísticos (Ver Anexo 6) para saber cuál es su situación real.

Adicionalmente se aplicó una encuesta (Ver Anexo 7) para evaluar la percepción u opinión que tienen los turistas al visitar la ruta turística “La Cascarilla” del cantón Loja debido a la cercanía que tienen al presente proyecto de investigación. Por lo cual para conocer el total de personas a encuestar se aplicó la fórmula para poblaciones infinitas, cuyo margen de error máximo es de 0,6 debido al estado que padecemos en ese entonces por el covid-19 y por la modalidad de estudio (no a la movilización de espacios abiertos).

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

$$n = \frac{222.917 \times (1,88)^2 \times 0,50 \times 0,50}{(0,06)^2 \times (222.917 - 1) + (1,88)^2 \times 0,50 \times 0,50} = \frac{196969.46}{(802.49 + 0,8836)} = 246.34$$

N = tamaño de la población (222.917 hab.)

Z = nivel de confianza, (94%) / (Z = 1,88)

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

Q = probabilidad de fracaso (50%)

E (d)= precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) (6%)

Una vez aplicada la fórmula con los datos correspondientes del Cantón Loja se obtuvo el siguiente resultado:



Con la información obtenida se realizó el análisis FODA para determinar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

Objetivo 2. Diseñar la propuesta de fortalecimiento para la ruta turística “La Cascarilla” del cantón y provincia de Loja.

Utilizando el método sintético se realizó el FODA estratégico para diseñar la propuesta de fortalecimiento de la ruta. Seguidamente, se enlistó y se priorizó 3 objetivos estratégicos tomando en cuenta algunos criterios de la metodología de la OMT (Organización Mundial del Turismo),

Finalmente se plantea la propuesta para fortalecer la ruta con nuevas actividades, además de los atractivos ya existentes, haciendo el levantamiento georreferenciado de los puntos de interés en la ruta y plasmándolos en un nuevo mapa, que se complementó con un itinerario y guión de la misma.

Objetivo 3. Elaborar estrategias de promoción a la propuesta planteada para la ruta turística “La Cascarilla” del cantón y provincia de Loja.

Para este objetivo se utilizó el método analítico, para elaborar estrategias de promoción de la propuesta planteada para la ruta y se consideró algunos elementos que salieron del estudio del objetivo 1 y 2.

Seguidamente se utilizó una matriz del plan estratégico promocional para cada estrategia que se determinó anteriormente, para dar a conocer la planificación, encargado, diseño de la promoción y medios por los que se difundirá.

6. Resultados

El diagnóstico turístico permitió conocer de primera mano la naturaleza, las cualidades y características que se manifiestan en el sendero “La Cascarilla” del cantón y provincia de Loja, para dar un juicio pertinente acerca de la situación actual.

6.1. Diagnóstico de la situación actual de la ruta turística “La Cascarilla” del cantón y provincia de Loja.

6.1.1. Breve reseña

El proyecto del sendero Caxarumi fue concebido en el año 2001 y paralizado durante largo tiempo, sin embargo, la actual administración municipal ha retomado su apertura utilizando los espacios por donde recorría la vía antigua a Loja que fue cercada por los propietarios de los terrenos adyacentes, cuando se abrió la nueva carretera.

El Municipio de Loja ha socializado el proyecto con los moradores y es de conocimiento público su ejecución, inclusive en el mes de noviembre del 2015 se realizó una última socialización con los habitantes de los sectores aledaños, quienes mostraron su respaldo a la iniciativa.

6.1.1.1. Beneficios

El turista puede recorrer la totalidad del sendero o hacerlo por tramos, para estar en íntimo contacto con la naturaleza. A pie, en bicicleta o a caballo, el paisaje, la interpretación ambiental, la observación de flora y fauna, y el encuentro humano con los pobladores del sector, vuelven muy interesante y enriquecedor este recorrido.

La operatividad del sendero prevé la inserción de las comunidades humanas asentadas a lo largo de la ruta en actividades productivas que tienen como base el turismo receptivo.

Esto convierte a cada familia en una potencial microempresa y estimula la generación de emprendimientos, encaminados a mejorar las condiciones de vida de la población, que empieza a sentir los beneficios de esta actividad.

6.1.1.2. Flora

Durante la Ruta podemos encontrar variedad de Flora entre ellas y una de las principales el podocarpus y la cascarilla que es de donde nace el nombre de esta ruta:

Tabla 1.

Flora

Familia	Nombre científico	Nombre común
Podocarpacea	Podocarpusoleifolius	Romerillo Podocarpus
Pinaceae	Pinos patulaschiede	Pino
Betucelea	Almusacuminata	Aliso
Oleacea	ChionathuspubescensKunth	Arupo
Oleacea	Sapindussoponaria	Jorupe

Nota. Variedad de flora de la ruta turística “La Cascarilla”. Tomado del municipio de Loja

Entre otros: fresno, faique, ceibo, calistemo, greveillea, eucalipto, quique, guato, cipre, guayaba. nispero, buganvilla, capulí, arabisco, flor de rey, allashipa, chilca, poma rosa.

6.1.1.3. Fauna

Durante el recorrido nos podremos encontrar con los siguientes animales entre ellas tenemos:

Tabla 2.

Fauna

Aves	Mamíferos	Reptiles
Grallariacorrónica, castaña, chilalo, chiroca, mirlo grande, golondrina azul y blanca, garrapatero, sucaca. tangara azulinegra, amazilia lojana, paloma collareja, chingolo, tórtola orejuga, urraca turquesa, carpintero olivadorado, tangara azulada, febeguarrios, colibrí orejivioleta pardo, cernicalo americano.	Conejos, murciélago frutero, guanchaco, raposa, zorrillo., zorro de paramo, puerco espín etc.	Hoja podrida, culebra minadora de Loja, Ranita de cristal etc.

Nota. Variedad de fauna de la ruta turística “La Cascarilla”. Tomado del municipio de Loja

6.1.1.4. Mapa turístico de la ruta “La Cascarilla”

A continuación, se muestra el mapa turístico de la ruta “La Cascarilla” diseñado por el Municipio de Loja donde se detallan los atractivos turísticos, las actividades turísticas, los servicios que se ofrecen.

Figura 2

Mapa turístico de la ruta “La Cascarilla”



Nota. Mapa turístico de la ruta “La Cascarilla”. Tomado del Municipio de Loja.

A continuación, se presenta la planta turística de la parroquia Malacatos debido a la cercanía del sendero “La Cascarilla” con los diferentes poblados que pertenecen a dicha parroquia, puesto el inicio y fin de esta ruta delimitada para este estudio, se encuentra bajo esta jurisdicción territorial:

La parroquia Malacatos se ubica al sur del Ecuador, pertenece a la zona 7, provincia y cantón Loja. Limita al norte con la parroquia urbana San Sebastián del cantón Loja, y la parroquia rural El tambo del cantón Catamayo; al sur por la parroquia rural San Pedro de

Vilcabamba y Vilcabamba; al este por la parroquia Sabanilla y por el Cantón Zamora provincia de Zamora Chinchipe; y al oeste por la parroquia rural Purunuma del cantón Gonzanamá.

La parroquia Malacatos según el censo poblacional del 2010 del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), cuenta con una población de:

Tabla 3

Población

POBLACIÓN DE LA PARROQUIA MALACATOS	
Hombres	3.577
Mujeres	3.537

Nota. Esta tabla muestra los valores correspondientes a la población de la parroquia Malacatos, del cantón Loja. Tomado de: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

6.1.2. Oferta de Servicios turísticos

6.1.2.1. Alojamiento.

Dentro de la ruta turística “La Cascarilla” del cantón y provincia de Loja actualmente no existen establecimientos de alojamientos turísticos. Sin embargo, existen alojamientos complementarios que están cerca de la ruta detallados a continuación:

La parroquia de Malacatos cuenta con 13 establecimientos de hospedaje, distribuidos en 8 hosterías, 2 pensiones, 1 hostel y un hotel.

Tabla 4

Alojamiento de la Parroquia de Malacatos

N°	Nombre	Tipo	N° Hab.	N° Plazas	Ubicación
1	Cabañas del sol	Hostería	8	16	Malacatos
2	El Remanso	Hostería	12	25	Taxiche
3	Landangui	Hostería	11	40	Landangui
4	Las Lagunas	Hostería	19	60	Cabianga
5	Malacatos	Pensión	8	14	Malacatos
6	Mi compadre	Hostería	8	20	Landangui
7	Quinta Esperanza	Hostería	11	40	Ceibopamba
8	San Antonio	Hostería	8	18	Malacatos
9	Santa Ana	Ecolodge	2	15	Santa Ana
10	Sol y Sobra	Pensión	6	15	Malacatos
11	Vallto Malacatos	Hostal	14	28	Malacatos
12	Victoria	Hostería	11	40	Landangui
13	Villa Colonial	Hotel	13	30	Malacatos
TOTAL			129	346	

Nota. Esta tabla muestra los alojamientos de la parroquia Malacatos, provincia de Loja. Tomado del Catastro turístico de la parroquia Malacatos.

6.1.2.2. Alimentación.

Dentro de la ruta turística “La Cascarilla” se encontraron los siguientes establecimientos que se detallan a continuación:

Tabla 5*Alimentos y bebidas en la ruta*

N°	Nombre	Tipo	Capacidad	Especialidad	Ubicación
1	Taty	Restaurante	30	Salchipapas	Rumishitana
2	Sazón de Doña Rome	Restaurante	30	Comidas típicas	Rumishitana

Nota. Esta tabla muestra a los establecimientos de restauración que están dentro de la ruta turística del sendero “La Cascarilla”, de la provincia de Loja. Trabajo realizado en campo por Freddy Sarmiento.

Adicional existen establecimientos de alimentación y bebidas complementarios a la ruta identificados en la parroquia de Malacatos con un total de 47 distribuidos en: 36 restaurantes, 1 cafetería, 1 cafetería - restaurant, 2 burger, 1 pizzería, 1 bar restaurante, 1 frutería restaurante, 3 centros de expendio de jugo de caña y un bar, los mismos que a continuación se detallan:

Tabla 6.*Alimentos y bebidas*

N°	Nombre	Tipo	Capacidad	Especialidad	Ubicación
1	Al Paso del Viajero	Restaurante	35	Jugo de Caña	Cabianga
2	Don Lucho	Bebidas	10	Jugo de Caña	Cabianga
3	El Mirador	Restaurante	30	Caldo de Gallina Criolla	Cabianga
4	El Piquetazo	Bebidas	10	Jugo de Caña	Cabianga
5	Jugo de caña "Don Carlos"	Bebidas	20	Jugo de Caña	Cabianga
6	La casa de la Cecina	Restaurante	35	Cecina	Cabianga
7	La Cascarilla	Restaurante	15	Jugo de Caña/ Gallina Criolla	Cabianga
8	La Choza	Restaurante	60	Seco de Chivo	Cabianga
9	Zona Refrescante	Cafetería – Restaurante	20	Caldo de Gallina Criolla	Cabianga
10	El Mesón Turístico	Restaurante	50	Fritada	Chorrillos
11	Sabía que vendrías	Restaurante	60	Chivo al Hueco	Landanguí
12	Chivo al Hueco Zapotillano	Restaurante	30	Chivo al Hueco Zapotillano	Landanguí
13	El Mesón Familiar	Restaurante	80	Fritada	Landanguí
14	La Esquina del Sabor "Doña Kety"	Restaurante	100	Fritada	Landanguí
15	Los Cortijos Picantería Dñ.	Restaurante	90	Tilapia	Landanguí
16	Lucia	Restaurante	35	Fritada	Landanguí
17	Picantería "David"	Restaurante	80	Fritada	Landanguí
18	La vieja sazón	Restaurante	40	Comida Criolla	Landanguí
19	Akisito	Restaurante	20	Comida Casera	Malacatos
20	Asadero "El Valle"	Restaurante	24	Pollo Asado	Malacatos
21	Asadero "Lisbeth"	Restaurante	60	Pollo Asado	Malacatos
22	Bar León	Bar	25	Bebidas	Malacatos
23	Burger express	Burger	10	Salchipapas	Malacatos
24	Chifa Yunan	Restaurante	50	Comida China	Malacatos
25	Don Rojitas	Restaurante	30	Agachaditos	Malacatos

26	El paisanito	Restaurante	24	Comida Típica	Malacatos
27	Gerry	Pizzería	20	Pizza	Malacatos
28	La casa de la abuela	Restaurante	24	Parrilladas	Malacatos
29	Los Abuelos	Restaurante	30	Cecina	Malacatos
30	Rico Sabor	Restaurante	60	Polos al horno	Malacatos
31	Sabor a Casa	Restaurante	30	Cecina	Malacatos
32	Soda Bar	Burger	10	Salchipapas	Malacatos
33	Sukiya-ki	Restaurante	30	Comida japonesa	Malacatos
34	Valle de la Eterna Primavera	Restaurante	45	Ceviche eterna primavera	Malacatos
35	Picantería "Rumishitana"	Restaurante	30	Fritada	Rumishitana
36	Divino Niño	Restaurante y frutería	46	Fritada	Rumishitana

Nota. Esta tabla muestra los establecimientos de alimentación y bebidas complementarios a la ruta turística "La Cascarilla". Tomado de: Catastro turístico de la parroquia Malacatos.

6.1.2.3. Esparcimiento

En la Parroquia de Malacatos los lugares de distracción y diversión son cuatro, y a continuación se enuncian:

Tabla 7

Centros de Esparcimiento

Nº	Nombre	Tipo	Nº Plazas
1	Centro Recreacional Malacatos	Complejo Turístico	Aprox. 400
2	La Sucursal del Cielo	Discoteca	150
3	Maxime Space	Discoteca	100
4	Vallto	Sala de Juegos	20
5	La bombonera	Cancha sintética	150
Total		820	

Nota. Centros de esparcimiento de la parroquia Malacatos. Trabajo realizado en campo por Freddy Sarmiento

6.1.3. Infraestructura de Servicios Básicos

6.1.3.1. Transporte y Accesibilidad

La parroquia de Malacatos se encuentra a 33 km del cantón Loja y entre 45 minutos a 1 hora de distancia. La vía que conecta al cantón con la parroquia es asfaltada, tiene señalización vial, se encuentra actualmente en buenas condiciones, y siendo parte de un proyecto de regeneración vial, sin embargo, posee tramos de carretera en mal estado (de tierra), por la presencia de fallas geológicas, lo cual dificulta su mantenimiento.

Dentro de la parroquia las carreteras son asfaltadas en la mayoría de barrios urbanos, de segundo y tercer orden en los rurales. Los medios de transporte que se utilizan para llegar y movilizarse en la parroquia son:

Tabla 8
Transporte de la Parroquia de Malacatos

Nombre	Estación / terminal	Tipo de transporte		Frecuencia del servicio	Tipo de vehículo
		Local	Inter-Cantonal		
Coop. de transporte Yanzatza	Estación		X	Diaria 22:00	Bus
Cooperativa de camionetas Kavianga	Estación	X		Diaria	Camioneta
Nambija	Estación		X	Diaria	Bus
Cooperativa de transporte "San Felipe"	Estación	X		Diaria	Camioneta
Sur Oriente			X	Diaria cada 60 min.	Bus
Taxi ruta 11 de Mayo	Estación		X	Diaria	Bus
Cooperativa Tran Malacatos	Estación	X		Diaria	Camioneta
Unión Cariamanga			X	Diaria 10:00 13:00 17:00	Bus
Urbadago	Estación	X		Diaria 6:00, 12:30 13:15	Bus
Cooperativa de camionetas "27 de febrero"	Estación		X	Diaria	Camioneta
Vilcabamba Turís Cia. Ltda.	Estación		X	Diaria cada 15 Min.	Bus

Nota. Esta tabla muestra las cooperativas de transporte que pasan por la ruta turística "La Cascarilla". Tomado de: PDOT 2015

6.1.3.2. Agua

La parroquia de Malacatos tiene una cobertura del 25,5% (en 2014) de agua potable (red pública), por lo que el 74,5% de la población se abastece de agua entubada, la misma que es tratada con ozono. Esto de acuerdo con la información propiciada por el Gad. La información a continuación detallada se corroboró mediante el trabajo de campo y en un conversatorio con la Lic. Sandra Rodríguez presidenta del GAD Parroquial de la parroquia.

Tabla 9
Procedencia del agua para uso doméstico

Barrios	Sectores	Tipo
---------	----------	------

Belén	Belen, Palanda, San Francisco Alto, San Francisco Medio, La Florida, La Granja, San Jose De Las Penas, San Jose Alto	Red Publica
	San Francisco Bajo, La Calera	Entubada
El Carmen	Landangui, El Carmen, Orta, Naranjo, Prado Alto, Prado Bajo, El Sauce	Entubada
Pedregal	Saguaynuma, Pedregal, Picotas, Cobalera, Jabonillo	Entubada
San José De Ceibopamba	San Jose De Ceibopamba, Naranjo Dulce, Santo Domingo, Chinguilamaca.	Entubada
	Chinguilamaca	
Rumishitana	Rumishitana	Red Publica
	Tres Leguas, Mizquiacu, Granadillos, Santa Gertrudis, El Porvenir, Noranga, Potopamba. La Era, Yamba, Los Lirios	Entubada
Taxiche	Taxiche	Red pública
	Cabianga	Entubada
Trinidad	Trinidad, Santanilla, Santa Cruz	Red Publica
	Ceibopamba, santana, Trinidad alto	Entubada

Nota. Esta tabla muestra la Precedencia del agua para uso en los barrios de la parroquia Malacatos. Trabajo en campo realizado por Freddy Sarmiento.

6.1.3.3. Comunicaciones

En la parroquia de Malacatos hay telefonía fija y móvil como, Claro, CNT y Movistar con buenas condiciones; sin embargo, en algunos barrios rurales se presentan dificultades debido a que la cobertura es muy frágil, por lo cual la población recurre a sitios señalados en donde la cobertura es de mejor calidad.

En lo que se refiere al servicio de internet actualmente la parroquia tiene buena cobertura en los barrios urbanos como rurales, además la parroquia cuenta con un Infocentro público, y varios ciberes privados, sin embargo, un considerable número de hogares aún no disponen de este servicio en sus hogares.

6.1.4. Sanidad.

6.1.4.1. Alcantarillado

En la parroquia de Malacatos el 21,8% de las viviendas tienen alcantarillado hasta el 2014, distribuyéndose en la cabera parroquial, Rumishitana, y parte del barrio Taxiche, sin embargo, actualmente el Municipio de Loja lleva a cabo el proyecto de implementación de alcantarillado en la parroquia, pero la obra se encuentra inconclusa. A consecuencia de ello la

mayoría de viviendas poseen pozos sépticos los cuales constantemente colapsan provocando malestar a la comunidad.

6.1.4.2. Residuos Sólidos

En la parroquia de Malacatos la eliminación de los desechos se realiza mediante un carro recolector proporcionado por el Municipio de Loja, el mismo que en los barrios urbanos pasa los días lunes, martes, viernes y sábados; mientras que, en los barrios rurales de una a dos veces por semana de acuerdo al volumen de residuos generados anteriormente, además en estos barrios existen contenedores para el depósito de los desechos.

6.1.4.3. Salud

Los centros de salud que prestan sus servicios en la parroquia de Malacatos son los siguientes:

Tabla 10

Centros de Salud de la Parroquia de Malacatos

Nombre	Ubicación
Sub centro de Salud del Ministerio de Salud Pública	Cabecera parroquial de Malacatos.
Seguro Social Campesino del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS	Rumishitana

Nota. Esta tabla muestra los Centros de Salud de la Parroquia de Malacatos. Tomado de: PDYOT 2015.

6.1.4.4. Energía

En la parroquia de Malacatos el 96,68% de viviendas de tienen servicio de energía eléctrica, es decir tiene una buena cobertura abastecida por la Empresa Regional del Sur (EERSSA).

6.1.5. Inventario de atractivos Turísticos

Para la recolección de información de atractivos turísticos, se aplicó la ficha de levantamiento de atractivos turísticos diseñado por parte del MINTUR, misma que fue actualizada y completada con información faltante a través de investigación en el sitio. En las siguientes fichas de resumen se podrá observar una ficha de resumen adaptada a la investigación con información principal de los atractivos turísticos.

6.1.6. Inventario de atractivos turísticos en la ruta

Tabla 11.

Sendero Caxanuma


NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Sendero Caxanuma		II
CATEGORÍA:	TIPO	SUBTIPO:
Manifestación Cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Obra de ingeniería
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Parroquia Malacatos
		<p>Ubicación: El sendero Caxanuma, ubicado en la provincia de Loja, El acceso se lo realiza desde la carretera principal Av. Éxodo de Yangana, en el sector de Caxanuma a pocos pasos del Parque Nacional Podocarpus.</p> <p>Georreferenciación; Longitud: 4°05'12" S Latitud: 79°12'19" W Altura: 500 m.s.n.m</p>
<p>Figura 3 Sendero Caxanuma</p>		
<p>Características: Este recorre alrededor de 50 Km. Inicia en la ciudad de Loja recorriendo diferentes poblados como Pueblo Nuevo, El Cristal, Tres Leguas, Rumishitana, Yamba, El Porvenir, Nangora, Landangui, Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Quinara y Vilcabamba, formando una ruta en cuyo recorrido se puede apreciar los más característico de la parte sur oriental de la provincia de Loja. En este sendero de aproximadamente dos metros de ancho, se pueden visualizar los diferentes tipos de aves y la inmensa vegetación.</p>		
<p>Recomendaciones - Visitar en meses de verano - Llevar ropa cómoda y ligera, cámara fotográfica, protector solar y gorra/ sombrero.</p>		
<p>Actividades Turísticas - Fotograffas. - Observación de aves. - Turismo vivencial.</p>		

Tabla 12.

Crianza de truchas


NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Crianza de truchas		II
CATEGORÍA:	TIPO :	SUBTIPO:
Manifestación Cultural	Acervo cultural y popular	Gastronomía
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Malacatos
		<p>Ubicación: Se encuentra ubicado en la parroquia Malacatos, barrio Rumishitana.</p> <p>Georreferenciación: Longitud: 4°13'08.96" S Latitud: 79°15'31.87" W Altura: 1488 m.s.n.m</p>
<p>Figura 4 Crianza de truchas</p>		
<p>Características: Es adecuado para que el visitante pueda pescar las truchas y se le prepare el plato, el cual tiene un valor de \$7. El establecimiento cuenta con una un estanque donde están ubicadas las truchas para su crianza y pesca. Atiende los días sábados y domingos de 12:00 a 18:00.</p>		
<p>Recomendaciones - Visitar los meses de mayor demanda como agosto, octubre y diciembre. - Llevar ropa cómoda y ligera, cámara fotográfica, protector solar y gorra/ sombrero.</p>		
<p>Actividades Turísticas - Fotografías. - Pesca deportiva - Turismo vivencial. - Gastronomía</p>		

Tabla 13

Ficha de Resumen de la Iglesia de Rumishitana


NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Iglesia de Rumishitana		II
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestación Cultural	Arquitectura	Histórica/Vernácula
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Rumishitana
		<p>Ubicación:</p> <p>Se ubica en el barrio rural Rumishitana, de la parroquia de Malacatos, del cantón y provincia de Loja.</p> <p>Georreferenciación: Longitud: 4°9'3.276" S Latitud: 79°12'29.304" W Altura: 1773 m.s.n.m.</p>
<p>Características:</p> <p>De estilo tradicional– republicano, su pintoresca fachada pintada con colores cálidos, sinónimo de su gente amable y de sus verdes campos; tiene dos cúpulas pequeñas y un campanario; en la parte de adentro posee una nave principal donde se encuentra un altar con una escultura de Jesús y a sus costados la Virgen del Cisne y San Vicente de Ferrer, y una nave lateral que se encuentra en proceso de construcción y adaptación para un altar a la Virgen del Cisne.</p>		
<p>Recomendaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Visitar en el mes de agosto en especial es primer domingo de este debido a que esta fecha se realizan las fiestas del barrio. - Llevar ropa cómoda, cámara fotográfica, protector solar y gorra/ sombrero. 		
<p>Actividades Turísticas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fotografías. - Observación de presentaciones o representaciones en vivo. - Turismo vivencial. 		

Figura 5. Iglesia de Rumishitana

Tabla 14

Ficha de resumen de la iglesia de Taxiche

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Iglesia de Taxiche		II
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestación Cultural	Arquitectura	Histórica/Vernácula
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Taxiche
		<p>Ubicación: Se ubica en el barrio urbano Taxiche, dela parroquia de Malacatos, del cantón y provincia de Loja.</p> <p>Georreferenciación: Longitud: 4°13'5.4228''S Latitud: 79°14'32.8812'' W Altura: 1533 msnm</p>
<p>Características: La iglesia de Taxiche, data de entre 1940 , de estilo neoclásico, con paredes de tapia, revestida con cemento y pintada al estilo contemporáneo, compuesta de dos torres semi sobresalientes, de las cuales una funciona como campanario, entre estas se encuentra ubicado un reloj en y el techo es de ardex, en la parte interior, tiene una sola nave, con un altar a los patronos del barrio; San Vicente Ferrer y San Isidro Labrador; junto a ellos se encuentra una escultura de la virgen del Carmen y de la Virgen del Cisne, ornamentada por grandes y naturales helechos; en la parte frontal al altar se ubica un coro de madera.</p>		
<p>Recomendaciones - Visitar en el mes de junio, en especial de donde la iglesia se engalana con bellas y coloridas flores, en honor a sus patronos - Llevar ropa cómoda y ligera, cámara fotográfica, protector solar y gorra/ sombrero.</p>		
<p>Actividades Turísticas - Fotografías. - Turismo vivencial.</p>		

Figura 6 Iglesia de Taxiche.

Tabla 15

Ficha de Resumen del Sendero ecológico Malacatos-Landangui

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Sendero ecológico Malacatos- Landangui		II
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestación Cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Obra de ingeniería
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Malacatos Landangui
		<p>Ubicación: Ubicado en la parroquia de Malacatos entre el sector de Landangui y Malacatos.</p> <p>Georreferenciación: Longitud: 4°13'909.83'' S Latitud: 79°15'25.25'' W Altura: 1479 m.s.n.m.</p>
<p>Figura 7. Sendero ecológico Malacatos-Landangui</p>		
<p>Características: Este comprende uno de los tramos del sendero ecológico Loja Vilcabamba, trabajado por el Municipio de Loja. En el tramo Landangui Malacatos se puede realizar el recorrido caminando, en caballo o bicicleta, desde el cual se puede apreciar la variedad de flora y fauna que posee la parroquia como es el caso de árboles frutales como mango, naranjo, mandarina, guabo, guayabo, mora silvestre, además de los huilcos, faiques, mosquera, entre otros y especies como ardilla, conejo y pava de campo, aves como la golondrina, el carpintero, palomas y tordos. El recorrido dura aproximadamente 35 minutos caminando.</p>		
<p>Recomendaciones - Visitar en el mes de junio, en especial de donde la iglesia se engalana con bellas y coloridas flores, en honor a sus patronos - Llevar ropa cómoda y ligera, cámara fotográfica, protector solar y gorra/ sombrero.</p>		
<p>Actividades Turísticas - Fotografías. - Observación de flora y fauna - Senderismo - Caminata - Cabalgata - Ciclismo</p>		

Tabla 16

Ficha de resumen de la elaboración de la panela

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Elaboración de la panela		II
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestación Cultural	Acervo cultural y popular	Gastronomía
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Malacatos
		<p>Ubicación:</p> <p>Al ser una actividad identitaria de la parroquia se puede encontrar varias fábricas para la elaboración de la panela, conocidas como moliendas, que se ubica en la Parroquia de Malacatos, del cantón y provincia de Loja.</p> <p>Georreferenciación: Longitud: 4° 13' 13.13" S Latitud: 79° 15' 22.08" W Altura: 1.477 m.s.n.m.</p>
<p>Características:</p> <p>Preparación</p> <p>En la molienda el primer paso era la separación de la caña aguarapada, misma que se identifica fácilmente por su color café oscuro, el segundo paso es la extracción, para lo cual se usaba un trapiche de madera, que consiste en una base con dos troncos cilíndricos separados por aproximadamente 10cm de distancia, movibles, en cuya parte central se coloca la caña y al dar la vuelta, los troncos presionan al producto obteniéndose así el jugo y para finalizar con el cuarto paso, que es el moldeo se usan moldes de madera con pequeños cuadros, sobre una superficie plana, en los cuales se coloca la mezcla distribuyéndola con una espátula de madera, se deja enfriar 15 minutos y se retira el molde, se deja enfriar nuevamente 10 minutos, se lleva al cuarto de reposo y está listo para su venta o distribución.</p>		
<p>Recomendaciones</p> <p>Para su pleno disfrute se recomienda llevar ropa cómoda y ligera, cámara fotográfica, protector solar y gorra/ sombrero</p>		
<p>Actividades Turísticas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Agroturismo (Participación y observación del proceso de elaboración de la panela) - Fotografía - Degustación del guarapo, cachaza refina y común 		

Figura 8 *Panela*

Tabla 17

Ficha Resumen del Santuario Diocesano Señor de la Caridad

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Santuario Diocesano del Señor de la Caridad		II
CATEGORÍA:	TIPO	SUBTIPO:
Manifestación Cultural	Arquitectura	Histórica/Vernácula
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Parroquia Malacatos
		<p>Ubicación: El Santuario Señor de la Caridad, se ubica en las calles Alejandro Bravo, Manuel Godoy y Pío Montufar de la parroquia de Malacatos, del cantón y provincia de Loja.</p> <p>Georreferenciación: Longitud: 4°13'08.96" S Latitud: 79°15'31.87" W Altura: 1488</p>
<p>Figura 9 Santuario Diocesano Señor de la Caridad</p>		
<p>Características: El Santuario es de estilo renacentista neoclásico construido en 1942. El 25 de agosto de 1995 fue nombrado como santuario por la Diócesis de Loja, el cabildo lojano y el presbítero lojano el cual está constituido por dos torres frontales y uno posterior con grandes cúpulas, por lo que se cree que quienes construyeron esta edificación son cuencanos porque esta es una característica propia de las iglesias de Cuenca, posee un campanario, y en la parte interior posee tres naves, una principal en la cual se encuentra un altar al Señor de la Caridad, patrono del santuario y de la parroquia, y dos laterales, en la izquierda un altar de la Virgen del Cisne.</p>		
<p>Recomendaciones Visitar en el mes de agosto en honor a su santo patrono y a las fiestas religiosas de la parroquia. Llevar ropa cómoda y ligera, cámara fotográfica, protector solar y gorra/ sombrero.</p>		
<p>Actividades Turísticas - Fotografías. - Observación de presentaciones o representaciones en vivo. - Turismo vivencial.</p>		


Tabla 18

Centro Recreacional Turístico de Malacatos

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Centro Recreacional Turístico de Malacatos		II
CATEGORÍA:	TIPO	SUBTIPO:
Manifestación Cultural	Etnografía	Centro Recreacional
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Parroquia Malacatos
		<p>Ubicación: Este Centro Recreacional se encuentra ubicado en la zona sur de la Parroquia Malacatos en la calle Justiniano Estupiñán a 31km de la ciudad de Loja en la vía Malacatos Vilcabamba</p> <p>Georreferenciación: Longitud: 4°13'08.96" S Latitud: 79°15'31.87" W Altura: 1488</p>
<p>Figura 10 Centro Recreacional Turístico de Malacatos</p>		
<p>Características: El Centro Recreacional Turístico Malacatos constituye el principal lugar de descanso, distracción y esparcimiento de la parroquia, que se encuentra a una altura de 1600 m.s.n.m. con una temperatura de 20.3° C, ubicado en la zona sur de Malacatos junto al río, es un espacio acogedor que ofrece a los turistas y a la población una infraestructura para el esparcimiento y el deporte, ya que cuenta con 2 canchas para la práctica del fútbol, indoor fútbol, básquet, volibol, áreas verdes, 3 cabañas donde se puede realizar el picnic, 2 piscina con tobogán, 2 baños y juegos recreativos para los niños. Este centro recreacional es propiedad del Ilustre Municipio de Loja y se encuentra administrado por el Jefe Distrital Sr. Celso Piedra</p>		
<p>Recomendaciones Utilizar vestimenta deportiva para disfrutar del clima y de las instalaciones del lugar, llevar terno de baño para hacer uso de la piscina, así mismo es necesario usar protector solar, gorras, gafas implementos deportivos como valones, bicicleta.</p>		
<p>Actividades Turísticas - Fotografías. - Actividades deportivas. - Picnic.</p>		

Tabla 19

Fiesta religiosa en honor al del Señor de la Caridad

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Fiesta religiosa en honor al de la Señor de la Caridad		II
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestación Cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas Religiosas, tradicionales y creencias
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Malacatos
		<p>Ubicación: Se ubica en la parroquia de Malacatos, del cantón y provincia de Loja.</p> <p>Georreferenciación: Longitud: 4°13'09.1''S Latitud: 79°15'32.230'' W Altura: 1483 m.s.n.m.</p>
<p>Figura 11 <i>Fiesta del Señor de la Caridad.</i></p>		
<p>Características: Las festividades son planificadas desde el comité general de fiestas y la junta parroquial durante todo el año, tiene gran importancia al ser desarrolladas durante todo el mes de agosto, el primer día se inicia con un pregón de festividades con la participación de carros alegóricos representando a cada barrio de la parroquia y bailes tradicionales y otros números por parte de las instituciones de la localidad, los siguientes días de festividad luego de celebrarse la santa misa se realiza la presentación de la vaca loca, algunos otros números mientras se brinda el tradicional canelazo (aguardiente con agua de canela y azúcar) para finalizar los juegos de luces, la quema del castillo y el baile popular con la presencia de artistas nacionales e internacionales. Siendo el día 30 el principal día de festividad, donde se realiza la procesión con la sagrada imagen del Señor de la Caridad por las principales calles del pueblo luego de la celebración eucarística. En este día se da lugar a la feria más grande de la parroquia donde recibe la visita de autoridades externas a la parroquia y tiene gran afluencia de turistas para participar de las exposiciones artesanales, agrícolas, gastronómicas, rodeo montubio, finalmente el bazar, y juegos deportivos. Cuentan de locales y en el libro "La dama fatal y el duende", de José Antonio Figueroa oriundo de Malacatos, que un día un negociante llegó a Malacatos con la imagen de un Cristo para la venta, pero la situación económica no permitió la compra a ninguna persona, entonces; al no poder comprar la imagen, todo el pueblo hizo una colecta y desde ahí la albergó en la iglesia. De ahí su nombre "Señor de la Caridad".</p>		
<p>Recomendaciones -Visitar en los últimos días del mes de agosto que es donde mejor se engalana la parroquia con música, arte y tradición. -Llevar ropa cómoda, cámara fotográfica.</p>		
<p>Actividades Turísticas - Fotografías. - Observación de presentaciones o representaciones en vivo. - Turismo vivencial.</p>		

6.1.7. Inventario de atractivos turísticos complementarios

Tabla 20.

Cerro Yunanga


NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Cerro Yunanga		II
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Sitio Natural	Montaña	Baja montaña
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Malacatos
		<p>Ubicación: Se localiza en el barrio el Carmen aproximadamente a 1,5km del Centro de la Parroquia. A 5 minutos en carro, se ingresa en el barrio Landangui.</p> <p>Georreferenciación: Longitud: -79°23'02.14"S Latitud: -4°18'96.94"W Altura: 2.280 m.s.n.m.</p>
<p>Figura 12 Cerro Yunanga</p>		
<p>Características: Desde la cúspide del cerro se puede tener una vista panorámica hasta las parroquias San Pedro de Vilcabamba y Vilcabamba, también se divisa el Parque Nacional Podocarpus. En esta montaña se encuentra una cruz de unos dos metros aproximadamente de altitud que fue construida en 1986 para que el cerro no siga creciendo según comentan las personas que viven en las faldas del Yunanga ya que según las personas mayores del lugar, este cerro está encantado y cada viernes santo se escuchaban repiques de campanas que provenían del cerro. Por su formación se convierte en un punto de referencia para sus pobladores pues está a la vista desde cualquier punto Malacatos. Actualmente se dio apertura a un sendero que lleva hasta la cruz el mismo que inicia en el barrio el Carmen.</p>		
<p>Recomendaciones Para su pleno disfrute se recomienda llevar ropa cómoda y ligera, cámara fotográfica, protector solar y gorra/ sombrero.</p>		
<p>Actividades Turísticas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Caminata - Fotografía - Camping - Observación de flora y fauna 		

Tabla 21.

Cerro la Mina


NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Cerro la Mina		I
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Sitio Natural	Montaña	Colina
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Malacatos
		<p>Ubicación:</p> <p>El Cerro La Mina se localiza en el Barrio Santa Cruz aproximadamente a 3km del Centro de la Parroquia Malacatos y a 10 minutos en vehículo, se dirige por la vía Centro-Ceibopamba Santa Cruz, luego para subir hasta su cúspide se debe caminar por el lapso aproximado de 1 hora 30 minutos.</p> <p>Georreferenciación: Longitud: 79°26'67.64"S Latitud: -4°23'13.36"W Altura: 1.985 m.s.n.m.</p>
<p>Figura 13. Cerro Mina</p>		
<p>Características:</p> <p>A este cerro se lo utiliza para caminatas debido a las leyendas que hay donde se dice que el cerro La Mina es encantado y que dentro de él existe una laguna y quien logra entrar en ella no puede salir. Este cerro posee una vegetación arbustiva y una riqueza mineral de uranio la cual ha sido visitada y explotada por compañías extranjeras, en el año de 1992 quienes de acuerdo a trabajos y estudios realizados han obtenido resultados poco favorables”.</p>		
<p>Recomendaciones</p> <p>Para su pleno disfrute se recomienda llevar ropa cómoda y ligera, cámara fotográfica, protector solar y gorra/ sombrero.</p>		
<p>Actividades Turísticas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Caminata - Fotografía - Camping - Observación de flora y fauna 		

Tabla 22.

Cerro Pan de Azúcar


NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Cerro Pan de Azúcar		II
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Sitio Natural	Montaña	Baja montaña
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Malacatos
		<p>Ubicación: Se localiza en el Barrio Santa Cruz aproximadamente a 3 km del centro de la Parroquia Malacatos y a 10 minutos en vehículo, por la vía Centro-Ceibopamba Santa Cruz.</p> <p>Georreferenciación: Longitud: 79°27'78.45"S Latitud: -4°22'47.47"W Altura: 1.985 m.s.n.m.</p>
<p>Figura 14 <i>Cerro Pan de Azúcar</i></p>		
<p>Características: Para llegar subir hasta su cúspide se debe caminar por el lapso aproximado de 1 hora para llegar no existe un camino diseñado se debe llevar machete para ir abriendo camino entre la maleza y para acceder se debe pedir permiso a los propietarios de las haciendas aledañas porque el propietario de ese lugar vive en la Ciudad de Quito y viene en ciertas temporadas del año. A este cerro se lo utilizaba para tradiciones religiosas como la caminata el 3 de mayo de todos los años que la realizaban sus feligreses y al llegar a su cúspide velaban la cruz y rezaban e incluso como iban acompañados de un sacerdote se celebraba una misa, pero actualmente esta tradición ya no se la realiza hace 20 años se dejó de hacerlo. Este cerro posee una vegetación arbustiva y una riqueza mineral.</p>		
<p>Recomendaciones Para su pleno disfrute se recomienda llevar ropa cómoda y ligera, cámara fotográfica, protector solar y gorra/ sombrero.</p>		
<p>Actividades Turísticas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Caminata - Fotografía - Camping - Observación de flora y fauna 		

Tabla 23.

Bizcochuelos


NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Bizcochuelos		II
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestación cultural	Folcklore	Gastronomía
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Malacatos
		<p>Ubicación: Este delicioso plato típico se lo puede adquirir en la Parroquia Malacatos ubicado a 31km de la ciudad de Loja en la vía principal que conduce a la parroquia Vilcabamba.</p> <p>Georreferenciación: Longitud: 79°27'78.45"S Latitud: - 4°22'29.47"W Altura: 1.985 m.s.n.m.</p>
<p>Figura 15 <i>Bizcochuelos</i></p>		
<p>Características: El bizcochuelo constituye una deliciosa comida típica de la Parroquia. Ha sido el principal producto en ferias de las cuales ha participado la parroquia. Por ser este un producto elaborado solo con el chuno de la achira sin contener ninguna otra harina es muy reconocido marcando la diferencia con los que se elaboran en otras localidades. Algunas personas lo compran como dieta al no contener harinas. La técnica y modo de preparación se mantiene y se transmite de generación en generación en el sector conocido como la Recta en la “Casa del Bizcochuelo”. Este es el único lugar donde se preparan bizcochuelos para entregar a las diferentes tiendas locales.</p> <p>Preparación: Se bate el azúcar con la clara de los huevos hasta que el azúcar quede diluida completamente, luego se pone las yemas de los huevos, se sigue batiendo, seguidamente se agrega el almidón de achira y se continúa batiendo hasta que quede una masa con una consistencia homogénea, se pone a calentar el horno a 360 C, se coloca en los moldes de lata el papel de despacho cortado se agrega la masa en cada uno de ellos y se horna por 10 minutos. La dueña de este negocio dice dejarlos dorar un poquito más de lo que en otros lugares acostumbramos esto como marca que el bizcochuelo es de Malacatos barrio la Recta.</p>		
<p>Recomendaciones En Malacatos existen algunos establecimientos que venden el producto para degustar, los precios son accesibles de 0,50 ctvs. c/u o en paquetes de 4 unidades a 2.00 dólares</p>		
<p>Actividades Turísticas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Degustación de deliciosos bizcochuelos - Observación de su preparación - Fotografía 		

Tabla 24.

Fritada

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Fritada		II
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestación cultural	Folcklore	Gastronomía
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Malacatos
		<p>Ubicación: Este delicioso plato típico se lo puede adquirir en los restaurantes del Barrio Landanguí y Rumizhitana de la Parroquia Malacatos ubicado a 24km de la ciudad de Loja.</p> <p>Georreferenciación: Latitud: - 4°.20'54.69"W</p>
<p>Figura 16 <i>Fritada</i></p>		
<p>Características: La fritada se ha constituido en un reconocido plato típico de la Parroquia Malacatos. El plato es preparado por manos expertas, debido a la transmisión de la cultura de generación en generación. Este plato forma parte de la alimentación de los habitantes de Malacatos. Es muy nombrada la fritada del sector Landanguí, población ubicada a unos 10 minutos antes de llegar a Malacatos. La preparación de platillos con carne del cerdo es una tradición gastronómica que se mantiene viva en toda la provincia de Loja. En Malacatos, Barrio Landanguí, la "pela de chanco" es una costumbre muy antigua, además hoy en día representa un importante aporte económico para varias familias del sector, pues se afirma, "no hay como la frita de Malacatos". Otros sectores muy conocidos por la venta de fritada es el barrio Rumizhitana ubicado a la mitad del camino Loja Malacatos</p>		
<p>Preparación: Para elaborar este plato se corta la carne de chanco en cuadritos y se aliña con ajo y sal. La señora Lucía Sarango, también le pone cebolla y naranja dulce. Luego se cocina y finalmente se fríe con manteca. Doña Keti Saraguro, oriunda de Landanguí, aprendió a hacer fritada de su suegra hace 18 años y considera que el secreto para su fritada es la leña sobre la que se fríe. Las señoras que antes preparaban este plato tradicional ponían naranjilla o dulce (panela). La fritada se acompaña con yuca, plátano maduro, mote y ensalada de tomate.</p>		
<p>Recomendaciones Este plato tradicional se lo encuentra desde los días jueves a domingos. La libra tiene un costo de 10 dólares y el plato cuesta 2,50 dólares.</p>		
<p>Actividades Turísticas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Degustación tradicional - Observación de su preparación - Fotografía 		

6.1.8. Jerarquización de los atractivos Turísticos

Para la jerarquización de los atractivos turísticos, se utilizó una matriz de jerarquización de los atractivos turísticos para verificar el estado y conservación de los atractivos turísticos de la ruta, cabe mencionar que los atractivos son de jerarquía I y II debido a factores como: accesibilidad, planta turística y estado de conservación del atractivo

Matriz de jerarquización de los atractivos turísticos

Tabla 25

Matriz de jerarquización de los atractivos turísticos

ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA RUTA LA CASCARILLA						
N°	ATRATIVO TURÍSTICO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA	OBSERVACIONES
1.	Santuario Diocesano del Señor de la Caridad	Manifestación Cultural	Arquitectura	Histórica/Vernácula	II	Accesible Conservado Cercano a planta turística.
2.	Iglesia de Taxiche	Manifestación Cultural	Arquitectura	Histórica/Vernácula	II	Accesible Conservado Cercano a planta turística.
3.	Iglesia de Rumishitana	Manifestación Cultural	Arquitectura	Histórica/Vernácula	II	Accesible Conservado Cercano a planta turística.
4.	Capilla del barrio Tres Leguas	Manifestación Cultural	Arquitectura	Histórica/Vernácula	II	Accesible Conservado
5.	Cerro “La Mina”	Atractivos Naturales	Montaña	Baja Montaña	I	Accesible Conservado
6.	Cerro “Pan de Azúcar”	Atractivos Naturales	Montaña	Baja Montaña	II	Accesible Conservado
7.	Cerro “Yunanga”	Atractivos Naturales	Montaña	Baja Montaña	II	Accesible Conservado
8.	Río Malacatos	Atractivo Natural	Ríos	Río	II	Accesible Conservado
9.	Encuentro de los Ríos	Atractivo Natural	Ríos	Río	I	Accesible Proceso de deterioro
10.	Sendero ecológico Malacatos -Landangui	Manifestación Cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Obra de ingeniería	II	Accesible Conservado

11.	Fiesta Religiosa en honor al Señor de la Caridad	Manifestación Cultural	Acervo cultural y Popular	Fiestas Religiosas, tradicionales y creencias populares	II	Accesible Conservado Cercano a planta turística
12.	Elaboración de la panela	Manifestación Cultural	Acervo cultural y Popular	Gastronomía	II	Accesible Conservado
13.	Elaboración del Aguardiente	Manifestación Cultural	Acervo cultural y Popular	Gastronomía	II	Accesible Conservado
14.	Centro Recreacional Turístico Malacatos	Manifestación Cultural	Etnografía	Centro recreacional	II	Accesible Conservado Cercano a planta turística
15.	Elaboración de los bizcochuelos	Manifestación Cultural	Acervo cultural y Popular	Gastronomía	II	Accesible Conservado
16.	Elaboración de la fritada	Manifestación Cultural	Acervo cultural y Popular	Gastronomía	II	Accesible Conservado Cercano a planta turística
17.	Crianza de truchas “Hacienda Santa Ana”	Manifestación Cultural	Manifestación Cultural	Gastronomía	II	Accesible Conservado

Nota. Esta tabla muestra los atractivos turísticos naturales y culturales. Trabajo realizado en campo por Freddy Sarmiento.

Los atractivos turísticos que se incluirán para crear un producto turístico, son atractivos de tipo natural como cultural, los cuales han sido considerados por contar con características fundamentales, como lo es la accesibilidad a los atractivos, se mantienen conservados y poseen cercanía con los servicios de alojamiento y alimentación así como servicios complementarios, como gasolineras, farmacias, sub centros médicos, los atractivos turísticos tomados en cuenta poseen una jerarquía tipo II, a continuación se detallan:

Tabla 26

Atractivos Culturales Y Naturales seleccionados para el producto

ATRATIVOS CULTURALES Y NATURALES		
Atractivos culturales y naturales	Categoría	Jerarquía
1. Sendero Caxanuma	Manifestación Cultural	II
2. Crianza de Truchas	Manifestación Cultural	II
3. Iglesia de Rumishitana	Manifestación Cultural	II
4. Iglesia de Taxiche	Manifestación Cultural	II
5. Sendero ecológico Malacatos – Landangui	Atractivos Naturales	II
6. Proceso de Elaboración de la panela.	Manifestación Cultural	II
7. Santuario Diocesano Señor de la Caridad	Manifestación Cultural	II
8. Centro Recreacional Turístico De Malacatos	Manifestación Cultural	II
9. Fiesta Religiosa en honor al Señor de la Caridad	Manifestación Cultural	II

Nota. atractivos culturales y naturales tomados en cuenta para el diseño del producto turístico. Trabajo realizado en campo por Freddy Sarmiento

6.1.9. Encuesta de Evaluación de la ruta

La encuesta fue aplicada a turistas del cantón Loja que visitan el sendero “La Cascarilla” para evaluar el estado de la situación actual de la ruta. La fórmula para calcular el tamaño de muestra fue para poblaciones finitas dándonos un total de 246 encuestas, cuyos resultados se muestran a continuación:

6.1.9.1. Resultados y Análisis de las Encuestas

Tabla 27

Sendero "La Cascarilla"

Pregunta 1 ¿Ha visitado el sendero "La Cascarilla"?		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
SI	230	93,50%
NO	16	6,50%
Total	246	100.00%

Interpretación: El 94% de los encuestados determinaron que han visitado el sendero "La Cascarilla" en el cantón Loja, mientras que un 7% considera que no ha visitado el sendero "La Cascarilla"

Tabla 28

Frecuencia de visita

Pregunta 2 ¿Usted con qué frecuencia visita la ruta turística "La Cascarilla"?		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Semanalmente	11	4,47%
Mensualmente	10	4,07%
Semestralmente	28	11,38%
Trimestralmente	54	21,95%
Anualmente	127	51,63%
Otro	16	6,50%
Total	246	100.00%

Interpretación: El 52% de las personas encuestadas ha visitado el sendero anualmente, mientras que un 22% han visitado trimestralmente, con un 11% los encuestados prefieren visitar semestralmente, otros con un 7% finalmente un 4% opta por ir al sendero mensualmente y semanalmente.

Tabla 29

Motivo de visita

Pregunta 3 ¿Cuál es el motivo por el que usted visita la ruta turística en el sendero la cascarilla?			
Opciones	Frecuencia	% de peso de opción	%
Descanso	98	38%	65%
Aprendizaje	54	21%	20%
Recreación	47	18%	15%
Convivencia Familiar	56	22%	21%
Trabajo	4	2%	0%
Total	259	100%	100%

Interpretación: El 65% de los encuestados le gusta visitar la ruta turística del sendero "La Cascarilla" por motivo de descanso, seguidamente un 20% lo visita por aprendizaje, un 15% va por recreación, el 21% se motiva ir por la convivencia familiar, finalmente el 2% optó visita el sendero por trabajo.

Tabla 30

Servicios con los que cuenta la ruta

Pregunta 4 ¿Qué servicios turísticos adquiere al visitar la ruta turística en el sendero "La Cascarilla"?
--

Opciones	Frecuencia	% de peso de opción	%respuestas
Alimentación	120	43%	50%
Hospedaje	112	40%	43%
Guianza	46	16%	7%
Otro	4	1%	0%
Total	282	100%	100%

Interpretación: El 50% de las personas encuestadas manifestó que al visitar la ruta turística en el sendero “La Cascarilla” adquiere los servicios turísticos de alimentación, mientras que un 43% optan por hospedaje, otros prefirieron utilizar el servicio de Guianza con el 7% y finalmente el 1% prefieren otros servicios.

Tabla 31

Valor de la ruta

Pregunta 5 ¿Qué es lo que más valora al momento de visitar la ruta turística del sendero "La cascarilla"?

Opciones	Frecuencia	% Respuestas	%Respuestas
Atención Personal	32	13%	6%
Comodidad	85	35%	43%
Variedad de servicios	83	34%	41%
Seguridad	43	18%	11%
Otro	1	0%	0%
Total	244	100%	100%

Interpretación: El 43% de los encuestados lo que más valoran al visitar la ruta turística en el sendero “La Cascarilla” es por la comodidad, el 41% por la variedad de servicios, otros con el 11% por la seguridad, mientras que otros con el 6% por la Atención personal, finalmente el 1% valoran ora cosas.

Tabla 32

Aspectos de la ruta

Pregunta 6 ¿Cuál de los siguientes aspectos se deben considerar en la ruta turística del sendero "La Cascarilla"?

Opciones	Frecuencia	% Respuestas	%Respuestas
Señalética	123	47%	63%
Servicios de alimentación	87	33%	31%
Central de abastos	15	6%	1%
Servicios higiénicos móviles	35	13%	5%

Otro	3	1%	0%
Total	263	100%	100%

Interpretación: El 63% de los encuestados le gustaría que se considere la señalética como un aspecto importante para la ruta turística, mientras que el 31% optarían por servicios de alimentación a considerar, otros con el 5% prefieren servicios higiénicos móviles, el 1% prefieren una central de abastos.

Tabla 33

Implementación a la ruta

Pregunta 7 ¿Cuál de las siguientes opciones considera necesarias para implementar en la ruta turística en el sendero "La Cascarilla"?

Opciones	Frecuencia	% opciones	%respuestas
Seguridad para los turistas o visitantes	157	54%	78%
Buen trato y excelencia en la atención	35	12%	4%
Variedad de actividades y servicios complementarios	67	23%	14%
Infraestructura de la ruta en condiciones aceptables	34	12%	4%
Total	293	100%	100%

Interpretación: El 78% de los encuestados consideran necesarios que se implementen en la ruta la seguridad para los turistas o visitantes, mientras que el 14% prefiere la variedad de actividades y servicios complementarios, otros con el 4% consideran que la infraestructura de la ruta este en óptimas condiciones, además del buen trato y excelencia en la atención.

Tabla 34

Actividades turísticas de interés.

Pregunta 8 ¿Cuál de las siguientes actividades son de su interés al momento de visitar la ruta turística en el sendero "La Cascarilla"?

Opciones	Frecuencia	% Opciones	%Respuestas
Caminata	132	40%	83%
Ciclismo	56	17%	15%
Cabalgatas	19	6%	2%
Visita a los atractivos turísticos	34	10%	6%
Fotografía	67	20%	21%
Degustación de comida típica	23	7%	3%
Total	331	61%	100%

Interpretación: Al 83% de los encuestados les interesa visitar el sendero por la caminata, el 21% por hacer fotografía, mientras que un 15% les gustaría el ciclismo, otros con el 6% les interesa las cabalgatas, el 3% visitar los atractivos turísticos, y finalmente el 2% prefiere degustar la comida típica.

Tabla 35.

Visita al sendero

Pregunta 9 ¿Con quién visita el sendero “La Cascarilla”?			
Opciones	Frecuencia	% Opciones	% Respuestas
Familiares	178	62%	81%
Pareja	24	8%	1%
Amigos	82	29%	17%
Otro	3	1%	0%
Total	287	100%	100%

Interpretación: El 81% de los encuestados manifestó que visitan el sendero “La Cascarilla” con los familiares, un 17% visito con los amigos, mientras un 1% visitarían con la pareja.

Tabla 36.

Estado del sendero

Pregunta 10 ¿Cómo usted, considera el estado del sendero "La Cascarilla"?		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Bueno	16	6,50%
Regular	145	58,94%
Malo	85	34,55%
Total	246	100.00%

Interpretación: Un 59% de los encuestados dio a conocer que considera el estado del sendero que es regular, otro 34% manifiesta que es malo y finalmente un 7% consideran que es bueno.

Tabla 37

Visita al sendero

Pregunta 11 ¿Usted volvería a visitar el sendero “La Cascarilla”? (Marque una opción).		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	193	78,46%
No	53	21,54%
Total	246	100.00%

Interpretación: El 78% de los encuestados manifiesta que volvería a visitar el sendero, mientras que el 21% manifiesta que no lo volvería a visitar.

Tabla 38

Precio a pagar

Pregunta 12 ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por las actividades de cicloturismo, caminatas, cabalgata, entre otros?		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
\$40 - \$80	167	67,89%
\$80 - \$120	57	23,17%
\$120 - \$160	15	6,10%
Más de \$160	7	2,85%
Total	246	100.00%

Interpretación: El 68% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre \$40 - \$80, con el 23% pagarían entre \$80 - \$120, seguidamente el 6% optarían por pagar \$120 - \$160 y finalmente el 2% prefiere pagar más de \$160.

Tabla 39

Tiempo

Pregunta 13 ¿Cuánto tiempo dispondría usted para disfrutar de una experiencia única en el sendero		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
6 horas	58	23,58%
8 horas	145	58,94%
1 día o más	43	17,48%
Total	246	100.00%

Interpretación: El 59% de los encuestados le gustaría quedarse durante 8 horas, mientras que el 24% optarían por quedarse 6 horas y finalmente el 17% les gustaría quedarse durante 1 día o más.

Tabla 40

Recibir información

Pregunta 14 ¿Cómo desearía recibir información acerca de la ruta turística?			
Opciones	Frecuencia	% Opciones	% Respuestas
Redes sociales	123	44%	60%
Agencias de viajes	54	19%	12%
TV	15	5%	1%
Páginas web	84	30%	28%
Otro	5	2%	0%

Total	281	100%	100%
--------------	------------	-------------	-------------

Interpretación: Al 60% de los encuestados les gustaría recibir información sobre la ruta turística a través de las redes sociales, mientras que un 28% prefiere informarse mediante páginas web; un 12% ha optado por informarse mediante tv y finalmente un 1% por medio de la familiares y amigos.

Tabla 41.

Producto turístico

Pregunta 15 Estaría de acuerdo que se cree un producto turístico para el fortalecimiento de la ruta turística “La Cascarilla”.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	243	98,78%
No	3	1,22%
Total	246	100.00%

Interpretación: Al 98,78% de los encuestados les gustaría que se cree un producto turístico para el fortalecimiento de la ruta turística "La Cascarilla", mientras que un 1,22% prefiere que no se cree un producto turístico.

Tabla 42

Género

Pregunta 16 Género

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Masculino	67	27,24%
Femenino	179	72,76%
Otro	0	0,00%
Total	246	100.00%

Interpretación: Un 73% de los encuestados son de género femenino, mientras que un 27% son de género masculino.

Tabla 43.

Rango de edad

Pregunta 17 Rango de edad

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
16 – 21	116	47,15%
22- 27	95	38,62%
28 – 33	24	9,76%
34 – 39	9	3,66%
40 – 45	2	0,81%
45 o más	0	0,00%
Total	246	100.00%

Interpretación: Un 47% de los encuestados tienen un rango de edad que oscila entre los 16-21 años, un 39% con una edad promedio de entre 22 y 27 años, un 9% varía entre los 28 y 33 años, un 3% con una edad de entre 34 y 39 años y finalmente un 1% con una edad de entre 40 y 45 años.

Tabla 44

Nivel Educativo

Pregunta 18 Nivel educativo		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Primaria	33	13,41%
Bachiller	141	57,32%
Superior	68	27,64%
Posgrado	4	1,63%
Total	246	100.00%

Interpretación: Un 57% de las personas encuestadas posee un nivel educativo de bachiller, un 28% ha culminado sus estudios superiores, un 13% cuenta con el estudio de primaria y finalmente un 4% solamente cuenta con posgrado.

Tabla 45

Estado Civil

Pregunta 19 Estado civil		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Casado/a	35	14,23%
Soltero/a	211	85,77%
Divorciado/a	0	0,00%
Viudo/a	0	0,00%
Unión libre	2	0,81%
Total	246	100,00%

Interpretación: Un 86% de los encuestados manifestó que su estado civil es de soltero/a, mientras que un 14% dio a conocer que se encuentra casado/a, y finalmente otros con el 1% dijeron que estaban en unión libre

Tabla 46.

Ingreso Familiar mensual

Pregunta 20. Ingreso mensual		
Total	Cantidad	Porcentaje
\$0 - \$400	190	77,24%
\$400 - \$800	36	14,63%
\$800 - \$1200	14	5,69%
\$1200 - \$1600	4	1,63%
\$1600 - \$2000	2	0,81%

Más de \$2000	0	0,00%
Total	246	100,00%

Interpretación: Un 77% de las personas encuestadas posee un ingreso familiar mensual inferior a \$400, mientras que un 14% un ingreso estimado de entre \$400 y \$800, otros con el 5% con el rango de \$1200- \$1600 también con el 1% tiene ingresos de \$1600 a \$2000.

Tabla 47.
Ocupación

Pregunta 21 Ocupación		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Estudiante	163	66,26%
Empleado público	38	15,45%
Empleado privado	25	10,16%
Independiente/ Negocio propio	15	6,10%
Ama de casa	5	2,03%
Jubilado	0	0,00%
Total	246	100,00%

Interpretación: El 66% de los encuestados son estudiantes, un 15% son empleados públicos, un 10% cuentan con un empleo en el sector privado, un 6% son independientes, es decir, que poseen un negocio propio, finalmente un 3% son amas de casa.

6.1.9.2. Identificación del mercado meta

Tabla 48.

Segmentación del Mercado

SEGMENTO	EDAD	CANTIDAD
1	18 a 23 años	163
2	24 a 29 años	38
3	30 a 35 años	25
4	36 a 41 años	15
5	42 a 47 años	5
6	48 o más años	0

Nota. Tabla de datos sobre la segmentación del mercado. Resultados obtenidos mediante la aplicación de la encuesta in situ.

SEGMENTO 1: Estudiantes universitarios cuya edad se encuentra entre los 18 a 23 años en donde la mayoría de los encuestados son de sexo femenino, los mismos que poseen

ingresos menores a \$400, además cuentan con un nivel de educación de bachillerato y superior; son solteras y otras casadas. Poseen un empleo en el sector público y la mayoría son estudiantes; han visitado el sendero “La Cascarilla” cada año, el motivo por que visitan el sendero es por recreación y descanso, los servicios que adquieren es el de alimentación y las de su interés son la caminata, el ciclismo y la fotografía, también indican que los servicios que se deben considerar dentro de la ruta son los servicios de alimentación, servicios higiénicos móviles y la señalética; lo que más valoran es la variedad de servicios y la comodidad; también desearían recibir información de la ruta turística “La Cascarilla” a través de redes sociales, páginas web, agencia de viajes; visitan con familiares y amigos en lo cual estaría dispuesta a pagar entre \$40 a \$80, y estarían dispuesta a quedarse 6 horas y finalmente están de acuerdo que se cree un producto turístico para la ruta.

6.1.9.3. Mercado Meta

El mercado meta seleccionado es el segmento 1, debido que la ruta turista del sendero “La Cascarilla” atrae tantos estudiantes universitarios que son la mayor demanda.

6.1.10. Análisis de las Encuestas

La gran mayoría de encuestados han visitado el sendero “La Cascarilla” anualmente y con un porcentaje reducido otros prefieren hacerlo trimestralmente por ello se debería prestar mayor atención al cuidado y mejoramiento del sendero.

En lo referente al motivo por el cual visitan el sendero “La Cascarilla”, los encuestados muestran interés en el aprendizaje y descanso, por ende, se debe enfocar mayormente en estos parámetros para la elaboración del producto turístico dentro de las comunidades mencionadas.

Las personas encuestadas dieron a conocer casi en su totalidad que los servicios turísticos que adquieren en la ruta es el de alimentación por ello es factible incluir dichos servicios para el producto turístico a ofrecer.

En cuanto a lo que más valoran al visitar el sendero “La Cascarilla” los encuestados han elegido en su mayoría la variedad de servicios por lo cual se debería elaborar un producto turístico haciendo énfasis en dicha preferencia.

La mayoría de encuestados muestran interés en que la ruta turística tenga señalética turística y servicios de alimentación, por ello es importante ofrecer algunas actividades dentro del producto turístico.

En cuanto a lo que consideran los encuestados que es necesario que se implemente en la ruta del sendero “La Cascarilla” determinaron que prefieren la seguridad para los turistas o visitantes, por ello es importante tomar en cuenta y proponer en el producto turístico este punto.

Las actividades que son de interés al momento de visitar la ruta turística en el sendero “La Cascarilla”, según los encuestados es la caminata por ello es importante tomar en cuenta para proponerlo en el producto turístico.

En cuanto a compañía predilecta con la que visita el sendero “La Cascarilla”, los encuestados han elegido en su mayoría a sus familiares y amigos, por lo cual se debería elaborar el producto turístico haciendo énfasis en dicha preferencia.

En lo correspondiente al estado del sendero “La Cascarilla” los encuestados determinaron que es bueno, pero hubo otros con una gran cantidad de encuestados que manifestaron que es malo es por ello se debería tomar en cuenta este punto para ofrecer un producto turístico de calidad.

En lo correspondiente al estado del sendero “La Cascarilla” los encuestados determinaron que es bueno, pero hubo otros con una gran cantidad de encuestados que manifestaron que es malo es por ello se debería tomar en cuenta este punto para ofrecer un producto turístico de calidad.

En cuanto al precio, los encuestados buscan lo más económico, por ello es importante brindar flexibilidad en los valores a pagar y brindar diferentes opciones para que el visitante elija la que más se acople a su presupuesto.

La mayoría de encuestados muestran interés en quedarse 6 horas en el sendero, por ello es importante ofrecer alguna promoción para incentivar a los visitantes a prolongar su estadía en el lugar.

Para recibir la información acerca de la ruta turística del sendero, se debe potenciar la promoción en redes sociales y páginas web, ya que la mayoría de encuestados dieron a conocer que les gustaría obtener información de dichos medios.

La mayoría de encuestados poseen estudios de bachillerato, por lo cual es importante desarrollar actividades llamativas para dicho nicho de mercado.

Casi la totalidad de encuestados dieron a conocer que son solteros, por ende, se debe enfocar en la implementación de actividades para desarrollar con amigos o familiares.

En cuanto a los ingresos familiares, los encuestados dieron a conocer diversos presupuestos, por ello es importante proporcionar diversas opciones en cuanto al valor del paquete turístico.

En lo referente a la ocupación, la mayor parte de encuestados son estudiantes, por ese motivo se debería incluir diversas actividades para este segmento para que de esa manera se pueda motivar a que visiten el sendero.

Más de la mitad de encuestados son de género femenino, por ello se debería incluir actividades llamativas para este segmento de mercado

La mayoría de encuestados son adolescentes y jóvenes, por ello se debería hacer énfasis en dicha tendencia para desarrollar actividades apropiadas para dicho segmento.

6.1.11. Competencia para la ruta

Para obtener datos de la competencia de la ruta se llevó a cabo un inventario de las rutas turísticas, la cual se obtuvo mediante páginas web de las operadoras turísticas que ofertan estos servicios y las cuales forman parte del mercado turístico.

Tabla 49.

Inventario de la oferta

#	NOMBRE	UBICACIÓN
1	Ruta de la cascada “El Palto”.	Vilcabamba
2	Ruta del “Cerro Sañe”	Amable María, Loja
3	Ruta los miradores	Parque Nacional Podocarpus, Loja
4	Ruta a la Laguna de Cocarando.	Provincia de Loja, cantón Loja
5	Ruta al “Cerro Ahuaca”	Calvas, Cariamanga
6	Ruta “Cicloturismo lojano “	Cantón Loja

Nota. Esta tabla muestra las rutas que ofertan servicios turísticos de la provincia de Loja. Tomado de: páginas web del municipio de Loja.

Interpretación: Se obtuvieron datos de rutas que ofertan servicios turísticos de la provincia de Loja para realizar el inventario de la oferta.

A continuación, se realizó una matriz de competencia cuya información fue recopilada por las páginas web y el trabajo in situ, donde se verifica si se cumple o no se cumplen las variables más importantes

Tabla 50.

Matriz de Competencia

Variable a evaluar	Rutas Turísticas											
	“El Palto”.		“Cerro Sañe”		Los miradores		La Laguna de Cocarando		“Cerro Ahuaca”		“Cicloturismo lojano “	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Precios	x		x		x		x		x		x	
Calidad del Servicio		X	x		x		X		x		x	
Promoción		X	x		x			x	x		x	
Actividades	x		x		x		X		x		x	

Demanda	x				x			x	x		x	
Información turística		X	x			X		x	x		x	
Servicios turísticos		X	x			X	X		x		x	
Itinerario	x		x		x		X		x		X	
Guías		X		X	x		X		x		X	

Nota. Esta ficha muestra el Análisis comparativo de la competencia del sendero “La Cascarilla”. Realizado de trabajo en campo por Freddy Sarmiento.

Interpretación: La información recopilada de la competencia se la obtuvo mediante los resultados obtenidos por las páginas web y el trabajo in situ mismas que ayudaron a evaluar las variables en el proyecto de fortalecimiento a la ruta turística en el sendero “La Cascarilla”, que se encuentra en ventaja con respecto a la ruta “Cerro el Palto” y con desventaja con respecto a la ruta “Cerro Ahuaca”, es decir que ofrecen productos y servicios turísticos similares, pero existen otras adicionales que las otras rutas no poseen como degustación de comida típica, camping y observación de flora y fauna.

En lo que se debe de trabajar es en la promoción y la información turística variables en donde se evidencia un déficit respecto al competidor 1 (Ruta “Ahuaca”). Adicional a esto se complementará con un buen precio, calidad del servicio, diversidad de actividades turísticas, elaboración del itinerario de acuerdo a las necesidades del turista e información turística del sitio. Además, esto se complementará con el mejoramiento de la prestación de servicios complementarios que se les pueda brindar a los visitantes. En caso de no existir estos servicios complementarios se puede establecer lugares donde se brinden estos servicios en base a las necesidades de los turistas que deseen adquirir la ruta turística en el sendero “La Cascarilla”.

6.1.12. FODA

Para la elaboración del FODA se tomó en cuenta los resultados obtenidos por la matriz de Carla Ricaurte y de las encuestas que servirán para verificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que se detallan a continuación:

Tabla 51
Análisis FODA

FODA	
Fortalezas (Interno)	Oportunidades (Externo)
<p>F1. La ruta turística “La Cascarilla” cuenta con atractivos turísticos tanto culturales como naturales.</p> <p>F2. Habita gente amable y hospitalaria a lo largo de la ruta.</p>	<p>O1. Políticas del gobierno dirigidas al desarrollo turístico.</p> <p>O2. Avance de la tecnología en las comunidades aledañas al sendero “La Cascarilla”.</p> <p>O3. Mediante las nuevas tendencias se permite el desarrollo del turismo dentro de las zonas rurales.</p>

- F3.** Las personas cercanas a la ruta se dedican a actividades agrícolas y agropecuarias
- F4.** Existen establecimientos de alimentación complementarios al sendero “La Cascarilla” con alta capacidad para recibir a los comensales.
- F5.** La mayoría de los encuestados les gusta visitar la ruta turística “La Cascarilla” por motivo de descanso y lo hacen con sus familiares.
- F7.** Existe gran parte de biodiversidad de flora y fauna.
- F8.** La ruta turística “la cascarilla” es un nuevo producto de la naturaleza y la cultura destinado a diversificar la oferta de productos turísticos de Loja.
- F9.** Ubicación estratégica del sendero debido a la cercanía con las parroquias Malacatos y Vilcabamba.
- F10.** Los atractivos turísticos que se encuentran dentro de la ruta están cerca de la cabecera parroquial.
- O4.** Posibilidad de atraer una mayor demanda de turistas debido a sus atractivos naturales y culturales, para competir como un destino turístico de calidad, no masivo
- O5.** La cercanía a la parroquia Vilcabamba es una oportunidad para el desarrollo turístico del sendero “La Cascarilla”.
- O6.** Las ferias libres son un atractivo turístico comercial de Malacatos que permite el intercambio y venta de productos de las comunidades aledañas al sendero.
- O7.** Capacitaciones gratuitas de las entidades de gobierno para fomentar el turismo (MINTUR, MAE, Ministerio de Cultura, etc.)

Debilidades (Interno)	Amenazas (Externo)
D1. Falta de personas capacitadas en turismo para que desarrollen emprendimientos turísticos aprovechando la potencialidad del sendero.	A1. Actividad minera (extracción de arena, grava, etc.) causa daños al sendero “La Cascarilla”.
D2. Escaso mantenimiento en los atractivos turísticos naturales y culturales que están dentro de la ruta turística “la cascarilla”.	A2. Migración de las comunidades aledañas al sendero “La Cascarilla” que se van en busca de nuevas plazas de empleo.
D3. Inexistencia de promoción y difusión del sendero y sus atractivos.	A3. COVID
D4. Poca ayuda económica del GAD LOJA para proyectos de desarrollo turístico destinados para el sendero “la cascarilla”.	A4. Microcuencas alteradas en el margen izquierdo del río Malacatos que afecta al sendero “La Cascarilla”
D5. No existen servicios turísticos en la ruta turística “La Cascarilla”.	A5. Incremento de los índices de inseguridad
D6. El sendero “La Cascarilla” no cuenta con puntos de información turística.	A6. Crisis económica en el país.
D7. Señalética turística en mal estado e inexistente en algunos tramos de la ruta turística “La Cascarilla”.	
D8. Falta de accesibilidad a los atractivos turísticos complementarios a la ruta turística “La Cascarilla”, la mayoría está en mal estado.	
D9. Falta de guías turísticos en la ruta “La Cascarilla”	
D10. Falta de interés de las autoridades para el mejoramiento del sendero “La Cascarilla”.	
D11. Los encuestados consideran que el producto turístico necesita fortalecerse.	
D12. Cierre y deterioro de vías de acceso al sendero “La Cascarilla” a causa de derrumbes en época de invierno.	
D13. Tala de árboles en el sendero “La Cascarilla”	

Nota. Matriz FODA del sendero “La Cascarilla”. Trabajo en campo realizado por Freddy Sarmiento

6.2. Diseñar la propuesta de fortalecimiento para la ruta turística “La Cascarilla” del cantón y provincia de Loja.

Para los resultados del objetivo 2 con la información obtenida del FODA se procedió a elaborar el FODA estratégico para definir los objetivos estratégicos mostrados a continuación:

6.2.1. FODA Cruzado

Tabla 52

Matriz FODA

Factores Internos	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<p>F1. La ruta turística “La Cascarilla” cuenta con atractivos turísticos tanto culturales como naturales.</p> <p>F2. Habita gente amable y hospitalaria a lo largo de la ruta.</p> <p>F3. Las personas cercanas a la ruta se dedican a actividades agrícolas y agropecuarias.</p> <p>F4. Existen establecimientos de alimentación complementarios al sendero “La Cascarilla” con alta capacidad para recibir a los comensales.</p> <p>F5. La mayoría de los encuestados les gusta visitar la ruta turística “La Cascarilla” por motivo de descanso y lo hacen con sus familiares.</p> <p>F7. Existe gran parte de biodiversidad de flora y fauna.</p> <p>F8. La ruta turística “la cascarilla” es un nuevo producto de la naturaleza y la cultura destinado a diversificar la oferta de productos turísticos de Loja.</p> <p>F9. Ubicación estratégica del sendero debido a la cercanía con las parroquias Malacatos y Vilcabamba.</p> <p>F10. Los atractivos turísticos que se encuentran dentro de la ruta están cerca de la cabecera parroquial.</p>	<p>D1. Falta de personas capacitadas en turismo para que desarrollen emprendimientos turísticos aprovechando la potencialidad del sendero.</p> <p>D2. Escaso mantenimiento en los atractivos turísticos naturales y culturales que están dentro de la ruta turística “la cascarilla”.</p> <p>D3. Inexistencia de promoción y difusión del sendero y sus atractivos.</p> <p>D4. Poca ayuda económica del GAD LOJA para proyectos de desarrollo turístico destinados para el sendero “la cascarilla”.</p> <p>D5. No existen alojamientos turísticos cerca de la ruta turística “La Cascarilla”.</p> <p>D6. El sendero “La Cascarilla” no cuenta con puntos de información turística.</p> <p>D7. Señalética turística en mal estado e inexistente en algunos tramos de la ruta turística “La Cascarilla”.</p> <p>D8. Falta de accesibilidad a los atractivos turísticos complementarios a la ruta turística “La Cascarilla”, la mayoría está en mal estado.</p> <p>D9. Falta de guías turísticos en la ruta “La Cascarilla”</p> <p>D10. Falta de interés de las autoridades para el mejoramiento del sendero “La Cascarilla”.</p> <p>D11. Los encuestados consideran que el producto turístico necesita fortalecerse debilidad.</p> <p>D12. Cierre y deterioro de vías de acceso al sendero “La Cascarilla” a causa de derrumbes en época de invierno</p> <p>D13. Tala de árboles en el sendero “La Cascarilla”.</p>
Factores Externos	OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO
	<p>O1. Políticas del gobierno dirigidas al desarrollo turístico.</p> <p>O2. Avance de la tecnología en las comunidades aledañas al sendero “La Cascarilla”.</p>	<p>- Fortalecer la ruta turística implementando nuevas actividades como medio de potencialización para el sendero “La</p>
		ESTRATEGIA DO
		<p>- Proponer un plan de mejoramiento de la señalética vial y turística acorde a las cualidades y necesidades de cada atractivo. D2, D7, O1, O7</p>

<p>O3. Mediante las nuevas tendencias se permite el desarrollo del turismo dentro de las zonas rurales.</p> <p>O4. Posibilidad de atraer una mayor demanda de turistas debido a sus atractivos naturales y culturales, para competir como un destino turístico de calidad, no masivo</p> <p>O5. La cercanía a la parroquia Vilcabamba es una oportunidad para el desarrollo turístico del sendero “La Cascarilla”.</p> <p>O6. La feria libre es un atractivo turístico comercial de Malacatos que permite el intercambio y venta de productos de las comunidades aledañas al sendero.</p> <p>O7. Capacitaciones gratuitas de las entidades de gobierno para fomentar el turismo (MINTUR, MAE, Ministerio de Cultura, etc.)</p>	<p>Cascarilla”.</p> <p>F1, F3, F4, F5, F6, O1, 03, 04, O6</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vincular a la ruta del sendero “La Cascarilla” en actividades de agroturismo. <p>F1, F3, F4, F5, F6, O1, 03, O4, O6</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proponer un producto turístico que potencie los atractivos y manifestaciones naturales y culturales del sendero. <p>F1, F2, F3, F4, F5, F6, F9, O1, O3, O4, O5, O6, O7, O8</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Implementación de puntos de información turística en el sendero “La Cascarilla” con su respectiva normativa. <p>D6, O1, O2</p> <ul style="list-style-type: none"> - Impulsar la creación de microemprendimientos turísticos en las comunidades aledañas al sendero <p>D1, D2, D3, D4, O1, O3, O6, O7</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacitar a los prestadores de servicios turísticos en temas como atención al cliente, gastronomía, guianza y de esta manera mejorar los servicios que se ofrecen a nivel local, lo que permitirá obtener mejores ingresos económicos. <p>D1, D5, O1, O2, O7, O8</p>
---	--	--

AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
<p>A1. Actividad minera (extracción de arena, grava, etc.) causa daños al sendero “La Cascarilla”.</p> <p>A2. Migración de las comunidades aledañas al sendero “La Cascarilla” que se van en busca de nuevas plazas de empleo.</p> <p>A3. COVID</p> <p>A4. Microcuencas alteradas en el margen izquierdo del río Malacatos que afecta al sendero “La Cascarilla”</p> <p>A5. Incremento de los índices de inseguridad</p> <p>A6. Crisis económica en el país.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Implementar un plan de gestión ambiental de los recursos naturales. <p>F1, F2, F6, F7, A2, A4</p> <ul style="list-style-type: none"> -Planificación adecuada de los recursos económicos que permite potencializar la actividad turística <p>F1, F3, F4, F5, F6, A2, A6</p> <ul style="list-style-type: none"> -Destinar presupuesto para el mantenimiento adecuado de los atractivos turísticos <p>F1, F3, F4, A1, A2, A4, A5, A6, A7</p>	<p>Proponer alternativas innovadoras de promoción y difusión turística que permita dar a conocer la ruta turística” La cascarilla”</p> <p>D3, D4, A6</p> <p>Proponer proyectos turísticos en la zona con el fin de potenciar la estabilidad económica y social que permitan generar fuentes de empleo y productividad.</p> <p>D3, D4, A3, A6</p>

Nota. Elaboración de la Matriz FODA con sus respectivos objetivos estratégicos. Elaborado por Freddy Sarmiento

Una vez realizado el FODA estratégico se obtuvo los siguientes objetivos, los cuales se agruparon en macro y se jerarquiza aquellas estrategias que son más emergentes y necesarias para el fortalecimiento de la ruta que se muestran a continuación:

6.2.2. Objetivos Estratégicos

1. Fortalecer la ruta turística implementando nuevas actividades como medio de potencialización para el sendero “La Cascarilla”.
2. Vincular la ruta del sendero “La Cascarilla” en actividades de agroturismo.
3. Proponer un producto turístico que potencie los atractivos y manifestaciones naturales y culturales del sendero.
4. Proponer un plan de mejoramiento de la señalética vial y turística acorde a las cualidades y necesidades de cada atractivo presente en la ruta.
5. Implementación de puntos de información turística en el sendero “La Cascarilla” con su respectiva normativa.
- 6.. Impulsar la creación de microemprendimientos turísticos en las comunidades aledañas al sendero.
7. Capacitar a los prestadores de servicios turísticos en temas como atención al cliente, gastronomía, guianza y de esta manera mejorar los servicios que se ofrecen a nivel local, lo que permitirá obtener mejores ingresos económicos.
8. Implementar un plan de gestión ambiental de los recursos naturales.
9. Planificación adecuada de los recursos económicos que permite potencializar la actividad turística
10. Destinar presupuesto para el mantenimiento adecuado de los atractivos turísticos
11. Proponer alternativas innovadoras de promoción y difusión turística que permita dar a conocer la ruta turística” La cascarilla”.
12. Proponer proyectos turísticos en la zona con el fin de potenciar la estabilidad económica y social que permitan generar fuentes de empleo y productividad.

A continuación, se jerarquiza aquellas estrategias que son más emergentes y necesarias para el fortalecimiento de la ruta:

1. Fortalecer la ruta turística implementando nuevas actividades como medio de potencialización para el sendero “La Cascarilla”.
2. Proponer un producto turístico que potencie los atractivos y manifestaciones naturales y culturales del sendero
3. Proponer alternativas innovadoras de promoción y difusión turística que permita dar a conocer la ruta turística” La cascarilla”.

A continuación, se realiza una matriz con los 3 objetivos estratégicos a trabajar para conocer la importancia y como aporta al fortalecimiento de la ruta “La Cascarilla”.

Tabla 53

Matriz de verificación de los objetivos estratégicos

Objetivo	Importancia	Aporte a la ruta
Fortalecer la ruta turística implementando nuevas actividades como medio de potencialización para el sendero “La Cascarilla”.	Es importante para la ruta turística “La Cascarilla” implementar nuevas actividades porque se valorarán las riquezas naturales y culturales que existen en nuestro territorio.	Implementar nuevas actividades para el sendero “La Cascarilla” favorece a la ruta porque ayudarán a generar mayor interés de las personas para que lo visiten.
Proponer un producto turístico de fortalecimiento para que potencie los atractivos y manifestaciones naturales y culturales del sendero.	Es importante crear un producto turístico porque genera ventajas indiscutibles para el destino al favorecer la creación de empleo generando así riqueza para el territorio.	Proponer un producto turístico si favorece al fortalecimiento de la ruta “La Cascarilla”, porque ayudará que exista mayor demanda que a su vez generará que los barrios aledaños se beneficien.
Proponer alternativas innovadoras de promoción y difusión turística que permita dar a conocer la ruta turística” La cascarilla”	Es importante proponer alternativas innovadoras de promoción y difusión turística que permita dar a conocer la ruta turística” La cascarilla” porque permiten tener una visión clara de las necesidades y acciones que se puedan realizar.	Proponer alternativas innovadoras de promoción y difusión turística si favorece al fortalecimiento de la ruta “La Cascarilla”, porque permitirá tener mayor demanda hacia este sendero y genera fuentes de empleo para las comunidades más cercanas.

Nota. Matriz de verificación de los objetivos estratégicos para fortalecer la ruta turística en el sendero “La Cascarilla”. Elaborado por Freddy Sarmiento

El estado de la ruta turística del sendero “La Cascarilla” es regular debido a la falta de mantenimiento que ha tenido en estos últimos años, como también debido a las condiciones climáticas que cada año han afectado el estado del sendero y de los atractivos turísticos tanto naturales y culturales aledañas al sendero. Es por eso que se proponen 3 objetivos estratégicos para mejorar el diseño de la ruta.

6.2.2.1. Fortalecer la ruta turística implementando nuevas actividades como medio de potencialización para el sendero “La Cascarilla”.

Las actividades turísticas que se proponen realizar para fortalecer la ruta turística en el sendero “La Cascarilla” se detallan a continuación con sus diferentes pictogramas:

Tabla 54

Actividades turísticas

ACTIVIDADES TURÍSTICAS	
Pictogramas	Descripción

Ciclismo turístico



Se realiza durante todo el recorrido de la ruta, al iniciar en el sendero “La Cascarilla” donde se puede observar la flora y fauna del lugar.

Cabalgata



Esta actividad se realiza durante todo el recorrido de la ruta, al iniciar en el sendero “La Cascarilla” donde se puede observar la flora y fauna del lugar.

Senderismo



Esta actividad se realiza durante todo el recorrido de la ruta, al iniciar en el sendero “La Cascarilla” donde se puede observar la flora y fauna del lugar.

Recorridos en la capilla



Recorrido para observar la arquitectura que preservan las capillas además las pinturas y esculturas que guardan en su interior entre las cuales están: la capilla de Pueblo Nuevo, Tres leguas, la de Rumishitana, la de Taxiche, y la iglesia matriz en la parroquia Malacatos.

Pesca Deportiva



Esta actividad se la puede realizar a 5 km antes de llegar al barrio Rumishitana, donde se podrá observar la elaboración y degustar de truchas además de realizar la pesca deportiva.

Pic Nic



Esta actividad se la puede realizar en distintas partes del sendero “La Cascarilla” porque cuenta con áreas verdes para poder realizar Pic-Nic y realizar actividades recreativas al aire libre de ocio y esparcimiento.

Fotografía



Esta actividad se realiza durante todo el trayecto del sendero “La Cascarilla”, entre estos lugares se destaca las iglesias, paisajes, zona de avistamiento de aves, entre otros.

Proceso de elaboración de la panela



Dentro del recorrido de la ruta, se ha considerado una de las Moliendas de elaboración de productos en base a la caña de azúcar, en este lugar se puede observar el proceso de elaboración de la panela, guarapo, entre otros productos

Proceso de elaboración de caña de azúcar



Dentro del recorrido de la ruta, se ha considerado una de las Moliendas de elaboración de productos en base a la caña de azúcar, en este lugar se puede observar el proceso de elaboración de la panela, guarapo

Observación de Aves



Esta actividad se realiza en el tramo de Caxanuma – Rumishitana, exactamente antes de llegar al barrio Cristal, debido a la su gran biodiversidad de flora y fauna existente en ese sitio.

Camping



Esta actividad es favorable para atraer a turistas y se la realiza en el tramo de Rumishitana – Landangui porque la gran parte del año el clima es calidad templado.

Nota. Actividades turísticas que se van a realizar en el sendero de la ruta “La Cascarilla”. Realizado por Freddy Sarmiento.

Además, existen actividades complementarias que se proponen a manera de recomendaciones implementar dentro de la ruta turística “La Cascarilla” que se detallan a continuación:

Tabla 55

Actividades adicionales a implementar en la ruta

Actividades	Responsable	Descripción
-Implementar puntos de información turística en el sendero “La Cascarilla” con su respectiva normativa.	-Gad Parroquial -Gad Municipal de Loja	Parámetros a considerar -Personal capacitado de acuerdo un perfil: Profesional titulado en turismo. -Fijar el presupuesto -Diseño del centro de información turística -Diseño de folletería, trípticos, dípticos, volantes. -Tramitación de permisos Estructura: 1 escritorio de madera 5 sillas de madera Equipos Técnicos (Computadora, proyector, pantalla proyección)
-Implementar un plan de capacitación dirigido al personal que trabaja en los atractivos turísticos naturales.	-Gad Parroquial -Gad Municipal de Loja -Ministerio del Ambiente	Parámetros a considerar -Espacio para el desarrollo de la capacitación -Buscar al personal que podría facilitar información -Identificar los materiales necesarios para el curso de capacitación Temáticas: -Atención al turista. -Información de cada uno de los atractivos turísticos Estructura de la capacitación: Personal: Personal capacitado en formación turística Equipo: Computadora, Infocus, pantalla de proyección, impresora
-Vincular a la ruta del sendero “La Cascarilla” la actividad de agroturismo.	-Ministerio del turismo -Gad Municipal de Loja -Gad Parroquial	Parámetros a considerar -Convenio con los agricultores de la localidad. -Verificación de la calidad del producto por parte del profesional. - Estancia en buenas condiciones

		<ul style="list-style-type: none"> - Implementación de alojamientos campesinos. -Capacitaciones de atención al cliente para la comunidad. <p>Estructura</p> <ul style="list-style-type: none"> -Elaboración de itinerarios -Implementación de actividades -Talleres de artesanía -Convenios con hoteles o alojamientos campesinos. <p>Parámetros a considerar</p> <ul style="list-style-type: none"> -Estudio Previo por un técnico en turismo para conocer la oferta y la demanda del sitio. -Desarrollar alianzas estratégicas con empresas públicas y privadas. -Plan de capacitación por parte del MINTUR. -Diseño de los stands -Permisos
<p>-Impulsar la creación de microemprendimientos turísticos para la ruta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Ministerio del turismo -Gad Municipal de Loja -Gad Parroquial 	<p>Estructura</p> <ul style="list-style-type: none"> -Turistas locales capacitados para cada stand -Stand de 3m de largo y 3 de ancho. - 2 mesas y 4 sillas <p>Parámetros a considerar</p> <ul style="list-style-type: none"> -Estudio Previo por un técnico en turismo -Considerar puntos claves -Fijar presupuesto -Diseño de los servicios higiénicos móviles.
<p>-Implementar servicios higiénicos móviles.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Gad Municipal de Loja -Gad Parroquial 	<p>Estructura</p> <ul style="list-style-type: none"> -Servicio higiénico móvil de 82cm de altura por 70cm de ancho. <p>Parámetros a considerar</p> <ul style="list-style-type: none"> -Estudio previo por un técnico en turismo -Readecuar senderos -Considerar puntos de georreferenciación UTM al programa de ArcGIS y ArcMap -Señalética turística con pictogramas según la reglamentación del MINTUR.
<p>Proponer un plan de mejoramiento de la señalética turística para el sendero “La Cascarilla”</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Gad Municipal de Loja -Gad Parroquial - Ministerio del turismo 	<p>Estructura del sendero:</p> <ul style="list-style-type: none"> Itinerario, Guion turístico, temáticas y material interpretativo (maqueta). Superficie y extensión de 24km

Nota. Actividades a implementar en la ruta turística “La Cascarilla”. Elaborado por Freddy Sarmiento

6.2.2.2. Fortalecimiento al producto turístico del sendero “La Cascarilla” que potencie los atractivos naturales y manifestaciones culturales

Para fortalecer al producto turístico en el sendero “La Cascarilla” se elaboró un itinerario implementando nuevas actividades turísticas de fortalecimiento que se presentan a continuación:

Paquete turístico: “La Cascarilla”

OBJETIVOS

Objetivo General:

Fortalecer la ruta turística implementando nuevas actividades como medio de potencialización para el sendero “La Cascarilla”.

Objetivo Específicos:

- Promover el desarrollo de la actividad turística dentro de las parroquias a través del fortalecimiento de la ruta turística “La Cascarilla”.
- Motivar a los habitantes de las comunidades aledañas a visitar el sendero “La Cascarilla”.
- Dar a conocer potenciando de esta manera el desarrollo del turismo del sendero “La Cascarilla”

Justificación

La siguiente propuesta está enfocada en fortalecer la ruta turística implementando nuevas actividades que den a conocer la riqueza turística cultural y natural que posee el sendero ofreciendo la orientación e información necesaria de los atractivos turísticos, contribuyendo de tal manera a generar mayores oportunidades encaminadas a la concepción de un turismo ordenado y responsable.

Así mismo brindará oportunidades de desarrollo a las comunidades receptoras ya que aportará a generar fuentes de ingresos económicos a los actores involucrados en la actividad turística y población en general.

Atractivos turísticos

Los atractivos turísticos que se incluirán para crear un producto turístico para fortalecer la ruta turística “La Cascarilla”, son atractivos de tipo natural como cultural, los cuales han sido considerados por contar con características fundamentales, como lo es la accesibilidad a los atractivos, si se mantienen conservados y poseen cercanía con los servicios de alojamiento y alimentación así como servicios

complementarios, como gasolineras, farmacias, sub centros médicos, los atractivos turísticos tomados en cuenta poseen una jerarquía tipo II.

Actividades turísticas

Para fortalecer la ruta turística “La Cascarilla” de acuerdo al diagnóstico turístico realizado con anterioridad en base a las fichas de Inventario turístico y a la encuesta aplicada se ha podido determinar las actividades que se pueden realizar en cada uno de los atractivos y durante el recorrido de la ruta turística, las cuales se presentan a continuación:

Tabla 56

Atractivos y Actividades turísticas

Parroquia/Barrio	Atractivo/recurso	Jerarquía	Actividad
Malacatos	Sendero Caxanuma	II	a. Avistamiento de flora y fauna b. Cicloturismo c. Fotografía d. Cabalgata e. Camping
Rumishitana	Iglesia de Rumishitana	II	a. Recorridos autoguiados b. Fotografía
Rumishitana	Elaboración de truchas “Hacienda Santa Ana”	II	a. Pesca deportiva b. Degustación c. Observación del proceso de elaboración d. Camping e. Kayac
Landangui	Iglesia de Taxiche	II	a. Recorridos autoguiados b. Fotografía
Malacatos – Landangui	Sendero ecológico Malacatos – Landangui	II	a. Avistamiento de flora y fauna b. Cicloturismo c. Fotografía d. Cabalgata e. Rapel
Malacatos	Santuario Diocesano del Señor de la Caridad	II	a. Recorridos autoguiados b. Fotografía
Malacatos	Fiesta Religiosa en honor al Señor de la Caridad	II	a. Fotografía b. Exposiciones temáticas permanentes y eventuales
Malacatos	Centro Turístico Recreacional Malacatos	II	a. Natación b. Fotografía c. Deporte

Malacatos	Elaboración de la panela	II	<ul style="list-style-type: none"> a. Recorridos guiados b. Exposiciones temáticas permanentes y eventuales c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc. d. Fotografía e. Catación
-----------	--------------------------	----	---

Nota. Actividades turísticas de cada atractivo. Realizado en trabajo en campo por Freddy Sarmiento

Medios de transporte

Los medios de transporte para llegar al punto de inicio de la ruta turística, son las cooperativas de transporte Vilcabambaturis, las cuales poseen horarios de lunes a domingo, y con una frecuencia de 15 minutos, además de taxis, y otro tipo de vehículo particular, los medios de transporte a utilizar en la ruta son, las bicicletas y caballos, además de utilizar un vehículo de abasto el cual servirá como un apoyo en caso de presentarse una eventualidad dentro del recorrido de la ruta.

Perfil del visitante

Estudiantes universitarios cuya edad se encuentra entre los 18 a 23 años en donde la mayoría de los encuestados son de sexo femenino, los mismos que poseen ingresos menores a \$400, además cuentan con un nivel de educación de bachillerato y superior; son solteras y otras casadas. Poseen un empleo en el sector público y la mayoría son estudiantes; han visitado el sendero “La Cascarilla” cada año, el motivo por que visitan el sendero es por recreación, descanso y aprendizaje, los servicios que adquieren es el de alimentación y las de su interés son la caminata, el ciclismo y la fotografía, también indican que los servicios que se deben considerar dentro de la ruta son los servicios de alimentación, servicios higiénicos móviles y la señalética; lo que más valoran es la variedad de servicios y la comodidad; también desearían recibir información de la ruta turística “La Cascarilla” a través de redes sociales, páginas web, agencia de viajes; visitan con familiares y amigos en lo cual estaría dispuesta a pagar entre \$40 a \$80, y estarían dispuesta a quedarse 6 horas y finalmente están de acuerdo que se cree un producto turístico para la ruta.

Tiempo y duración del recorrido

Punto de partida: Sendero Ecológico Caxarumi

Duración: 1 Día

Extensión: 24 Km.

Punto final: Plazoleta de Malacatos

Tabla 57

Itinerario de la ruta “La Cascarilla”

ITINERARIO

Día 1

HORA	Actividad
07h00	Encuentro “Entrada Sendero La “Cascarilla”
07h30	Bienvenida e indicaciones
08h00	Inicio del recorrido desde el “Sendero la “Cascarilla”
09h30	Visita a la crianza de truchas “Hacienda Santa Ana”
10h30	Visita a la capilla del Barrio Rumishitana
11h00	Recorrido desde Rumishitana hasta Landangui
12h30	Almuerzo en el barrio Landangui (Picantería Luchito)
13h30	Visita a la capilla de Taxiche
14h00	Recorrido desde sendero ecológico Landangui – Malacatos
15h00	Visita la Molienda de Don Gonzalo Ocampo, elaboración de panela
16h00	Visita al Santuario del Señor de la Caridad.
16h30	Visita al Complejo Recreacional
19h00	Cena típica
20h00	Noche Cultural y Despedida

Nota. Propuesta de un nuevo itinerario para la ruta turística “La Cascarilla”. Realizado en trabajo en campo por Freddy Sarmiento

Incluye

- Almuerzo, refrigerio y cena durante el recorrido
- Barras Energizantes y agua embotellada
- Entrada a todos los atractivos
- Guía durante todo el recorrido
- Vehículo de abasto durante todo el recorrido

No Incluye

- Servicios Adicionales.
- Propinas.

Recomendaciones

- No viajar en estado etílico.
- Puntualidad a la hora de la concentración.
- Responsabilidad del cuidado de sus objetos personales.
- No arrojar la basura dentro del sendero.

Interconexión con puntos de mayor emisión turística.

Los puntos de mayor emisión turística cercanas a la parroquia Malacatos son el cantón Loja y la parroquia Vilcabamba.

GUION TURÍSTICO DE LA RUTA TURÍSTICA “LA CASCARILLA”

Guión

Bienvenidos a la ruta turística “La Cascarilla” ubicado en la parroquia de Malacatos del cantón Loja, esta parroquia es muy rico en atractivos turísticos tanto naturales como culturales, entre los que se destacan este sendero, mismos que se destacan por sus maravillosos paisajes y su visión panorámica, así como leyendas que guardan en su interior y que motivan la visita de los atractivos que forman parte de esta ruta. Además, disfrutaremos de su alucinante cultura e historia, la misma que encierra abundantes acontecimientos reales y tradicionales.

Antes de empezar el recorrido los invito a formar un pequeño círculo y me brinden toda su atención, haré algunas indicaciones generales, todo el recorrido será hecho a caminata se cuenta con un vehículo de abasto para su mayor seguridad, y esta ruta tiene una duración de un día. les recomiendo permanecer en grupo, y me hagan conocer alguna duda que se les presente.

El sendero Caxarumi es uno de los atractivos de la parroquia Malacatos, más conocido como la ruta de la “Cascarilla”, puesto que es la planta que más abunda dentro del recorrido del sendero, la cascarilla que es una planta medicinal contra el paludismo, este sendero se extiende 14 km, dentro del cual los invito a que observen la flora y fauna de lugar, se puede realizar diferentes actividades. A continuación, avanzaremos por el sendero apreciando los magníficos paisajes que nos ofrece y la diversidad de flora y fauna hasta llegar al siguiente punto. A continuación, procederemos a visitar la crianza de truchas en la Hacienda “Santa Ana” aquí aprenderán a ver todo el proceso del cuidado y mantenimiento de las truchas, además que si quieren realizar pesca deportiva lo pueden realizar. El próximo atractivo a visitar será la Capilla del barrio Rumishitana que es uno de los barrios más poblados de la parroquia, además de que esta capilla posee un estilo pintoresco y guarda su estilo colonial, la gente que habita en su entorno es muy amable y hospitalaria, lo particular de esta capilla es que es pequeña, pero simula ser aún más grande, también pueden tomar fotografías y continuar el recorrido.

Seguidamente les haré la entrega de barras energizantes para continuar el recorrido, el siguiente punto es el sendero ecológico, pero antes haremos una parada en la Picantería Luchito, que es una de las más conocida en el barrio Landangui, por su gastronomía típica como lo es la fritada, este será el lugar donde está programado el almuerzo, una vez que se han recuperado energías ingresamos al sendero ecológico que comprende la zona de Landangui y Malacatos, dentro de este sendero se pueden realizar

actividades como, caminatas, cabalgatas, picnic, y en nuestro caso caminata, pueden observar la flora y fauna del lugar , y se pueden tomar fotos y disfrutar del paisaje y del río que va en dirección del sendero.

El siguiente punto a visitar es el centro recreacional de Malacatos, después de tan largo recorrido, y para tomar un descanso de la ruta, es momento de relajarnos y disfrutar de las instalaciones de este complejo, pueden ingresar a la piscina.

los invito a subir a sus bicis y llegar a la molienda del señor Gonzalo Ocampo, esta molienda es uno de los ejemplos claros de la parroquia Malacatos, y es una de las tantas moliendas que existen en esta zona, dentro de esta se observa el procesamiento de la caña ara poder sacar productos como la panela, guarapo y derivados, don Gonzalo es quien sabe del asunto así que él les dará la clase respectiva sobre este proceso y serán partícipes al momento de elaborar uno de estos productos.

A continuación nuestro siguiente punto a visitar es el santuario del señor de la caridad que es el sitio más representativo de Malacatos puesto que es su iglesia matriz presenta un estilo romano-gótico, fue construido en 1942, lo constituyen dos torres, una cúpula principal y el campanario, comprendido por tres naves, en la nave principal se encuentra el altar donde está la imagen del señor de la caridad, esta imagen fue adquirida a inicios del siglo XVIII por el Fray Santiago de Esparza, quien a su vez fue el cura doctrinero de aquel entonces en el Santuario. Esta imagen refleja el dolor humano sostenido por la resignación divina.

Podemos hacer un ruedo en la plaza de la parroquia, bueno me permito agradecerles a ustedes por confiar en el programa de la ruta, y que la experiencia que se lleven sea inolvidable y si se animan puedan repetirla, buenas tardes espero verlos nuevamente.

Determinación de los costos y gastos de operación

Tabla 58

Determinación de los costos y gastos de operación

Costos y Gastos de Operación			
Rubro	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Costos de Operación			
Transporte: Bicicletas, Caballos	1	15,00	5,00
Alimentación			
Desayuno	1	3,00	3,00
Almuerzo	1	3,00	3,00
Refrigerio	1	1,50	1,50
Cena	1	3,00	3,00
Agua	2	0,40	0,80
Barras energizantes	3	1,00	3,00
Entradas a los atractivos/	1	1,50	1,50
Subtotal Costos de Operación			20,80
Gastos Administrativos			
Vehículo de abasto	1	20,00	15,00
Guía (un día)	1	15,00	15,00
Seguro de accidentes	1	5,00	5,00
Publicidad	1	5,00	5,00
Subtotal Gastos administrativos			40,00
Suma Total			60,80

Imprevistos 10%	6,08
Utilidad 25 %	15,20
IVA 12%	7,29
IVA 10%	6,08
PRESUPUESTO TOTAL	89,45

Nota. El costo del paquete por pax es de \$ 89,45 para un grupo de 15 personas. Elaboración propia

6.2.3. Imagen Corporativa

6.2.3.1. Marca.

En la figura 30 se muestra la propuesta de logotipo para la ruta turística “La Cascarilla”. Realizado en la página web Canva por Freddy Sarmiento.



Figura 17. Logotipo de la ruta turística “La Cascarilla”

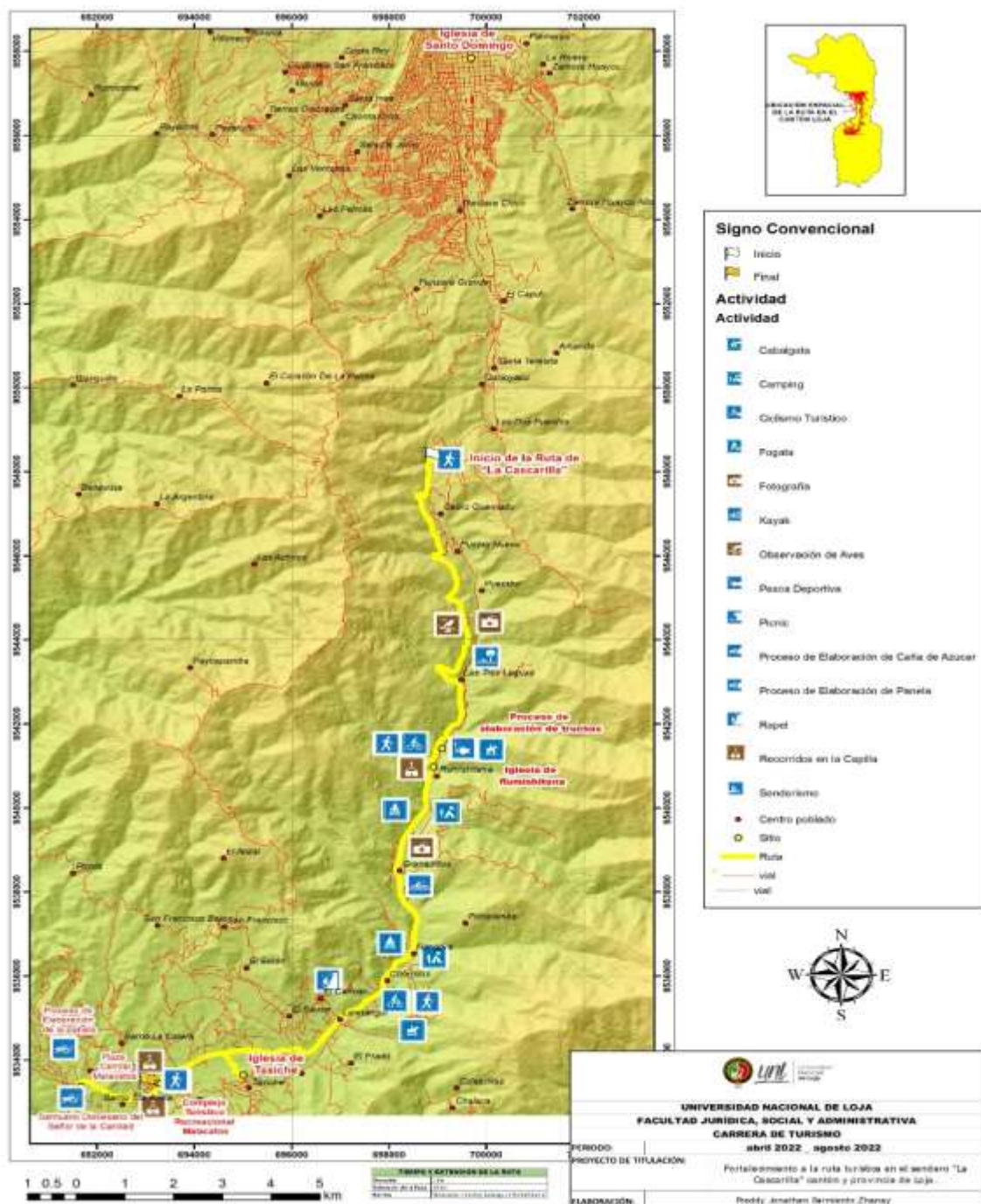
- **Color:** El color es verde y representa la biodiversidad de la flora que existe en gran parte del sendero
- **Las Hojas:** Representa la planta la cascarilla ya que se encuentra en gran parte del sendero y de ahí proviene el nombre de la ruta.
- **Silueta de la persona:** Representa el contacto que va tener el turista con la naturaleza concientizando así a la sostenibilidad.

Slogan: Vive, viaja y disfruta hoy

Vive significa la sensación placentera que el turista va recibir al visitar la ruta turística “La Cascarilla”, **Viaja** que te motiva a salir de tu zona de confort para experimentar y descubrir las maravillas que ofrece la caminar por la ruta y **Disfruta hoy** nos quiere decir que se viva cada día como si fuera el ultimo disfrutando de experiencias inolvidables que se encuentran visitando el sendero.

A continuación, proponemos un nuevo mapa turístico para fortalecer la ruta “La Cascarilla”, donde se detallan nuevas actividades turísticas para la ruta, atractivos turísticos naturales y culturales con jerarquización II, a su vez están cerca de una planta turística.

Figura 18
Propuesta del mapa turístico de la ruta “La Cascarilla”



Nota. Propuesta del mapa turístico para fortalecer la ruta “La Cascarilla”. Elaborado con la herramienta de ArcGIS por Freddy Sarmiento.

6.2.4. Elaborar estrategias de promoción a la propuesta planteada para la ruta turística “La Cascarilla” del cantón y provincia de Loja

Para la promoción de la ruta turística “La Cascarilla” es necesario realizar estrategias que permitan dar a conocer los atractivos y actividades turísticas que se pueden desarrollar durante el recorrido, con la finalidad de incrementar la afluencia de turistas en la zona.

Tabla 59
Promoción y Difusión

Objetivo estratégico	Propuesta	Ventajas	Aspectos a considerar en la toma de decisiones
Promoción y difusión de la ruta turística “La Cascarilla”	Promoción en redes Sociales	<ul style="list-style-type: none"> -Personal de comunicación. -Material promocional. - Difundir los atractivos turísticos y manifestaciones culturales del sendero “la cascarilla. - Tiene mayor cobertura -Mayor número de turistas - Se puede crear alianzas estratégicas 	<ul style="list-style-type: none"> -Costos -Personal ilimitado
	Ferias externas	<ul style="list-style-type: none"> - Difundir los atractivos turísticos y manifestaciones culturales del sendero “la cascarilla” -Incrementar la demanda turística 	<ul style="list-style-type: none"> - Personal limitado - Costos
	Recorridos de Familiarización	<ul style="list-style-type: none"> - Se puede crear alianzas estratégicas. - En base a la experiencia vivida pueden dar sugerencias para que el producto que se oferte al final sea mejor. 	<ul style="list-style-type: none"> -Resulta una herramienta turística costosa -

Nota. Estrategias de promoción y difusión de la ruta turística “La Cascarilla. Realizado trabajo en campo por Freddy Sarmiento

Una vez determinado las estrategias de promoción para la propuesta planteada se elaboró una matriz de estrategias de promoción y difusión para cada uno detalladas a continuación:

Tabla 60

Matriz de las estrategias de promoción y difusión de las redes sociales.

Objetivo Estratégico	PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN		
Medio	Redes Sociales		
Detalles	Nombres	1	2
		Facebook	Instagram
	Fecha	Inicio: Septiembre	Inicio: Septiembre
	Lugar:	Nivel Nacional	
	Objetivo General: Difundir y promocionar la potencialidad turística del sendero “La Cascarilla”		
	Objetivos Específicos:		
	– Establecer alianzas con otros actores del sector turismo y afines		
	– Incrementar la demanda turística del sendero “La Cascarilla”.		
Características	Denominación:	FACEBOOK E INSTAGRAM	
	Visión de Futuro: La ruta turística en el sendero “La Cascarilla” se conozca a nivel local y nacional como un destino turístico a nivel digital.		
	Fuentes de Financiamiento:		
	- Recursos de GAD		
	- Alianzas estratégicas (Gobierno Provincial de Loja, MINTUR, Ministerio de).		
	Responsables:		
	– Representantes del GAD Parroquial		
	– Representantes de las organizaciones privadas		
	Formas de Ejecución:		
	- Contratación de un profesional de turismo		
	- Convenio con el MINTUR		
	- Convenio con el Gobierno Provincial de Loja		
	Parámetros a considerar para su diseño		
	- Diseño de páginas de redes sociales		
	- Diseño de afiches digitales, videos promocionales, volantes.		
	- Selección de productos y material que serán subidos a las páginas de las redes sociales.		
	- Personal capacitado de acuerdo a un perfil: Profesional en redes digitales y audiovisuales.		
Observaciones	Las páginas de Facebook e Instagram deberán estar activas		
	Estructura de las redes sociales:		
	– Diseñador audiovisual activo		
	– Persona capacitada para atención al cliente.		
Descripción	Contenido:		
	- Información relevante del sendero “La Cascarilla”		
	- Las redes sociales deben contar con la marca e identidad clara de la ruta turística “La Cascarilla”.		
	- Se debe determinar un buen equipo de trabajo para que exista un buen ambiente de trabajo y cordialidad.		

Red Social Facebook



Figura 19. Muestra de la página de Facebook de la ruta turística "La Cascarilla"

Red Social de Instagram



Figura 20. Muestra de la página de Instagram de la ruta turística "La Cascarilla"

Nota. Matriz de la promoción y difusión de las redes sociales. Elabora por Freddy Sarmiento

Tabla 61

Matriz de la promoción y difusión de las ferias externas

Objetivo Estratégico	PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN		
Medio	FERIAS EXTERNAS		
Detalles	Nombres	1	2
		Feria Loja	Festival de Artes vivas
Fecha	Inicio: Septiembre	Inicio: 15 de Nov	Final: 30 Nov.
	Final: tomar en consideración las fechas de programación		
Lugar:	Loja		
Objetivo General:	Promocionar la potencialidad turística del sendero “La Cascarilla”		
Objetivos Específicos:	<ul style="list-style-type: none"> – Establecer alianzas con otros actores del sector turismo y afines – Incrementar la demanda turística del sendero “La Cascarilla”. – Difundir los atractivos turísticos y manifestaciones culturales del sendero. 		
Características	Denominación:	FERIA DE LOJA	
	Visión de Futuro:	La ruta turística en el sendero “La Cascarilla” se conozca a nivel local y nacional como un destino turístico	
	Fuentes de Financiamiento:	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos de GAD - Alianzas estratégicas (Gobierno Provincial de Loja, MINTUR, Ministerio del ambiente). - Créditos no reembolsables (BEDE) Banco de desarrollo del Ecuador 	
	Responsables:	<ul style="list-style-type: none"> – Representantes del GAD Parroquial – Representantes de la organización de ferias y eventos. 	
	Formas de Ejecución:	<ul style="list-style-type: none"> - Contratación de un profesional de turismo - Convenio con el MINTUR - Convenio con el Gobierno Provincial de Loja - Convenio con la cámara Provincial de Turismo. - Aplicación de los convenios con universidades 	
	Parámetros a considerar para su diseño	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño de stand - Diseño de folletería, trípticos, dípticos, volantes. - Selección de productos y material que serán expuestos en la feria. - Personal capacitado de acuerdo a un perfil: Profesional titulado en turismo. - Tramitación de permisos - Fijar el presupuesto para la feria. 	
	Expositores:	<ul style="list-style-type: none"> – Profesional en turismo – Representantes del GAD – Representantes de organizaciones 	
Medios de promoción	Redes Sociales		

Observaciones

Las fechas estarán sujetas a la programación ya antes establecida

Extensión:

- Feria de Loja 22 días consecutivos
- Festival Internacional de las Artes Vivas durante 10 días

Estructura de las ferias externas:

- Stand
- Mostrador
- Persona capacitada para atención al cliente.

Contenido de la Ferias:

- Información relevante del sendero “La Cascarilla”
- **Souvenirs:** Camiseta y el gorro.

Descripción

- El stand debe contar con una marca e identidad clara sobre el sendero.
- Se debe determinar una medida que tenga ambiente de trabajo y cordialidad evitando aglomeraciones dentro de espacio del stand.
- Debe establecer un número de participantes con el respectivo uniforme para cada una de las presentaciones

Tríptico

Parte delantera



Figura 21. Parte delantera del Tríptico de la ruta turística “La Cascarilla”

Parte Posterior



Figura 22 Parte posterior del Tríptico de la ruta turística “La Cascarilla”

Afiches

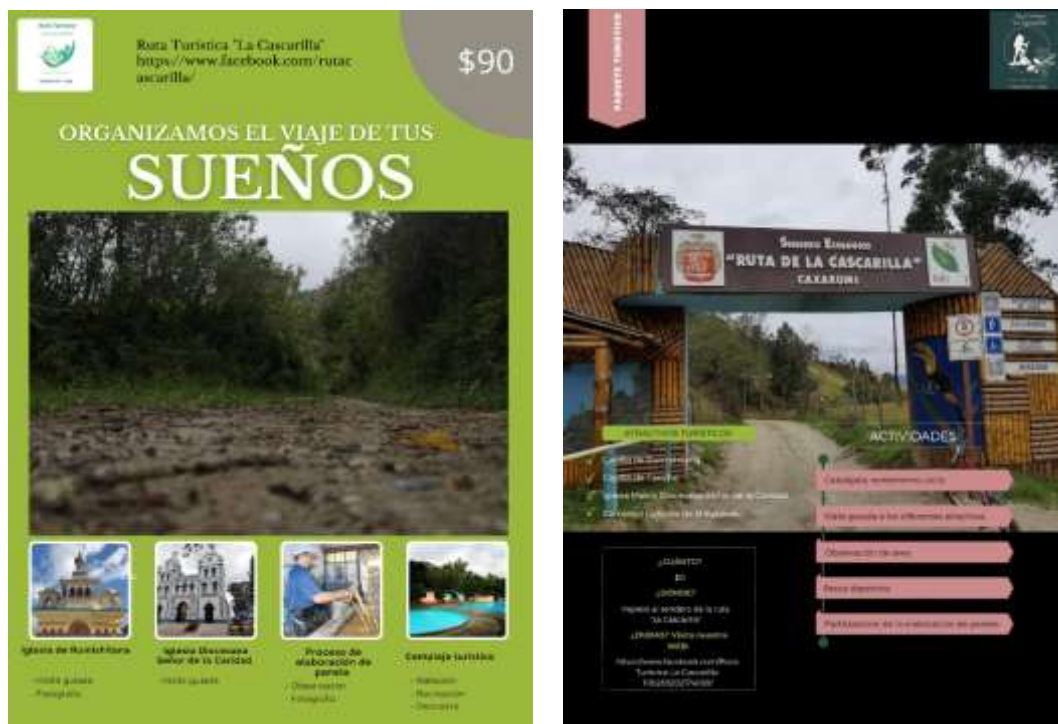


Figura 23 Muestra del Afiches de promoción para la ruta turística “La Cascarilla”

Nota. Matriz de la promoción y difusión de las ferias externas. Elaborado por Freddy Sarmiento

Tabla 62

Matriz de las estrategias de promoción y difusión de los recorridos familiares

Objetivo Estratégico	PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN	
Medio	Recorridos de familiarización	
Detalles	1	2
Nombre	Agencia de Viajes	Instituciones Universitarias
Fecha	Inicio: Septiembre	Final: Septiembre
Lugar:	Sendero “La Cascarilla”	
Objetivo General:	Difundir la potencialidad turística del sendero “La Cascarilla” para que conozcan el destino con el fin de que después se logre comercializar.	
Objetivos Específicos:	<ul style="list-style-type: none"> – Lograr que las personas que visitaron y vivieron la experiencia que ofrece la ruta turística en el sendero “La Cascarilla”, puedan plasmar y contagiar las emociones que experimentaron. – Incrementar la demanda turística del sendero “La Cascarilla”. – Difundir los atractivos turísticos y manifestaciones culturales del sendero – los operadores turísticos y agentes de turismo, ayuden a generar confianza en los futuros clientes en el momento de elegir un destino. 	
Características	Denominación:	Ruta turística “La Cascarilla”
	Visión de Futuro:	Consolidarse como una ruta turística con un alto potencial turístico.
	Fuentes de Financiamiento:	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos de GAD Municipal de Loja con la debida adecuación a los recorridos. - Alianzas estratégicas (MINTUR, Ministerio de turismo), Operadores Turísticos e Instituciones Educativas.
	Responsables:	<ul style="list-style-type: none"> – Representantes del GAD Parroquial – Representantes de las organizaciones privadas
	Formas de Ejecución:	<ul style="list-style-type: none"> - Contratación de un profesional de turismo - Convenio con el MINTUR - Convenio con el Ministerio de Educación de Loja - Convenio con agencias de Viajes - Convenio con restaurantes y hoteles - Estudiantes de la carrera de turismo de la UNL - Medios de Comunicación
	Parámetros a considerar para su diseño	<ul style="list-style-type: none"> - Personal capacitado de acuerdo un perfil: Profesional titulado en turismo. - Tramitación de permisos - Fijar el presupuesto - Planificar acorde al itinerario establecido - Diseño la marca en base a propuesta del Tesista - Definir el recorrido (conectividad y tiempos de recorrido)
	Superficie y extensión:	24 Km
	Punto de partida:	Entrada al sendero “La Cascarilla”

Punto de llegada: Plaza de Malacatos

Estructura

- Paquete Turístico
 - Cabalgatas y ciclo paseos
 - Visita a Atractivos turísticos más importantes
 - Servicios turísticos de alimentación y hospedaje.
 - Perfil del turista
 - Elaboración de volantes, trípticos
-

Contenido:

- Información relevante del sendero “La Cascarilla”
-

Equipo

Complementario

- Hidratación
 - **Alimentación:** Almuerzo y merienda
 - Refrigerio
 - Barras energizantes
-

Publicidad



Figura 24. Publicidad para los recorridos familiares de la ruta turística “La Cascarilla”

Nota. Matriz de la promoción y difusión de las los recorridos familiares. Trabajo elaborado por Freddy Sarmiento

7. Discusión

En la provincia de Loja existen una gran variedad de atractivos naturales y manifestaciones culturales que permiten a los visitantes el disfrute de experiencia únicas, uno de sus principales atractivos es la ruta turística en el sendero “La Cascarilla”, que posee el potencial para el desarrollo de la actividad turística, sin embargo, hay que recalcar que en el sendero existen pocos establecimientos de restauración y no cuenta con servicios de alojamiento, además no existe una buena accesibilidad por la falta de mantenimiento en algunos tramos del sendero para brindar un servicio de calidad hacia los turistas. Esto contrasta lo que manifiesta (Renda, 2017) que establece que el turismo rural es una necesidad de buscar mejores condiciones de vida, contacto con la naturaleza y comida saludable y de calidad, buscando la interacción con las comunidades rurales, las cuales desempeñan un papel preponderante en la producción de la oferta de turismo, siendo esencial la existencia de infraestructura turística como; alojamiento y alimentación, transporte y accesibilidad.

Para conocer los resultados de la situación actual del sendero se utilizaron como guía metodológica la matriz de Carla Ricaurte, con la cual se realizó el levantamiento de información a través de la aplicación de la ficha de Diagnóstico Turístico de Comunidades que sirvió para obtener información de la situación actual del turismo; la aplicación de la misma permitió determinar datos generales, planta turística, infraestructura, gobernanza y comunidad receptora, seguidamente se aplicó un inventariado de de los atractivos turísticos y manifestaciones naturales y culturales que permitió saber cuál es la situación real de cada atractivo; mismas que resultaron útiles para establecer los lineamientos técnicos para la identificación y clasificación de los atractivos que presenten las mejores condiciones, lo cual permitió seleccionar de acuerdo a los criterios establecidos, los atractivos naturales y culturales que fueron considerados para el estructura y desarrollo de la propuesta, lo que contrasta con lo manifestado por Kessler (2014), el diagnóstico se da de dos maneras, para obtener información primaria es necesario el diseño de encuestas, entrevistas y cuestionarios, fichas que ayuden a obtener datos relevantes del sitio, y la información secundaria que se obtiene mediante investigación bibliográfica, documental, estudios científicos, para así identificar con claridad las necesidades y potencialidades del territorio y fortalecer el sector turístico. Dentro de la elaboración de las propuestas se estableció cada una de ellas de acuerdo a los objetivos estratégicos obtenidos en el análisis FODA que ayudaron al fortalecimiento de la ruta.

Para determinar la propuesta para el fortalecimiento de la ruta se elaboraron tres objetivos estratégicos; en el primero se implementaron nuevas actividades turísticas, esto contrasta lo que manifiesta (Cánovas, 2016) aquella actividad turística realizada en el espacio rural, estructurada por una oferta integrada de ocio, dirige a una demanda motivada por el contacto con el entorno autóctono y que tenga una interrelación con la sociedad local. La segunda se propone un producto turístico de

fortalecimiento donde se propuso una nueva marca turística para la ruta, y un mapa turístico que contiene nuevas actividades turísticas y atractivos entre su mayoría culturales, esto contrasta lo que manifiesta (Garry & Martínez, 2016) el fortalecimiento turístico es el mejoramiento de los servicios turísticos, constituyen elementos básicos para la instauración de nuevos centros de atracción turísticos se basa en la masificación de la producción, el consumo de productos tradicionales, se busca el mayor número de visitantes.

Para elaborar las estrategias de promoción se realizó una matriz dándonos como resultado que la promoción se la va hacer por redes sociales, ferias externas y recorridos familiares y a su vez se utilizó la matriz de estrategias de promoción para cada una. Esto contrasta lo que manifiesta (R, 2017) la promoción es una herramienta del marketing que tiene como objetivos específicos el informar, persuadir y recordar al público objetivo sobre los productos que manejan. La estrategia de promoción tiene el propósito de influir en la actitud y comportamiento del cliente o prospecto utilizando herramientas como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y ventas personal.

Finalmente, pese a distintas limitaciones, los resultados obtenidos sin duda alguna contribuyen como aporte especializado en materia turística y en el fortalecimiento de la ruta turística en el sendero “La Cascarilla”, y a su vez es factible para ser desarrollado aportando al beneficio de sus moradores y al desarrollo turístico sostenible y responsable, para lograr servicios de calidad y satisfacción a los visitantes o turistas.

8. Conclusiones

- El diagnóstico turístico de la ruta “La Cascarilla” permitió verificar que no se cuenta con suficiente infraestructura turística; como: alojamiento, alimentos y bebidas, operación, esparcimiento y otros servicios turísticos, para un desarrollo integral de las actividades en el ámbito del turismo y por este motivo la demanda en el sector es escasa; sin embargo, poseen atractivos tanto culturales como naturales que están cerca de la parroquia Malacatos y Vilcabamba, los cuales no han sido aprovechados por las autoridades de la localidad.
- En la presente investigación se lograron establecer estrategias para fortalecer la ruta turística “La Cascarilla”, tales como: Implementar nuevas actividades como medio de potencialización hacia el sendero; Proponer un producto turístico que potencie los atractivos naturales y culturales del sendero y realizar alternativas innovadoras de promoción y difusión turística que permita dar a conocer la ruta, con la finalidad de contribuir al desarrollo de las comunidades cercanas, tanto a nivel social, económico, ambiental y turístico.
- Se elaboraron estrategias de promoción para fortalecer la ruta turística “La Cascarilla” utilizando herramientas como las redes sociales (Facebook e Instagram), trípticos, afiches, entre otros; que servirán para captar la atención de los turistas y crearán interés por el producto que ofrece la ruta.

9. Recomendaciones

Al Ministerio de Turismo:

- Trabajar conjuntamente con las parroquias en generación de proyectos, en los cuales se promocióne el potencial y riqueza turística del sendero “La Cascarilla” que posee y de esta manera posicionarse en el mercado turístico local y nacional.
- Capacitar a los prestadores de servicios turísticos en temas como atención al cliente, gastronomía, guianza y de esta manera mejorar los servicios que se ofrecen a nivel local, lo que permitirá obtener mejores ingresos económicos.

Al GADM Loja:

- Tomar en cuenta el presente diagnóstico situacional turístico como información base para la elaboración de nuevos proyectos de desarrollo turístico para la parroquia.
- Ejecutar un plan de mejoramiento de la señalética vial y turística acorde a las cualidades y necesidades de cada atractivo.
- Destinar presupuesto para el mantenimiento permanente del sendero “La Cascarilla”
- Impulsar la creación de microemprendimientos turísticos a lo largo de la ruta.

Al GAD Parroquial de Malacatos:

- Elaborar planes y estrategias para la difusión y conservación de los atractivos turísticos naturales y culturales del sendero, considerando a este trabajo de investigación como base para el desarrollo turístico.
- Involucrar a la comunidad en talleres que les permitan tener un mejor conocimiento del potencial turístico local.

A la Universidad Nacional de Loja:

- Realizar futuros proyectos enfocados a las actividades turísticas del sendero “La Cascarilla”, con datos que se ajusten a la realidad y se propongan nuevos paquetes turísticos.
- Elaborar proyectos de agroturismo con la finalidad de apoyar el turismo local de las comunidades que están cercanas al sendero “La Cascarilla”.

10. Bibliografía

- Aizega, J. M. (02 de Noviembre de 2021). *El foro omt/basque culinary center destaca el papel del turismo gastronómico como motor de desarrollo rural*. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/354#:~:text=Constituye%20una%20forma%20de%20implicar,del%20campo%20a%20la%20mesa%22>.
- Argenis, H. M. (2018). "Diseño de un circuito de actividades de turismo alternativo en el cantón la maná, provincia de cotopaxi". En H. M. Argenis. Cotopaxi.
- Cánovas, A. C. (2016). *Transporte aéreo internacional de mercancías* . Obtenido de C:/Users/-/Downloads/DAX2017774095%20(1).pdf
- CEUPE. (2020). *El turismo rural en la actualidad*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/el-turismo-rural-en-la-actualidad.html>
- CEUPE. (2021). *Funciones del operador turístico*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/funciones-del-operador-turistico.html>
- Contreras, D. d. (2020). *Turismo rural: una oportunidad para fortalecer la agricultura ante la crisis ocasionada por el COVID-19*. Obtenido de <https://blog.iica.int/blog/turismo-rural-una-oportunidad-para-fortalecer-agricultura-ante-crisis-ocasionada-por-covid-19>
- Guterres, A. (2020). *Informe de política sobre turismo y COVID-19*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=MSum49kPqJs>
- Instituto Distrital de Turismo. (2020). *Infraestructura Turística*. Obtenido de <https://www.idt.gov.co/es/infraestructura-turistica>
- Ivette, A. (2020). Obtenido de Desarrollo social: <https://economipedia.com/definiciones/desarrollo-social.html>
- Moscardó, M. A. (2017). *El desarrollo local en el contexto de la globalización*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352008000200011
- OMT. (2008). *El mercado turísticos emergentes. Volumen 6, N° 1*. Obtenido de OMT: <http://www.unwto.org/facts/eng/pdf>
- OSTELEA. (2020). *Qué es el turismo sostenible*. Obtenido de <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/el-turismo-sostenible-y-el-desarrollo-mundial>
- Renda, A. (2017). Alojamiento Turístico en Espacio Rural. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 845-863.
- Roldán, P. N. (2018). Obtenido de Desarrollo económico: <https://economipedia.com/definiciones/desarrollo.html>

- UNWTO. (2016). Obtenido de TURISMO ACCESIBLE: <https://www.unwto.org/es/manual-sobre-turismo-accesible-para-todos-principios-herramientas-y-buenas-practicas-modulo-i>
- UNWTO. (2018). Obtenido de DESARROLLO DE PRODUCTOS: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-productos-turisticos>
- UNWTO. (2020). *El turismo: un fenómeno económico y social*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/turismo>
- Valdez, E. (2014). *Condiciones turísticas que presenta el distrito de LLacanora*. Trujillo, Mexico.
- Varisco, C. A. (2016). *Turismo Rural: Propuesta Metodológica para un Enfoque Sistémico*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/881/88143642011/html/>
- Garry, S., & Martínez, R. (Septiembre de 2016). Repositorio CEPAL. Recuperado el 13 de Noviembre de 2018, de *Fortalecimiento de la cadena de turismo en el Departamento de La Libertad, El Salvador*: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40605/1/S1600959_es.pdf.
- Oyarzún, E., & Szmulewicz, P. (2018). Fortalecimiento de la Gestión de destino Turísticos. Bogotá. Recuperado el 13 de Noviembre de 2018, de [file:///D:/HP/Downloads/2189-Texto%20del%20art%C3%ADculo-7471-1-10-20101028%20\(1\).pdf](file:///D:/HP/Downloads/2189-Texto%20del%20art%C3%ADculo-7471-1-10-20101028%20(1).pdf)
- Crespi, M. (2011). recursos turísticos.

11. Anexos

Anexo 1.

Oficio de designación de director de Trabajo de Integración Curricular



Universidad
Nacional
de Loja

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

Presentada el día de hoy, 09 de mayo de 2022, a las 11h00. Lo certifica, la Secretaria Abogada de la Facultad Jurídica Social y Administrativa de la UNL.

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

Loja, 09 de mayo de 2022, a las 11h05. Atendiendo la petición que antecede, de conformidad a lo establecido en el **Art. 228 Dirección del trabajo de integración curricular o de titulación**, del Reglamento de Régimen Académico de la UN vigente; una vez emitido el informe favorable de estructura, coherencia y pertinencia del proyecto, se designa a la **Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene, Mg. Sc.**, Docente de la Carrera de Administración Turística de la Facultad Jurídica Social y Administrativa, como **DIRECTOR/A del Trabajo de Integración Curricular o Titulación**, titulado: **"FORTALECIMIENTO A LA RUTA TURÍSTICA EN EL SENDERO "LA CASCARILLA" CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA"**, de autoría del Sr./Srta. **FREDDY JONATHAN SARMIENTO ZHANAY**. Se le recuerda que conforme lo establecido en el Art. 228 antes mencionado. Usted en su calidad de director del trabajo de integración curricular o de titulación "será responsable de asesorar y monitorear con pertinencia y rigurosidad científico-técnica la ejecución del proyecto y de revisar oportunamente los informes de avance, los cuales serán devueltos al aspirante con las observaciones, sugerencias y recomendaciones necesarias para asegurar la calidad de la investigación. Cuando sea necesario, visitará y monitoreará el escenario donde se desarrolle el trabajo de integración curricular o de titulación". **NOTIFIQUESE para que surta efecto legal.**

CESAR AUGUSTO NERA HINOSTROZA, Mg. Sc.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE TURISMO
A 11:47:05-0000

Loja, 09 de mayo de 2022, a las 11h10. Notifiqué con el decreto que antecede a la **Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene, Mg. Sc.**, para constancia suscriben:



Firmado digitalmente por:
**MARUXI
YADIRA**

Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene, Mg. Sc
ASESOR/A DEL PROYECTO

Dra. Ena Regina Peláez Soria Mg. Sc
SECRETARIA ABOGADA

Anexo 2.

Oficio de Aprobación del Trabajo de Integración Curricular



Universidad
Nacional
de Loja

SECRETARIA GENERAL
FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CERTIFICACION DE APROBACION DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR O DE TITULACIÓN

Conforme lo establecido en el Art. 231 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja vigente, que textualmente en su parte pertinente dice: **"Aprobación de la Unidad de Integración Curricular o de Titulación.** La Unidad de Integración Curricular o de Titulación, está conformada por la asignatura denominada trabajo o unidad de integración curricular. A la culminación de las labores académicas de la asignatura denominada Trabajo o Unidad de Integración Curricular o de Titulación, el director del trabajo de integración curricular o de titulación, emitirá el certificado individual de culminación, con el cual el docente de la asignatura de integración curricular o trabajo de titulación calificará la aprobación del trabajo de integración curricular o de titulación el que, junto con las calificaciones logradas en el desarrollo de la asignatura, determinará la acreditación o no de la Unidad. En el certificado dejará sentada la razón de las posibles variaciones o modificaciones menores que se han realizado por ser indispensables para asegurar el buen desarrollo de la investigación...". En mi calidad de director del trabajo de integración curricular **CERTIFICO:**

Que, el señor estudiante FREDDY JONATHAN SARMIENTO ZHANAY con C.C. N° 1150006805 ha culminado con satisfacción el trabajo de titulación denominado **Fortalecimiento a la ruta turística en el sendero "La Cascañilla" cantón y provincia de Loja** ya que cumple con un porcentaje de **100%**. Por lo manifestado dejo sentada razón de que en dicho trabajo no habido cambio menores o mayores.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el señor/a docente de la asignatura de integración curricular o trabajo de titulación; proceda a la calificación y aprobación del mismo; y, conjuntamente con las calificaciones logradas en el desarrollo de la asignatura, determine la acreditación o no de la Unidad de Integración Curricular o de Titulación, del mencionado estudiante.

Loja, 16 de agosto de 2022



Planteado electrónicamente por:
**MARUXI
YADIRA**

F) _____
Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene Mg. Sc
DIRECTOR DE TRABAJO DE I. CURRICULAR

C.C. Sr. Freddy Sarmiento
Expediente De Estudiante
Archivo

Anexo 3.

Certificado de la traducción del resumen-abstract.

English Speak Up Center

Nosotros "English Speak Up Center"

CERTIFICAMOS que

La traducción del resumen de tesis titulada "FORTALECIMIENTO A LA RUTA TURÍSTICA EN EL SENDERO "LA CASCARILLA" CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA." documento adjunto solicitado por el señor Freddy Jonathan Sarmiento Zhanay con cédula de ciudadanía número 1150006805 ha sido realizada por el Centro Particular de Enseñanza de Idiomas "English Speak Up Center"

Esta es una traducción textual del documento adjunto. El traductor es competente y autorizado para realizar traducciones.

Loja, 6 de septiembre de 2022


Mg. Sc. Elizabeth Sánchez Burneo

DIRECTORA ACADÉMICA



DIRECCION: SUCRE 207-46 ENTRE AZUAY Y MIGUEL RÍOFRÍO

TELÉFONO: 099 5263 264

CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE COMUNIDADES

1. DATOS GENERALES

1.1 Ubicación de la comunidad

NOMBRE DE PROVINCIA
NOMBRE DE CANTÓN
NOMBRE DE PARROQUIA
NOMBRE DE COMUNIDAD

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

Fuente _____

2. OFERTA DE SERVICIOS

2.1 Alojamiento

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

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

2.2 Alimentación

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

1. RESTAURANTES
2. CAFETERIAS
3. FUEJES DE SODA

#

4. BARES
5. CAFETERIAS
6. ESTIOS DE COMIDA
7. CEROS _____

#

2.3 Esparcimiento

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

1. DISCOTECAS
2. CINEMAS/TEATROS

#

3. INSTALACIONES DEPORTIVAS
4. SERVICIOS
5. CEROS

#

2.4 Otros servicios

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

1. AGENCIAS DE VIAJE
2. OPERADORAS
3. INFORMACIÓN AL TURISTA

#

4. GUÍAS DE TURISMO
5. BANCOS
6. CAJEROS AUTOMÁTICOS
7. CEROS

#

3. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS

TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

3.1. Distancias

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

Distancia a la cabecera parroquial (Km): _____

Distancia a la cabecera cantonal (km): _____

	1	2	3	4	5	6	7	8
Bus								
Camioneta								
Lancha								
Carroa								
Avión								
Avióneta								
Bestia								
Camioneta								

3.2. Principales vías de acceso a la comunidad:

1. PAVIMENTADA/ASTALTADA	<input type="checkbox"/>	6. FLUVIAL	<input type="checkbox"/>
2. ACQUEDADA	<input type="checkbox"/>	7. MARÍTIMA	<input type="checkbox"/>
3. EMPEDRADA	<input type="checkbox"/>	8. AÉREA	<input type="checkbox"/>
4. LASTRADA	<input type="checkbox"/>	9. SENCILLO	<input type="checkbox"/>
5. DE TIERRA (CARROZABLE)	<input type="checkbox"/>	10. OTRO _____	<input type="checkbox"/>

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

a) VIAL

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

b) TURÍSTICA

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

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

1. BUS	<input type="checkbox"/>	5. CANCHA	<input type="checkbox"/>
2. CAMIONETA	<input type="checkbox"/>	6. AVIÓN	<input type="checkbox"/>
3. TAXI	<input type="checkbox"/>	7. AVIONETA	<input type="checkbox"/>
4. LANCHAS	<input type="checkbox"/>	8. NINGUNO	<input type="checkbox"/>
		9. OTRO _____	<input type="checkbox"/>

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


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

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

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

Anexo 5.

Inventario de atractivos turísticos

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Sendero Caxanuma		II
CATEGORÍA:	TIPO	SUBTIPO:
Manifestación Cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Obra de ingeniería
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Parroquia Malacatos
		<p>Ubicación: El sendero Caxanuma, ubicado en la provincia de Loja, El acceso se lo realiza desde la carretera principal Av. Éxodo de Yangana, en el sector de Caxanuma a pocos pasos del Parque Nacional Podocarpus.</p> <p>Georreferenciación; Longitud:4°05'12" S Latitud: 79°12'19" W Altura: 500 m.s.n.m</p>
<p><i>Sendero Caxanuma</i></p>		
<p>Características: Este recorre alrededor de 50 Km. Inicia en la ciudad de Loja recorriendo diferentes poblados como Pueblo Nuevo, El Cristal, Tres Leguas, Rumishitana, Yamba, El Porvenir, Nangora, Landangui, Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Quinara y Vilcabamba, formando una ruta en cuyo recorrido se puede apreciar los más característico de la parte sur oriental de la provincia de Loja. Este sendero de aproximadamente dos metros de ancho, se pueden visualizar los diferentes tipos de aves y la inmensa vegetación.</p>		
<p>Recomendaciones - Visitar en meses de verano - Llevar ropa cómoda y ligera, cámara fotográfica, protector solar y gorra/ sombrero.</p>		
<p>Actividades Turísticas - Fotografías. - Observación de aves. - Turismo vivencial.</p>		

Anexo 6.

Matriz de jerarquización de los atractivos turísticos

ATRATIVOS TURISTICOS DE LA RUTA LA CASCARILLA						
N°	ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA	OBSERVACIONES

Anexo 7.
Encuesta

Estimados usuarios por favor solicito de la manera más comedida se digne contestar las siguientes preguntas con el objetivo de conocer la demanda turística existente en el sendero “La Cascarilla” del cantón y provincia de Loja.

DATOS GENERALES	
Nombre:	
Provincia – Cantón	

1. Sexo

- Masculino
 Femenino
 Otro: _____

2. Rango de edad

- | | |
|----------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 15 – 22 | <input type="checkbox"/> 39 – 46 |
| <input type="checkbox"/> 23 – 30 | <input type="checkbox"/> 47 – 54 |
| <input type="checkbox"/> 31 – 38 | <input type="checkbox"/> 55 o más |

3. Ocupación

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Estudiante | <input type="checkbox"/> Independiente/ Negocio propio |
| <input type="checkbox"/> Empleado público | <input type="checkbox"/> Ama de casa |
| <input type="checkbox"/> Empleado privado | <input type="checkbox"/> Jubilado |

4. Nivel educativo

- | | |
|------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Primaria | <input type="checkbox"/> Superior |
| <input type="checkbox"/> Bachiller | <input type="checkbox"/> Posgrado |

5. Ingreso familiar mensual aproximado

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> \$0 - \$400 | <input type="checkbox"/> \$800 - \$1200 |
| <input type="checkbox"/> \$400 - \$800 | <input type="checkbox"/> \$1200 - \$1600 |
| | <input type="checkbox"/> |

\$1600 - \$2000

Más de \$200

Demanda turística

1. **¿Ha visitado el sendero la Cascarilla?** (Marque una opción).

- Sí
 No (Gracias por su atención)

2. **¿Usted con qué frecuencia visita la ruta turística en el sendero “la Cascarilla”?** (Marque una opción).

- Semanal Trimestral
 Mensual Anual
 Semestral
Otro: _____

3. **¿Cuál es el motivo por el que usted visita la ruta turística en el sendero la cascarilla?** (Puede marcar varias opciones).

- Descanso Convivencia familiar
 Aprendizaje Trabajo
 Recreación Otro: _____

4. **¿Qué servicios turísticos adquiere al visitar la ruta turística en el sendero “La Cascarilla”?** (Puede marcar varias opciones).

- Hospedaje Guianza
 Alimentación Otros: _____

5. **¿Cuál de los siguientes aspectos se deben considerar en la ruta turística del sendero “La Cascarilla”?** (Puede marcar varias opciones).

- Señalética Central de abastos
 Servicios de alimentación Servicios higiénicos móviles

Guianza

Otro: _____

6. **¿Qué es lo que más valora al momento de visitar la ruta turística en el sendero “La Cascarilla”?**
(Puede marcar varias opciones).

Atención personal

Seguridad

Comodidad

Otro: _____

Variedad de servicios

7. **¿Usted regularmente que tipo de turismo realiza o le gustaría realizar en el sendero “La Cascarilla”?**
(Puede marcar varias opciones).

Turismo de naturaleza

Aviturismo

Turismo rural

Otro: _____

cicloturismo

8. **¿Como usted, considera el estado del sendero “La Cascarilla”?** (Marque una opción).

Bueno

Regular

Malo

9. **¿Cuáles de las siguientes opciones considera necesarias para implementar en la ruta turística en el sendero “La Cascarilla”?** (Puede marcar varias opciones).

Seguridad para los turistas o visitantes

Buen trato y excelencia en la atención

Variedad de actividades y servicios complementarios

Infraestructura de la ruta en condiciones aceptables

Otro: _____

10. **¿Cuál de las siguientes actividades son de su interés al momento de visitar la ruta turística en el sendero “La Cascarilla”?** (Puede marcar varias opciones).

Caminata

Cabalgatas

Ciclismo

Visita a los atractivos turísticos
Fotografía

Degustación de comida típica

Otros: _____

11. ¿Con quién visita el sendero “La Cascarilla”? (Marque una opción).

Familiares

Pareja

Amigos

Otros: _____

12. ¿Usted volvería a visitar el sendero “La Cascarilla”? (Marque una opción).

Si

No

13. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por las actividades de cicloturismo, caminatas, cabalgata, entre otros? (Marque una opción).

\$40 - \$80

\$120 - \$160

\$80 - \$120

Más de \$160

14. ¿Cuánto tiempo dispondría usted para disfrutar de una experiencia única en el sendero “La Cascarilla”?

6 horas

8 horas

1 día o más.

15. ¿Cómo desearía recibir información acerca de la ruta turística?

Redes sociales

Agencias de viajes

Familiares

Amigos

Otros: _____

Páginas web

16. ¿Qué medio de transporte utilizaría para viajar a hacia la ruta turística “La cascarilla”? (Marque una opción).

Transporte público

Transporte propio

Transporte de alquiler

Otro: _____

17. Estaría de acuerdo que se cree un producto turístico para el fortalecimiento de la ruta turística “La Cascarilla”.

Si

No

Anexo 8.*Segmentos de Mercado*

SEGMENTO	DESCRIPCION
SEGMENTO 2	Empleado público cuya edad se encuentra entre los 24 a 29 años en donde la mayoría de los encuestados son de sexo femenino, los mismos que poseen ingresos menores a \$400, además cuentan con un nivel de educación superior; son solteras y otras casadas. Poseen un empleo en el sector público; han visitado el sendero “La Cascarilla” cada año, el motivo por que visitan el sendero es por recreación y descanso, los servicios que adquieren es el de alimentación y las de su interés son la caminata, el ciclismo, degustación de comida típica y la fotografía, también indican que los servicios que se deben considerar dentro de la ruta son los servicios de alimentación, servicios higiénicos móviles, central de abastos y la señalética; lo que más valoran es la variedad de servicios y la atención personal; también desearían recibir información de la ruta turística “La Cascarilla” a través de redes sociales, páginas web, agencia de viajes; visitan con familiares y amigos en lo cual estaría dispuesta a pagar entre \$40 a \$80, y estarían dispuesta a quedarse 6 horas y finalmente están de acuerdo que se cree un producto turístico para la ruta.
SEGMENTO 3	Empleados privados cuya edad se encuentra entre los 30 a 35 años en donde la mayoría de los encuestados son de sexo masculino, los mismos que poseen ingresos menores a \$800, además cuentan con un nivel de educación superior; son solteros y otros casados. Poseen un empleo en el sector privado; han visitado el sendero “La Cascarilla” cada año, el motivo por que visitan el sendero es por descanso y convivencia familiar, los servicios que adquieren es el de alimentación y las de su interés son la cabalgata, caminata, el ciclismo, degustación de comida típica y la fotografía, también indican que los servicios que se deben considerar dentro de la ruta son los servicios de alimentación, servicios higiénicos móviles, central de abastos y la señalética; lo que más valoran es la variedad de servicios, la seguridad y la atención personal; también desearían recibir información de la ruta turística “La Cascarilla” a través de redes sociales, páginas web, agencia de viajes; visitan con familiares, pareja, amigos en lo cual estaría dispuesta a pagar entre \$80 a \$120, y estarían dispuesta a quedarse más de un día y finalmente están de acuerdo que se cree un producto turístico para la ruta.
SEGMENTO 4	Independientes con negocio propio cuya edad se encuentra entre los 35 a 40 años en donde la mayoría de los encuestados son de sexo masculino, los mismos que poseen ingresos menores a \$1200, además cuentan con un nivel de educación superior; son casados; han visitado el sendero “La Cascarilla” cada año, el motivo por que visitan el sendero es por descanso y convivencia familiar, los servicios que adquieren es el de alimentación y las de su interés son la cabalgata, el ciclismo, degustación de comida típica y la fotografía, también indican que los servicios que se deben considerar dentro de la ruta son los servicios de alimentación, servicios higiénicos móviles, central de abastos, guianza y la señalética; lo que más valoran es la variedad de servicios, la seguridad; también desearían recibir información de la ruta turística “La Cascarilla” a través de redes sociales, páginas web, agencia de viajes; visitan con familiares, pareja, amigos en lo cual estaría dispuesta a pagar entre \$80 a \$120, y estarían dispuesta a quedarse más de un día y finalmente están de acuerdo que se cree un producto turístico para la ruta.
SEGMENTO 5	Amas de casa cuya edad se encuentra entre los 41 a 46 años en donde la mayoría de los encuestados son de sexo femenino, los mismos que poseen ingresos menores a \$1200, además cuentan con un nivel de educación superior y posgrado; son casadas; han visitado el sendero “La Cascarilla” cada año, el

	<p>motivo por que visitan el sendero es por descanso y convivencia familiar, los servicios que adquieren es el de alimentación y las de su interés son la cabalgata, degustación de comida típica y la fotografía, también indican que los servicios que se deben considerar dentro de la ruta son los servicios de alimentación, servicios higiénicos móviles, central de abastos, guianza y la señalética; lo que más valoran es la variedad de servicios, la seguridad; también desearían recibir información de la ruta turística “La Cascarilla” a través de redes sociales, páginas web, agencia de viajes; visitan con familiares, pareja, amigos en lo cual estaría dispuesta a pagar entre \$80 a \$120, y estarían dispuesta a quedarse más de un día y finalmente están de acuerdo que se cree un producto turístico para la ruta.</p>
--	---

Anexo 9.
Matriz Foda

Fortalezas	Oportunidades
Debilidades	Amenazas

Anexo 10.
Evidencias Fotográficas



Levantamiento de información a través de la ficha de Karla Ricaurte



Encuestas