



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica Social y Administrativa

Carrera de Administración Turística

“FORTALECIMIENTO TURÍSTICO AL REFUGIO ECOLÓGICO PANDORA LODGE DEL BARRIO SANTORUM EN LA PARROQUIA VILCABAMBA DEL CANTÓN LOJA”.

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

AUTORA:

Diana Berenice Salgado Rodríguez

DIRECTORA:

Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene Mg. Sc.

Loja –Ecuador

2023

Certificación

Loja, 30 de agosto del 2023

Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene Mg. Sc.
DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

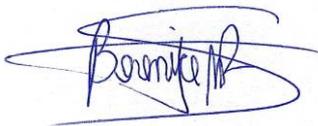
CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo proceso de la elaboración del Trabajo de Titulación denominado: **“FORTALECIMIENTO TURÍSTICO AL REFUGIO ECOLÓGICO PANDORA LODGE DEL BARRIO SANTORUM EN LA PARROQUIA VILCABAMBA DEL CANTÓN LOJA”**, previo a la obtención del título de **Ingeniería en Administración Turística**, de la autoría de la estudiante **Diana Berenice Salgado Rodríguez**, con **cedula de identidad** Nro. **1727554527**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja para el efecto, autorizo la presentación del mismo para la respectiva sustentación y defensa.

Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene Mg. Sc.
DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Autoría

Yo, **Diana Berenice Salgado Rodríguez**, declaro ser autora del presente Trabajo de Titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido de la misma. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de Trabajo de Titulación en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.



Firma:

Cédula de identidad: 1727554527

Fecha: 14 de septiembre de 2023

Correo electrónico: diana.salgado@unl.edu.ec

Teléfono: 0995913569

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

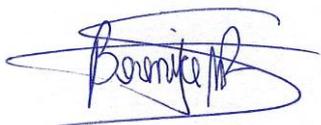
Yo, **Diana Berenice Salgado Rodríguez**, declaro ser autora del Trabajo de Titulación denominado: **“FORTALECIMIENTO TURÍSTICO AL REFUGIO ECOLÓGICO PANDORA LODGE DEL BARRIO SANTORUM EN LA PARROQUIA VILCABAMBA DEL CANTÓN LOJA”**, como requisito para optar el título de **Ingeniera en Administración Turística**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

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

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

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

Firma:



Autora: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Cédula de identidad: 1727554527

Dirección: Loja, Cdl. Los Operadores

Correo electrónico: diana.salgado@unl.edu.ec

Teléfono: 0995913569

DATOS COMPLEMENTARIOS:

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

Dedicatoria

A Dios por su infinita misericordia y por darme las fuerzas necesarias para ayudarme a pasar cada obstáculo en mi vida, y no dejarme desfallecer ante las dificultades, haciéndome aprender de mis errores para convertirme en una mejor persona cada día.

A mis padres Oswaldo y Carmita; a mis hermanos Diego, Alexandra, Carolina y Valeria; quienes me han apoyado en cada momento para alcanzar mis objetivos; compartiendo mi felicidad ahora que he culminado mis estudios.

Especialmente a mi madre Carmita Rodríguez, por ser fuente de inspiración y ejemplo de vida para todos sus hijos y de quienes la rodean, ya que gracias a su sacrificio me encuentro culminando un objetivo más; siendo su perseverancia y abnegación, un modelo que seguiré toda mi vida.

Diana Berenice Salgado Rodríguez

Agradecimiento

A la Universidad Nacional de Loja por la oportunidad de prepararme académicamente en la carrera que he culminado; a mi Directora de Trabajo de Titulación Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene, por guiarme en el desarrollo del presente Trabajo de Titulación; y a todos mis profesores, quienes supieron impartirme sus conocimientos que me servirán en el transcurso de mi profesión. Doy gracias también al Dr. Milton Andrade, quien me ayudó con toda la información pertinente sobre su empresa el Refugio Ecológico Pandora Lodge.

Diana Berenice Salgado Rodríguez

Índice de Contenidos

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	vi
Índice de Contenidos	vii
Índice de tablas	x
Índice de figuras.....	xii
Índice de anexos.....	xiv
1. Título	1
2. Resumen	2
2.1 Abstract	3
3. Introducción	4
4. Marco teórico	6
4.1. Marco conceptual.....	6
4.1.1. Turismo.....	6
4.1.2. Clasificación del turismo	6
4.1.3. Diagnóstico turístico	7
4.1.4. Sistema turístico.....	7
4.1.5. La importancia del turismo sostenible	8
4.1.6. Ecodesarrollo	9
4.1.7. Turismo y medio ambiente	9
4.1.8. Ecogede	9
4.1.9. Lodge.....	9
4.1.10. Refugio.....	10

4.1.11 Estrategia de promoción	10
4.2 Marco referencial	10
4.2.1 Plan estratégico para el turismo como herramienta para el fortalecimiento y uso adecuado de los recursos y atractivos turísticos de Marquelia Guerrero	10
4.2.2 Desarrollo tecnológico del sector turístico en la ciudad de Guayaquil (Ecuador)...	11
4.2.3 Ecoturismo factor que impulsa el desarrollo del Ecuador	11
5. Metodología	13
5.1. Área de estudio.....	13
5.1.1. División Política.....	13
5.1.2. Los límites de la parroquia Vilcabamba	13
5.1.3. Ubicación Geográfica	13
5.1.4. Enfoque metodológico y técnicas	14
5.2. Metodología por objetivos	14
6. Resultados	16
6.1. Diagnóstico de la situación actual del Refugio Ecológico Pandora Lodge.	16
6.1.1. Análisis interno	16
6.1.2. Análisis externo.....	23
6.1.3. Resultados de la entrevista aplicada.....	29
6.1.4. Resultados de la encuesta a clientes potenciales.....	29
6.1.5. Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA).....	35
6.1.6. FODA Estratégico.....	37
6.2. Propuesta para el fortalecimiento del Refugio Ecológico Pandora Lodge del Barrio Santorum en la Parroquia Vilcabamba del Cantón Loja.	39
6.2.1. Elaborar un circuito que incluya los atractivos turísticos del Barrio Santorum.....	40
6.2.2. Determinar el diseño de una nueva estructura organizativa y el diseño de un mapa de procesos.....	43
6.2.3. Diseñar la señalética al interior del Refugio	50

6.3. Estrategias de promoción para Refugio Ecológico Pandora Lodge del Barrio Santorum en la Parroquia Vilcabamba del Cantón Loja.....	63
6.3.1. Establecer estrategias de promoción turística digital.....	64
6.3.2. Plan promocional para el refugio de la diversidad de servicios que ofrece la planta turística.....	69
7. Discusión	72
8. Conclusiones	74
9. Recomendaciones	75
10 Bibliografía.....	76
11 Anexos.....	85

Índice de tablas:

Tabla 1. Instalaciones de El Refugio Ecológico Pandora Lodge	21
Tabla 2. Resumen de atractivos del barrio Santorum	23
Tabla 3. Cooperativas de transporte terrestre de Vilcabamba	24
Tabla 4. Servicios básicos.....	24
Tabla 5. Servicios de alojamiento turístico.....	25
Tabla 6. Establecimientos de alimentos y bebidas.....	26
Tabla 7. Servicio de Operación e Intermediación.....	26
Tabla 8. Análisis PESTEL	27
Tabla 9. Edad de los encuestados.....	29
Tabla 10. Sexo de los encuestados.....	30
Tabla 11. Ocupación de los encuestados	30
Tabla 12. Estado civil de los encuestados.....	30
Tabla 13. Ingresos de los encuestados	31
Tabla 14. Frecuencia de viajes al año	31
Tabla 15. Personas con las que viajan.....	31
Tabla 16. Lugar de hospedaje	32
Tabla 17. Número de noches de hospedaje.....	32
Tabla 18. Lugar turístico preferible	32
Tabla 19. Manera en que se enteró del lugar turístico que prefiere visitar	33
Tabla 20. Tipo de turismo que prefieren.....	33
Tabla 21. Turistas que han visitado el Refugio Ecológico Pandora Lodge	34
Tabla 22. Interés en conocer el Refugio Ecológico Pandora Lodge.....	34
Tabla 23. Medios promocionales que prefieren los turistas.....	35
Tabla 24. Matriz FODA.....	35
Tabla 25. Matriz de FODA cruzado.....	37
Tabla 26. Objetivos estratégicos 1, 2 y 3	39

Tabla 27. Objetivo estratégico 1	40
Tabla 28. Presupuesto del objetivo estratégico 1	42
Tabla 29. Objetivo estratégico 2	43
Tabla 30. Proceso de limpieza	45
Tabla 31. Proceso de alojamiento check in.....	46
Tabla 32. Proceso de alojamiento check out.....	47
Tabla 33. Proceso de aprovisionamiento	48
Tabla 34. Proceso de Marketing	49
Tabla 35. Objetivo estratégico 3	50
Tabla 36. Pictogramas de direccionamiento	51
Tabla 36. Presupuesto del objetivo estratégico 5	62
Tabla 37. Objetivos estratégicos 4 y 5	63
Tabla 38. Objetivo estratégico 4	64
Tabla 39. Presupuesto objetivo estratégico 4.....	68
Tabla 40. Objetivo estratégico 5	69
Tabla 41. Presupuesto objetivo estratégico 5.....	71
Tabla 42. Resumen del presupuesto de estrategias de promoción.....	71

Índice de figuras:

Figura 1. Mapa de la parroquia Vilcabamba.....	13
Figura 2. Ubicación de El Refugio Ecológico Pandora Lodge.....	17
Figura 3. Organigrama estructural de El Refugio Ecológico Pandora Lodge	18
Figura 4. Facebook Pandora Lodge	19
Figura 5. Instagram Pandora Lodge.....	20
Figura 6. Airbnb Pandora Lodge	20
Figura 7. Localización del barrio Santorum	23
Figura 8. Organigrama para el Refugio Ecológico Pandora Lodge.....	44
Figura 9. Diseño gráfico de señalética.....	51
Figura 10. Señalética de recepción	51
Figura 11. Propuesta de Señalética	52
Figura 12. Señalética de restaurante	52
Figura 13. Propuesta de Señalética	53
Figura 14. Señalética de estacionamiento.....	53
Figura 15. Propuesta de Señalética	54
Figura 16. Señalética de piscina	54
Figura 17. Propuesta de Señalética	55
Figura 18. Señalética de cabañas	55
Figura 19. Propuesta de Señalética	56
Figura 20. Señalética de trapiche	56
Figura 21. Propuesta de Señalética	57
Figura 22. Señalética de fogata.....	57
Figura 23. Propuesta de Señalética	58
Figura 24. Señalética de zona de acampar	58
Figura 25. Propuesta de Señalética	59
Figura 26. Señalética de mirador	60

Figura 27. Propuesta de Señalética	60
Figura 28. Señalética de roca suelta.....	61
Figura 29. Propuesta de Señalética	61
Figura 30. Código QR.....	65
Figura 31. Flyer Publicitario con Código QR.....	65
Figura 32. Flyer publicitario en transporte terrestre	66
Figura 33. Área de piscina del Refugio	66
Figura 34. Gastronomía del Refugio.....	67
Figura 35. Alojamiento del Refugio	67
Figura 36. Promocionando el turismo rural	70
Figura 37. Promocionando el turismo de aventura	70
Figura 38. Promocionando el turismo ecológico	71

Índice de anexos:

Anexo 1. Oficio de designación de director de Trabajo de Titulación	85
Anexos 2. Fichas de Inventario de Atractivos Turísticos (MINTUR).....	86
Anexo 3. Fichas de resumen de atractivos del barrio Santorum.....	108
Anexos 4. Entrevista al Ing. Milton Andrade	111
Anexos 5. Cuestionario para la encuesta	113
Anexos 6. Análisis PESTEL.....	116
Anexos 7. Escrituras de la hacienda Santorum.....	117
Anexos 8. Socialización de las estrategias	121
Anexo 9. Evidencia fotográfica	123
Anexo10. Certificado de traducción del resumen.....	124

1. Título

**“FORTALECIMIENTO TURÍSTICO AL REFUGIO ECOLÓGICO PANDORA
LODGE DEL BARRIO SANTORUM EN LA PARROQUIA VILCABAMBA DEL
CANTÓN LOJA”**

2. Resumen

La reactivación del turismo en el país está avanzando gradualmente, principalmente el turismo interno, donde las personas han empezado a conocer nuevos lugares. Por ello es importante que los destinos turísticos promocionen sus servicios y los ofrezcan a las personas que buscan alternativas. Es así que el presente trabajo de investigación, persigue como objetivo general: Fortalecer el Turismo en el Refugio Ecológico Pandora Lodge del Barrio Santorum en la Parroquia Vilcabamba del Cantón Loja; así mismo para su cumplimiento se han planteado los siguientes objetivos específicos: a) Elaborar un diagnóstico turístico de la situación actual del Refugio Ecológico Pandora Lodge del Barrio Santorum en la Parroquia Vilcabamba del Cantón Loja; b) Plantear la propuesta para el fortalecimiento del Refugio Ecológico Pandora Lodge del Barrio Santorum en la Parroquia Vilcabamba del Cantón Loja; y c) Elaborar estrategias de promoción para Refugio Ecológico Pandora Lodge del Barrio Santorum en la Parroquia Vilcabamba del Cantón Loja. Se planteó una metodología basada en los métodos descriptivo, analítico-sintético, inductivo y deductivo; así mismo se utilizaron las técnicas de observación directa, entrevista y encuestas; esta última aplicada a una muestra de 384 personas pertenecientes a la población del cantón Loja. Entre sus fortalezas, están: la ubicación, con una vista espectacular del valle, el uso de material reciclable utilizado para levantar ciertas partes de la infraestructura. Como debilidades se han encontrado que la empresa no cuenta con un mapa de procesos, le falta señalética orientativa en la parte interna del refugio, el personal no cuenta con roles bien definidos dentro de su estructura organizativa. Por ello se ha llegado a concluir que este estudio sirve para identificar, cómo se encuentra actualmente el Refugio; y qué se puede hacer para fortalecerlo como destino turístico.

Palabras claves: turismo, ecológico, rural, promoción, ecolodge

2.1 Abstract

The reactivation of tourism in the country is gradually picking up, mainly domestic tourism, where people heading out to discover new places. For this reason, it is important that tourist destinations promote their services. The general objective of this thesis is to strengthen tourism at the Pandora Lodge Ecological Refuge in the Santorum neighbourhood of the Vilcabamba parish within the canton of Loja, and to achieve it, the following specific objectives have been proposed: a) To undertake an assessment of the current tourism situation of the Pandora Lodge Ecological Refuge in the Santorum neighbourhood of the Vilcabamba parish within the canton of Loja; b) To propose a strategy to strengthen the Pandora Lodge Ecological Refuge in the Santorum neighbourhood of the Vilcabamba parish within the canton of Loja; and c) To develop promotional strategies for the Pandora Lodge Ecological Refuge in the Santorum neighbourhood of the Vilcabamba parish within the canton of Loja. A methodology based on descriptive, analytical-synthetic, inductive and deductive methods was used, as well as direct observation, interview and surveys; the latter being administered to a sample of 384 people belonging to the population of the Loja canton. Among its strengths are: its location, offering a spectacular view of the valley, and the use of recyclable material to build certain parts of the infrastructure. In terms of weaknesses, it was found that the company has no map of process, no interior signage. Therefore, it has been concluded that this study serves to identify the current situation of the Refuge and what can be done to strengthen its position as a tourist destination.

Keywords: *tourism, ecological, rural, promotion, ecolodge.*

3. Introducción

El desarrollo de este trabajo investigativo “FORTALECIMIENTO TURÍSTICO AL REFUGIO ECOLÓGICO PANDORA LODGE”, promueve soluciones a los problemas que afecten a su crecimiento, a través de las propuestas presentadas en este proyecto. Se entiende por fortalecimiento, como una actividad necesaria en todo emprendimiento; ya que ayuda a establecer los procesos necesarios para potenciar el buen funcionamiento de cualquier empresa.

La importancia de este tema se basa en la necesidad de buscar nuevas propuestas para el desarrollo del turismo ecológico de aventura y rural. Cabe destacar que esta promueve un turismo responsable, que se enfoca en la reutilización de materiales reciclados en su construcción. El refugio tiene ciertas carencias en sus procesos internos, ya que no cuenta con roles bien definidos en su personal. También hay falta de señalética orientativa y no existe un plan de marketing bien estructurado para buscar nuevos mercados que estarían interesados en el turismo que ofrece el refugio.

Se espera que este proyecto contribuya significativamente a la comunidad, así como lo menciona Villalta (2019), con el fin de impulsar el turismo en la zona y aprovechar los recursos naturales y culturales, se generan fuentes de empleo y se incrementa la economía en el sector. Por lo que el presente trabajo, se justifica desde el punto de vista socioeconómico, ya que el turismo es una actividad que busca el desarrollo de las comunidades y representa una oportunidad para mejorar las condiciones de vida.

El fortalecimiento del turismo es un tema de preocupación para todas las partes involucradas; por lo que, el Ministerio de Turismo (MINTUR, 2022), presentó un plan de promoción turística para los próximos tres años; con una estrategia centrada en la naturaleza; promoviendo espacios abiertos, gastronomía, cultura y la vida en áreas rurales. Así mismo a esta investigación se busca promover el turismo el turismo rural y su fortalecimiento al igual que Martínez et al., (2020) en su investigación que tuvo como objetivo resaltar la importancia de integrar al sector hotelero en el proceso de fortalecimiento turístico, que implica la implementación de estrategias de promoción y la prestación de servicios que satisfagan las necesidades y expectativas de los turistas.

Para la realización del presente proyecto se plantea los siguientes objetivos: como objetivo general se tiene el “Fortalecimiento Turístico al Refugio Ecológico Pandora Lodge del Barrio Santorum en la Parroquia Vilcabamba del Cantón Loja”. Como primer objetivo específico se plantea, “Elaborar un diagnóstico turístico de la situación actual del Refugio

Ecológico Pandora Lodge del Barrio Santorum en la Parroquia Vilcabamba del Cantón Loja”, utilizando técnicas de observación directa, trabajo de campo, revisión documental; en donde se pudo observar las fortalezas y debilidades que tiene el atractivo turístico. Como segundo objetivo se propone: “Plantear la propuesta para el fortalecimiento del Refugio Ecológico Pandora Lodge del Barrio Santorum en la Parroquia Vilcabamba del Cantón Loja”; por lo que, ya sabiendo como se encuentra el refugio, se procede a realizar estrategias para su fortalecimiento de acuerdo a sus debilidades. El tercer objetivo: “Elaborar estrategias de promoción para el Refugio Ecológico Pandora Lodge del Barrio Santorum en la Parroquia Vilcabamba del Cantón Loja” para llegar a más clientes potenciales; para lo cual, se procede con estrategias de promoción por medio de redes sociales.

Los alcances de la investigación que se prevé; es mejorar sus debilidades, en cuanto a su organización, con una nueva estructura organizativa, con el propósito de distribuir y coordinar las tareas de los miembros de la entidad, para garantizar un excelente funcionamiento. En cuanto al mapa de procesos, éste guiará de mejor manera las operativas de la empresa. La señalética ayudará a orientar a los turistas y prevenir posibles accidentes. También se espera que las propuestas de marketing puedan atraer nuevos turistas que deseen explorar el turismo de aventura.

4. Marco teórico

4.1 Marco conceptual

4.1.1 *Turismo*

El turismo es el viaje y todo el conjunto de actividades que realizan las personas, denominadas viajeros, a lugares fuera de su ambiente tradicional por razones de ocio, descanso o lucrativas (Organización Mundial del Turismo [OMT/WTO], 2018). Es decir, son los desplazamientos hacia lugares distintos de donde vive la persona, por diferentes motivos (Vogeler y Hernández, 2018)

4.1.2 *Clasificación del turismo*

4.1.2.1 Ecoturismo. Es el tipo de turismo que se desarrolla responsablemente en el medio ambiente, donde se visitan áreas naturales, con el fin de apreciar y disfrutar los atractivos naturales como el paisaje, la flora, fauna silvestre del lugar; así como también las manifestaciones culturales del presente y del pasado que puedan encontrarse en el destino turístico; estos procesos promueven la conservación del ambiente, tiene bajo impacto ambiental y cultural y patrocina un involucramiento activo y socioeconómico para las comunidades locales (De los Reyes, 2019).

4.1.2.2 Turismo de aventura. Es el turismo que utiliza el medioambiente para instaurar sensaciones de aventura en los turistas. Su motivación se basa en ofrecer experiencias excitantes en los participantes (García, 2021). Se refiere a las actividades turísticas que suponen alguna aventura, y tienen un factor de riesgo y requieren cierta destreza; se sirven de recursos que ofrece la naturaleza en el entorno que se desarrollan; puede ser aéreo, terrestre, acuático (Ciobanu, 2019).

4.1.2.3 Turismo rural. Es el tipo de turismo que ofrece a las personas alejarse del entorno urbano, y por ello se alojan en áreas rurales (De los Reyes, 2019).

4.1.2.4 Turismo cultural. Este tipo de turismo se interesa por lo acontecido en otros tiempos, es decir gustan del arte, cultura, artesanía, gastronomía y rituales del pasado de determinada sociedad (Ciobanu, 2019). Atrae al turista interesado en el patrimonio histórico, artístico; su principal motivación es conocer adicionalmente su forma de vida, gastronomía, tradiciones, festejos (De los Reyes, 2019).

4.1.2.5 Turismo interno. Es aquel viaje que se realiza al interior del propio país de residencia (OMT, 2018).

4.1.2.6 Turismo responsable. El turismo responsable trata de conservar el medio ambiente, las culturas y las diferentes sociedades que viven en el planeta; el cual incluye viajes que minimicen los impactos negativos del turismo sobre el medio ambiente; es decir viajar de manera responsable para dejar una huella positiva en su destino turístico. Entre las principales sugerencias para practicar un turismo responsable, están:

1) Conozca y respete la cultura que le rodea; 2) contribuya a la economía local; 3) sea un miembro temporal de la comunidad; 4) deje el lugar en mejores condiciones que cuando lo encontró; 5) quítese los lentes de color rosa, es decir aprenda a ver todo lo bueno y malo del lugar; y, 6) considere la posibilidad de ser voluntario/a a corto plazo (DiFrancesco et al., 2019).

4.1.3 *Diagnóstico turístico*

El diagnóstico turístico determina las causas y consecuencias de los problemas en el sector turístico; así como también permite conocer el entorno en el que se desarrollan las actividades turísticas (Álvarez et al., 2019).

Constituye el análisis externo e interno y las evaluaciones que se realizan de las actividades turísticas para sintetizar las amenazas y oportunidades que se originen en el entorno y los puntos fuertes y debilidades del contexto (Hermosilla, 2019).

Es decir, este diagnóstico permite conocer la realidad del turismo y de las actividades que se generan para ofrecer diferentes alternativas al turista.

4.1.3.1 Evaluación externa. Esta evaluación consiste en analizar las tendencias del entorno del destino turístico para poder identificar las oportunidades y amenazas. Incluye todas las empresas implicadas en el producto y servicios turísticos que ofrece el destino turístico directa o indirectamente (De los Reyes, 2019).

4.1.3.2 Evaluación interna. La evaluación interna es el análisis de los recursos del destino turístico que permitan definir sus fortalezas y debilidades. Su finalidad es identificar los recursos turísticos de un destino y garantizar una combinación atractiva de sus productos para los clientes potenciales. Este análisis incluye: la identificación y evaluación de los recursos, es decir conocer los recursos naturales con los que dispone el destino, y, los recursos creados por el hombre (De los Reyes, 2019).

4.1.4 *Sistema turístico*

4.1.4.1 Promoción turística. La promoción turística consiste en atraer al consumidor foráneo para que visite los lugares turísticos de determinada zona turística (Zalvide, 2018).

4.1.4.2 Oferta turística. La oferta turística constituye el conjunto de componentes que ofrece un lugar; es decir servicios, equipamientos, entidades que se encuentran en el destino de la oferta turística y las diferentes motivaciones para que los turistas elijan ese lugar. Es decir, constituyen todos los bienes, productos, servicios turísticos y no turísticos, que se ponen a disposición del turista (Garrido, 2018).

Los elementos que componen esta oferta son: los recursos propios del destino, las infraestructuras: carreteras y accesos, aeropuertos; puntos de información turística; instalaciones sanitarias: hospitales, farmacias; higiene urbana; agua potable, recolección de residuos; e infraestructuras complementarias que incrementan el atractivo del lugar, y, los servicios turísticos y no turísticos como: alojamiento: establecimientos hoteleros, albergues, campings, casas rurales; restauración: restaurantes, bares, cafeterías, catering, fast-food; servicios de intermediación: agencias de viajes, centrales de reservas; instalaciones recreativas: parques temáticos, parques de ocio, parques de atracciones; instalaciones deportivas: polideportivos, piscinas; y, telecomunicaciones (Urreta, 2019).

4.1.4.3 Servicios turísticos. Son el resultado de las actividades productivas que se ofrecen a los visitantes (OMT, 2018). Es decir se incluyen, reservaciones, transporte, alimentación, hospedaje, recorridos, y todas las actividades que involucren la oferta que determinado lugar turístico pone a disposición de los turistas.

4.1.4.4 Actividades turísticas. Las actividades turísticas son todas las acciones que se planifican y organizan para ofrecer al turista distintas alternativas de acuerdo a sus necesidades y requerimientos; estas responden a los recursos de que disponga el destino turístico para garantizar una buena experiencia a los visitantes (Cuevas, 2018). Además, estas actividades deben enfocarse en la divulgación de los valores territoriales del destino turístico (González, 2018).

4.1.5 *La importancia del turismo sostenible*

El turismo en sí consume recursos naturales, territoriales y paisajísticos; por ello el destino turístico debe ofertar actividades encaminadas a minimizar estos impactos. En esta minimización de impactos radica la importancia del turismo sostenible, ya que propone la conservación de la diversidad social a través de ayudar a mantener los recursos naturales e impulsa el desarrollo de procesos de los sistemas ecológicos; además promueve el respeto al patrimonio, a la cultura, y, a las sociedades (Fernández y Fernández, 2021).

Entonces el poner en práctica el turismo sostenible en los destinos turísticos, permite disfrutar lo que brinda la naturaleza y conservar los recursos naturales; así como también permite fomentar en los turistas buenos prácticos.

4.1.6 *Ecodesarrollo*

El ecodesarrollo consiste en el desarrollo económico y social de un destino turístico, promoviendo nuevos estilos para la conservación del medio ambiente, a través de un manejo prudente de los recursos aprovechables (Vesarez et al., 2018).

De acuerdo a Sánchez (2019), el ecodesarrollo debe considerar tres aspectos para la planificación de la conservación de los recursos:

- 1) La gestión racional de los recursos, para que en la satisfacción de las necesidades básicas participe la población local,
- 2) Conservación de los recursos naturales, mediante la reducción de los impactos negativos, aprovechando los afluentes y desechos.
- 3) El uso de tecnologías adecuadas basadas en recursos renovables.

4.1.7 *Turismo y medio ambiente*

El hacer turismo provoca muchos daños al medio ambiente, dependiendo del tipo de turismo que se realice: ya que por un lado existen personas que aman la naturaleza y la respetan; pero también hay quienes consideran que la naturaleza es un bien propio y arrojan basura; ingresan con vehículos, motos, destruyendo todo al paso y perturbando el sonido propio de la naturaleza; otros llevan música a todo volumen, molestando a personas y seres vivos que habitan en ese medio; tiran colillas, pudiendo ocasionar incendios forestales; entre otros que afectan directamente al medio ambiente (Pozas, 2021).

Es así que la relación entre turismo y medio ambiente, se da en tres aspectos: conflicto, coexistencia y simbiosis. La primera hace relación es perjudicial para el medio ambiente, ya que se presume que puedan generar impactos que degraden al medio ambiente. La segunda relación, se da cuando las interacciones son neutras, esto casi nunca sucede, y suponen que no existe degradación ambiental. La tercera se origina cuando se parte del turismo sostenible y su repercusión es positiva para el medio ambiente (Fernández y Fernández, 2021).

4.1.8 *Ecologde*

Ecologde se refiere a los refugios (lodges) añadiendo el prefijo eco para dar a conocer que se trata de lugares de hospedaje ecológicos y amigables con el medio ambiente, se diferencia de los otros sitios de alojamiento ya que presenta características ambientales y programas educativos sobre medio ambiente a los turistas que lo visitan, según Osland y Mackoy; Kwan et al., (citados en Suárez, et al., 2018).

4.1.9 *Lodge*

Un lodge es un establecimiento que ofrece alojamiento turístico en habitaciones o cabañas privadas con baño, se encuentra ubicado en entornos naturales donde se realizan

observaciones de flora y fauna, caminatas por senderos, culturas locales, entre otros. También ofrece el servicio de alimentación y bebidas, debe contar con un mínimo de cinco habitaciones (MINTUR, 2015).

4.1.10 Refugio

Es el establecimiento hotelero que se encuentra ubicado en la alta montaña y áreas naturales protegidas, presta los servicios de alojamiento, en habitaciones individuales con baño, y alimentación. Dispone de un área de estar, cocina y comedor. Su capacidad es de mínimo de seis habitaciones. Su finalidad es ofrecer acogida a las personas que desarrollan actividades de turismo (MINTUR, 2015).

4.1.11 Estrategia de promoción

Una estrategia de promoción es un plan factible que utiliza la publicidad para influir en la gente sobre cierto negocio, su objetivo es atraer más compradores y aumentar la fidelización de tus clientes. La promoción ayuda a llamar la atención al público objetivo, crear interés sobre los productos y servicios, generar demanda y alentar a los potenciales clientes a adquirir los productos o servicios (Trillo, 2021).

4.2 Marco referencial

Se tomaron en consideración algunas investigaciones realizadas para la sustentación de la presente investigación, las que se describe a continuación:

4.2.1 *Plan estratégico para el turismo como herramienta para el fortalecimiento y uso adecuado de los recursos y atractivos turísticos de Marquelia Guerrero*

Dada la importancia que en los últimos años ha tenido el turismo y la repercusión que este tiene en las localidades receptoras, es imprescindible contar con herramientas adecuadas para hacer frente al gran desafío de continuar desarrollando la actividad de manera ordenada y adecuada en la oferta turística, tal es el caso del municipio de Marquelia en Guerrero. La importancia que la planeación estratégica tiene para el turismo y que sea una herramienta para planear, fortalecer y dar un manejo adecuado de los recursos y atractivos turísticos en comunidades que tienen vocación turística y a las cuales se pueda determinar una metodología de trabajo que permita visualizar en el tiempo el mejor uso de sus recursos y atractivos turísticos en beneficio de su población. El objetivo del presente trabajo de investigación se cumplió puesto que la implementación del modelo de planeación turística aplicado al municipio de Marquelia confirma que es una herramienta eficaz para obtener los resultados esperados, a través de este modelo se identificaron las características básicas que posee el municipio de acuerdo a las necesidades de la organización, se detectó y se comprobó el potencial turístico

del municipio a través del diagnóstico turístico, se identificaron las fortalezas y debilidades y se concentraron acciones y estrategias a seguir en la aportación más importante de esta investigación, el plan de acción turístico municipal. (Morales, 2018)

4.2.2 *Desarrollo tecnológico del sector turístico en la ciudad de Guayaquil (Ecuador)*

Actualmente, el uso de las nuevas tecnologías se ha convertido a nivel mundial en un pilar indispensable, tanto para el diseño y gestión de destinos turísticos como en la propia realización del viaje y todas las actividades involucradas. Las potencialidades alcanzadas, han motivado y exigido que el sustento e innovación tecnológica en este sector siga creciendo de manera acelerada. El alto crecimiento de servicios y productos turísticos, y la exigencia constante de visitantes y consumidores, han demandado transformaciones e innovaciones necesarias basadas en el desarrollo tecnológico. El principal objetivo de este trabajo consiste en presentar y analizar una revisión general de cómo el desarrollo tecnológico ha influido de manera clave en la potenciación del sector turístico particularmente en Guayaquil, provocando grandes y beneficiosos cambios estructurales en la forma de crear, concebir y ejecutar este tipo de actividades. El incremento del uso de los dispositivos móviles (teléfonos inteligentes y tabletas, fundamentalmente) ha generado un fuerte impacto en la actividad turística, al integrar nuevas formas de usar las redes sociales (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, etc.), mantener al viajero más informado en cualquier momento y permitirle una autogestión en sus decisiones. Aunque este comportamiento es variable según perfiles y segmentos de demanda, se puede hablar de un turista inteligente en la medida en que dispone de mayor conocimiento, es más exigente, está conectado y comparte los datos. Como conclusión tenemos que el sector del turismo ecuatoriano, y particularmente guayaquileño, las TIC se han convertido en un factor clave para el desarrollo empresarial, la toma de decisiones estratégicas y la definición de nuevos modelos de negocio. En este entorno, se han diversificado las formas en que los turistas y clientes interactúan con los servicios en línea, y la manera en que las agencias de viajes y tour operadores gestionan la información, todo ello tomando como eje la nueva estructura tecnológica del sistema de distribución del turismo 2.0. (Tafur, Veléz, Alejo, Zumba & Jacome 2018)

4.2.3 *Ecoturismo factor que impulsa el desarrollo del Ecuador*

El trabajo que se presenta pretende estudiar al Ecoturismo como factor que impulsa el Desarrollo del Ecuador con el fin que permita promover el desarrollo de actividades que marquen la diferencia del lugar o la zona al cual decida visitar el turista. Sosteniendo así la afirmación respecto al turismo en Ecuador que representa la tercera actividad económica de

importancia tras la extracción de petróleo y producción de plátano, con esto se remarca la biodiversidad y la riqueza cultural de un país como Ecuador que determina su paso hacia el desarrollo a través del turismo. El Ecoturismo para el Ecuador representa un excelente medio para beneficiar a las comunidades que viven alrededor de las áreas protegidas, así como también las agencias de viajes, al gobierno y a los profesionales del Turismo, ya que se ha considerado una nueva tendencia que tiene como finalidad orientar y dirigir a través de una propuesta sustentable, facilitar el bienestar de las comunidades locales, minimizar los impactos ambientales e impulsar la microempresa turística. Como conclusión el turismo puede ser una fuente de oportunidades si se hace una buena planeación dado que generaría incentivos económicos y permitirá la conservación y preservación de los recursos naturales lo cual determina enfáticamente que el sector turístico estar en un equilibrio con el medio ambiente y la sociedad. (Albán Yáñez, Cejas, Ortega Freire, & Albán Yanes, 2019)

5. Metodología

Para el desarrollo del presente trabajo denominado “FORTALECIMIENTO TURÍSTICO AL REFUGIO ECOLÓGICO PANDORA LODGE DEL BARRIO SANTORUM EN LA PARROQUIA VILCABAMBA DEL CANTÓN LOJA”, se utilizaron diversos métodos y técnicas que facilitaron el correcto desarrollo del mismo.

5.1 Área de estudio

La siguiente investigación se realizó en la parroquia Vilcabamba

5.1.1 División Política

- Barrios urbanos son: San Francisco, Santo Domingo, Las Palmas, Eterna Juventud, Barrio Central, Los Huilcos.
- Barrios rurales son: Yamburara Bajo, Yamburara Alto, San José, Mollepamba, Izhcayluma Alto, Izhcayluma Bajo (Barrio Cuba), Cucanamá Alto, Cucanamá Bajo, Linderos, Santorum, Moyococha, Solanda, Tumianuma

5.1.2 Los límites de la parroquia Vilcabamba

- **Norte:** Parroquia San Pedro de Vilcabamba
- **Sur:** Parroquias de Yangana y Quinara
- **Este:** Provincia de Zamora Chinchipe
- **Oeste:** Cantón Quilanga

5.1.3 Ubicación Geográfica

La parroquia Vilcabamba encuentra situado a 40 Km de la ciudad de Loja, a 1.700 m.s.n.m. con una extensión de 157,26 km². Su clima es Subtropical – Seco y su temperatura promedio es de 20.3 °C



Fuente: PDYOT Vilcabamba (2019)

Figura 1. Mapa de la parroquia Vilcabamba

5.1.4 *Enfoque metodológico y técnicas*

Se determinaron diferentes métodos y técnicas para el desarrollo de los objetivos planteados que ayudaron al desarrollo de la presente investigación, donde se detallan a profundidad en la metodología por objetivos.

5.1.4.1 Población y Muestra

La población de este estudio está compuesta por los habitantes del cantón de Loja de 18 a 65 años, quienes tienen poder adquisitivo y la edad para realizar turismo interno. Esta población, de acuerdo a las proyecciones del Sistema Nacional de Planificación (SNI, 2021) en el cantón Loja, en el año 2022 hay 127.014 habitantes.

Con la siguiente fórmula se tomó en cuenta para calcular la muestra de este estudio, es:

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

De donde:

N= Tamaño de la población	= 127.014 habitantes
Z= Distribución normalizada	= 1,96
e= Porcentaje deseado de error	= 0,05
p= Proporción de aceptación	= 0,50
q= Proporción de rechazo	= 0,50

$$n = \frac{127.014 * (1,96)^2 (0,50 * 0,50)}{(0,05)^2 (127.014 - 1) + (1,96)^2 0,50 * 0,50}$$

$$n = 384$$

Entonces la muestra del estudio es de 384 personas, a quienes se les aplicó la encuesta.

5.2 Metodología por objetivos

Para dar cumplimiento al primer objetivo “**Elaborar un diagnóstico turístico de la situación actual del Refugio Ecológico Pandora Lodge del Barrio Santorum en la Parroquia Vilcabamba del Cantón Loja**” se realizó un análisis interno con visitas al sector, mediante la técnica de observación directa y el método inductivo que se utilizó para obtener una vista general, se pudo conocer el potencial turístico, la infraestructura, en qué estado se encuentra el refugio, las necesidades y características del lugar.

A través de la técnica de revisión documental se utilizó para la redacción del marco teórico, para buscar información relacionada con el tema de estudio y extraer los conceptos y

definiciones más importantes de la presente investigación por medio de fuentes secundarias como es el Plan de Ordenamiento Territorial, páginas web, tesis, artículos científicos todo esto utilizando el método analítico-sintético y con el método descriptivo se utilizó para realizar la descripción del lugar donde se desarrolla la investigación.

Por otro lado, se realizó un análisis externo del barrio Santorum y sus alrededores; también se analizó la situación actual a nivel nacional, utilizando la técnica PESTEL (Anexo 6),

Para el estudio de la demanda de clientes potenciales se realizó encuestas (Anexo 5); se aplicó el método cuantitativo y para el análisis de los resultados obtenidos se utilizó los métodos analítico-sintético, descriptivo. Luego se aplicó, con el método cualitativo, una entrevista (Anexo 4) al Dr. Milton Eduardo Andrade Tapia.

Con toda esta información interna y externa del lugar, se elaboró la matriz FODA, en donde se determinaron las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del entorno del lugar turístico, seguidamente se formuló la matriz de FODA cruzado, para obtener los objetivos a desarrollar en la propuesta y las estrategias que conducirán hacia el logro.

Para el segundo objetivo **“Plantear la propuesta para el fortalecimiento del Refugio Ecológico Pandora Lodge del Barrio Santorum en la Parroquia Vilcabamba del Cantón Loja”**; una vez realizado el diagnóstico, se partió de las estrategias que brindó el FODA cruzado; para el desarrollo de las propuestas, de fortalecer: en su estructura organizativa donde se tomó como referencia el libro de Organización de Empresas (Fincowsky, 2009); como en los procesos internos del establecimiento turístico que se usó: Guía para una Gestión Basada en Procesos (Sanz et al, 2009); con ello se utilizó los métodos analítico-sintético y descriptivo para su desarrollo. Para el planteamiento de la señalética turística se basó en el Manual de la Señalización Turística (MINTUR, 2020) que permite determinar el tipo de pictogramas, medidas y materiales a utilizar.

Para el logro del tercer objetivo **“Elaborar estrategias de promoción para Refugio Ecológico Pandora Lodge del Barrio Santorum en la Parroquia Vilcabamba del Cantón Loja”** se planteó una propuesta de marketing, para potenciar la promoción del atractivo turístico, a través de la presentación de estrategias con el método analítico y deductivo; así mismo se tomaron en cuenta las estrategias del FODA cruzado para el planteamiento del plan; se consideró los resultados de la entrevista y las encuestas que ayudaron a definir mejor, cada una de las estrategias de promoción.

6. Resultados

6.1 Diagnóstico de la situación actual del Refugio Ecológico Pandora Lodge.

En esta sección se realiza el análisis interno y externo del sitio turístico en estudio, para dar cumplimiento al primer objetivo

6.1.1 *Análisis interno*

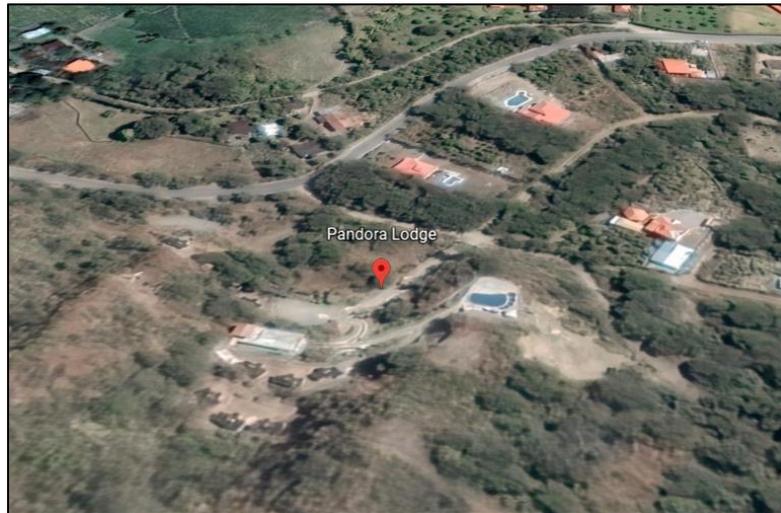
6.1.1.1 Antecedentes

El Refugio Ecológico Pandora Lodge se encuentra en la provincia y ciudad de Loja, al sur de Ecuador, específicamente en la parroquia Vilcabamba, barrio Santorum. Este refugio, cuenta con una vista impresionante de todo el barrio y sectores aledaños, rodeada de fincas bonitas y lujosas; que son atractivas tanto para residentes como para turistas. Además, el lugar cuenta con una flora natural que lo hace muy agradable para los visitantes y se encuentra alejado del ruido del pueblo y de la vía principal, lo que garantiza una experiencia relajante y tranquila.

El Refugio Ecológico Pandora Lodge comenzó sus operaciones turísticas en julio de 2021, gracias a la idea de la familia Andrade Ordóñez, quienes llevan 10 años construyendo poco a poco la infraestructura del lugar, adaptándolo de manera creativa y ecológica para aprovechar al máximo las bondades del entorno y ofrecer una alternativa turística única en el barrio. Actualmente, este lugar turístico ofrece servicios de hospedaje, restaurante, caminatas por el sendero hacia la montaña, piscina, mirador y observación de flora y de ciertas especies que son propias del lugar.

Los servicios ofrecidos por el Refugio están dirigidos a grupos de personas, amigos, familias, asociaciones e instituciones públicas y privadas que busquen tener contacto directo con la naturaleza en un ambiente de respeto, amistad y relajación. El enfoque se centra en el turismo ecológico, por lo que todas las actividades e infraestructura están diseñadas para brindar un servicio de calidad y personalizado. Además, el Refugio tiene convenios con las operadoras de turismo, camionetas y agencias de cabalgata en Vilcabamba.

6.1.1.2 Localización



Fuente: Google Earth

Figura 2. Ubicación de El Refugio Ecológico Pandora Lodge

6.1.1.3 Sistema organizacional

La organización del “Refugio Ecológico Pandora Lodge”, tiene una estructura vertical; donde son sus inversionistas, son quienes toman las decisiones en la empresa, para que sean ejecutadas por su administrador.

Cuenta con misión, visión y valores corporativos; y, un organigrama estructural básico.

Actualmente esta empresa turística, no cuenta actualmente con un mapa de procesos, como guía a seguir necesario para los procedimientos necesarios a cumplir; así mismo, no tiene contratado personal capacitado en el ámbito turístico, por tratarse de una empresa familiar.

Misión:

“Somos una empresa familiar de servicios para ayudar a nuestros clientes a convivir con la naturaleza en un ambiente de felicidad, solidaridad y respeto a través de nuestros servicios”

Visión:

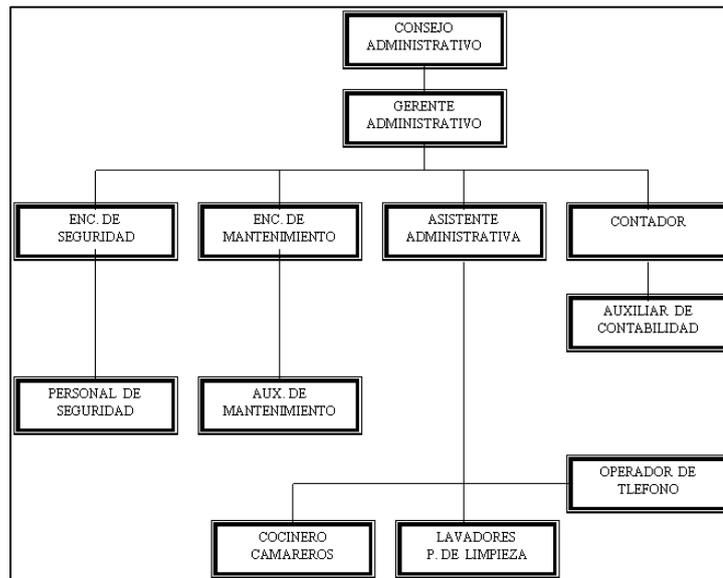
“Ofrecer a nuestros usuarios opciones de relación directa con la naturaleza, permitiéndoles utilizar infraestructura básica y estéticamente ecológica para su pleno disfrute y placer”

Los valores que practican, son:

“Ambiente de Confort /Respeto a la naturaleza/ Calidad/Privacidad/Seguridad/ Entrega / Higiene”

Los objetivos estratégicos que pretenden alcanzar, son:

1. Posicionamiento en la región sur del Ecuador y líder en la parroquia de Vilcabamba como “refugio ecológico” con la más alta calidad.
2. Lograr la mayor familiarización posible con el entorno ecológico y comunitario donde “desarrollaremos nuestras operaciones”
3. Fomentar el amor y respeto por la naturaleza y protección de nuestros recursos naturales, a la vez que convivimos con los mismos.



Fuente: Plan organizacional de El Refugio Ecológico Pandora Lodge (Andrade, 2021).

Figura 3. Organigrama estructural de El Refugio Ecológico Pandora Lodge

El organigrama anteriormente indicado, planteado por la administración del refugio; no tiene guía turístico, recepcionista, ni personal encargado del marketing de la empresa. Ya que estas funciones, las cumplen también la propia familia; por ende, se distribuye las actividades dependiendo cómo se requiera. En la entrevista realizada al dueño de la empresa turística; comenta, que como es un emprendimiento familiar no llevan una contabilidad de los ingresos y egresos de las compras, y que los miembros integrantes de la sociedad familiar, no tienen roles específicos; ya que todos colaboran en las diferentes actividades que realizan según las necesidades que se presenten.

En cuanto al servicio de alimentación que se ofrece; es necesario que una persona se encargue de la adquisición de los alimentos, con la finalidad de que se planifique y controle, sobre lo que se debe adquirir o no; para de esta manera, evitar el desperdicio de alimentos o el faltante lo que ocasiona pérdidas económicas y de tiempo, en perjuicio de los socios integrantes.

6.1.1.4 Proveedores

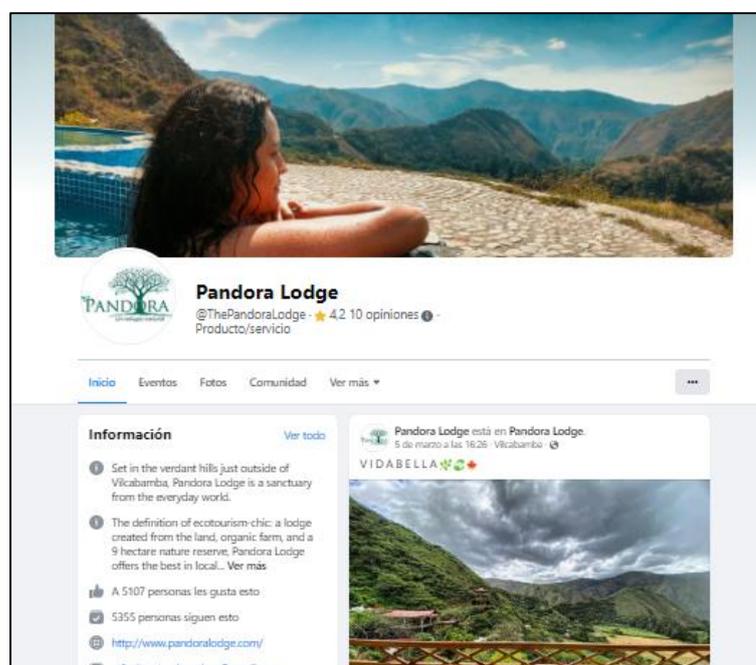
Los proveedores principales de este centro turístico, son las diferentes bodegas y el mercado de Vilcabamba; donde se encuentran variedad de productos y víveres, suficientes para el abastecimiento de los alimentos que se requieren, para una buena atención alimentaria, que se ofrecen a los turistas. De esta forma ayudando a circular la economía local

6.1.1.5 Permisos de funcionamiento

Esta empresa se encuentra registrada en el SRI a nombre de Anahí Andrade con RISE 1104976822, posee el respectivo permiso de funcionamiento por parte de los bomberos y por parte del GADM-Loja. No se encuentra registrada en la Unidad Municipal de Turismo, donde no consta en el catastro.

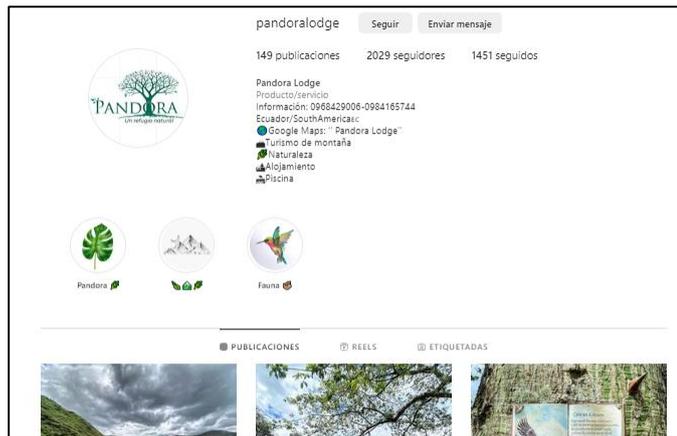
6.1.1.6 Estrategias de promoción

El Refugio Ecológico Pandora Lodge promociona sus servicios a través de diversas plataformas digitales, como Facebook, donde cuenta con 5.104 seguidores, Instagram, con 2.029 seguidores, y también dispone de un espacio en Airbnb. Además, está presente en páginas de reservas en línea como booking.com, entre otras.



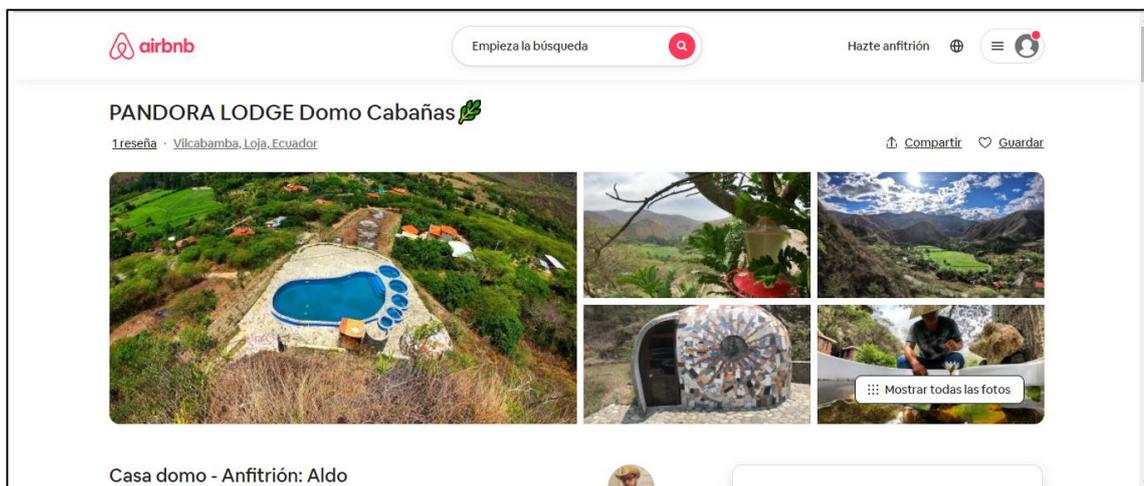
Nota: tomada del sitio oficial de Pandora Lodge <https://www.facebook.com/pages/category/Product-service/Pandora-Lodge-109472460477704/>

Figura 1. Facebook Pandora Lodge



Nota: tomada del sitio oficial de Pandora Lodge
<https://www.instagram.com/pandoralodge/?hl=es>

Figura 2. Instagram Pandora Lodge



Nota: tomada del sitio oficial de Pandora Lodge
https://www.airbnb.com.ec/rooms/50280977?source_impression_id=p3_1644515590_ZdVw%2BgoQXF6QQZt1

Figura 3. Airbnb Pandora Lodge

6.1.1.7 Infraestructura

El Refugio Ecológico Pandora Lodge, tal como su nombre indica, cuenta con una infraestructura ecológica construida a partir de materiales reciclados, como botellas de vidrio, pasamanos, antenas de cable, pedazos de cerámica, llantas, barriles de gas utilizados como asaderos y un vagón de camión reciclado donde está el recibidor, lo que le otorga al lugar un ambiente único y respetuoso con el medio ambiente. Además, ofrece una variedad de servicios y comodidades que incluyen:

Tabla 1. Instalaciones de El Refugio Ecológico Pandora Lodge

Cantidad	Servicio	Descripción	Foto
1	Estacionamiento privado	Tiene capacidad para 40 vehículos con un espacio de 100 mt2	
10	Domo Cabañas Aisladas	De material de piedra de cantera y cemento, cuenta con 10 habitaciones, 31 camas y 10 baños 2 cabañas matrimoniales 3 cabañas con litera 1 matrimonial 3 cuádruple 2 cabañas las utiliza el equipo	
1	Restaurante al aire libre con techo	Cuenta con una capacidad de 9 mesas para 50 comensales que brinda platos a la carta, así como comida rápida.	
1	Bar	Bar al aire libre, con cubierta.	
1	Mirador	Mirador de dos pisos obteniendo una vista panorámica de todo el barrio	

1	Recibidor	Recibidor con televisión, karaoke y un pequeño museo en su interior, reciclado de un vagón de camión.	
2	Piletas	Piletas con peces	
1	Mini Trapiche	Pequeño trapiche manual donde el cliente puede interactuar haciendo su propio jugo de caña, el establecimiento le brinda la caña y naranja agria.	
1	Área para fogata	Cuenta con un área exclusiva para fogata.	
1	Piscina	Piscina en forma de pie, donde la planta del pie es la piscina y los dedos el hidromasaje.	

Fuente: Trabajo de campo

6.1.1.8 Riesgos del lugar

Los riesgos que se presentan en el refugio, son pequeños deslizamientos de material rocoso que se pueden dar en el lugar, por encontrarse en una zona montañosa; que a pesar de estar ubicado en un terreno sólido se necesita tener las debidas precauciones. Además, pueden

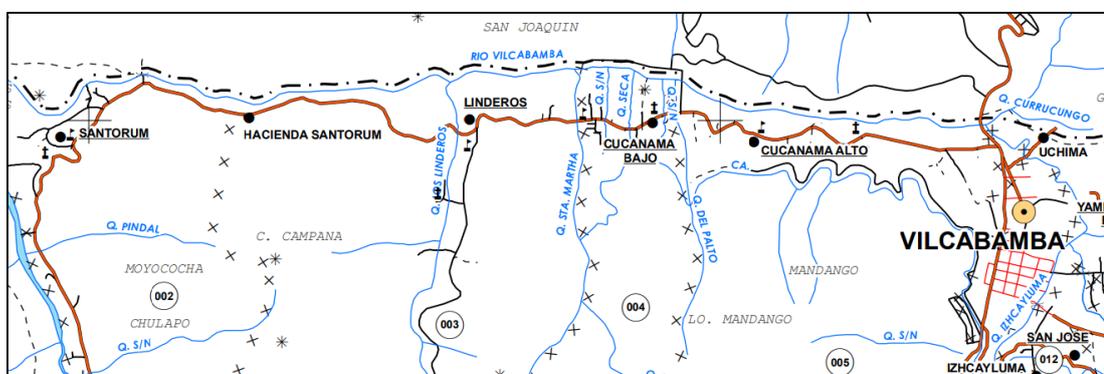
ocurrir incendios forestales; los mismos que en ciertas ocasiones, se han producido muy cerca del lugar, provocando ciertos daños a la flora en la parte alta; de las inmediaciones del Refugio

6.1.2 Análisis externo

6.1.2.1 Barrio Santorum

El nombre Santorum deriva de un apellido español de origen italiano que significa "santos" en hebreo. El área que ahora conocemos como el barrio Santorum y el barrio Moyococha, anteriormente era conocida como la Hacienda Santorum, que abarcaba 1200 hectáreas. De acuerdo con las escrituras de la hacienda (ver Anexo 7), el Sr. Daniel Álvarez Burneo compró la propiedad al Sr. José Miguel Palacio el 19 de octubre de 1932. Luego del fallecimiento del Sr. Burneo, sus albaceas subastaron voluntariamente sus propiedades; y en 1937, el Dr. Juan Francisco Ontaneda, adquirió dicha propiedad. En 1973, debido a la Reforma Agraria, presentada ese mismo año; el Dr. Ontaneda se vio obligado a ceder el 50% de la Hacienda Santorum a los "arrimados", como se les conocía en ese momento.

El clima en la zona oscila entre los 18 y 22 °C, sin cambios bruscos de temperatura. Aunque la época de lluvias es indeterminada, generalmente hay precipitaciones leves en agosto y más fuertes en octubre, noviembre y abril. La principal actividad económica en la zona, es la agricultura, en la que se cultivan cañaverales, árboles frutales y cereales como maíz, fréjol, yuca, guineo, papayas, guayabas, mandarinas, aguacates y otros productos típicos de la región.



Fuente: Cartografía Digital (INEC)

Figura 7. Localización del barrio Santorum

6.1.2.2 Atractivos turísticos del barrio Santorum

En cuanto a atractivos turísticos se tiene los siguientes:

Tabla 2. Resumen de atractivos del barrio Santorum

Nombre del atractivo	Tipo	Categoría	Jerarquía
Río Vilcabamba	Ríos	Sitio natural	II

Capilla Sagrado Corazón de Jesús	Arquitectura	Manifestaciones	II
Fiestas del Sagrado Corazón de Jesús	Acervo Cultural y Popular	Manifestaciones Culturales	II

Fuente: Fichas para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos del MINTUR (Ver Anexo 2)

Estos atractivos, se pueden incluir en un paquete de recorrido, para los turistas que visiten el Refugio; y conocer este agradable sector, donde se hay tranquilidad, por encontrarse en conexión con la naturaleza, lejos del ruido del sector urbano. Además, conocer el río que se encuentran en el lugar, donde los turistas recurren para bañarse, así como también; acuden a conocer la capilla del lugar.

6.1.2.3 Transporte

Cuenta con varias unidades disponibles de transporte público, como buses, busetas y taxis, que hacen su recorrido desde Loja, mediante turnos. Las camionetas generalmente trabajan dentro del sector de Vilcabamba, realizando su recorrido por todos los barrios según el pedido del cliente. El refugio tiene convenios con el transporte terrestre de las camionetas de Vilcabamba.

Tabla 3. Cooperativas de transporte terrestre de Vilcabamba

Cooperativas de transporte	Lugar de destino
Cooperativa de transportes Vilcabambaturis Cía. Ltda.	Loja, Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Vilcabamba, Yangana, Santorum, Quinara, Purunuma y El Tambo
Cooperativa de transportes Sur Oriente Cía. Ltda.	Loja, Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Vilcabamba, Yangana, Santorum, Quinara y Zumba
Transporte Escovilcatrans Cía. Ltda.	Transporte de camionetas a todos los barrios de Vilcabamba
Transporte Cooperativa Vilcabamba Express Cía. Ltda.	Transporte de camionetas a todos los barrios de Vilcabamba
Transportes Riofrio Jaramillo Cía. Ltda.	Transporte de camionetas a todos los barrios de Vilcabamba
Cooperativa de taxis Once de Mayo Cía. Ltda.	Loja, Vilcabamba

Fuente: Trabajo de campo

6.1.2.4 Servicios básicos

Es esencial analizar el sistema de asentamientos humanos, en términos de servicios básicos; como el suministro de agua, electricidad, alcantarillado y eliminación de residuos sólidos que existe en la parroquia Vilcabamba.

Tabla 4. Servicios básicos

Agua Potable	Energía Eléctrica	Internet telefónica fija	y	Recolección de basura	de	Red vial
El 81% se abastece de agua potable por medio de la red pública. En la	El suministro de energía eléctrica es proporcionada por la distribuidora a	El 16% telefónica mientras internet solo	tiene fija que posee	El 73% de todas las viviendas utilizan un carro recolector suministrado por el		La vía principal que atraviesa la zona se encuentra en excelentes

población de través de sus redes, un 7%. Este es municipio para condiciones, al Vilcabamba. Existe casi la totalidad, un proveído tanto por deshacerse de su igual que los la Junta de agua 97.06%, de los la Corporación basura, mientras barrios cercanos potable y hogares, tienen Nacional de que el 19% opta por quemarla para Cucanama Alto, alcantarillado de acceso al servicio Telecomunicaciones (CNT) como por evitar el mal olor; y Cucanama Bajo, Santorum -Uchima- de energía eléctrica. la empresa privada otros lo utilizan Los Linderos y Moyococha y Solanda. Vilcanet, de las para abono de sus Santorum. Solanda. cuales ambas plantas. Los días recolector de basura en el sector. de la ciudadanía.

Fuente: PDYOT Vilcabamba

6.1.2.5 Oferta de servicios

En cuanto a oferta de servicios se ha tomado en cuenta los establecimientos de la parroquia Vilcabamba

6.1.2.5.1 Alojamiento

El Barrio Santorum cuenta con pocos lugares de alojamiento, debido a que sus residentes se dedican a la agricultura y ganadería. Los lugares de alojamiento son: la Estancia Los Pajarillos la que alquilan, para diferentes eventos sociales; como cumpleaños, parrilladas etc. Eco-Finca Hostel Santorum y The House in the Longevity Valley, están dirigidas, más a turistas extranjeros, que desean pasar lejos de la ciudad y del ruido. Estos hospedajes, no constan el catastro de la Unidad Municipal de Turismo.

Tabla 5. Servicios de alojamiento turístico de la parroquia Vilcabamba

Nombre	Clasificación	Categoría
Garden House	Casa de huéspedes	Categoría Única
Alivinatu	Hacienda turística	3 estrellas
Eterna Juventud	Hostal	2 estrellas
Hostal Taranza	Hostal	1 estrellas
Hostería de Vilcabamba	Hostería	4 estrellas
Hostería El Descanso De Ramses	Hostería	3 estrellas
Hostería El Descanso Del Toro	Hostería	5 estrellas
Hostería Izhcayluma	Hostería	3 estrellas
Hostería Paraíso	Hostería	3 estrellas
Molino Tropical	Hostería	3 estrellas
Ruinas De Quinara	Hostería	Tercera
Villa Beatriz Lodge	Hostería	3 estrellas
Rumi Wilco	Refugio	Categoría Única

Fuente: Catastro Turístico del cantón Loja (2023)

6.1.2.5.2 Alimentos y bebidas

Se tomaron en cuenta todos los establecimientos de alimentos y bebidas de la parroquia Vilcabamba ya que en el sector no existe.

Tabla 6. Establecimientos de alimentos y bebidas de la parroquia Vilcabamba

Nombre	Clasificación	Categoría
Breiky's	Bar	TERCERA
Layseca's	Cafetería	(1) Una taza
Natural Yogurt	Cafetería	Cuarta
Timothy's	Cafetería	Segunda
Charlitos	Fuente de soda	Tercera
El Atillo	Restaurante	Cuarta
La Terraza Delicious Food	Restaurante	(1) Un tenedor
Murano	Restaurante	Tercera
Las Orquídeas	Restaurante	Tercera
Peking	Restaurante	Cuarta
Shanta's Restaurant	Restaurante	(1) Un tenedor
Ufo Restaurante	Restaurante	(1) Un tenedor

Fuente: Catastro Turístico del cantón Loja (2023)

6.1.2.5.3 Operación e intermediación

Vilcabamba cuenta con algunos establecimientos dedicados a la operación turística, siendo una parroquia muy concurrida tanto por nacionales como por extranjeros; donde se ofrecen servicios complementarios de esparcimiento.

Tabla 7. Servicio de Operación e Intermediación

Nombre	Clasificación
Monta Viejo Luis	Agencia de viajes dual
Compañía De Turismo H&Ch	
Vilcatourist Ci	Operadora
Gavilan Tours Cia Ltda	Operadora
Tasca Tours La	Operadora
Vilcabambaexploringviexpl	Operadora
Vilcatrip	Operadora

Fuente: Trabajo de campo

6.1.2.6 Análisis PESTEL

Este análisis, se realizó para verificar en los diferentes ámbitos, la situación actual del estado ecuatoriano; a la vez, de cómo puede beneficiar o afectar esto al desarrollo turístico.

Tabla 2. Análisis PESTEL a nivel nacional

Análisis Político	Análisis Económico	Análisis Social	Análisis Tecnológico	Análisis Ecológico/ Ambiental	Análisis Legal
<p>El gobierno nacional se encuentra interesado en reactivar el turismo desde el año 2021, las estrategias y acciones encaminadas a dinamizar el turismo en el Ecuador promocionando el turismo interno y rural.</p> <p>El país adoptó el semáforo de protección COVID-19, para prevenir más contagios. Esta medida incluye el aforo máximo permitido en actividades</p>	<p>Lasso oficializó el valor de USD 450 del Salario Básico Unificado (SBU) para el 2023, mediante la firma del Decreto Ejecutivo 611.</p> <p>Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos, la inflación anual en 2021 fue del 1,94%, mientras que en 2022 aumentó a un 3,94%. Además, el INEC informó que, en diciembre de 2022, el costo de la Canasta Familiar Básica (CFB) alcanzó los 763,44 dólares, mientras que el ingreso mensual de un hogar tipo fue de 793,33 dólares.</p>	<p>Ecuador ahora se clasifica como el país menos seguro de América Latina, gracias a la escalada de violencia de pandillas, narcotráfico y disturbios civiles en 2022. Casi dos de cada tres ecuatorianos (64%), entrevistados el año pasado dijeron que no se sienten seguros caminando. Solas por la noche donde viven, mientras que solo el 35% dijo que sí. (Gallup, 2023).</p> <p>La pandemia que se encuentra atravesando a nivel mundial por el COVID-19, ha provocado el apareamiento de nuevas cepas</p> <p>Otro aspecto que es importante mencionar en este factor, es la Red Vial Estatal con que se cuenta a nivel nacional para hacer turismo interno, y los medios de transporte que hay disponibles para viajar por todo el país</p>	<p>En Ecuador el acceso a internet incremento 7,7 puntos a nivel nacional en el año 2020, y el índice de quienes utilizan internet también aumentó 11,5 puntos; así mismo el porcentaje de personas, a nivel nacional, que tiene al menos un teléfono celular, se incrementó en 3 puntos; y quienes tienen un teléfono inteligente, se aumentó en 5,4 puntos.</p> <p>Así mismo, hoy en día, se vive una transformación digital de la industria del turismo, como una nueva tendencia de mercado; ya que todo se hace en línea, se busca el sitio, se reserva, se paga en línea</p>	<p>La Red Nacional de Recicladores del Ecuador (Renarec) ofrece diversos servicios como la recogida y transporte de residuos capacitaciones sobre la separación y clasificación de desechos, barrido de espacios públicos y cuidado de áreas verdes. Desde la implementación de su unidad de negocios hace casi dos años, la organización ha demostrado que el reciclaje puede ser rentable y ha superado su punto de equilibrio, generando ganancias para sus asociados.</p>	<p>Se cuenta con el Plan Institucional 2021-2025, en el que se encuentra el primer objetivo de aumentar la promoción del turismo sostenible en mercados receptivos y domésticos favorables. Para lograr esto, se fortalecerá la promoción de manera constante y enfocada en los mercados específicos, utilizando un enfoque geográfico y segmentado basado en el análisis de estadísticas, mercados, perfiles y tendencias para resaltar las oportunidades disponibles en el país.</p> <p>En el marco del Plan Nacional de Turismo 2030, tenemos los objetivos estratégicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lograr un posicionamiento basado en un modelo de desarrollo sostenible y duradero, que respete el medio ambiente y los recursos naturales sensibles del territorio nacional, así como su destacado patrimonio cultural. Al mismo tiempo, se busca que el turismo sea socialmente equilibrado y justo, y que se convierta en un poderoso generador de empleo y riqueza económica.

-
- Aumentar la inteligencia de los mercados turísticos mediante la recopilación de datos y estadísticas, así como mediante la supervisión de la percepción y el impacto de las estrategias de promoción, con el fin de orientar la toma de decisiones de mercado que se ajusten a las necesidades del turismo y sus tendencias globales.
 - Buscar una promoción permanente y digitalizada de manera inteligente, con el objetivo de lograr impactos más amplios y efectivos que penetren en mercados prioritarios, estratégicos, de oportunidad y emergentes de acuerdo con su relevancia.

Fuente: Trabajo de Campo

6.1.3 *Resultados de la entrevista aplicada*

En la entrevista pudimos analizar que el refugio trabaja con reciclaje, que le da un valor agregado, todo puede ser reutilizado como fue la compra del vagón de un camión donde se lo adaptó para una sala de espera con muebles con un exhibidor con artesanías y una televisión con karaoke. También tiene convenios con agencias de cabalgata, con los taxis de agencias de viajes de Vilcabamba con acuerdos verbales, lo cual tiene un valor importante para el refugio. También comenta que la falta de educación en respeto al medio ambiente se convirtió en un reto muy desafiante; ya que destruyen las plantas las rompen, tiran piedras en las piletas.

En relación a la gestión, el Refugio Ecológico Pandora Lodge se enfrenta a ciertos desafíos. Dado que es un negocio familiar, no tienen una contabilidad organizada de los ingresos y gastos, lo que dificulta el seguimiento de las compras y la gestión financiera. Así mismo, no tiene un plan de administración y un plan contable más estructurado. Además, no tiene asignados los roles específicos a los miembros del equipo, aunque cuente con un organigrama estructural no lo ejercen ya que la familia es la que apoya con la atención al cliente; también falta mejorar la infraestructura para el personal, ya que en la actualidad carecen de un espacio adecuado para ellos, por lo que al no tener utilizan una cabaña para dejar sus pertenencias así desperdiciando un espacio y pérdida económica para el establecimiento. En relación a la alimentación, a veces se producen desperdicios o se calcula incorrectamente la cantidad de alimentos a adquirir, lo que resulta en pérdidas innecesarias.

En cuanto al manejo de las redes sociales como Facebook e Instagram, utilizan promoción a través de los estados por lo que no ejercen un marketing más extenso que lleguen a más personas que no sean sus seguidores.

6.1.4 *Resultados de la encuesta a clientes potenciales*

Los resultados que se obtuvieron mediante las encuestas realizadas a la muestra seleccionada se resumen a continuación en las siguientes tablas y figuras:

Edad

Tabla 3. Edad de los encuestados

OPCION	f	%
Entre 18 a 24 años	77	20,00%
Entre 25 y 34 años	218	56,70%
Entre 35 y 44 años	51	13,30%
Entre 45 y 54 años	26	6,70%
Entre 55 y 64 años	12	3,30%
Más de 65 años	0	0,00%

Total	384	100%
--------------	------------	-------------

Fuente: Trabajo de Campo

La mayoría de los encuestados (56,7%), se encuentran en la edad entre 25 y 30 años; el 20% menciona tener entre 18 y 24 años; el 13,3% está en el rango de 35 a 44 años; el 6,7% se ubica entre 45 y 54 años; y el 3,3% está en la edad de 55 a 64 años.

Sexo

Tabla 4. Sexo de los encuestados

OPCION	f	%
Masculino	154	40,00%
Femenino	230	60,00%
Total	384	100,00%

Fuente: Trabajo de Campo

El 60% de los encuestados es de género femenino; mientras que el 40% es de género masculino.

Ocupación

Tabla 5. Ocupación de los encuestados

OPCION	f	%
Empleado	256	66,70%
Desempleado	13	3,30%
Estudiante	102	26,70%
Negocio propio	13	3,30%
Total	384	100%

Fuente: Trabajo de Campo

El 66,7% de los encuestados es empleado; el 26,7% son estudiantes; el 3,3% están desempleados y otro 3,3% tienen negocio propio.

Estado civil

Tabla 6. Estado civil de los encuestados

OPCION	f	%
Casado	103	26,70%
Divorciado	38	10,00%
Soltero	243	63,30%
Total	384	100%

Fuente: Trabajo de Campo

El 63,3% de los encuestados son solteros; el 26,7% son casados y el 10% están divorciados.

Ingresos de los encuestados

Tabla 7. Ingresos de los encuestados

OPCION	f	%
No tiene ingresos	26	6,70%
Menor a un salario básico	38	10,00%
Salario básico	128	33,30%
\$426 a \$1000	166	43,30%
De \$1001 a \$2000	26	6,70%
Total	384	100,00%

Fuente: Trabajo de Campo

Interpretación

El 43,3% de los encuestados, tienen ingresos entre \$426 y \$1000; el 33,3% percibe el salario básico, es decir \$425; el 10% recibe menos del salario básico; el 6,7% no tiene ingresos y otro 6,7% posee ingresos de \$1.001 a \$2.000\

1. ¿Con qué frecuencia al año viaja por motivos turísticos a la parroquia Vilcabamba?

Tabla 8. Frecuencia de viajes al año

OPCION	f	%
1 vez al año	128	33,30%
2 a 3 veces al año	77	20,00%
Más de 4 a 6 veces al año	64	16,70%
Más de 6 veces al año	115	30,00%
Total	384	100,00%

Fuente: Trabajo de Campo

Interpretación

El 33,3% de los encuestados mencionan que viajan una vez al año; el 30% afirma que viaja más de seis veces al año; el 20% manifiesta que viaja de 2 a 3 veces al año; el 16,7% sostiene que viaja entre 4 a 6 veces al año.

2. ¿Con qué personas viaja a la parroquia Vilcabamba?

Tabla 9. Personas con las que viajan

OPCION	f	%
Amigos	147	38,30%
Familiares	206	53,60%
Pareja	18	4,80%
Solo	13	3,30%
Total	384	100,00%

Fuente: Trabajo de Campo

Interpretación

Hay un 53,6% de los encuestados que viajan con familiares; el 38,3% realiza sus viajes con amigos; el 4,8% viaja con la pareja; el 3,3% prefiere viajar solo.

3. ¿En qué lugar se hospeda cuando visita por motivos turísticos la parroquia de Vilcabamba?

Tabla 10. Lugar de hospedaje

OPCION	f	%
Finca propia	64	16,70%
Donde unos amigos	96	25,00%
Donde familiares	96	25,00%
Hostería	103	26,70%
No me hospedo	25	6,60%
Total	384	100,00%

Fuente: Trabajo de Campo

Interpretación

Hay el 26,7% de los encuestados, que se hospedan donde amigos; el 25% lo hace en casa de familiares; el 25% se hospeda en hosterías; el 16,7% tiene su finca propia; el 6,6% no se hospeda en ningún lugar.

4. ¿Cuántas noches se queda en la parroquia Vilcabamba?

Tabla 11. Número de noches de hospedaje

OPCION	f	%
Regreso en el día	25	6,60%
Al menos una noche	255	66,40%
De 2 a 3 noches	104	27,00%
Mas de 4 noches	0	0,00%
Total	384	100,00%

Fuente: Trabajo de Campo

Interpretación

El 66,4% de los encuestados mencionan que se hospedan al menos una noche; el 27% manifiesta que se hospeda entre 2 y 3 noches; el 6,6% sostiene que se regresa en el mismo día.

5. ¿Cuál es su lugar turístico preferido en la parroquia Vilcabamba?

Tabla 12. Lugar turístico preferible

OPCION	f	%
Rio	63	16,35%

El parque central	117	30,55%
Cerro Mandango	50	13,00%
Yamburara	38	10,00%
Las hosterías	90	23,40%
La naturaleza	13	3,35%
Sin lugar preferido (altos precios)	13	3,35%
Total	384	100,00%

Fuente: Trabajo de Campo

Interpretación

El 30,55% de los encuestados prefieren visitar el parque central de Vilcabamba; el 23,40% opta por ir a las hosterías; el 16,35% les gusta ir al río; el 13% opta por ir al cerro del Mandango; el 10% prefiere visitar al parque Yamburara; existe el 3,35% que gustan por la naturaleza, otro 3,35% no tiene un lugar preferible, debido a los altos precios que tienen.

6. ¿Cómo se enteró de la existencia de ese lugar turístico que prefiere?

Tabla 13. Manera en que se enteró del lugar turístico que prefiere visitar

OPCION	f	%
Unos amigos le recomendaron	230	60,10%
Hicieron una reunión de la empresa en	12	3,30%
Lo vio por televisión	13	3,30%
Le llegó publicidad digital del lugar	64	16,70%
Lo vio en una valla publicitaria	26	6,70%
Por costumbre	26	6,70%
Familiares lo recomendaron	13	3,30%
Total	384	100,00%

Fuente: Trabajo de Campo

Interpretación

El 60,10% de los encuestados se enteraron del lugar que prefieren visitar en Vilcabamba, a través de unos amigos que se lo recomendaron; el 16,7% se enteraron a través de publicidad digital del lugar; el 6,7% lo vio en una valla publicitaria; el 6,7% menciona que es por costumbre; el 3,3% lo vio en televisión; el 3,3% lo conoce porque allí hicieron una reunión de la empresa donde trabaja; y el 3,2% menciona que lo conoce porque familiares se lo recomendaron.

7. ¿Qué tipo de turismo prefiere?

Tabla 14. Tipo de turismo que prefieren

OPCION	f	%
--------	---	---

Destino rural	115	30,00%
Destino urbano	12	3,30%
Destino reservas protegidas	13	3,30%
Destino ríos	99	25,70%
Destino de montaña	99	25,70%
Destino de aventura	46	12,00%
Total	384	100,00%

Fuente: Trabajo de Campo

Interpretación

El 30% de los encuestados prefieren el turismo rural; el 25,7% prefiere el destino a ríos; el 25,7% gusta del destino a montaña; el 12% opta por el turismo de aventura; el 3,3% elige el turismo urbano y el 3,3% prefiere como destino reservas protegidas.

8. ¿Ha visitado el lugar turístico “El Refugio Ecológico Pandora Lodge” en la parroquia Vilcabamba?

Tabla 15. Turistas que han visitado el Refugio Ecológico Pandora Lodge

OPCION	f	%
Si	103	26,70%
No	281	73,30%
Total	384	100,00%

Fuente: Trabajo de Campo

Interpretación

El 73,3% de los encuestados no han visitado el Refugio Ecológico Pandora Lodge; mientras que el 26,70% si lo ha hecho.

9. Si nunca lo ha visitado El Refugio Ecológico Pandora Lodge” ¿le gustaría visitarlo?

Tabla 16. Interés en conocer el Refugio Ecológico Pandora Lodge

OPCION	f	%
Si	371	96,70%
No	13	3,30%
Total	384	100,00%

Fuente: Trabajo de Campo

Interpretación

El 96,7% de los encuestados se encuentra interesado en conocer el Refugio Ecológico Pandora Lodge; mientras que el 3,3% no tiene interés de conocerlo.

10. ¿Por qué medio le gustaría recibir información de este lugar turístico?

Tabla 17. Medios promocionales que prefieren los turistas

OPCION	f	%
Facebook	154	40,30%
Instagram	100	26,20%
Tik tok	13	3,30%
Twitter	13	3,30%
WhatsApp	26	6,70%
Telegram	1	0,30%
Televisión local	26	6,70%
Radio	13	3,30%
Prensa digital	13	3,30%
Ferias turísticas	25	6,60%
Total	384	100,00%

Fuente: Trabajo de Campo

Interpretación

Al 40,3% de los encuestados les gustaría recibir información del Refugio Ecológico Pandora Lodge por medio de Facebook; el 26,2% prefiere enterarse a través de Instagram; el 6,6% opta por WhatsApp; otro 6,7% prefiere hacerlo mediante televisión local; otro 6,6% le gustaría informarse a través de las ferias turísticas; al 3.3% por tik tok; al 3,3% por twitter; al 3,3% por radio; al 3,3% por prensa digital.

6.1.5 Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA)

Tabla 18. Matriz FODA

Fortalezas	Debilidades
1. Ubicación estratégica del atractivo	1. El Refugio no cuenta con un mapa de procesos, como guía a seguir dentro de la empresa
2. El atractivo cuenta con misión, visión y valores corporativos.	2. No cuenta con roles bien definidos en su personal.
3. El atractivo cuenta con cinco mil seguidores en Facebook y dos mil en Instagram.	3. Falta contratar personal capacitado en el ámbito turístico
4. El refugio presenta varios servicios al turista, como hospedaje, restaurante, mirador, piscina. Etc.	4. Falta de señalética de los servicios y áreas de uso común.
5. Utiliza material reciclable para elaborar la infraestructura del lugar	5. No cuenta con un organigrama adecuadamente estructurado.
6. Convenios, con las camionetas de transporte y agencias de cabalgata de Vilcabamba	
7. El aumento del Salario Básico Unificado a \$450, beneficia la economía de las familias ecuatorianas; posibilitando, a que personas de menores recursos tengan oportunidad de hacer turismo.	

Oportunidades

1. El 96.70% de los encuestados tiene interés por visitar el atractivo
2. El 30% de los encuestados prefiere destino rural, así como el 25.70% prefieren destinos ríos y de montaña.
3. El Ecuador cuenta con vías de primer orden a nivel nacional
4. El incremento de personas que utilizan internet, tienen celular y redes sociales
5. La transformación digital de la industria del turismo.
6. El estado ecuatoriano promociona el turismo interno y rural
7. Los atractivos turísticos, que tiene el barrio Santorum.
8. Los encuestados que desean recibir información acerca del atractivo lo prefieren por las redes sociales Facebook e Instagram
9. El gobierno busca una promoción permanente y digitalizada de manera inteligente

Amenazas

1. El semáforo de protección que autoriza el aforo máximo de los locales.
2. El incremento en la tasa de inflación
3. Riesgos de leves derrumbes e incendios forestales
4. El aparecimiento de nuevas cepas del COVID-19
5. Ecuador está entre los países menos seguros de América Latina

Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez.

6.1.6 FODA Estratégico

Tabla 19. Matriz de FODA cruzado

	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
Análisis Interno	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicación estratégica del atractivo 2. El atractivo cuenta con misión, visión y valores corporativos 3. El atractivo cuenta con cinco mil seguidores en Facebook y dos mil en Instagram 4. El incremento de personas que utilizan internet, tienen celular y redes sociales 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El semáforo de protección que autoriza el aforo máximo de los locales. 2. El incremento en la tasa de inflación 3. El apareamiento de nuevas cepas del COVID-19
Análisis Externo	<ol style="list-style-type: none"> 5. Utiliza material reciclable para elaborar la infraestructura del lugar 6. Convenios con las agencias, camionetas y agencias de cabalgata de Vilcabamba 7. El aumento del Salario Básico Unificado a \$450, beneficia la economía de las familias ecuatorianas; posibilitando, a que personas de menores recursos tengan oportunidad de hacer turismo. 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Riesgos de leves derrumbes e incendios forestales 5. Ecuador está entre los países menos seguros de América Latina
Oportunidades (O)	Estrategias FO	Estrategias DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. El 96.70% de los encuestados tiene interés por visitar el atractivo 2. El 30% de los encuestados prefiere destino rural, así como el 25.70% prefieren destinos ríos y de montaña. 3. El Ecuador cuenta con vías de primer orden a nivel nacional 		

4. El incremento de personas que utilizan internet, tienen celular, y, redes sociales	F1, O7: Elaborar un circuito que incluya los atractivos turísticos del Barrio Santorum.	D3, O1,5: Establecer estrategias de promoción turística digital.
5. La transformación digital de la industria del turismo		
6. El estado ecuatoriano promociona el turismo interno y rural		
7. Los atractivos turísticos, que tiene el barrio Santorum.		
8. Los encuestados que desean recibir información acerca del atractivo lo prefieren por las redes sociales Facebook e Instagram		
9. El gobierno busca una promoción permanente y digitalizada de manera inteligente		

Amenazas (A)	Estrategias FA	Estrategias DA
1. El semáforo de protección que autoriza el aforo máximo de los locales.		
2. El incremento en la tasa de inflación		D1, 2, A1, 4: Determinar el diseño de una nueva estructura organizativa y el diseño de un mapa de procesos.
3. Riesgos de leves derrumbes e incendios forestales.	F3, 4, A2, 3: Plan promocional para el refugio de la diversidad de servicios que ofrece la planta turística.	
4. El apareamiento de nuevas cepas del COVID-19		
5. Ecuador está entre los países menos seguros de América Latina		D 5, A 5: Diseñar la señalética al interior del Refugio

Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

6.2 Propuesta para el fortalecimiento del Refugio Ecológico Pandora Lodge del Barrio Santorum en la Parroquia Vilcabamba del Cantón Loja.

Luego de haber establecido los objetivos estratégicos y de socializarlos con el propietario el Dr. Milton Andrade (ver anexo 8), se pudo determinar la realización del cumplimiento de los mismos. Los objetivos estratégicos 1, 2 y 3 son para el fortaleciendo del atractivo turístico. A continuación, en el siguiente cuadro se detalla los objetivos estratégicos a cumplirse

Tabla 26. Objetivos estratégicos 1, 2 y 3

Nro.	Combinación	Objetivos estratégicos
1	F1, O7	Elaborar un circuito que incluya los atractivos turísticos del Barrio Santorum.
2	D1, A1,4	Determinar el diseño de una nueva estructura organizativa y el diseño de un mapa de procesos.
3	D 5, A 5	Diseñar la señalética al interior del Refugio

6.2.1 *Elaborar un circuito que incluya los atractivos turísticos del Barrio Santorum.*

Tabla 27. Objetivo estratégico 1

Circuito que incluya los atractivos turísticos del Barrio Santorum.				
Introducción	Meta	Estrategia	Tácticas	Políticas
<p>El Barrio Santorum donde se encuentra ubicado el Refugio Ecológico Pandora Lodge, posee recursos turísticos como son: el río Vilcabamba, la capilla Sagrado Corazón de Jesús y las festividades religiosas en honor al Sagrado Corazón de Jesús. Mismas que no se las hace constar en los recorridos que ofrece la empresa.</p> <p>El 25,7% de los clientes potenciales que prefieren como destino turístico el río; y el 25,7% de los turistas prefieren como destino la montaña.</p>	<p>Presentar al menos un circuito donde conste el río Vilcabamba y la capilla del Sagrado Corazón de Jesús y las festividades del Sagrado Corazón de Jesús.</p>	<p>Incluir en el circuito, el río Vilcabamba, capilla del Sagrado Corazón de Jesús y las festividades del Sagrado Corazón de Jesús</p>	<p>Presentar en una alternativa de circuito, bajar al río Vilcabamba para bañarse y tomarse algunas fotografías.</p> <p>Incluir la visita a la capilla del Sagrado Corazón de Jesús y las festividades del Sagrado Corazón de Jesús, en su respectiva fecha.</p> <p>Ser parte de los patrocinadores de las fiestas religiosas</p>	<p>La empresa brindará a los turistas la asesoría y recomendaciones necesarias para realizar el circuito.</p> <p>Los turistas estarán acompañados y guiados en todo momento por el personal de la empresa.</p>
Actividades	Tiempo	Responsable	Presupuesto	Resultado esperado
<p>Crear el circuito.</p> <p>Ayudar a la conservación de los espacios turísticos del barrio.</p> <p>Patrocinar las festividades del Sagrado Corazón de Jesús.</p>	<p>Durante la temporada de verano</p> <p>Segunda semana de junio</p>	<p>Gerente</p> <p>Guía turístico</p>	<p>\$115,00</p>	<p>Ofrecer una nueva alternativa de circuito a turistas que gusten de las bondades que ofrece el río</p>

Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

6.2.1.1 Circuito turístico

La creación del nuevo circuito turístico, obedece el poder aprovechar los atractivos turísticos del barrio Santorum, donde se encuentra ubicado el Refugio Ecológico Pandora Lodge.

- **Nombre del circuito**

Circuito: Pandora Aventura.

- **Indicaciones:**

1. Una vez hospedados los turistas, o llegados al refugio, se los concentra en la recepción del lugar para dar las respectivas indicaciones. Se sugiere ponerse gorra o sombrero para protegerse del sol. Y no separarse del grupo.
2. Ascenso hacia la montaña del Refugio Ecológico Pandora Lodge.
3. Descanso en la parte alta de la montaña; contemplar la naturaleza que rodea el lugar, distribución de un refrigerio y agua, fotos.
4. Descenso al mirador del refugio para observar el barrio y sus atractivos.
5. Almuerzo en el comedor del refugio
6. Visita a la capilla del lugar y caminata al río. En el recorrido se van haciendo fotos. Una vez en el río se tendrá cuidado de no contaminarlo con jabón o con cualquier otro producto químico. Así mismo no dejar desechos de basura.
7. Se regresa al Refugio y se da por terminado el recorrido. Manifestando a los turistas que tienen pase libre para recorrer las instalaciones. Agradeciendo participación y colaboración por haber formado parte del recorrido turístico realizado.

- **Itinerario**

07:00 Desayuno

07:30 Caminata a la montaña

09:00 Llegada a la parte superior de la montaña

09:30 Descanso, refrigerio

10:30 Descenso a las instalaciones

11:30 Llegada al mirador del refugio

12:00 Almuerzo

13:00 Visita a la capilla del lugar y caminata al río

15:00 Regreso al Refugio

15:30 Llegada, fin del recorrido

- **Recomendaciones para el circuito**

- Llevar sombrero
- Llevar bloqueador solar
- Llevar repelente de mosquitos
- Llevar calzado apropiado para senderismo

A continuación, detallamos el presupuesto a cumplirse de la actividad

Tabla 28. Presupuesto del objetivo estratégico 1

Descripción	1 Pax	10 Pax
Desayuno	\$3.00	\$30,00
Almuerzo	\$3.00	\$30,00
Refrigerio	\$2,50	\$25,00
Agua embotellada	\$1.00	\$10,00
Guía	\$2,00	\$20,00
Total		\$115,00

Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

6.2.2 *Determinar el diseño de una nueva estructura organizativa y el diseño de un mapa de procesos.*

Tabla 29. Objetivo estratégico 2

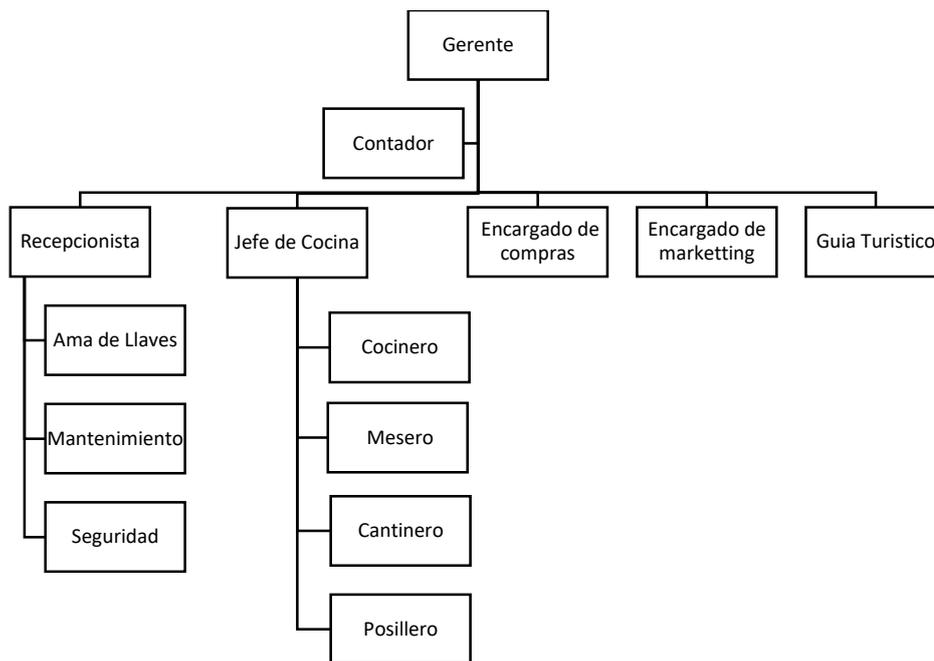
Propuesta de diseño de una nueva estructura organizativa y de un mapa de procesos.				
Introducción	Meta	Estrategia	Tácticas	Políticas
El refugio Ecológico Pandora Lodge, no posee un mapa de procesos ni un organigrama bien estructurado.	Tener los roles bien definidos dentro de la empresa	Fortalecer la parte administrativa del Refugio Ecológico Pandora Lodge, proponiendo una nueva estructura organizacional, mediante puestos de trabajo relacionados con turismo, utilizando su respectivo mapa de Procesos	Elaborar el organigrama estructural acorde a la actividad a la que se dedica la empresa turística. Crear un mapa de procesos, mejor desenvolvimiento y claridad de los procedimientos a cumplir.	El nuevo organigrama responderá a las necesidades del refugio El mapa de procesos guiará los pasos a seguir; en cuanto lo que se debe cumplir en él refugio.
Actividades	Tiempo	Responsable	Presupuesto	Resultado esperado
Crear un nuevo organigrama estructural Elaborar un mapa procesos.	1er mes de puesta en práctica la propuesta	Gerente	\$ 0	Personal con conocimiento pleno de los procesos. que debe cumplir dentro de la empresa para optimizar la atención al cliente. Fortalecimiento de la parte administrativa del Refugio Ecológico Pandora Lodge.

Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

..

6.2.2.1 Organigrama estructural

La estructura organizativa de esta empresa turística tiene que ofrecer un sistema para dividir y coordinar el trabajo, establecer canales de comunicación formales, asignar responsabilidades y delegar autoridad para la toma de decisiones. Una vez analizado el organigrama del refugio, se encontró que no consta con los cargos necesarios, para una empresa turística. Se diseñó una nueva estructura para la empresa, de acuerdo a las necesidades que presenta el refugio, implementando los puestos de trabajo para una mejor organización.

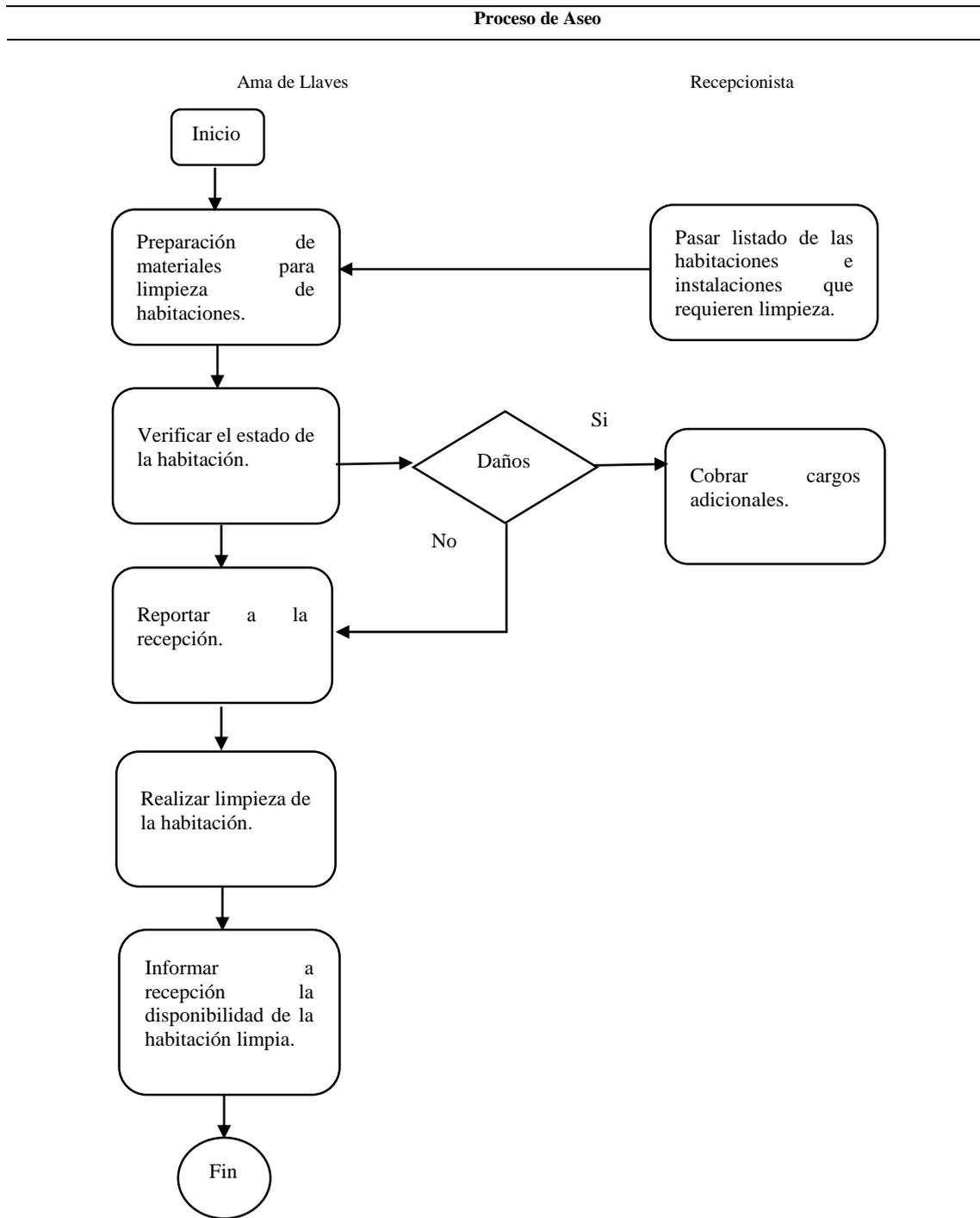


Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Figura 8. Organigrama para el Refugio Ecológico Pandora Lodge

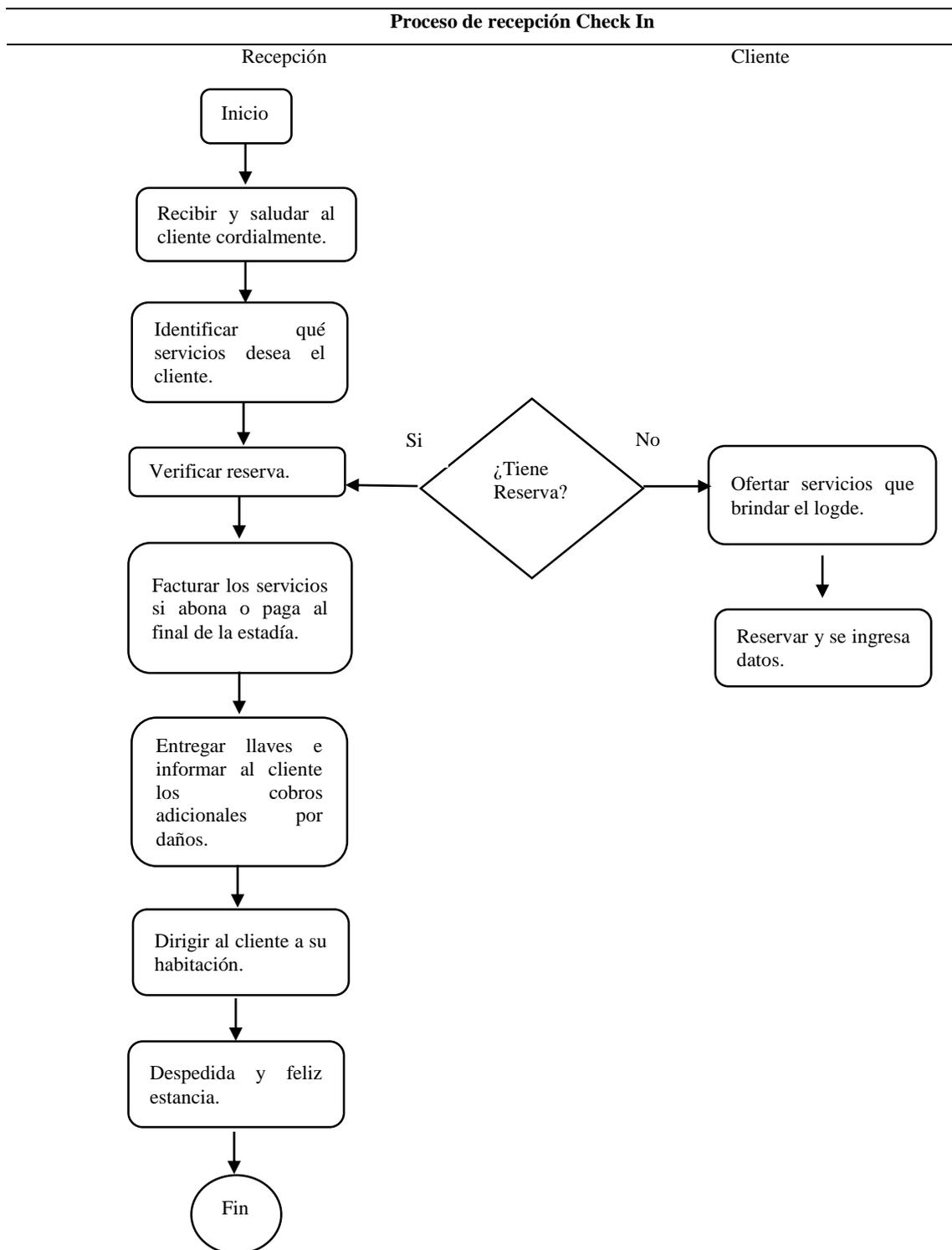
6.2.2.2 Mapa de procesos

Tabla 30. Proceso de limpieza



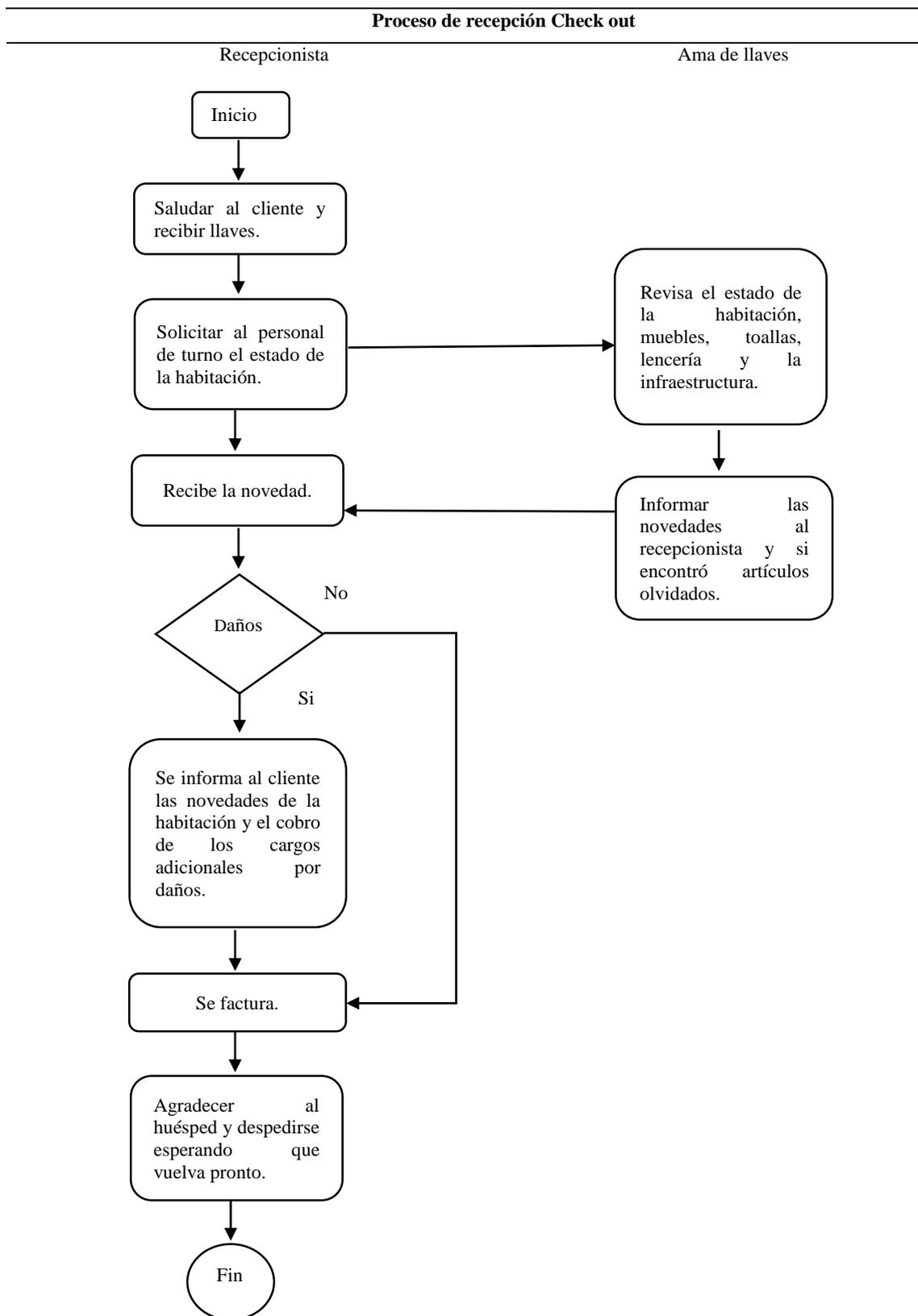
Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Tabla 31. Proceso de alojamiento check in



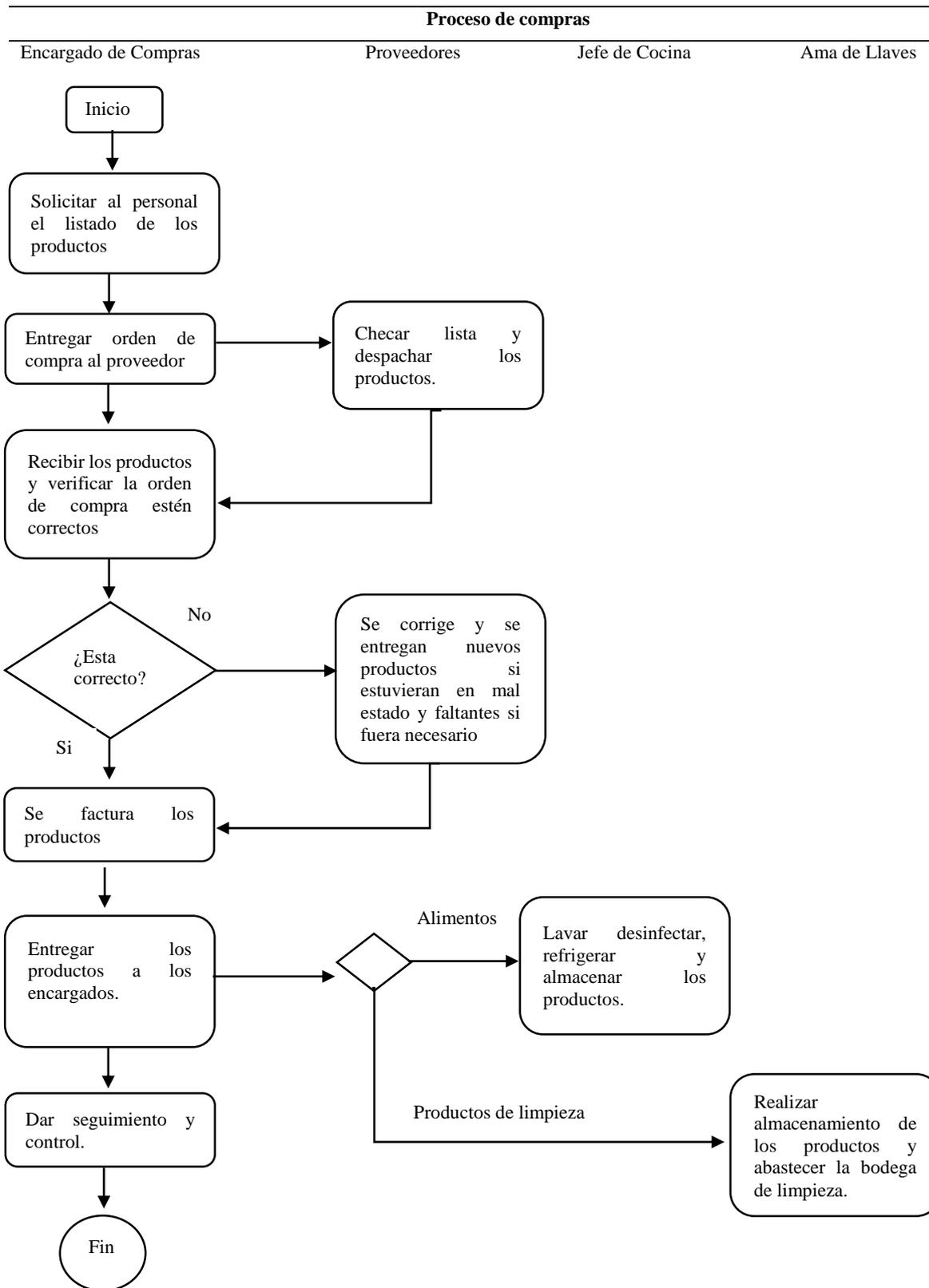
Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Tabla 32. Proceso de alojamiento check out



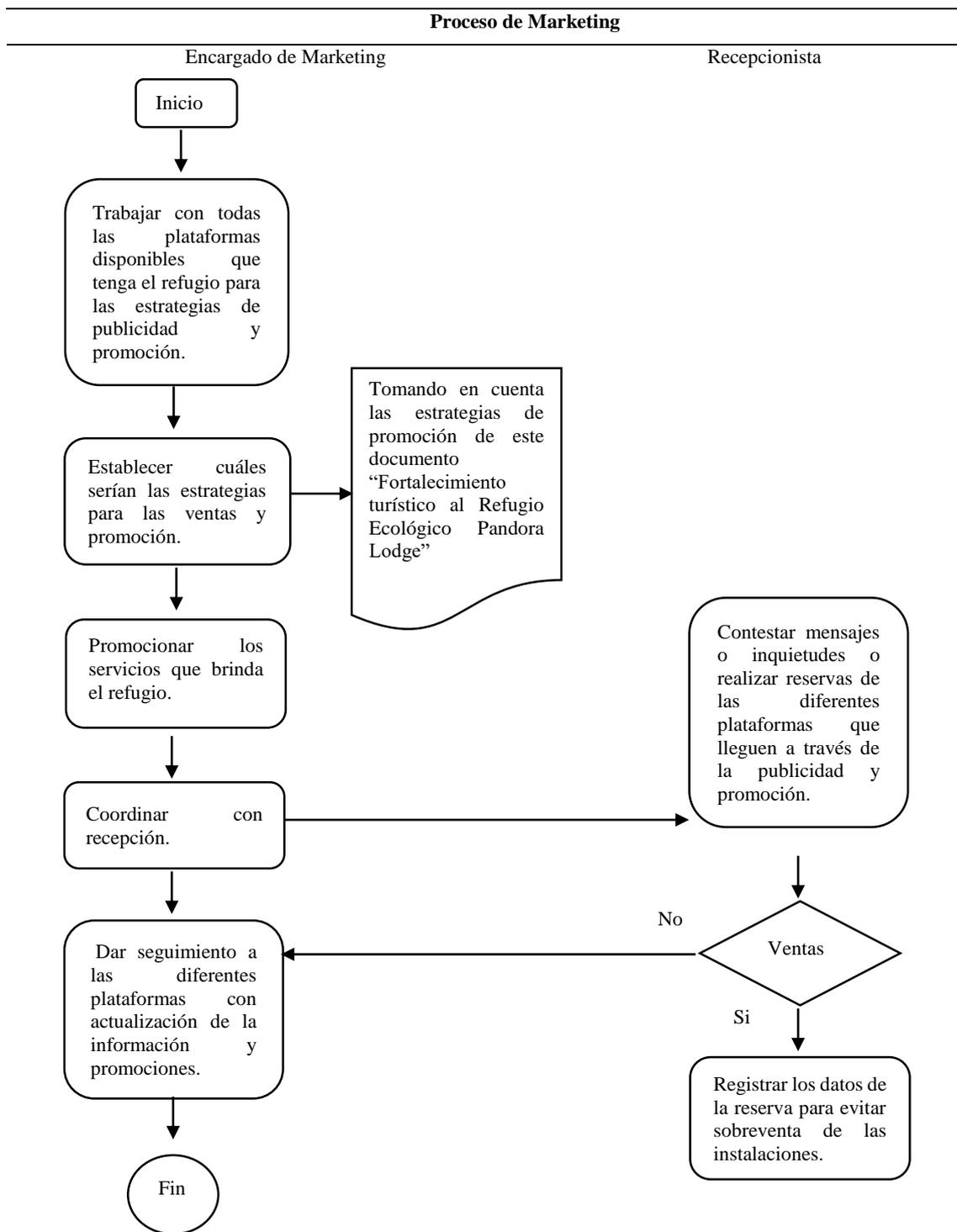
Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Tabla 33. Proceso de aprovisionamiento



Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Tabla 34. Proceso de Marketing



Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

6.2.3 Diseñar la señalética al interior del Refugio

Tabla 35. Objetivo estratégico 3

Diseñar la señalética al interior del Refugio.				
Problema	Meta	Estrategia	Tácticas	Políticas
No existe la señalética completa que oriente a los turistas dentro de las instalaciones.	Ubicar señalización en las áreas internas del Refugio para prevención de accidentes.	Utilizar antenas de cable de televisión, para que guarde armonía con la señalización que existe al exterior del Refugio y para guiar a los turistas en este sitio.	Poner la señalización en dos idiomas: español e inglés. Situación la señalización con anticipación en zonas vistosas para prevención de accidentes.	La señalética que se elabore será producida con material reciclable, de tal manera que sea amigable con el medio ambiente
Actividades	Tiempo	Responsable	Presupuesto	Resultado esperado
Diseñar la leyenda de la señalética. Reusar antenas de cable donadas por CNT para la señalización Ubicar la señalética en lugares vistosos.	1er mes de puesta en práctica la propuesta	Gerente	\$ 268	Brindar orientación a los visitantes del Refugio. Prevenir accidentes.

Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Tabla 36. Pictogramas de direccionamiento

Pictogramas de identificación de la infraestructura	
Función	Ubicación
Direccionar a los turistas a los servicios que posee el atractivo	Al interior del Refugio
Materiales	Diseño Grafico

Sustrato •

El sustrato sobre el cual se trabajará la señalética, será la antena de Tv Cable, que está constituido metal, con un diámetro de 75mm.

Plintos: •

Serán cubos de hormigón ciclópeo de dimensiones de 300 mm. x 300 mm., y 500 mm. de profundidad, serán fundidos in situ una vez que se hayan nivelado los parantes. El hormigón utilizado no debe ser visto sobre el nivel del suelo donde se va a colocar.

- La altura libre a la cual irán ubicados los pictogramas será de 1500 mm.

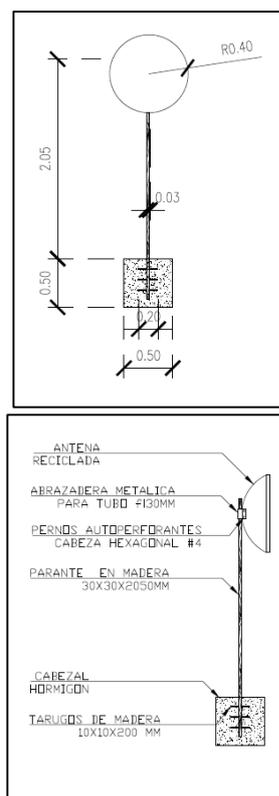
Parantes:

Los postes o parantes sobre los cuales se colocarán las pantallas serán compuestas por un tronco rollizo de eucalipto inmunizado, de al menos 120 mm. de diámetro en su parte más delgada; motivo por el cual se recomienda utilizar troncos lo más homogéneos posibles.

Pantalla:

- Se deberá mantener el diseño y color de los pictogramas establecidos por el Ministerio de Turismo, es decir azules para servicios y actividades turísticas y cafés para atractivos naturales y culturales. En este tipo de señal no es necesario ni se aplicará el marco alrededor de la misma
- La pantalla irá unida al parante, mediante una abrazadera metálica para tubo f130mm con pernos autopercutorables

Figura 9. Diseño gráfico de señalética

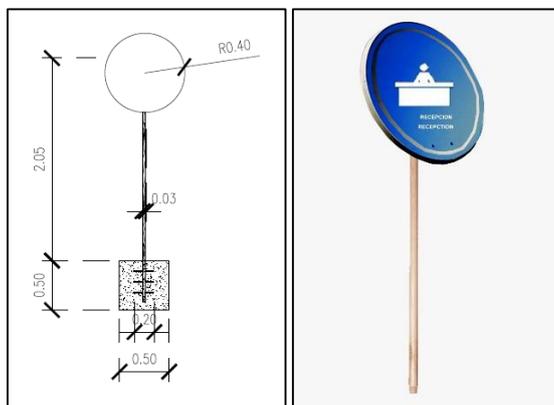


Fuente: La Arquitecta
Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Propuesta

Diseño Gráfico:

Figura 10. Señalética de recepción



Fuente: La Arquitecta
Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Situación actual



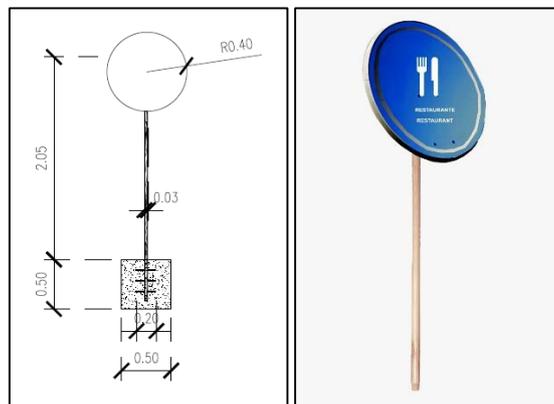
Figura 11. Propuesta de Señalética



Fuente: Normativa de Señalética del Ministerio de Turismo
Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Diseño Gráfico:

Figura 12. Señalética de restaurante

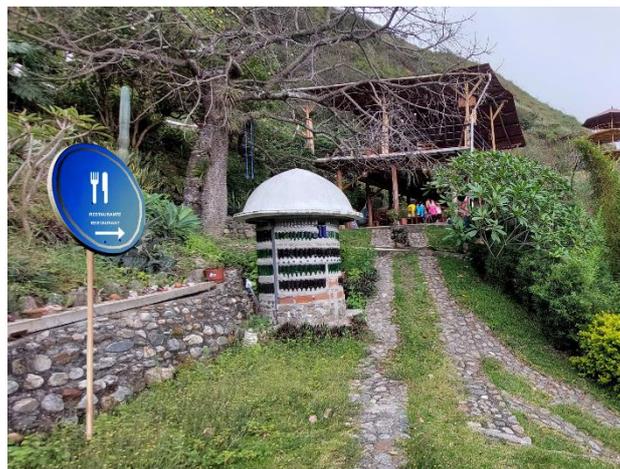


Fuente: La Arquitecta

Situación actual



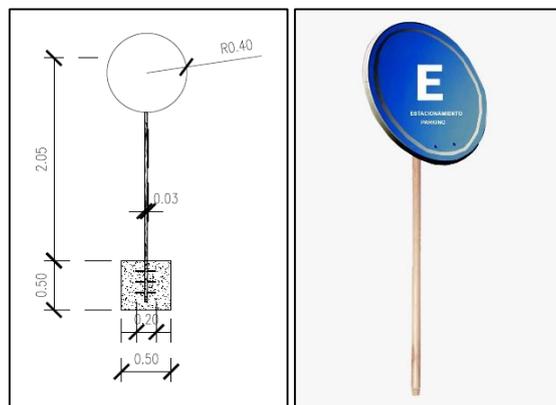
Figura 13. Propuesta de Señalética



Fuente: Normativa de Señalética del Ministerio de Turismo
Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Diseño Gráfico:

Figura 14. Señalética de estacionamiento



Fuente: La Arquitecta
Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Situación actual

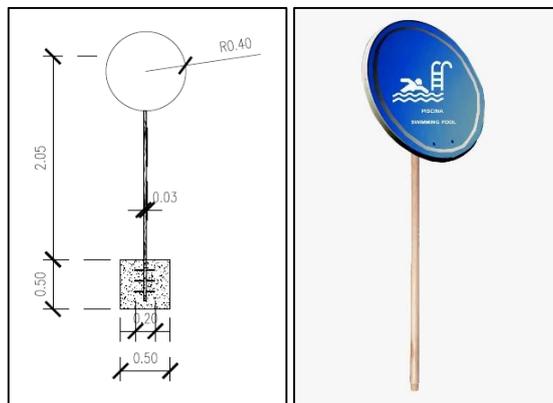


Figura 15. Propuesta de Señalética



Fuente: Normativa de Señalética del Ministerio de Turismo
Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Diseño Gráfico:
Figura 16. Señalética de piscina



Fuente: La Arquitecta
Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Situación actual

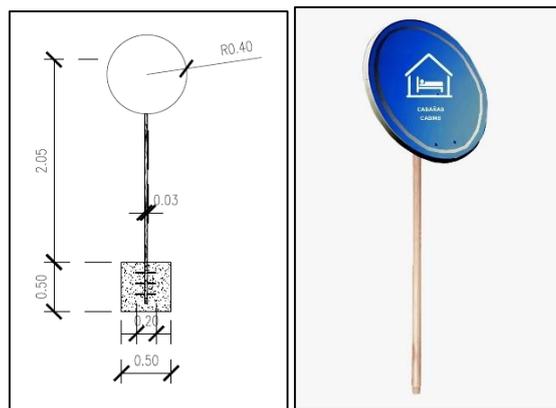


Figura 17. Propuesta de Señalética



Fuente: Normativa de Señalética del Ministerio de Turismo
Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Diseño Gráfico:
Figura 18. Señalética de cabañas



Fuente: La Arquitecta
Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Situación actual



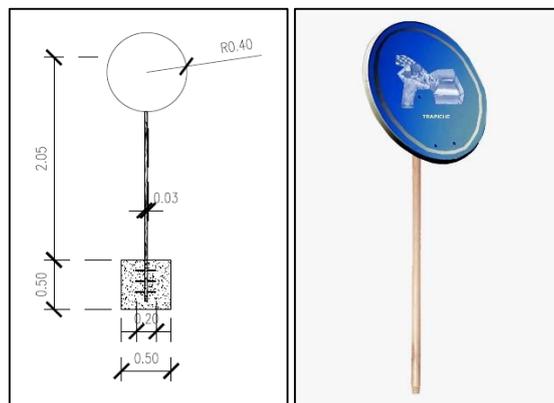
Figura 19. Propuesta de Señalética



Fuente: Normativa de Señalética del Ministerio de Turismo
Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Diseño Gráfico:

Figura 20. Señalética de trapiche



Fuente: La Arquitecta
Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Situación actual

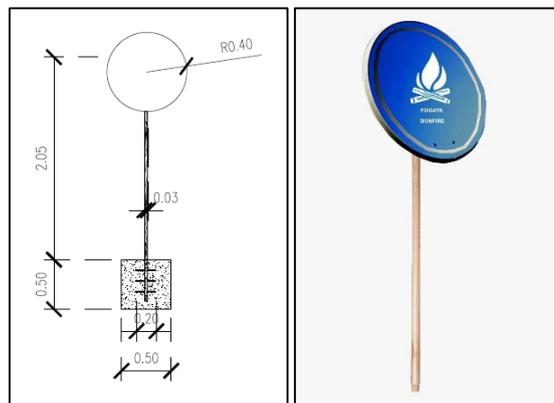


Figura 21. Propuesta de Señalética



Fuente: Normativa de Señalética del Ministerio de Turismo
Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Diseño Gráfico:
Figura 22. Señalética de fogata



Fuente: La Arquitecta
Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Situación actual



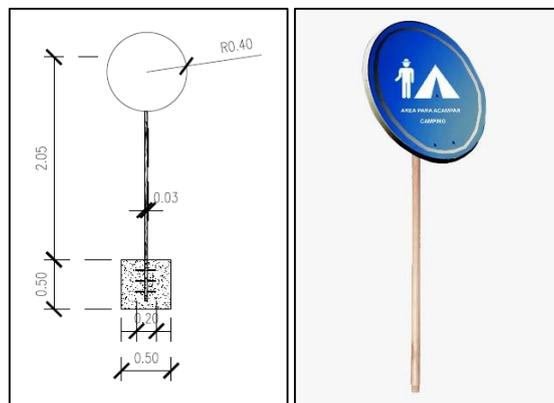
Figura 23. Propuesta de Señalética



Fuente: Normativa de Señalética del Ministerio de Turismo
Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Diseño Gráfico:

Figura 24. Señalética de zona de acampar



Fuente: La Arquitecta
Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Situación actual

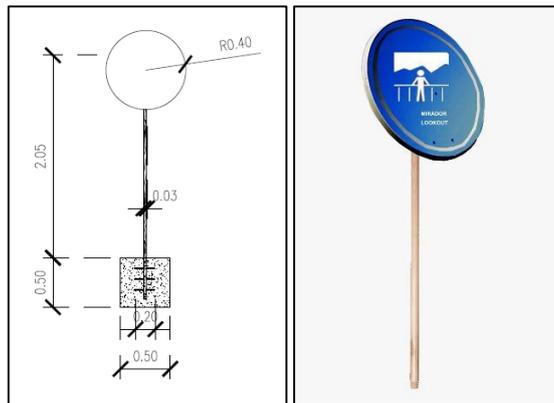


Figura 25. Propuesta de Señalética



Fuente: Normativa de Señalética del Ministerio de Turismo
Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Diseño Gráfico:
Figura 26. Señalética de mirador



Fuente: La Arquitecta
Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Situación actual

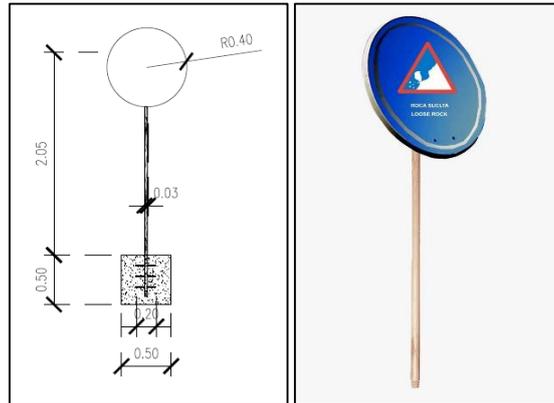


Figura 27. Propuesta de Señalética



Fuente: Normativa de Señalética del Ministerio de Turismo
Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Diseño Gráfico:
Figura 28. Señalética de roca suelta



Fuente: La Arquitecta
Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Situación actual



Figura 29. Propuesta de Señalética



Fuente: Normativa de Señalética del Ministerio de Turismo
Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Fuente: Normativa de Señalética del Ministerio de Turismo
Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

El presupuesto para llevar a cabo esta actividad y dar cumplimiento a este objetivo estratégico, es:

Tabla 36. Presupuesto del objetivo estratégico 5

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor
Mano de obra	2	\$25	\$50
Viga de madera de eucalipto	10	\$5	\$50
Impresiones de Señalética	10	\$10	\$100
Pernos autoperforables	20	\$1.50	\$30
Abrazadera	10	\$1	\$10
Cemento	2	\$8	\$16
Arena	1m3	\$12	\$12
Total			\$268

Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

6.3 Estrategias de promoción para Refugio Ecológico Pandora Lodge del Barrio Santorum en la Parroquia Vilcabamba del Cantón Loja

Para dar cumplimiento a este objetivo, se desarrollan los objetivos estratégicos 4 y 5:

Tabla 37. Objetivos estratégicos 4 y 5

Nro.	Combinación	Objetivos estratégicos
4	D3, O1,5	Establecer estrategias de promoción turística digital.
5	F3,4, A2,3	Plan promocional para el refugio de la diversidad de servicios que ofrece la planta turística.

Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

6.3.1 Establecer estrategias de promoción turística digital.

Tabla 38. Objetivo estratégico 4

Establecer estrategias de promoción turística digital.				
Introducción	Meta	Estrategia	Tácticas	Políticas
<p>El Refugio Ecológico Pandora Lodge, a pesar de que cuenta con herramientas tecnológicas que le permiten ser parte de la transformación digital, no tiene un plan promocional, que hoy en día requieren las empresas turísticas para poder potenciar su negocio. Hay que considerar que los servicios que ofrece esta empresa, pueden atraer a más turistas; ya que el 73,3% de los encuestados, nunca ha visitado este lugar y el 96,7% de los encuestados se encuentra interesado en conocerlo. A través de herramientas tecnológicas, el 26,2% prefiere enterarse a través de Instagram, por lo que es necesario que incursione en esta transformación, a través de estrategias que le permitan abrirse a mercados locales, nacionales e internacionales.</p>	<p>Fomentar el uso de al menos 2 herramientas de las Tecnología de la Información y la Comunicación [TIC] para el Refugio.</p>	<p>Crear medios de promoción turística para implementar las TIC en el Refugio</p>	<p>Realizar videos cortos del Refugio; de los servicios que posee; para promocionar en la red Social Instagram.</p> <p>Crear código QR de la de red social Instagram</p>	<p>El Refugio, elaborará videos cortos de los servicios que ofrece como la piscina, restaurante y alojamiento para publicarlos en la red social Instagram.</p> <p>El código QR se dejará en los medios de transporte de camionetas de Vilcabamba con el cual el Refugio tiene convenios, para que al escanearlo los dirija a la red social Instagram; y así promocionar más el refugio.</p>
Actividades	Tiempo	Responsable	Presupuesto	Resultado esperado
<p>Elaborar un código QR de la Red social Instagram.</p> <p>Hacer un video corto de los servicios e instalaciones</p> <p>Mantener un internet de velocidad alta.</p>	<p>1er trimestre de puesto en marcha este plan.</p>	<p>Gerente</p>	<p>\$190</p>	<p>Atraer nuevos turistas al refugio por medio de las TIC.</p> <p>Todas las empresas de transporte público de camionetas de Vilcabamba que se tiene convenio tengan los flyers publicitarios.</p> <p>Ser parte de la transformación digital.</p>

Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

6.3.1.1 Flyer Publicitario



Fuente: <https://www.qrcode-monkey.com/>.

Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Figura 30. Código QR



Fuente: https://www.qrcode-monkey.com

Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Figura 31. Flyer Publicitario con Código QR



Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

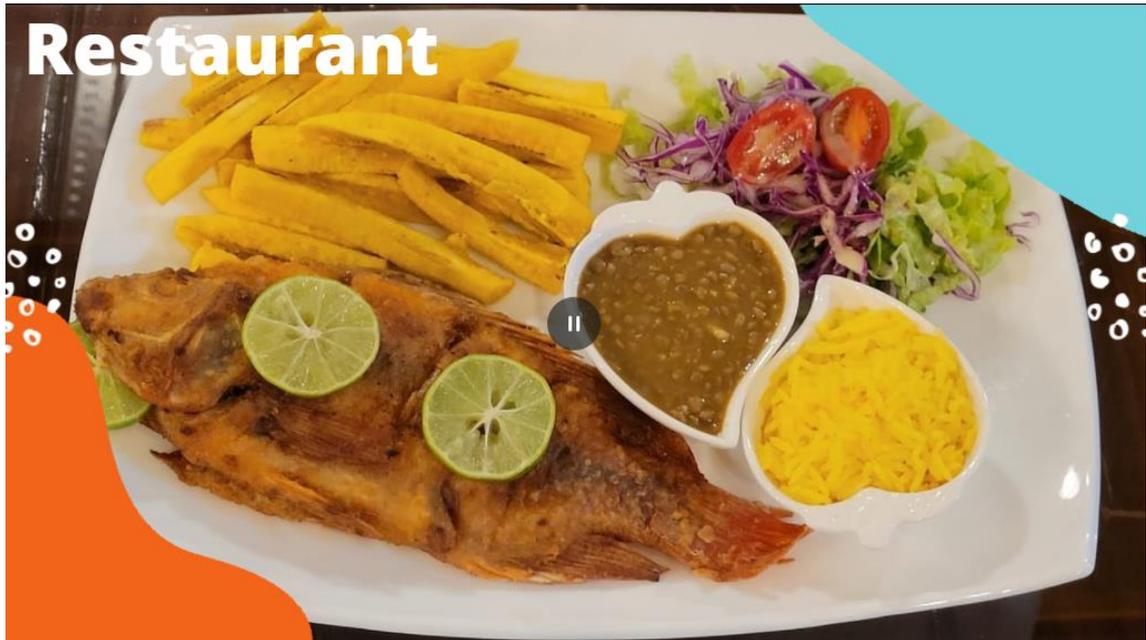
Figura 32. Flyer publicitario en transporte terrestre

6.3.1.2 Videos promocionales



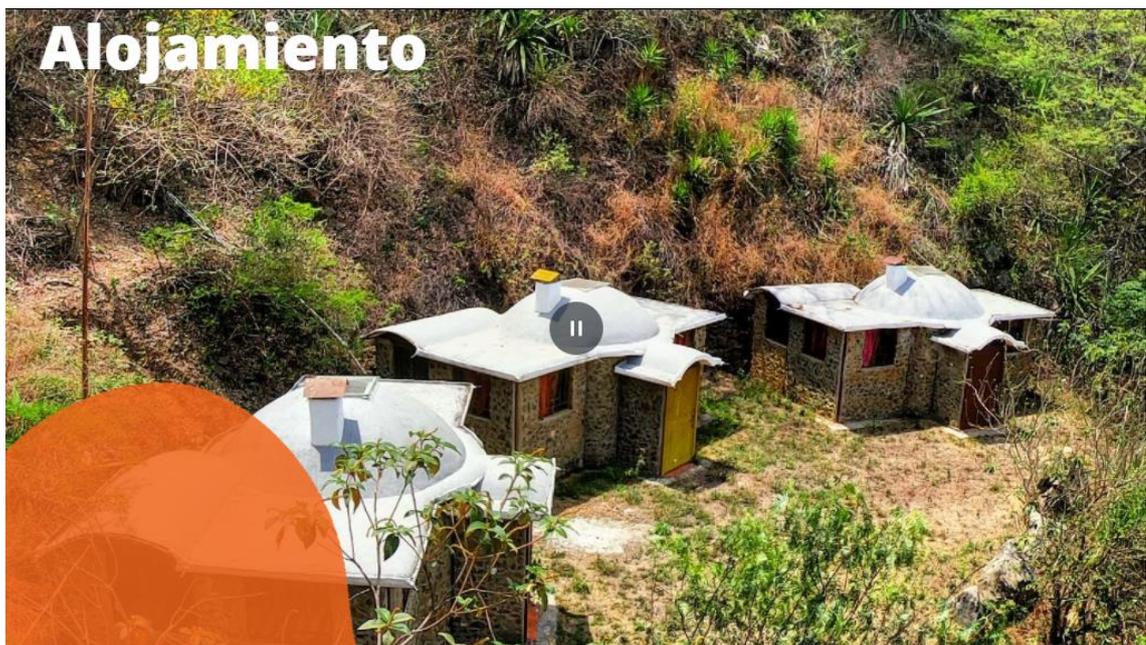
Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Figura 33. Área de piscina del Refugio



Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

Figura 34. Gastronomía del Refugio



Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez.

Figura 35. Alojamiento del Refugio

A continuación, se detalla el presupuesto para llevar a cabo el objetivo estratégico 4

Tabla 39. Presupuesto objetivo estratégico 4

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor
Elaboración de flyer publicitario	50	\$2.00	\$100
Elaboración de videos	3	\$30	\$90
Total			\$190

Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

6.3.2 Plan promocional para el refugio de la diversidad de servicios que ofrece la planta turística.

Tabla 40. Objetivo estratégico 5

Plan promocional para el refugio de la diversidad de servicios que ofrece la planta turística				
Introducción	Meta	Estrategia	Tácticas	Políticas
<p>A la empresa le hace falta orientar sus servicios hacia el turismo rural, turismo de aventura y ecoturismo.</p> <p>El 96,7% tiene interés por conocer este lugar; así mismo, el 30% desea ir a un destino rural, el 25,7% prefiere el destino a ríos, otro 25,7% opta por el destino a montaña y un 12% elige el destino de aventura.</p> <p>El 40,30% de los clientes potenciales, prefieren informarse del refugio a través la red social Facebook,</p>	<p>Llegar a los segmentos de mercados que prefieren turismo rural, de aventura y ecológico</p>	<p>Poner publicidad en Facebook estableciendo el criterio de selección: turismo rural, turismo de aventura, turismo ecológico</p>	<p>Seleccionar los criterios de búsqueda de: turismo rural, turismo de aventura y turismo ecológico.</p> <p>Cambiar constantemente el contenido de la publicidad.</p>	<p>El contenido de la publicidad será cambiado de manera permanente cada semana, si el caso no requiere.</p> <p>Las preguntas que llegaran a través de las plataformas, deben ser respondidas de forma inmediata.</p> <p>Los contenidos se orientarán al turismo rural, turismo de aventura y turismo ecológico.</p>
Actividades	Tiempo	Responsable	Presupuesto anual	Resultado esperado
<p>Elaborar varios diseños promocionales del Refugio.</p> <p>Contratar publicidad en Facebook para promocionar para ubicar los diseños promocionales.</p>	<p>Estas actividades se realizarán mensualmente</p>	<p>Encargado de marketing</p>	<p>\$480</p>	<p>Llegar al segmento de turistas que buscan turismo rural, turismo de aventura y turismo ecológico.</p> <p>Incrementar la demanda de turistas que valoren y ayuden a conservar el medio ambiente</p>

Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

6.3.2.1 Diseños promocionales para el refugio



Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez.

Figura 36. Promocionando el turismo rural



Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez.

Figura 37. Promocionando el turismo de aventura



Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez.

Figura 38. Promocionando el turismo ecológico

A continuación, detallamos los valores a cumplirse para el objetivo estratégico 5:

Tabla 41. Presupuesto objetivo estratégico 5

Descripción	Cantidad	Valor
Pago por publicidad en Facebook	12*	\$480
Total		\$480

Fuente: Cotizaciones del medio* 12 meses x\$40 al mes)

Se detalla el valor total que se requiere de todos los objetivos a cumplirse:

Tabla 42. Resumen del presupuesto de estrategias de promoción

Objetivos estratégicos	Valor
Elaborar un circuito que incluya los atractivos turísticos del Barrio	\$115
Determinar una propuesta para el fortalecimiento	\$0
Diseñar la señalética al interior del Refugio	\$268
Establecer estrategias con medios de promoción turística para ser parte de la transformación digital	\$190
Plan promocional para el refugio de la diversidad de servicios que ofrece la planta turística.	\$480
Total	\$1053

Elaboración: Diana Berenice Salgado Rodríguez

7. Discusión

Este proyecto de investigación está determinado como un elemento importante de la actividad turística, es por eso que se utilizaron varios métodos y técnicas que dan respuesta a las preguntas de investigación previamente formuladas, mismas que son: en primer lugar ¿Cuál será la situación actual del Refugio Ecológico Pandora Lodge?, para responder esta pregunta se realizó un análisis interno del refugio, la observación directa utilizando el método analítico y descriptivo, así mismo se analizó el entorno del atractivo con el análisis PESTEL; que entre sus resultados se obtuvo la mayor parte de información del ámbito político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal. Con el análisis FODA se permitió conocer los puntos fuertes y débiles que tiene el destino turístico, con ello se determinó las principales fortalezas: tiene misión, visión y valores corporativos; tiene una excelente ubicación; cuenta con casi cinco mil seguidores en Facebook y tres mil en Instagram, presenta varios servicios al turista; utiliza material reciclable para elaborar la infraestructura del lugar. Entre las principales debilidades se identificaron: la empresa no cuenta con un mapa de procesos; no se contrata personal capacitado en el ámbito turístico; le falta implementar señalética orientativa dentro de las instalaciones; lo cual concuerda con un estudio realizado por Valverde (2018); en la cual manifiesta que una de las debilidades, en cuanto a la oferta turística en la parroquia Vilcabamba, es la falta de señalética para acceder a los atractivos turísticos. Las oportunidades que tiene el Refugio Ecológico Pandora Lodge, es que el Estado ecuatoriano promociona el turismo interno y rural; según se menciona en el estudio de (Alta, 2018) sobre el posicionamiento de la marca “Viaja primero a Ecuador”, en el corrobora que el Estado ecuatoriano busca potenciar el turismo interno.

Otras ventajas: es tener vías de primer orden; el incremento de personas que utilizan internet, celular y redes sociales; la transformación digital de la industria del turismo; los atractivos turísticos, transporte público etc. Por otro lado, se determinaron como amenazas: el semáforo de protección que autoriza el aforo máximo de los locales, el apareamiento de nuevas cepas del COVID-19; riesgos de incendios forestales en el sector.

A partir de este diagnóstico se permitió conocer los puntos fuertes y débiles que tiene el destino turístico; en base a ello se utilizó la Matriz FODA que permite crear estrategias para repotenciar las fortalezas y minorar las debilidades del Refugio Ecológico Pandora Logde.

La segunda pregunta fue: ¿Qué propuesta se puede establecer para potenciar el Refugio Ecológico Pandora Lodge? En el planteamiento de la propuesta para el fortalecimiento del refugio, se sugiere la elaboración de nuevos programas de recorridos, que incluyan los

atractivos turísticos del barrio Santorum, de esta manera atraer a más turistas que gusten de la naturaleza, la aventura y el turismo rural.

Así mismo, se propuso para el fortalecimiento, un mapa de procesos a seguir; para mejorar la atención al cliente. El diseño de la señalética orientativa al interior del refugio, también fortalecerá a este, ya que orientará al turista a que tenga mayor claridad a donde se está dirigiendo, y a los servicios que se ofrece; así como lo menciona (Sanunga, 2022), en un estudio realizado sobre la señalética turística, indica que ésta, es una herramienta polifuncional de gestión del espacio y de comercialización, creando credibilidad con respecto a un entorno físico-ambiental, siendo importante establecer un buen manejo de señalética; que contribuya a la motivación, información orientación, prevención y seguridad para los visitantes.

Y la última pregunta es ¿Cómo determinar los mejores métodos para captar la mayor atención de los turistas al Refugio Ecológico Pandora Lodge?, las estrategias de promoción han sido diseñadas en función de los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los potenciales clientes del Refugio; de tal manera que respondan a sus necesidades y gustos, por los destinos turísticos que prefieren. El establecer estrategias con medios de promoción turística, para ser parte de la transformación digital; es una estrategia que persigue atraer a más turistas que gusten de la naturaleza, la aventura y turismo rural, para que aprecien y ayuden a conservar los recursos naturales que tiene el destino turístico; esto concuerda con el estudio llamado “Desarrollo tecnológico del sector turístico en la ciudad de Guayaquil” según Tafur et al.(2018), nos indica que el incremento del uso de la tecnología móvil vinculado al uso de las redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, etc., ha permitido que se potencie la actividad turística ya que por estos medios el viajero está en constante actualización de contenidos relacionados al turismo.

La estrategia de plantear un plan promocional donde se evidencie, la diversidad de servicios que ofrece el destino turístico, se sugiere realizarla a través de Facebook en la contratación de publicidad mediante segmentación de turistas que seleccionen naturaleza, aventura, ecológico, entre otros. De esta manera direccionar la publicidad a personas que gusten de este tipo de turismo que ofrece el Refugio, ya que como se comprueba en el estudio realizado por Granda (2018), las decisiones enmarcadas en la búsqueda de un viaje, permitirán que los viajeros gestionen diferentes puntos importantes a la hora de viajar; como son: precio, características del lugar, horarios, servicios; lo que permite que se convierta en una búsqueda personalizada de acuerdo a gustos y preferencias del usuario.

8. Conclusiones

- El Refugio Ecológico Pandora Lodge, posee una variedad de servicios que pueden ser de interés para turistas que no conocen el lugar, donde ofrecen un turismo de aventura, turismo rural y de montaña. Según las encuestas aplicadas, hay un considerable interés por este tipo de turismo.

- El sector donde opera este refugio es agradable y tranquilo, ya que está rodeado de montañas, formando parte de un sector rural; y a la vez, en un sector donde está habitado con elegantes casas veraniegas. El peligro que puede rodear a esta empresa turística son los incendios forestales.

- Para el fortalecimiento y según las estrategias arrojadas por la matriz FODA; se propuso mayor señalética al interior del refugio, como también se propuso el uso del mapa de procesos; siendo esto de vital importancia para mejorar la estructura organizativa y disminuir las debilidades que presenta el refugio.

- Se plantean estrategias de promoción del establecimiento turístico a través de las redes sociales lo cual se espera un aumento de seguidores y de potenciales clientes que desean usar las instalaciones.

9. Recomendaciones

- Al gerente del Refugio Ecológico Pandora Lodge, que analice los resultados de las encuestas aplicadas a los potenciales clientes, para poder orientar todos sus esfuerzos en los gustos y preferencias de ellos.

- Al gerente del Refugio Ecológico Pandora Lodge, que debe ubicar la señalética faltante de carácter orientativo en el interior del refugio; para que sus visitantes puedan guiarse hacia los servicios que se ofrecen; así mismo, ubicar la señalética que indique deslizamientos de tierra, para prevenir accidentes dentro de las instalaciones. También es importante que se concrete los roles, que deben cumplir cada uno de los integrantes de la empresa para una mejor organización.

- Al gerente del Refugio Ecológico Pandora Lodge, que debe considerar alternativas de diseño para ir rotando las publicaciones; así mismo y mantener actualizadas las redes sociales; tomando en cuenta lo que más prefieren los clientes potenciales. Se debe dar constante seguimiento, que permita dar respuesta oportuna a las consultas o inquietudes que presenten los demandantes potenciales. De esta manera, con el uso de las herramientas tecnológicas, se obtendrá buenos resultados;

- Al gerente del Refugio Ecológico Pandora Lodge, direccionar las estrategias de promoción, hacia turistas que busquen turismo de montaña, de aventura o rural; lo cual permitirá al refugio captar clientes que amen la naturaleza; por ende, ayuden a mantenerla y conservarla, evitando de esta manera su deterioro.

10. Bibliografía

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria [ARCSA]. (13 de Marzo de 2014). *www.controlsanitario.gob.ec*. Obtenido de *www.controlsanitario.gob.ec*: <https://www.controlsanitario.gob.ec/la-obtencion-del-permiso-de-funcionamiento-para-negocios-turisticos-es-obligatoria/>
- Albán Yáñez, C., Cejas, M., Ortega Freire, Y., & Albán Yanes, D. (2019). *ECOTURISMO FACTOR QUE IMPULSA EL DESARROLLO DEL ECUADOR*. Bbliat revistas de investigacion científica y social .
- Alta, M. (2018). *Plan estratégico de comunicación integral para el posicionamiento de la marca Viaja primero a Ecuador. Tesis de Ingeniería en marketing*. ESPOCH. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/10074/1/42T00475.pdf>
- Álvarez, A., Mantecón, A., & Puertas, I. (2019). *Sociología del turismo*. CIS.
- Andrade, Miltón. (2021). *Plan organizacional de El Refugio Ecológico Pandora Lodge*.
- Bravo, J. (2017). *repositorio.uide.edu.ec*. Obtenido de *repositorio.uide.edu.ec*: <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/2421/1/T-UIDE-0693.pdf>
- Cabezas, E. (2018). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*.
- Ciobanu, M. (2019). *Románica 29-La terminología y las definiciones lexicográficas en rumano y español. Campo: turismo*. Editura Universității din București - Bucharest University Press.
- Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades. (18 de Noviembre de 2021). *www.consejodiscapacidades.gob.ec*. Obtenido de *www.consejodiscapacidades.gob.ec*: <https://www.consejodiscapacidades.gob.ec/ecuador-lanza-politica-publica-de-turismo-accesible-que-reactivara-este-sector-en-el-pais/#:~:text=EN%20EL%20PA%C3%8DS-,ECUADOR%20LANZA%20POL%C3%8DTICA%20P%C3%9ABLICA%20DE%20TURISMO%20ACCESIBLE%20QUE%20REACTIVAR%C3>
- Corporación de ferias de Loja [CFL]. (Agosto de 2021). *cfloja.org*. Obtenido de *cfloja.org*: https://cfloja.org/?page_id=3129

- Cuevas, L. (2018). *Talleres y actividades culturales con fines de animación turística y recreativa*. IC Editorial.
- Curiel, M., Olmedo, E., María, O., Sánchez, C., Tomé, M., Berrocal, E., & Segura, A. P. (2019). *Observación sistemática y análisis de contexto para la innovación y la mejora en Educación*. Ediciones Paraninfo, S.A.
- David, F. (2008). En *Conceptos de Administración Estratégica* (págs. 157-158). Mexico.
- De los Reyes, E. (2019). *Gestión de Destinos turísticos*. Editorial Elearning, S.L.
- Díaz, E., & León, M. (2019). *Gestión administrativa y comercial en restauración*. Ediciones Paraninfo, S.A.,.
- DiFrancesco, D., Barton, K., Thompson, G., & Brown, A. (2019). *Experiencias: Intermediate Spanish*. John Wiley & Sons.
- Espinoza, E. (2020). Estrategia metodológica para la interculturalidad en la formación docente. *Universidad y sociedad*, 12(2), 369-379. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n2/2218-3620-rus-12-02-369.pdf>
- Fernández, A., & Fernández, J. (2021). *Paisajes y turismo*. Editorial UNED.
- Fincowsky, E. B. (2009). *Organización de Empresas*. Obtenido de McGraw-Hill: https://www.researchgate.net/profile/Enrique-Franklin/publication/260410687_Organizacion_de_Empresas/links/5c27f9a0299bf12be3a1a095/Organizacion-de-Empresas.pdf
- Fred, D. (2008). En *Conceptos de Administración Estratégica* (pág. 110). Mexico.
- Gadea, W., Cuenca, R., & Chaves, A. (2019). *Tendencias de la comunicación para el turismo*. Dykinson.
- Galeano, M. (2020). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*. Universidad Eafit.
- Gallup. (20 de Enero de 2023). Obtenido de Gallup News: <https://news.gallup.com/poll/468227/ecuador-dangerous-country-latin-america.aspx>
- García, M. (2021). *Avances en Educación, TIC e innovación: Aportaciones para la mejora empresarial y social*. Dykinson.
- Garrido, J. (2018). *Diseño de productos turísticos*. Ediciones Paraninfo, S.A.

- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Loja [GADM Loja]. (Junio de 2017). *www.loja.gob.ec*. Obtenido de *www.loja.gob.ec*: <http://www.loja.gob.ec/files/docman/funcionamiento%20turismo.pdf>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Loja [GADM-Loja]. (2018). *www.loja.gob.ec*. Obtenido de *www.loja.gob.ec*: <https://www.loja.gob.ec/contenido/vilcabamba>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Vilcabamba [GADP-Vilcabamba]. (2019). *vilcabamba.gob.ec*. Obtenido de *vilcabamba.gob.ec*: <https://vilcabamba.gob.ec/pdyot/>
- González, P. (2018). *Organización del servicio de información turística local*. Tutor Formación.
- Gracia, J. (2013). *Toponimias de la Provincia de Loja*. GRAFICPLUS. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=WFS4CgAAQBAJ&pg=PA209&lpg=PA209&dq=barrio+sanctorum+de+vilcabamba&source=bl&ots=3zM_IX3TgK&sig=ACfU3U1LmI7Wy_4hXOpGR1ZxO59DHh7ECA&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiAy7zC6tD1AhWndN8KHWsXAXsQ6AF6BAgyEAM#v=onepage&q=barrio%20san
- Granda, M. F. (2018). *Propuesta de difusión turística mediante herramientas web y estrategias de marketing digital. Caso de estudio: cantón Loja, Ecuador*. Loja: Revista digital <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/1717/1672>.
- Guillermo Tafur, C. V. (2018). *Desarrollo tecnológico del sector turístico en la ciudad de Guayaquil (Ecuador)*. Revista Espacios .
- Hermosilla, J. (2019). *Plan director del desarrollo turístico para la Canal de Navarrés: La creación del "Territorio-Turístico de La Canal"*. Universitat de València.
- Hernández, R., Méndez, S., Mendoza, C., & Cuevas, A. (2017). *Fundamentos de investigación*. Mc Graw Hill Education.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC]. (6 de Enero de 2022). *www.ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de *www.ecuadorencifras.gob.ec*: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-publica-las-cifras-de-inflacion-de-diciembre-2021/>

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC]. (Abril de 2021). *www.ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de *www.ecuadorencifras.gob.ec*: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2020/202012_Principales_resultados_Multiproposito_TIC.pdf
- Jaramillo, J. (2019). *PDYOT Canton Gonzanamá*. Obtenido de Fortalecimiento turístico del plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia urbana de Gonzanamá, cantón Gonzanamá. provincia de Loja.
- Ledhesma, M. (2018). *Tipos de turismo: nueva clasificación*. Buenos Aires : OMPT.
- Loaiza, D. (2020). *Diseño de un corredor ciclo turístico en el sector sur oriente del cantón Loja, Ecuador. Tesis para optar por el título de Licenciado en gestión turística y medio ambiente*. UIDE. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4470/1/T-UIDE-0114.pdf>
- López, A., Hernández, R., Favila, H., & Guzmán, C. (2021). *¿Qué se come aquí?: La gastronomía en el marco turístico de los Pueblos Mágicos*. Editorial UOC.
- Martínez, J. (2020). *Trabajo de campo en la investigación comercial*. Ediciones Paraninfo, S.A.
- Martínez, M. C., & Echeverri, V. G. (2020). *Importancia de articular al sector hotelero en el fortalecimiento del turismo a partir de las estrategias de promoción que se gestionan y desarrollan en el municipio de Rionegro, Antioquia*. Obtenido de [https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/16850/2/CastroManuela_Garc% c3%adaValentina_2020_ImportanciaSectorHotelero.pdf](https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/16850/2/CastroManuela_Garc%c3%adaValentina_2020_ImportanciaSectorHotelero.pdf)
- Ministerio de Salud Pública del Ecuador. (16 de Enero de 2022). *www.salud.gob.ec*. Obtenido de *www.salud.gob.ec*: <https://www.salud.gob.ec/ecuador-activa-semaforo-de-proteccion-covid-19/>
- Ministerio de Salud Pública del Ecuador. (3 de Enero de 2022). *www.salud.gob.ec*. Obtenido de *www.salud.gob.ec*: <https://www.salud.gob.ec/ecuador-registra-68-casos-omicron/#:~:text=A%20estos%20se%20suman%20otras,266%3B%20y%20otras%2C%20218.>

- Ministerio de Transporte y Obras Públicas del Ecuador. (2 de Diciembre de 2021). *www.obraspublicas.gob.ec*. Obtenido de *www.obraspublicas.gob.ec*: <https://www.obraspublicas.gob.ec/mapa-estado-de-carreteras-ecuador/>
- Ministerio de Turismo [MINTUR]. (20 de Septiembre de 2021). *www.turismo.gob.ec*. Obtenido de *www.turismo.gob.ec*: <https://www.turismo.gob.ec/conoce-alivianatu-la-primera-hacienda-turistica-del-sur-del-pais/>
- Ministerio de Turismo [MINTUR]. (1 de Febrero de 2022). *servicios.turismo.gob.ec*. Obtenido de *servicios.turismo.gob.ec*: <https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-economico>
- Ministerio de Turismo [MINTUR]. (9 de Febrero de 2022). *turismo.gob.ec*. Obtenido de *turismo.gob.ec*: <https://www.turismo.gob.ec/el-ministerio-de-turismo-presento-su-plan-de-promocion-para-2022/>
- Ministerio de Turismo del Ecuador [MINTUR]. (25 de Febrero de 2015). *www.turismo.gob.ec*. Obtenido de *www.turismo.gob.ec*: <https://siete.turismo.gob.ec/reglamento/REGLAMENTO%20DE%20ALOJAMIENTO%20TURISTICO.pdf>
- Ministerio de Turismo del Ecuador [MINTUR]. (Junio de 2018). *servicios.turismo.gob.ec*. Obtenido de *servicios.turismo.gob.ec*: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>
- Ministerio de Turismo del Ecuador [MINTUR]. (2021). *servicios.turismo.gob.ec*. Obtenido de *servicios.turismo.gob.ec*: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/31-registro-de-establecimientos-turisticos/110-registro-de-alojamiento-alimentos-y-bebidas>
- Ministerio de Turismo del Ecuador [MINTUR]. (Mayo de 2021). *www.turismo.gob.ec*. Obtenido de *www.turismo.gob.ec*: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Plan-Reactivacion-Turistica-Red_compressed.pdf
- MINTUR. (2020). *Manual de Señalética Turística* . https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/MANUAL-SENALETICO-ok-2020_compressed.pdf.
- Montoya, G. A., Jiménez, M. Á., & Coronil, A. G. (01 de 04 de 2018). *Revista Redalyc* . Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5045/504554927009/html/>

Morales, I. (2018). *Plan estrategico para el turismo como herramineta para el fortalecimiento y uso adecuado de los recursos y atractivos turisticos de Marquelia Guerrero*. https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/29860/Tesis_B150319_Morales%20Cristobal%20Itzel_MAIT_EST_IPN.pdf?sequence=1&isAllowed=y: Tesis de maestria.

Municipio de Loja [GADM-Loja]. (2017). *www.loja.gob.ec*. Obtenido de *www.loja.gob.ec*: <https://www.loja.gob.ec/contenido/vilcabamba>

Municipio de Loja [GADM-Loja]. (13 de Junio de 2017). *www.loja.gob.ec*. Obtenido de *www.loja.gob.ec*: <https://www.loja.gob.ec/contenido/personajes-ilustres>

Municipio de Loja [GADM-Loja]. (22 de Noviembre de 2017). *www.loja.gob.ec*. Obtenido de *www.loja.gob.ec*: <https://www.loja.gob.ec/noticia/2017-11/los-mas-sabrosos-platos-lojanos-fueron-degustados#:~:text=La%20exquisita%20chanfaina%2C%20pollo%20acuyado,sure%C3%B1a%20provincia%20estuvieron%20en%20exposici%C3%B3n>.

Municipio de Loja [GADM-Loja]. (14 de Julio de 2017). *www.loja.gob.ec*. Obtenido de *www.loja.gob.ec*: <https://www.loja.gob.ec/contenido/parroquias>

Municipio de Loja [GADM-Loja]. (2019). *www.loja.gob.ec*. Obtenido de *www.loja.gob.ec*: <https://www.loja.gob.ec/files/docman/diagnostico.pdf>

Municipio de Loja [GADM-Loja]. (27 de Octubre de 2021). *www.loja.gob.ec*. Obtenido de *www.loja.gob.ec*: <https://www.loja.gob.ec/category/departamentos/turismo?page=1>

Municipio de Loja. (15 de Agosto de 2018). *www.loja.gob.ec*. Obtenido de *www.loja.gob.ec*: <https://www.loja.gob.ec/contenido/romeria-de-la-virgen-de-el-cisne>

Municipio de Loja. (14 de Enero de 2022). *www.loja.gob.ec*. Obtenido de *www.loja.gob.ec*: <https://www.loja.gob.ec/category/departamentos/terminal-terrestre>

Municipiode Loja [GADM-Loja]. (29 de Noviembre de 2021). *www.loja.gob.ec*. Obtenido de *www.loja.gob.ec*: <https://www.loja.gob.ec/category/departamentos/fiavl#:~:text=Festival%20de%20Artes%20Vivas%20cerr%C3%B3%20con%20obra%20de%20teatro%20lojana&text=Cumpliendo%20los%20protocolos%20de%20bioseguridad,virtual%20debido%20a%20la%20pandemia>.

- Municipio de Loja [GADM-Loja]. (2017). *www.loja.gob.ec*. Obtenido de *www.loja.gob.ec*: <https://www.loja.gob.ec/contenido/historia-de-loja>
- Neira, P. (2018). *Aporte económico y cultural de los turistas de segunda residencia en la parroquia Vilcabamba, cantón y provincia de Loja, año 2017. Tesis para optar por el título de ingeniero en administración de empresas turísticas y hoteleras*. UTPL. Obtenido de <https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/20.500.11962/22302/1/Neira%20Paredes%2c%20Pablo%20David.pdf>
- Organización Mundial del Turismo [OMT/WTO]. (2018). *www.unwto.org/es*. Obtenido de *www.unwto.org/es*: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Pozas, P. (2021). *Reflexiones de un simio*. ACCI (Asociación Cultural y Científica Iberoamericana).
- Ruiz, E. (2019). *Ofertas gastronómicas*. IC Editorial.
- Sánchez, D. (2020). *Análisis FODA*. Bubok.
- Sánchez, J. (2019). *Recursos naturales, medio ambiente y sostenibilidad: 70 años de pensamiento de la CEPAL*. United Nations.
- Sanunga, J. V. (2022). *DISEÑO DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA PARA LA GRANJA MAG-GUASLÁN, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO*. Riobamba: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/17506/1/23T00935.pdf>.
- Sanz, J., Carmona, M., Perez, R., Rivas, M., & Tejedor, F. (2009). *Instituto Anadaluz de Tecnología*. Obtenido de https://www.euskadi.eus/web01-s2ing/es/contenidos/informacion/bibl_digital/es_documento/adjuntos/Guia%20para%20una%20gestion-basada-procesos.pdf
- Secretaría General de Comunicación de la Presidencia. (13 de Diciembre de 2021). *www.comunicacion.gob.ec*. Obtenido de *www.comunicacion.gob.ec*: <https://www.comunicacion.gob.ec/el-presidente-lasso-cumple-con-los-ecuatorianos-el-salario-basico-unificado-del-2022-sera-de-usd-425/>
- Serrano, J. (2020). *Metodología de la Investigación*. Bernardo Reyes, Ediciones.

- Sistema Nacional de Planificación . (29 de Julio de 2021). *sni.gob.ec*. Obtenido de *sni.gob.ec*:
<https://sni.gob.ec/proyecciones-y-estudios-demograficos>
- Smarandache, F., & Leyva, M. (2019). *Neutrosophic Computing and Machine Learning (NCML): An International Book Series in Information Science and Engineering*. Infinite Study.
- Suárez, E., Argudo, N., & Arce, R. (20 de Abril de 2018). *www.revistaespacios*. Obtenido de *www.revistaespacios*: <http://www.revistaespacios.com/a18v39n27/a18v39n27p32.pdf>
- Tafur, G., Vélez, C., Alejo, O. J., Zumba, M., & Jacome, J. (12 de 06 de 2018). *Revista Espacios*. Obtenido de <http://es.revistaespacios.com/a18v39n44/18394403.html>
- Trillo, C. (21 de Julio de 2021). *www.evinex.com*. Obtenido de *www.evinex.com*:
<https://www.evinex.com/es/estrategias-de-promocion/#fundamentos-de-las-estrategias-de-promocion>
- Tripadvisor. (2022). *www.tripadvisor.es*. Obtenido de *www.tripadvisor.es*:
https://www.tripadvisor.es/Attractions-g1028592-Activities-Vilcabamba_Loja_Province.html
- Turismo, U. M. (2023). *Catastro Turístico del Canto Loja* . Loja.
- Universidad Nacional de Loja [UNL]. (Enero de 2013). *repositorio.cedia.edu.ec*. Obtenido de *repositorio.cedia.edu.ec*:
<https://repositorio.cedia.edu.ec/bitstream/123456789/851/1/Perfil%20territorial%20LOJA.pdf>
- Urreta, E. (2019). *Diseño de productos y servicios turísticos locales*. Ediciones Paraninfo, S.A.
- Valverde, L. (2018). *Análisis de la oferta turística de la parroquia Vilcabamba, del cantón Loja. Tesis de titulación en Administración de empresas turísticas y Hoteleras*. UTPL. Obtenido de <https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/20.500.11962/23547/1/1285994.pdf>
- Vesarez, V., Cortés, J., & Moreno, R. (2018). *Aportes para abordar el Desarrollo Humano*. Universidad De Ciencias Y Artes De Chiapas.
- Vilches, L. (2020). *La investigación en comunicación: Métodos y técnicas en la era digital*. GEDISA.

Villalta, X. A. (2019). “*FORTALECIMIENTO TURÍSTICO DEL BALNEARIO EL LUCERO DE LA PARROQUIA EL LUCERO, CANTÓN CALVAS, PROVINCIA DE LOJA*”.

Vogeler, C., & Hernández, E. (2018). *Introducción al turismo: Análisis y estructura*. Editorial Centro de Estudios Ramon Areces SA.

Xavier Bravo, E. C. (2019). MPACTO DEL TURISMO EN EL DESARROLLO DEL ECUADOR Reflexiones desde la academia - IV CONGRETUR. *Redalyc*.

Zalvide, A. (2018). *Turismo y trabajo: interrelación entre causas y efectos*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Huelva.

11. Anexos

Anexo 1. Oficio de designación de director de Trabajo de Titulación



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Carrera de Administración Turística
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y
ADMINISTRATIVA

Presentada el día de hoy, 26 de noviembre de 2021, a las 11h50.- Evacuada la diligencia otórguese lo solicitado por la persona interesada e incorpórese al expediente académico.- **LO CERTIFICO.**

ENA REGINA
PELAEZ SORIA

Firmado digitalmente por
ENA REGINA PELAEZ SORIA
Fecha: 2021.11.29 09:53:15
+0500

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

Loja, 26 de noviembre de 2021, a las 11h55.- De conformidad a las competencias establecidas en el Art. 134 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, al informe favorable de pertinencia de estructura y coherencia conforme lo determinado en el Artículo 134 del RRA-UNL, emitido por el/la **Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene, Mg. Sc.** docente de la Carrera de Administración Turística de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa, sobre el proyecto de tesis intitulado: **"FORTALECIMIENTO TURÍSTICO AL REFUGIO ECOLÓGICO PANDORA LODGE DEL BARRIO SANTORUM EN LA PARROQUIA VILCABAMBA DEL CANTON LOJA"**. Presentado por el/la postulante: **DIANA BERENICE SALGADO RODRIGUEZ**, estudiante de la Carrera de Administración Turística (Modalidad Presencial), previo a optar el Grado de: **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA** se autoriza la ejecución de tesis, y se designa como Director/a de Tesis al/la Docente: **Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene, Mg. Sc.** Conforme lo ordenado en el Art. 136 RRA-UNL.- NOTIFÍQUESE para que surta los efectos de Ley que corresponden.-

Firmado digitalmente por
CESAR AUGUSTO NEIRA HINOSTROZA
LIG. CESAR AUGUSTO NEIRA HINOSTROZA
**DIRECTOR DE LA CARRERA
DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

Loja, 26 de noviembre de 2021, a las 12h00.- Notifico con el Decreto y la providencia que antecede con la designación legal y formal de Director/a de Tesis, al/la Docente: **Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene, Mg. Sc.** para el efecto deberá observarse estrictamente lo establecido en los artículos 137 y siguientes del RRA-UNL.- Para constancia firman en unidad de acto, para los fines que se persiguen.

CESAR
AUGUSTO
NEIRA
ZA

Firmado digitalmente por
CESAR AUGUSTO
NEIRA
Fecha: 2021.11.29
09:53:15
+0500

Lic. **Cesar Augusto Neira Hinostroza, Mg. Sc.**
DIRECTOR DE LA CAT



Firmado digitalmente por
MARUXI
YADIRA

Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene, Mg. Sc.
DIRECTOR/A DE TESIS

ENA REGINA
PELAEZ SORIA

Firmado digitalmente por
ENA REGINA PELAEZ
SORIA
Fecha: 2021.11.29
09:53:27 -0500

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

Elaborado por: Soledad Medina G.

Anexos 2: Fichas de Inventario de Atractivos Turísticos (MINTUR)

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	1	0	1	6	1	A	N	0	4	0	1	0	2	0	0	1
	Provincia	Cantón		Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo								
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
Río Vilcabamba																	
1.2 Categoría			1.3 Tipo			1.4 Subtipo											
ATRATIVOS_NATURALES			RÍOS			RÍO											
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia			2.2 Cantón			2.3 Parroquia											
LOJA			LOJA.			VILCABAMBA (VICTORIA)											
2.4 Barrio, Sector o Comuna			2.5 Calle Principal		2.6 Número	2.7 Transversal											
Santorum			Vía antigua a Quinara														
2.8 Latitud (grados decimales)			2.9 Longitud (grados decimales) Click			2.10 Altera (msam)											
-3.634614			-79.550126			1.151											
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador: Públicos					b. Nombre de la Institución:												
c. Nombre del Administrador:					d. Cargo que ocupa:												
e. Teléfono / Celular:					f. Correo Electrónico:												
Observaciones: No tiene ningún administrador																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Clima: subtropical/seco			b. Temperatura(°C): 20			c. Precipitación Pluviométrica (mm): 1252											
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Cultura <input type="checkbox"/>			b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>			c. Aventura <input checked="" type="checkbox"/>											
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Primitiva <input type="checkbox"/>		b. Primitiva <input type="checkbox"/>		c. Rústica Natural <input checked="" type="checkbox"/>		d. Rural <input checked="" type="checkbox"/>		e. Urbana <input type="checkbox"/>									
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención												
		Ingreso	Salida	Tardar días	Finar de semana y feriados	Sala de arhskilar	Otra	Especificar									
Libre <input checked="" type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto									
Restringida <input type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto									
Pagada <input type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto									
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>			f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/> Dinero Electrónico <input type="checkbox"/> Depósito Bancario <input type="checkbox"/> Tarjetas de Débito <input type="checkbox"/>												
e. Precio: Desde 0,00 Hasta 0,00		Tarjetas de Crédito <input type="checkbox"/>			Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/> Cheque <input type="checkbox"/>												
g. Meses recomendables de visita:			septiembre a diciembre														
Observaciones: texto																	
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>																	
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): Centro de Vilcabamba																	
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano: 15 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: de 0:15 h/min		d. Coordenadas (grados decimales): Lat.: 3.69288 Long.: 79.61036													
Observaciones:																	
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)	Tipo de material	Estado							
		a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>		-4.250748, -79.225967		-4.247924, -79.284992		8 km	arfalto	Buena							
		b. Segundo orden <input type="checkbox"/>		0		0		0	texto								
		c. Tercer orden <input type="checkbox"/>		0		0		0	texto								
Observaciones:																	
Marítimo <input type="checkbox"/>		Puerto/Muelle de partida		texto		Puerto / Muelle de Llegada		texto									

b. Acústico (U) <input type="checkbox"/>	Lucubre <input type="checkbox"/>	Puerta/Muelle de partida	texto	Estado		Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado			
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerta/Muelle de partida	texto			Puerto / Muelle de Llegada	texto				
Observaciones: <i>texto</i>											
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input checked="" type="checkbox"/>				Internacional: <input type="checkbox"/>						
Observaciones:											
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>	b. Buzeta <input checked="" type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférica <input type="checkbox"/>	g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bate <input type="checkbox"/>	i. Barca <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otra <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique <i>vehículo particular</i>									
Observaciones: <i>texto</i>											
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación/terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen/ destino)					
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual						
Cooperativa Vilcabamba Turir	Centro de Vilcabamba	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Salida directa hacia y desde el atractivo dando y hacia centro de Vilcabamba y Laja					
Cooperativa Sur Oriente	Centro de Vilcabamba	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Salida directa hacia y desde el atractivo dando y hacia centro de Vilcabamba y Laja					
Caminatar Cooperativa Vilcabamba Express	Centro de Vilcabamba	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Salida directa hacia y desde el atractivo dando y hacia centro de Vilcabamba y Laja					
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)											
General <input type="checkbox"/>	Discapacidad Física <input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>	4. Mayor accesible <input type="checkbox"/>						
Observaciones:											
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Señalización de aproximación al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)	Buena <input type="checkbox"/>	Regular <input checked="" type="checkbox"/>	Mala <input type="checkbox"/>							
Observaciones: <i>Señalética con el nombre Pita Vilcabamba</i>											
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>											
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. En el Atractivo <input checked="" type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimiento requerido	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimiento requerido	Número de Habitaciones	Número de Plazas				
Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0				
Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal <input checked="" type="checkbox"/>	4	54	110				
Hostería <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería <input checked="" type="checkbox"/>	8	12	28				
Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística <input checked="" type="checkbox"/>	1	10	54				
Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0				
Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0				
Refugio <input checked="" type="checkbox"/>	1	10	31	Refugio <input checked="" type="checkbox"/>	1	9	29				
Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0				
Casa de Huésped <input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huésped <input checked="" type="checkbox"/>	1	10	17				
Observaciones: <i>texto</i>				Observaciones: <i>texto</i>							
Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>	Establecimiento requerido	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimiento requerido	Número de Mesas	Número de Plazas				
Restaurante <input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurante <input checked="" type="checkbox"/>	7	35	84				
Cafetería <input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafetería <input checked="" type="checkbox"/>	3	19	64				
Bar <input type="checkbox"/>	0	0	0	Bar <input checked="" type="checkbox"/>	1	5	20				
Fuente de agua <input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuente de agua <input checked="" type="checkbox"/>	1	6	24				
Observaciones: <i>texto</i>				Observaciones: <i>texto</i>							
Agencia de Viaje <input type="checkbox"/>	Establecimiento requerido			Agencia de Viaje <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimiento requerido						
Mayorista <input type="checkbox"/>	0			Mayorista <input type="checkbox"/>	0						
Internacional <input type="checkbox"/>	0			Internacional <input type="checkbox"/>	0						

Operador	<input type="checkbox"/>	0	Operador	<input checked="" type="checkbox"/>	1	
Observaciones: texto			Observaciones: texto			
Gefe	Local	Nacional	Nacional Especializada	Cultura	0	
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	
Observaciones: texto			Observaciones: texto			
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>						
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)
a. De apoyo a la gestión turística <input checked="" type="checkbox"/>	Punto de Información <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	I-Tur <input checked="" type="checkbox"/>	1	-4.260527, -79.222317	Gad Municipal de Vilcabamba	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Centro de Facilitación turística <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garita de guardianía <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Mirador <input checked="" type="checkbox"/>	1	-4.250851, -79.236190	Pandora Lodge	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Torrejón de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Torrejón de vigilancia para zoológico <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
c. De recorridos y descanso <input type="checkbox"/>	Sendero <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
d. De servicios <input checked="" type="checkbox"/>	Baterías sanitarias <input checked="" type="checkbox"/>	1	-4.247912, -79.234634	Gad Municipal de Vilcabamba	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/>	1	-4.247752, -79.234522	Gad Municipal de Vilcabamba	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
e. Otrar <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Observaciones: texto						
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>						
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Alquiler y venta de equipamiento especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>		Alquiler y venta de equipamiento especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>		
Cara de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otra <input type="checkbox"/>	Cara de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otra <input type="checkbox"/>	
Especifique: texto			Especifique: texto			
Observaciones:						
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>						
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>						
a. Conservada <input type="checkbox"/>	b. Alterada <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/>	d. Deteriorada <input type="checkbox"/>			
Observaciones: Aunque existe un tanque de oxidación para el tratamiento de agua no parece poder decir que en un 100% conservada						
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)						
6.1.1.1 Naturales (M)			6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)			
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>			
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huasquearías <input type="checkbox"/>			
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflictos de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y explotación <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>			
d. Flora / Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input checked="" type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>			
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflictos políticos / raciales <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>			
Otra <input type="checkbox"/>	Especifique: texto					
Observaciones:						
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>						
a. Conservada <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterada <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/>	d. Deteriorada <input type="checkbox"/>			
Observaciones:						
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)						
6.2.1.1 Naturales (M)			6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)			

a. Erariñ <input type="checkbox"/>	a. Actividad agrícola y ganadería <input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividad forestal <input type="checkbox"/>	c. Actividad extractiva / minería <input type="checkbox"/>					
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividad industrial <input type="checkbox"/>	e. Neoligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearís <input type="checkbox"/>					
c. Desarrollo natural <input checked="" type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Cambios de uso y expansión <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>					
d. Flora/fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input checked="" type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input checked="" type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>					
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político/racial <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>					
Otra <input type="checkbox"/>	Especifique: <i>texto</i>							
Observaciones: <i>texto</i>								
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo								
a. Declarante:	b. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:					
Observaciones:								
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>								
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Agua: <input type="checkbox"/>		Agua <input checked="" type="checkbox"/> <i>Potable</i>						
Especifique:		Especifique:						
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/> <i>Red eléctrica de servicio público</i>		Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/> <i>Red eléctrica de servicio público</i>						
Especifique:		Especifique:						
Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/> <i>Pozos sépticos</i>		Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/> <i>Red pública</i>						
Especifique:		Especifique:						
Disposición de desechos: <input checked="" type="checkbox"/> <i>Cerra Recolector</i>		Disposición de desechos: <input checked="" type="checkbox"/> <i>Cerra Recolector</i>						
Especifique: <i>texto</i>		Especifique:						
Observaciones: <i>texto</i>								
7.2 Señalética en el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otra	Especifique	B	R	M
En área urbana <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivo natural	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivo cultural	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de atractivo turístico	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de ruta	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem direccional	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En área natural <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivo natural	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivo cultural	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señal turística de aproximación	0	1	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel de direccionamiento hacia atractivo	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivo	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivo, servicios y actividades	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mostrador interpretativo	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de ruta	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información turística	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativo de conciliación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de requerida <input type="checkbox"/>	Protección de las elementales del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras <input checked="" type="checkbox"/>	Sala existe una señalética con el nombre del atractivo							
Observaciones: texto								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Hospitala Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospitala Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	Cantidad	1			
Puerta / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puerta / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>		1			
Dispensaria médica <input type="checkbox"/>		0	Dispensaria médica <input checked="" type="checkbox"/>		1			
Batiquín de primerar auxiliar <input type="checkbox"/>		0	Batiquín de primerar auxiliar <input type="checkbox"/>		0			
Otras <input type="checkbox"/>		0	Otras <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones:								
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	Detalle	texto						
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>		texto						
c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>		texto						
d. Otra <input type="checkbox"/>		texto						
Observaciones: Anivel nacional la seguridad brinda el Ecu 911. Además, la seguridad también es brindada por la Policía Municipal de Vilcabamba.								
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Teléfono (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>			Teléfono (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>	
Fijo <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fijo <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input checked="" type="checkbox"/>			
Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>	Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>			
Satelital <input type="checkbox"/>	Teléfono móvil <input checked="" type="checkbox"/>		Satelital <input type="checkbox"/>	Teléfono móvil <input checked="" type="checkbox"/>				
Observaciones: texto								
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>								
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>			De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>			De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>		
Observaciones: texto								
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
Deslazar <input checked="" type="checkbox"/>	Sismar <input type="checkbox"/>	Erupción volcánica <input type="checkbox"/>	Incidencia forestal <input checked="" type="checkbox"/>					
Sequía <input type="checkbox"/>	Inundaciones <input type="checkbox"/>	Aquejar <input type="checkbox"/>	Truenos <input type="checkbox"/>					
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofe? <input checked="" type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento. <input checked="" type="checkbox"/>	Gad Vilcabamba	Nombre del documento: <input checked="" type="checkbox"/>	PDOT de la Parroquia Vilcabamba	Año de elaboración: <input checked="" type="checkbox"/>	2019		
Observaciones: texto								
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES						SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?			SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Año de elaboración: 2019			
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?			SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:			
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?			SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:			
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?			SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones: texto								
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)						SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
9.1.1 En el Agua (M) <input checked="" type="checkbox"/>								

a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Ría	<input type="checkbox"/>	e. Surf	<input type="checkbox"/>		
f. Kitesurf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Sharkel	<input type="checkbox"/>	i. Tubing	<input type="checkbox"/>	j. Regata	<input type="checkbox"/>		
k. Paseo en paño	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Paseo en mata acústica	<input type="checkbox"/>	o. Pararailing	<input type="checkbox"/>		
p. Equi acústica	<input type="checkbox"/>	q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Bays	<input type="checkbox"/>	s. Pasa deportiva	<input type="checkbox"/>	Otra	<input checked="" type="checkbox"/> balneario		
Observaciones: texto											
3.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>											
a. Alar Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otra	<input type="checkbox"/>	texto			
Observaciones: texto											
3.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Mantañirma	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>		
f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividad Recreativa	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>		
k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>	m. Observación de arbor	<input type="checkbox"/>	n. Otra	<input type="checkbox"/>	texto			
Observaciones: texto											
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)											
9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/>											
a. Recorrer a guisa	<input type="checkbox"/>	b. Recorrer a guisa	<input type="checkbox"/>	c. Visita a taller artístico	<input type="checkbox"/>						
h. Participación en taller artístico	<input type="checkbox"/>	d. Visita a taller artesanal	<input type="checkbox"/>	i. Participación en taller artesanal	<input type="checkbox"/>						
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	j. Actividades vivenciales y lúdicas	<input type="checkbox"/>						
g. Representaciones representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	q. Fotografía	<input type="checkbox"/>						
i. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>						
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	a. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otra	<input type="checkbox"/>	texto					
Observaciones: texto											
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>											
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)											
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:											
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>											
Medio Promocional		Dirección y nombre de los medios promocionales				Periodicidad de la promoción					
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL: texto				Ninguna					
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto				Ninguna					
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto				Ninguna					
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto				Ninguna					
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto				Ninguna					
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto				Ninguna					
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto				Ninguna					
h. Otra	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto				Ninguna					
Observaciones: texto											
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique e: texto											
Observaciones:											
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>											
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>											
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Año de registro: 0											
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes: Ninguna											
c. Temporalidad de visita al atractivo											
Alta (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique				Número de visitantes					
Baja (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>										
d. Llegada de turistas											
<input type="checkbox"/> Turista nacional		Llegada mensual		Total anual		<input type="checkbox"/> Turista extranjera		Llegada mensual		Total Anual	
texto		0		0		texto		0		0	

Ciudad de origen:	texto	0	0	País de origen:	texto	0	0
	texto	0	0		texto	0	0
	texto	0	0		texto	0	0
Observaciones: texto							
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>							
Nombre del Informante Clave: texto				Contactar: (+593)			
Demandado según día de visita <input type="checkbox"/>				Demandado según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>			
Lunes a viernes <input type="checkbox"/>	Fines de semana <input type="checkbox"/>	Días feriados <input type="checkbox"/>		Permanente <input type="checkbox"/>	Estacional <input type="checkbox"/>	Esporádica <input type="checkbox"/>	Inexistente <input type="checkbox"/>
Observaciones: texto							
12. RECURSO HUMANO SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
a. Número de personal a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/> 0				d. Número de personal especializado en turismo <input type="checkbox"/> 0			
e. Número de personal con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>		f. Número de personal capacitado por temática (M) <input type="checkbox"/>		g. Número de personal que manejan algún idioma (M) <input type="checkbox"/>			
Primaria <input type="checkbox"/>	Secundaria <input type="checkbox"/>	Primera Auxiliar <input type="checkbox"/>	Hospitalidad <input type="checkbox"/>	Inglés <input type="checkbox"/>	Alemán <input type="checkbox"/>		
Tercer Nivel <input type="checkbox"/>	Cuarto Nivel <input type="checkbox"/>	Atención al Cliente <input type="checkbox"/>	Guianza <input type="checkbox"/>	Francés <input type="checkbox"/>	Italiana <input type="checkbox"/>		
Otra texto		Sensibilización de discapacitados <input type="checkbox"/>	Otra texto	China <input type="checkbox"/>	Otra texto		
Observaciones: texto							
13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)							
El atractivo se encuentra ubicada a 15 min del centro de Vilcabamba, a un metro de la carretera principal, en el lugar hay espacio para hacer deporte, valley, caminata, picnic, se encuentra un puente para cruzar ya que al atralada del riacho encuentra un barrío donde se puede realizar senderismo. el atractivo para bañar y lugar de recreación.							
14. ANEXOS							
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)							
							
Fuente: Trabajo de Campo							
b. Ubicación gráfica del Atractivo							
							
Fuente: Google Earth							
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)							
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:			
Apellido y Nombre	Diana Beronico Salgado Rodriguez	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre			
Institución	Universidad Nacional de Loja	Institución		Institución			
Cargo	Egresada	Cargo		Cargo			
Correo Electrónico	diana.salgado@unl.edu.ec	Correo Electrónico		Correo Electrónico			

Teléfono	Teléfono	Teléfono
Firma	Firma	Firma
Fecha	17/2/2022	Fecha

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																													
Código del atractivo:	1	1	0	1	6	1	M	C	0	2	0	2	0	2	0	0	2												
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo																					
1. DATOS GENERALES																													
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																													
Fiesta de Sagrado Corazon de Jesus																													
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo																	
MANIFESTACIONES_CULTURALES						ACERVO_CULTURAL_Y_POPULAR						FIESTAS RELIGIOSAS, TRADICIONES Y CREENCIAS POPULARES																	
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																													
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia																	
LOJA						LOJA						VILCABAMBA (VICTORIA)																	
2.4 Barrio, Sector o Comuna						2.5 Calle Principal						2.6 Número						2.7 Transversal											
Santorum						Via antigua a Guinara																							
2.8 Latitud (grados decimales)						2.9 Longitud (grados decimales) Click						2.10 Altura (msnm)																	
-3.634614						-79.550126						1.151																	
2.11 Información del administrador																													
a. Tipo de Administrador: Publica						b. Nombre de la Institución:																							
c. Nombre del Administrador:						d. Cargo que ocupa:																							
e. Teléfono / Celular:						f. Correo Electrónico:																							
Observaciones: No tiene ningún administrador																													
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																													
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																													
a. Clima: subtropical						b. Temperatura(°C): 20						c. Precipitación Pluviométrica (mm): 1252																	
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																													
a. Cultura <input type="checkbox"/>						b. Naturalista <input checked="" type="checkbox"/>						c. Aventura <input checked="" type="checkbox"/>																	
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																													
a. Primitiva <input type="checkbox"/>						b. Primitiva <input type="checkbox"/>						c. Rústica Natural <input checked="" type="checkbox"/>						d. Rural <input checked="" type="checkbox"/>						e. Urbana <input type="checkbox"/>					
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input type="checkbox"/>																													
a. Tipo de Ingreso			b. Horario de Atención			c. Atención																							
			Ingreso	Salida		Tarifa día	Fin de semana y feriado	Sala de exhibición	Otra	Especificar																			
Libre	<input checked="" type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto																				
Restringida	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto																				
Pagada	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto																				
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>			f. Forma de Pago:			Efectivo <input type="checkbox"/> Dinero Electrónico <input type="checkbox"/> Depósito Bancario <input type="checkbox"/> Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>																							
e. Precio: Desde 0,00 Hasta 0,00						Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/> Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/> Cheque <input type="checkbox"/>																							
g. Meses recomendables de visita:			noviembre a diciembre																										
Observaciones: texto																													
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																													
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): Centro de Vilcabamba																													
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano: 15 km			c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: 0:15 h:min			d. Coordenadas (grados decimales): Lat.: 3.69288 Long.: 79.61036																							
Observaciones:																													
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																													
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado																	
		a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>		-4.250745,-79.225967		-4.247824,-79.284892		9km		Asfalto		Buena																	
		b. Segundo orden <input type="checkbox"/>		0		0		0		texto																			
		c. Tercer orden <input type="checkbox"/>		0		0		0		texto																			
Observaciones:																													
		Marítimo <input type="checkbox"/>		Puerto/Muelle de partida		texto				Puerto / Muelle de Llegada		texto																	

b. Acústico (U) <input type="checkbox"/>	Lucustre <input type="checkbox"/>	Puerto/Muelle de partida <input type="text"/>	Estado <input type="text"/>	Puerto / Muelle de Llegada <input type="text"/>	Estado <input type="text"/>		
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto/Muelle de partida <input type="text"/>		Puerto / Muelle de Llegada <input type="text"/>			
Observaciones: <input type="text"/>							
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input checked="" type="checkbox"/>			Internacional: <input type="checkbox"/>			
Observaciones: <input type="text"/>							
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>	b. Buzeta <input checked="" type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférica <input type="checkbox"/>		
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bata <input type="checkbox"/>	i. Barca <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otra <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique <input type="text"/> vehículaparticular					
Observaciones: <input type="text"/>							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslada origen / destino)	
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual		
Cooperativa Wilcabamba Turiz	Centro de Wilcabamba	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Salir de estar hacia y dar de el atractivo dar de y hacia contra de Wilcabamba y Laja	
Cooperativa Sur Oriente	Centro de Wilcabamba	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Salir de estar hacia y dar de el atractivo dar de y hacia contra de Wilcabamba y Laja	
Caminetar Cooperativa Wilcabamba Express	Centro de Wilcabamba	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Salir de estar hacia y dar de el atractivo dar de y hacia contra de Wilcabamba y Laja	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)							
General <input type="checkbox"/>	Discapacidad Física <input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>	d. No accesible <input type="checkbox"/>		
Observaciones: <input type="text"/>							
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>							
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Etado (U)	Buena <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Mala <input type="checkbox"/>			
Observaciones: <input type="text"/>							
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimiento requerido	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimiento requerido	Número de Habitaciones	Número de Plazas
Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0
Hartel <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hartel <input checked="" type="checkbox"/>	4	54	118
Hartería <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hartería <input checked="" type="checkbox"/>	8	12	28
Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística <input checked="" type="checkbox"/>	1	10	54
Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0
Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0
Refugio <input checked="" type="checkbox"/>	1	10	31	Refugio <input checked="" type="checkbox"/>	1	9	29
Campamento Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0
Casa de Huésped <input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huésped <input checked="" type="checkbox"/>	1	10	17
Observaciones: <input type="text"/>				Observaciones: <input type="text"/>			
Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>	Establecimiento requerido	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimiento requerido	Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurante <input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurante <input checked="" type="checkbox"/>	7	35	84
Cafetería <input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafetería <input checked="" type="checkbox"/>	3	19	64
Bar <input type="checkbox"/>	0	0	0	Bar <input checked="" type="checkbox"/>	1	5	20
Fuente de agua <input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuente de agua <input checked="" type="checkbox"/>	1	6	24
Observaciones: <input type="text"/>				Observaciones: <input type="text"/>			
Agencia de Viaje <input type="checkbox"/>	Establecimiento requerido			Agencia de Viaje <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimiento requerido		
Mayorista <input type="checkbox"/>	0			Mayorista <input type="checkbox"/>	0		
Internacional <input type="checkbox"/>	0			Internacional <input type="checkbox"/>	0		

Operador	<input type="checkbox"/>	0	Operador	<input checked="" type="checkbox"/>	1
Observaciones: <i>texto</i>			Observaciones: <i>texto</i>		
Gefe	Local	Nacional	Nacional Especializada	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
Observaciones: <i>texto</i>			Observaciones: <i>texto</i>		
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>					
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal
					Estado (U) B R M
a. De apoyo a la gestión turística <input checked="" type="checkbox"/>	Punto de Información <input checked="" type="checkbox"/>	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	I-Tur <input type="checkbox"/>	1	-4.269527,-79.222317	Gad Municipal de Vilcabamba	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes <input type="checkbox"/>	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garita de guardiana <input type="checkbox"/>	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Mirador <input checked="" type="checkbox"/>	1	-4.259851,-79.236190	Pandora Lodge	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Torre de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Torre de vigilancia para salvavidas <input type="checkbox"/>	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
c. De recorrida y descanso <input type="checkbox"/>	Sendero <input type="checkbox"/>	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Estacion de sombra y descanso <input type="checkbox"/>	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Área de acampar <input type="checkbox"/>	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
d. De servicio <input checked="" type="checkbox"/>	Baterías sanitarias <input checked="" type="checkbox"/>	1	-4.247912,-79.234634	Gad Municipal de Vilcabamba	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/>	1	-4.247752,-79.234522	Gad Municipal de Vilcabamba	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
e. Otras <input type="checkbox"/>		0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Observaciones: <i>texto</i>					
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>					
a. Es el Atractivo <input type="checkbox"/>			b. Es la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>		
Alquiler y venta de equipamiento especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>		Alquiler y venta de equipamiento especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>	
Cara de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otra <input type="checkbox"/>	Cara de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/>	Otra <input type="checkbox"/>
Especifique: <i>texto</i>			Especifique: <i>texto</i>		
Observaciones:					
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>					
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>					
a. Conservada <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterada <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorada <input type="checkbox"/>		
Observaciones:					
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)					
6.1.1.1 Naturales (M)			6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)		
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>		
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huasquearías <input type="checkbox"/>		
c. Desarrollo natural <input type="checkbox"/>	g. Conflictos de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Cambios de uso y ocupación <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>		
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input checked="" type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>		
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflictos políticos / raciales <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>		
Otra <input type="checkbox"/>	Especifique: <i>texto</i>				
Observaciones:					
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>					
a. Conservada <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterada <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorada <input type="checkbox"/>		
Observaciones:					
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)					
6.2.1.1 Naturales (M)			6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)		

a. Erusión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolar y ganaderar	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestal	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractiva / minería	<input type="checkbox"/>	
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industrial	<input type="checkbox"/>	e. Inclinación / abandono	<input type="checkbox"/>	f. Huelgas / etc.	<input type="checkbox"/>	
c. Desastres naturales	<input checked="" type="checkbox"/>	g. Conflictos de tenencia	<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y explotación	<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	
d. Flora / Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente	<input checked="" type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Conflictos políticos / raciales	<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>	o. Vandalismo	<input type="checkbox"/>	
Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique: <i>texto</i>						
Observaciones: <i>texto</i>								
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo								
a. Declarante:		b. Denominación:		c. Fecha de declaración:		d. Alcance:		
Observaciones:								
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA				SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>				
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Agua: <input type="checkbox"/>				Agua <input checked="" type="checkbox"/> <i>Patable</i>				
Especifique:				Especifique:				
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/> <i>Red eléctrica de servicio público</i>				Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/> <i>Red eléctrica de servicio público</i>				
Especifique:				Especifique:				
Saneamiento: <input type="checkbox"/> <i>Pozos sépticos</i>				Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/> <i>Red pública</i>				
Especifique:				Especifique:				
Disposición de desechos: <input checked="" type="checkbox"/> <i>Corra Recolector</i>				Disposición de desechos: <input checked="" type="checkbox"/> <i>Corra Recolector</i>				
Especifique: <i>texto</i>				Especifique:				
Observaciones: <i>texto</i>								
7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otra	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivo natural	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivo cultural	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tátema de atractivo turístico	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tátema de sitio	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tátema direccional	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivo natural	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivo cultural	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel de direccionamiento hacia atractivo	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivo	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivo, servicios y actividades	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Morzar interpretativa	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tátema de sitio	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tátema de direccionamiento	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

	Tétem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
<input type="checkbox"/>	Letras e informaticar	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	De informacién baténica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
<input type="checkbox"/>	Normativar de concionacién	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
<input type="checkbox"/>	Señalética interna de seguridad	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	Proteccién de las elementos del atractiva	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
<input type="checkbox"/>	Otrar											
Observaciones: texto												
7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>												
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>							
Hospitala Clínica	<input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospitala Clínica	<input checked="" type="checkbox"/>	Cantidad	1					
Puerta / Centro de salud	<input type="checkbox"/>		0	Puerta / Centro de salud	<input checked="" type="checkbox"/>		1					
Dispensaria médica	<input type="checkbox"/>		0	Dispensaria médica	<input checked="" type="checkbox"/>		1					
Batiquén de primerar auxillar	<input type="checkbox"/>		0	Batiquén de primerar auxillar	<input type="checkbox"/>		0					
Otrar	<input type="checkbox"/>		0	Otrar	<input type="checkbox"/>		0					
Observaciones:												
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>												
a. Privado	<input type="checkbox"/>	Detalle	texto									
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		texto									
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		texto									
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto									
Observaciones: A nivel nacional la seguridad brinda el Ecu 911. Además, la seguridad también es brindada por la Policía Municipal de Wilcabamba												
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>												
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>							
Telefonía (M)	<input checked="" type="checkbox"/>	Conexión a internet (M)		<input checked="" type="checkbox"/>	Telefonía (M)	<input checked="" type="checkbox"/>	Conexión a internet (M)		<input checked="" type="checkbox"/>			
Fija	<input type="checkbox"/>	Línea telefónica	<input type="checkbox"/>	Fibra óptica	<input type="checkbox"/>	Fija	<input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica	<input checked="" type="checkbox"/>			
Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	Satélite	<input type="checkbox"/>	Red inalámbrica	<input checked="" type="checkbox"/>	Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	Satélite	<input type="checkbox"/>			
Satelital	<input type="checkbox"/>	Telefonía móvil		<input type="checkbox"/>	Satelital	<input type="checkbox"/>	Telefonía móvil		<input checked="" type="checkbox"/>			
Observaciones: texto												
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>												
De uso exclusivo para el visitante			<input type="checkbox"/>	De uso exclusivo para comunicación interna			<input type="checkbox"/>	De uso exclusivo en caso de emergencia		<input type="checkbox"/>		
Observaciones: texto												
7.6 Multimenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>												
Dorlavar		<input checked="" type="checkbox"/>	Súrmar		<input type="checkbox"/>	Erupción volcánica		<input type="checkbox"/>	Incidir faros talor		<input checked="" type="checkbox"/>	
Sequía		<input type="checkbox"/>	Inundacionar		<input type="checkbox"/>	Aguajar		<input type="checkbox"/>	Trunami		<input type="checkbox"/>	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofe?			<input type="checkbox"/>	Institución que elaborará el documento.		texto	Nombre del documento:		texto	Año de elaboración:		0
Observaciones: texto												
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES <input checked="" type="checkbox"/>												
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?					SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Año de elaboración:		2019	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?					SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:			
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?					SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:			
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?					SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones: texto												
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) <input checked="" type="checkbox"/>												
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input checked="" type="checkbox"/>												

3.1.1 En el Agua (M)		<input type="checkbox"/>	
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>
c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Ría	<input type="checkbox"/>
e. Surf	<input type="checkbox"/>		
f. Kitesurf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>
h. Snorkel	<input type="checkbox"/>	i. Tubing	<input type="checkbox"/>
j. Raqueta	<input type="checkbox"/>		
k. Páramo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Páramo en bote	<input type="checkbox"/>
m. Páramo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Páramo en mata acústica	<input type="checkbox"/>
o. Pararolling	<input type="checkbox"/>		
p. Equi acústica	<input type="checkbox"/>	q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>
r. Bays	<input type="checkbox"/>	s. Para deportiva	<input type="checkbox"/>
Otra	<input checked="" type="checkbox"/>	baño mar	
Observaciones: <input type="text"/>			
3.1.2 En el Aire (M)		<input type="checkbox"/>	
a. Alar Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>
c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otra	<input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="text"/>			
3.1.3 En Superficie Terrestre (M)		<input checked="" type="checkbox"/>	
a. Montañismo	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>
c. Senderismo	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>
e. Canyoning	<input type="checkbox"/>		
f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>
h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input checked="" type="checkbox"/>
j. Camping	<input type="checkbox"/>		
k. Picnic	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input checked="" type="checkbox"/>
m. Observación de artrópodos	<input type="checkbox"/>	n. Otra	<input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="text"/>			
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)			
9.2.1 Tangibles e intangibles		<input type="checkbox"/>	
a. Recorrer a pie	<input type="checkbox"/>	b. Recorrer en auto	<input type="checkbox"/>
c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>		
d. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	e. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>
f. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>		
g. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	h. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>
i. Actividades vivenciales y folclóricas	<input type="checkbox"/>		
j. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	k. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>
l. Fotografía	<input type="checkbox"/>		
m. Demostración de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	n. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>
o. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>		
p. Convivencia	<input type="checkbox"/>	q. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>
Otra	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	
Observaciones: <input type="text"/>			
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO			
		SI	<input type="checkbox"/>
		NO	<input checked="" type="checkbox"/>
		S/I	<input type="checkbox"/>
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)			
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:			
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>			
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales		Periodicidad de la promoción
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL: <input type="text"/>	Ninguna
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
h. Otra	<input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
Observaciones: <input type="text"/>			
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)			
		SI	<input type="checkbox"/>
		NO	<input checked="" type="checkbox"/>
		Especifique	<input type="text"/>
Observaciones: <input type="text"/>			
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)			
		SI	<input type="checkbox"/>
		NO	<input checked="" type="checkbox"/>
		S/I	<input type="checkbox"/>
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos			
<input type="checkbox"/>			
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?	SI	<input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>
Tipo:	Digital	<input type="checkbox"/>	Papel <input type="checkbox"/>
Año de registro	0		
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?	SI	<input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>
Frecuencia de los reportes:	Ninguna		
c. Temporalidad de visita al atractivo			
Alta (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	mayo a diciembre	
Baja (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	enero a abril	
d. Llegada de turistas			
<input type="checkbox"/>	Turista nacional	Llegada mensual	Total anual
<input type="checkbox"/>	Turista extranjera	Llegada mensual	Total Anual

Ciudad de origen:	texto	0	0	País de origen:	texto	0	0						
	texto	0	0		texto	0	0						
	texto	0	0		texto	0	0						
Observaciones: texto													
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>													
Número del Informante Clave: texto				Contactar: (+593)									
Demanda según día de visita <input type="checkbox"/>				Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>									
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	<input type="checkbox"/>	Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica	<input type="checkbox"/>	Inexistente	<input type="checkbox"/>
Observaciones: texto													
12. RECURSO HUMANO SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>													
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/>				d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/>									
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input type="checkbox"/>		g. Número de personas que manejan algún idioma (M) <input type="checkbox"/>									
Primaria	0	Secundaria	0	Primeras Auxiliares	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0		
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiana	0		
Otra	texto	0	0	Sensibilización de discapacitados	0	Otra	texto	China	0	Otra	texto		
Observaciones: texto													
13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)													
Las festividades religiosas en honor al Sagrado corazón de Jesús, se desarrollan en el Barrio Santarum donde el año 2021, la segunda semana de junio, anteriormente se desarrollaba en el mes de julio. La programación tiene lugar en la escuela que queda junto a la capilla. Son las prioras las que organizan coordinan y financian estas festividades, también solicitan el apoyo económico de las dueñas de las fincas que hay en el lugar.													
14. ANEXOS													
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)													
													
Fuente:													
b. Ubicación gráfica del Atractivo													
													
Fuente: Google Earth													
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)													
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:									
Apellido y Nombre	Diana Berenice Salgado Rodríguez	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre									
Institución	Universidad Nacional de Loja	Institución		Institución									
Cargo	Estudiante	Cargo		Cargo									
Correo Electrónico	diana.salgado@unl.edu.ec	Correo Electrónico		Correo Electrónico									

Teléfono	Teléfono	Teléfono
Firma	Firma	Firma
Fecha	17/2/2022	Fecha

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																													
Código del atractivo:	1	1	0	1	6	1	M	C	0	1	0	2	0	2	0	0	3												
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo																					
1. DATOS GENERALES																													
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																													
Capilla Sagrado Corazon de Jesus																													
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo																	
MANIFESTACIONES_CULTURALES						ARQUITECTURA						INFRAESTRUCTURA CULTURAL																	
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																													
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia																	
LOJA						LOJA						VILCABAMBA (VICTORIA)																	
2.4 Barrio, Sector o Comuna						2.5 Calle Principal						2.6 Número						2.7 Transversal											
Santorum						Via antiguas Guinara																							
2.8 Latitud (grados decimales)						2.9 Longitud (grados decimales) Click						2.10 Altura (msnm)																	
-4.251983						-79.288374						1.151																	
2.11 Información del administrador																													
a. Tipo de Administrador: Publico						b. Nombre de la Institución:																							
c. Nombre del Administrador:						d. Cargo que ocupa:																							
e. Teléfono / Celular:						f. Correo Electrónico:																							
Observaciones: No tiene ningun administrador																													
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																													
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																													
a. Clima: subtropical-seca						b. Temperatura(°C): 20						c. Precipitación Pluviométrica (mm): 1252																	
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																													
a. Cultura <input checked="" type="checkbox"/>						b. Naturalizo <input type="checkbox"/>						c. Aventura <input type="checkbox"/>																	
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																													
a. Prístino <input type="checkbox"/>						b. Primitiva <input type="checkbox"/>						c. Rústica Natural <input checked="" type="checkbox"/>						d. Rural <input checked="" type="checkbox"/>						e. Urbana <input type="checkbox"/>					
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																													
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención																							
		Ingreso	Salida			Tarifa por día	Finar de semana y feriado	Sala día hábil	Otra	Especificar																			
Libre	<input checked="" type="checkbox"/>	0:00	0:00			<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto																			
Restringida	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto																			
Pagada	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto																			
d. Maneja un sistema de reservas:		<input type="checkbox"/>		f. Forma de Pago:		Efectivo	<input type="checkbox"/>	Dinero Electrónico	<input type="checkbox"/>	Depósito Bancario	<input type="checkbox"/>	Tarjeta de Débito	<input type="checkbox"/>																
e. Precio:		Desde	0,00			Hasta	0,00	Tarjeta de Crédito	<input type="checkbox"/>	Transferencia Bancaria	<input type="checkbox"/>	Cheque	<input type="checkbox"/>																
g. Meses recomendables de visita:		octubre a diciembre																											
Observaciones: texto																													
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>																													
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): Centro de Vilcabamba																													
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano: 15 km						c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: 0:15 h/min						d. Coordenadas (grados decimales): Lat.: 3.69288 Long.: 79.61036																	
Observaciones:																													
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																													

a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>	Tipo de vía		Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado
	a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-4.250748, -79.225067	-4.247824, -79.244892	8 km	asfalto	Buena
b. Segundo orden <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto		
c. Tercer orden <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto		
Observaciones:							
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerta/Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerta/Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerta/Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
Observaciones: texto							
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input checked="" type="checkbox"/>			Internacional: <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>	b. Buzeta <input checked="" type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input type="checkbox"/>	e. Meta taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférica <input type="checkbox"/>		
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bate <input type="checkbox"/>	i. Barca <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avianeta <input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otra <input checked="" type="checkbox"/>	Específico: vehículo particular					
Observaciones: texto							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Trayecto origen / destino)	
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual		
Cooperativa Wilcabamba Turiz	Centro de Wilcabamba	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Salir directo hacia y desde el atractivo dando y hacia centro de Wilcabamba y Laja	
Cooperativa Sur Oriente	Centro de Wilcabamba	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Salir directo hacia y desde el atractivo dando y hacia centro de Wilcabamba y Laja	
Caminata Cooperativa Wilcabamba Express	Centro de Wilcabamba	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Salir directo hacia y desde el atractivo dando y hacia centro de Wilcabamba y Laja	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)							
General <input type="checkbox"/>	Discapacidad Física <input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>		
Observaciones:							
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>							
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Buena <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Mala <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS <input checked="" type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input checked="" type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimiento a registrar	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimiento a registrar	Número de Habitaciones	Número de Plazas
Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0
Hartel <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hartel <input checked="" type="checkbox"/>	4	54	118
Hartería <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hartería <input checked="" type="checkbox"/>	8	12	28
Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística <input checked="" type="checkbox"/>	1	10	54
Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0
Rozart <input type="checkbox"/>	0	0	0	Rozart <input type="checkbox"/>	0	0	0
Refugio <input checked="" type="checkbox"/>	1	10	31	Refugio <input checked="" type="checkbox"/>	1	9	29
Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0

Carro de Huérfano	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Carro de Huérfano	<input checked="" type="checkbox"/>	1	10	17		
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>						
Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimiento requerido	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimiento requerido	Número de Mesas	Número de Plazas		
Restaurante	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurante	<input checked="" type="checkbox"/>	7	35	84		
Cafetería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafetería	<input checked="" type="checkbox"/>	3	19	64		
Bar	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bar	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	20		
Fuente de agua	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuente de agua	<input checked="" type="checkbox"/>	1	6	24		
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>						
Agencia de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimiento requerido			Agencia de Viaje	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimiento requerido				
Mayorista	<input type="checkbox"/>	0			Mayorista	<input type="checkbox"/>	0				
Internacional	<input type="checkbox"/>	0			Internacional	<input type="checkbox"/>	0				
Operadora	<input type="checkbox"/>	0			Operadora	<input checked="" type="checkbox"/>	1				
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>						
Género	Local	Nacional	Nacional Especializada	Cultura	0	Género	Local	Nacional	Nacional Especializada	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input checked="" type="checkbox"/>	2	0	0	Aventura	0
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>						
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>											
Category (M)	Type (M)		Quantity	Coordinates	Administrator	Universal Accessibility	State (U)				
							B	R	M		
a. De apoyo a la gestión turística <input checked="" type="checkbox"/>	Punto de Información	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	I-Tur	<input checked="" type="checkbox"/>	1	-4.260527,-79.222317	Gad Municipal de Vilcabamba	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
b. De abstracción y vigilancia <input type="checkbox"/>	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Garita de guardiana	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Mirador	<input checked="" type="checkbox"/>	1	-4.250051,-79.206190	Pandora Lodge	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Torre de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c. De recorridos y descanso <input type="checkbox"/>	Torre de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Senderos	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Ertaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. De servicio <input checked="" type="checkbox"/>	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Baterías sanitarias	<input checked="" type="checkbox"/>	1	-4.247913,-79.204634	Gad Municipal de Vilcabamba	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e. De servicio <input checked="" type="checkbox"/>	Ertacionamiento	<input checked="" type="checkbox"/>	1	-4.247752,-79.204522	Gad Municipal de Vilcabamba	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	a. Otras	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Observaciones: <input type="text"/>											
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Alquiler y venta de equipamiento especializado	<input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising		<input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipamiento especializado	<input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising		<input checked="" type="checkbox"/>		
Carro de cambio	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	Carro de cambio	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input checked="" type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique: <input type="text"/>					Especifique: <input type="text"/>						
Observaciones: <input type="text"/>											
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>											
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Conservada	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterada	<input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>	d. Deteriorada	<input type="checkbox"/>				
Observaciones: <input type="text"/>											
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)											
6.1.1.1 Naturales (M)					6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)						
a. Erusión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas		<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / mineras		<input type="checkbox"/>		

b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>	f. Huelgueros	<input type="checkbox"/>	
c. Desastres naturales	<input checked="" type="checkbox"/>	g. Conflictos de tenencia	<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	
d. Flora / Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Exposición urbana	<input type="checkbox"/>	
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Conflictos políticos / raciales	<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>	o. Vandalismo	<input type="checkbox"/>	
Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique: <i>texto</i>						
Observaciones:								
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Conservada	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterada	<input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>	d. Deteriorada	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:								
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)								
6.2.1.1 Naturales (M)				6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)				
a. Erusión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / mineras	<input type="checkbox"/>	
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>	f. Huelgueros	<input type="checkbox"/>	
c. Desastres naturales	<input checked="" type="checkbox"/>	g. Conflictos de tenencia	<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	
d. Flora / Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente	<input checked="" type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Exposición urbana	<input type="checkbox"/>	
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Conflictos políticos / raciales	<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>	o. Vandalismo	<input type="checkbox"/>	
Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique: <i>texto</i>						
Observaciones: <i>texto</i>								
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo								
a. Declarante:		b. Denominación:		c. Fecha de declaración:		d. Alcance:		
Observaciones:								
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>								
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Agua: <input type="checkbox"/>				Agua <input checked="" type="checkbox"/> <i>Potable</i>				
Especifique:				Especifique:				
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/> <i>Red eléctrica de servicio público</i>				Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/> <i>Red eléctrica de servicio público</i>				
Especifique:				Especifique:				
Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/> <i>Poseréptico</i>				Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/> <i>Red pública</i>				
Especifique:				Especifique:				
Disposición de desechos: <input checked="" type="checkbox"/> <i>Corra Recolectar</i>				Disposición de desechos: <input checked="" type="checkbox"/> <i>Corra Recolectar</i>				
Especifique: <i>texto</i>				Especifique:				
Observaciones: <i>texto</i>								
7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2 Tipo	7.2.3 Materialidad				7.2.4 Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otra	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivo natural	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivo cultural	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividad turística	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicio de apoyo	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de restricción	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Táctil de atractivo turístico	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Táctil de zona	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Táctil direccional	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivo natural	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

En áreas naturales <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Panel de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Mozar interpretativa	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Tátema de historia	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Tátema de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Normativo de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Otras <input type="checkbox"/>						
Observaciones: texto						
7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>						
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>		
Hospitala Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospitala Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	Cantidad	1	
Puerta / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puerta / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>		1	
Dispensaria médica <input type="checkbox"/>		0	Dispensaria médica <input checked="" type="checkbox"/>		1	
Batiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Batiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	
Otras <input type="checkbox"/>		0	Otras <input type="checkbox"/>		0	
Observaciones:						
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>						
a. Privada <input type="checkbox"/>	Detalle	texto				
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>		texto				
c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>		texto				
d. Otra <input type="checkbox"/>		texto				
Observaciones: A nivel nacional la seguridad brinda el Ecu 911. Además, la seguridad también es brindada por la Policía Municipal de Vilcabamba						
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>						
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>		
Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>		
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input checked="" type="checkbox"/>	
Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Red inalámbrica <input checked="" type="checkbox"/>	Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Red inalámbrica <input checked="" type="checkbox"/>	
Satelital <input type="checkbox"/>	Teléfono móvil <input checked="" type="checkbox"/>		Satelital <input type="checkbox"/>	Teléfono móvil <input checked="" type="checkbox"/>		
Observaciones: texto						
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>						
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/> De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/> De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>						
Observaciones: texto						
7.6 Multiameazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>						
Derivar <input checked="" type="checkbox"/>	Sismos <input type="checkbox"/>	Erupción volcánica <input type="checkbox"/>	Incidencia forestal <input checked="" type="checkbox"/>			
Sequía <input type="checkbox"/>	Inundaciones <input type="checkbox"/>	Aguajes <input type="checkbox"/>	Terremoto <input type="checkbox"/>			
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofe? <input checked="" type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento:	Gad Vilcabamba	Nombre del documento:	PDOT de la Parroquia Vilcabamba	Año de elaboración:	2019
Observaciones: texto						
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>						

a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Año de elaboración:	2019					
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:						
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:						
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones: <input type="text"/>									
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)			SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>					
9.1 ATRACTIVOS NATURALES <input checked="" type="checkbox"/> (M)									
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>									
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak de corte	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>	e. Surf	<input type="checkbox"/>
f. Kitesurf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Sharkel	<input type="checkbox"/>	i. Tubing	<input type="checkbox"/>	j. Regata	<input type="checkbox"/>
k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	o. Parascending	<input type="checkbox"/>
p. Equi acuática	<input type="checkbox"/>	q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Baya	<input type="checkbox"/>	s. Pasa deportiva	<input type="checkbox"/>	Otra	<input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="text"/>									
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>									
a. Alar Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otra	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	
Observaciones: <input type="text"/>									
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>
f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>
k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>	m. Observación de aves	<input type="checkbox"/>	n. Otra	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	
Observaciones: <input type="text"/>									
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES <input type="checkbox"/> (U)									
9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/>									
a. Recorrer a guiar	<input type="checkbox"/>	b. Recorrer a autoguiar	<input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>				
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>				
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y lúdicas	<input type="checkbox"/>				
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	q. Fotografía	<input type="checkbox"/>				
j. Demostración de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>				
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otra	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>			
Observaciones: <input type="text"/>									
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO			SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>				
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)									
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:									
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>									
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales			Periodicidad de la promoción					
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL: <input type="text"/>			Ninguna				
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>			Ninguna				
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>			Ninguna				
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>			Ninguna				
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>			Ninguna				
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>			Ninguna				
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>			Ninguna				
h. Otra	<input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>			Ninguna				
Observaciones: <input type="text"/>									

10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text"/>			
Observaciones: <input type="text"/>							
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>							
a. ¿Para un sistema de registro de visitantes?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/>	Papel <input type="checkbox"/>		
				Año de registro	0		
b. ¿Se genera reporte estadístico de visita al atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes: Ninguna			
c. Temporalidad de visita al atractivo							
Alta (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique		Número de visitantes	0		
Baja (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>				0		
d. Llegada de turistas							
<input type="checkbox"/>	Turista nacional	Llegada mensual	Total anual	<input type="checkbox"/>	Turista extranjera		
					Llegada mensual		
					Total Anual		
Ciudad de origen	<input type="text"/>	0	0	País de origen	<input type="text"/>	0	0
	<input type="text"/>	0	0		<input type="text"/>	0	0
	<input type="text"/>	0	0		<input type="text"/>	0	0
Observaciones: <input type="text"/>							
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>							
Nombre del Informante Clave:		<input type="text"/>		Contactar:	(+593)		
Demanda según día de visita <input type="checkbox"/>			Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>				
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0		
Permanente	<input type="checkbox"/>	Estacional	<input type="checkbox"/>	Española	<input type="checkbox"/>		
Inexistente	<input type="checkbox"/>						
Observaciones: <input type="text"/>							
12. RECURSO HUMANO		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
a. Número de personal a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/>		0		d. Número de personal especializado en turismo <input type="checkbox"/>			
e. Número de personal con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>		f. Número de personal capacitado por temática (M) <input type="checkbox"/>		g. Número de personal que manejan algún idioma (M) <input type="checkbox"/>			
Primaria	0	Secundaria	0	Primeras Auxiliares	0		
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Hospitalidad	0		
Otra	<input type="text"/>	Atención al Cliente	0	Guianza	0		
		Señalización de capacidad	0	Otra	<input type="text"/>		
				China	0		
				Otra	<input type="text"/>		
Observaciones: <input type="text"/>							
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)							
<p>La capilla se encuentra a lado de la Escuela Cuerpo de Paz Santarum y abre los días Domingo y los que brindan el catecismo y misa y que abre al público los días domingo para la zona ecuarriti y la catequizar para la niñez del lugar.</p>							
14. ANEXOS							
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)							
							
Fuente: Trabajo de Campo							

b. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: [Google Earth](https://www.google.com/maps/@1.125, -78.75, 15z)

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	Diana Beronice Salgado Rodriguez	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	Universidad Nacional de Laja	Institución		Institución	
Carga	Egresada	Carga		Carga	
Correo Electrónico	diana.salgado@unl.edu.ec	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono		Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	17/2/2022	Fecha		Fecha	

Anexo 3. Fichas de resumen de atractivos del barrio Santorum

RIO VILCABAMBA		
Categoría: Sitio Natural	Tipo: Ríos	Subtipo: Río
Provincia: Loja	Cantón: Loja	Localidad: Barrio Santorum
	Ubicación: Se encuentra la vía de primer orden, vía antigua a Quinara a 15 min del centro de Vilcabamba	
CARACTERISTICAS: En el lugar se encuentran canchas deportivas donde los fines de semana juegan torneos, así como hay la venta de comida típica.		
ACTIVIDADES: Baño en las refrescantes aguas del río Deportes en las canchas deportivas Caminata Alimentación		

CAPILLA “SAGRADO CORAZON DE JESUS”		
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Arquitectura	Subtipo: Infraestructura Cultural
Provincia: Loja	Cantón: Loja	Localidad: Barrio Santorum
		Ubicación: Se encuentra la vía de primer orden, vía antigua a Quinara a 20 min del centro de Vilcabamba
<p>CARACTERISTICAS:</p> <p>La capilla se encuentra a lado de la Escuela Cuerpo de Paz Santorum y abre los días Domingos ya que brindan el catecismo y misa</p>		
<p>ACTIVIDADES:</p> <p>Toma de fotografías</p> <p>Observación de la arquitectura</p> <p>Caminatas</p>		

Fiesta religiosa “SAGRADO CORAZON DE JESUS”		
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Acervo Cultural y Popular	Subtipo: Fiesta religiosas y creencias populares
Provincia: Loja	Cantón: Loja	Localidad: Barrio Santorum
		Ubicación: Esta fiesta se celebra en la capilla Sagrado Corazón de Jesús y en la escuela que queda junto a la capilla del Barrio Santorum, parroquia Vilcabamba.
<p>CARACTERISTICAS:</p> <p>Las festividades religiosas en honor al Sagrado corazón de Jesús, se desarrollan en el Barrio Santorum desde el año 2021, la segunda semana de junio, anteriormente se desarrollaba en el mes de julio. La programación tiene lugar en la escuela que queda junto a la capilla. Son los priostes los que organizan coordinan y financian estas festividades, también solicitan el aporte económico de los dueños de las fincas que hay en el lugar. Los premios son donados por autoridades de la Junta Parroquial, quienes también colaboran con las agrupaciones musicales y de danza.</p> <p>Estas fiestas duran una semana, previo el rezo por 9 días de la novena que culmina con la misa, quermes bailable, juegos deportivos: voleibol, fútbol de partidos masculinos y femeninos, ollas encantadas, vaca loca, y, comida típica.</p> <p>El viernes se realiza la misa a la Virgen Santísima, el sábado es la misa al Sagrado Corazón de Jesús.</p> <p>El sábado empiezan los juegos deportivos y la venta del tradicional seco de chivo</p> <p>El domingo de la siguiente semana son las finales de los juegos deportivos.</p>		
<p>ACTIVIDADES:</p> <p>Rezo de la novena</p> <p>Misa</p> <p>Quermes bailable</p> <p>Juegos tradicionales</p> <p>Comida típica</p> <p>Música</p> <p>Danza tradicional</p>		

Anexos 4. Entrevista al Dr. Milton Andrade

1) ¿Hace cuánto tiempo abrió las puertas a los turistas “El Refugio Ecológico Pandora Lodge”

Esta empresa se la ha tenido planeada desde hace unos 10 años, donde se empezó adquiriendo este lugar y desde ahí se han venido implementando poco a poco las infraestructuras, pero recién en el mes de julio del año 2021 se abrió para atención al público.

2) ¿Quién tuvo la iniciativa de convertir este lugar en atractivo turístico?

Mi esposa, nuestra hija y mi persona nos gusta mucho la naturaleza y vimos en este lugar un potencial para compartirlo con más personas que gusten de hacer turismo en la naturaleza.

3) Servicios que ofrece “El Refugio Ecológico Pandora Lodge”

Contamos con el servicio de recorrido por el lugar para que los turistas puedan tener contacto con la naturaleza. Ya que este es un refugio de plantas huérfanas el 90% de plantas las rejuentamos de la ciudad, son plantas que las botan a la basura y estas son las que las sembramos las reproducimos.

Nosotros trabajamos con reciclaje, utilizamos botellas, piedras, cerámica rota le damos ese valor agregado todo puede ser reutilizado como fue la compra del vagón de un camión donde se lo adopto para una sala de espera con muebles y con un exhibidor para artesanías y una televisión con karaoke.

Para quienes hacen reservaciones se les ofrece caminatas a la montaña, los que se hospedan tienen el fogatero, con los otros grupos que visitan independientemente se les ofrece el mini trapiche para que muelan el jugo de caña que nosotros nos encargamos de dar la caña de azúcar.

En general ofrecemos los servicios que ofrecemos son alquiler de cabañas turísticas, reserva ecológica privada, piscina, mirador, turco, restaurante, zonas de camping y esparcimiento, plantas de jardín, productos alimenticios, lavado y planchado de ropa y otros que proporcione a los usuarios una nueva opción al momento de elegir este tipo de servicio.

Tenemos convenios con agencias de cabalgata, con los taxis de agencias de viajes de Vilcabamba con acuerdos verbales.

4) Tipo de turista que visita “El Refugio Ecológico Pandora Lodge”

Por ahora nos visitan todo tipo de turista, es más por la curiosidad que sienten de conocer un lugar nuevo. Y por ello nos hemos encontrado con un problema, que es educar a

las personas que nos visitan y se ha convertido un reto muy desafiante; ya que al ser un sitio ecológico tratamos de conservar la naturaleza y por faltan de educación o respeto destruyen las plantas las rompen tiran piedras en las piletas.

En la época de lluvia es lo más difícil ya que como llueve una semana esta irreconocible en monte crece y como somos un sitio ecológico no podemos fumigar tenemos que cortar con guadaña, también se tiene ciertos deslizamientos de tierra y el mantenimiento del pasto cuando llega demasiada gente se maltrata dónde que se requiere una atención diferente.

5) Medios de promoción que utiliza el “El Refugio Ecológico Pandora Lodge”

Las redes sociales como Facebook e Instagram nos manejamos con nuestros estados, no lanzamos agresivamente publicidad ya que por el momento estamos en la etapa del boom ya que abrimos hace 6 meses, en donde se abre algo y todos quieren ir a conocer. Se pueden hacer reservaciones a través de WhatsApp y otra página en Airbnb.

6) Principales problemas administrativos que enfrentan

En cuanto a la administración más organizada como es un emprendimiento familiar no permite llevar una contabilidad de los ingresos, egresos de las compras, hace falta un plan de administración, un plan contable, asignar los roles a los miembros del equipo pese a que tenemos una organización básica, mejorar la infraestructura para el equipo ya que no cuenta con un espacio personal. En cuanto a la comida a veces se desperdicia o no se calcula bien los compradores donde resulta que a veces se compra de más y la comida se desperdicia.

Anexos 5. Cuestionario para la encuesta

Edad: _____

Género: () Masculino () Femenino

Ocupación: () Empleado () Desempleado () Estudiante () Jubilado

Estado civil: () Casado () Divorciado () Soltero () Viudo

Nivel académico: () Educación básica () Bachillerato () Superior

() Cuarto nivel

Ingresos:

() No tiene ingresos () Menor a un salario básico () Salario básico

() \$426 a \$1000 () De \$1001 a \$2000 () De \$2001 a

\$3000

() Más de \$3000

¿Con qué frecuencia al año viaja por motivos turísticos a la parroquia Vilcabamba?

() 1 vez al año () 2 a 3 veces al año () Más de 4 a 6 veces al

año

() Más de 6 veces al año

() No viaja

¿Con qué personas viaja a la parroquia Vilcabamba?

() Amigos () Familiares () Pareja () Solo () No viaja

¿En qué lugar se hospeda cuando visita por motivos turísticos la parroquia de Vilcabamba?

() Finca propia () Donde unos amigos () Donde familiares () Hostería

¿Cuántas noches se queda en la parroquia Vilcabamba?

() Regreso en el día

() Al menos una noche

() De 2 a 3 noches

Mas de 4 noches

¿Qué medio de transporte utiliza para llegar a la parroquia Vilcabamba?

Transporte propio Transporte público Transporte privado

¿Cuál es su lugar turístico preferido en la parroquia Vilcabamba?

Ríos

Parque Yamburara

Cerro del Mandango

Parque central

Hosterías

La naturaleza que hay en la parroquia

Otro, cuál: _____

¿Cómo se enteró de la existencia de ese lugar turístico que prefiere?

Unos amigos le recomendaron

Hicieron una reunión de la empresa en ese lugar

Lo vio por televisión

Lo vio en un periódico digital de la ciudad

Le llegó publicidad digital del lugar

Lo vio en una valla publicitaria

Otra; cuál: _____

¿Qué tipo de turismo prefiere?

Destino rural

Destino urbano

Destino reservas protegidas

Destino ríos

Destino de montaña

Destino de aventura

() Otro, cuál:

¿Ha visitado el lugar turístico “El Refugio Ecológico Pandora Lodge” en la parroquia Vilcabamba?

Si No

¿Cómo se enteró de la existencia de este lugar turístico “El Refugio Ecológico Pandora Lodge”?

Unos amigos le recomendaron

Hicieron una reunión de la empresa en ese lugar

Lo vio por televisión

Lo vio en un periódico digital de la ciudad

Le llegó publicidad digital del lugar

Lo vio en una valla publicitaria

Otra; cuál: _____

Nunca lo ha visitado

Si nunca lo ha visitado, ¿le gustaría visitarlo?

Si No

¿Por qué medio le gustaría recibir información de este lugar turístico?

Facebook Instagram WhatsApp,

Tik tok Twitter Telegram,

Televisión local,

Radio, Ferias turísticas

Anexos 6. Análisis PESTEL

Análisis PESTEL					
Análisis Político	Análisis Económico	Análisis Social	Análisis Tecnológico	Análisis Ambiental Ecológico/	Análisis Legal

Anexos 7. Escrituras de la hacienda Santorum

1132 - 865

Compraventa: el Sr. Jo-
sé M. Palacio vende al Sr.
Daniel Alvarez Burneo la
hacienda "Santorum" en \$18,000

Copia:

"En la Ciudad de Loja, el día y ocho de
Octubre de mil novecientos treinta y dos; ante mi, Gui-
llermo Baraneda, Escribano Público de esta Santa Fe,
los testigos que al fin se expresarán comparecieron
los señores José Miguel Palacio, casado, y Daniel Al-
varez Burneo, viudo, mayores de edad, vecinos de esta
Ciudad, personas capaces para contratar a quienes co-
noció, donó, y cobró el primero señor Palacio que,
por la presente escritura vende al señor Daniel
Alvarez Burneo la hacienda "Santorum" de su propiedad,
que el exponente la adquirió por compra al señor José Ma-
ría Arias, mediante escritura pública otorgada ante el
Escribano señor Amador Mora el veinte y cuatro de
Octubre de mil novecientos treinta y uno. El precio de
la venta, es el de diez y ocho mil quinientos sucos, pa-
gaderos en la siguiente forma: un mil quinientos sucos
pagará el comprador al señor doctor Ángel Rubén E-
jada, por igual cantidad con que se encuentra hipotecada
la hacienda que se vende; y el resto, sean los
diez y siete mil sucos, con los mismos con que se ha-
ce pago el comprador por cantidad igual que a fa-
vor del mismo comprador se encuentra hipotecada la
hacienda Santorum, quedando de esta manera cance-
lados los diez y siete mil sucos, o sea sus hipotecas,
por confusión. Respecto del crédito hipotecario del
doctor Ejada pagará su comprador inmediatamente y ha-

1 sea que se haga la respectiva cancelación. Que en cuan-
2 to a los créditos hipotecarios indicados anteriormente
3 queda sin ninguna responsabilidad el vendedor pa-
4 ra con el comprador o sus herederos. La hacienda que
5 vende se encuentra situada en la parroquia de San
6 Victoria de este Cantón y con la siguiente lindoración:
7 por el Oriente con una quebrada seca que deslinda los
8 terrenos de Cucanama de propiedad de los herederos
9 de don Amador Pacheco, se toma dicha quebrada
10 desde la desembocadura en el Rio Uchima y sigue ha-
11 cia arriba hasta dar con la cuchilla conocida con el
12 nombre de Porta Chuelo, de este punto se baja a la que-
13 brada de Guanamaca se sigue esta quebrada aguas
14 abajo deslindando el Cerro Canquico de los herederos
15 del señor Amador Equiguren hasta encontrar con el Rio
16 de Solanda, continuando el lindero aguas abajo hasta en-
17 contrar la confluencia con el Rio Uchima, y siguiendo
18 por el Rio Uchima aguas arriba hasta encontrar con la
19 hacienda Cucanama en la quebrada donde se principia
20 la lindoración. Que en cuanto a la lindoración se re-
21 fiere a la posesión y títulos anteriores de dominio. Que
22 transfiere el dominio con todos los derechos adquiridos in-
23 cluso el uso y goce de las servidumbres activas y el derecho
24 a las aguas del Rio Uchima y a la servidumbre de acue-
25 ducto que se halla establecida en la hacienda Cucanama,
26 sin reportar mas gravámenes que los indicados en caso
27 contrario se obliga al saneamiento de ley. Que el derecho
28 a la servidumbre de acueducto de la hacienda Cucanama
29 es conforme a la escritura de transacción celebrada con los
30 herederos de don Amador Pacheco. Presente el señor David
31 Urcaré Barrios, impuesto del contenido de esta escritura la
32 acepta. Se ha pagado el impuesto de alcabala y se acul-



2071638

1 Son mutuamente los exponentes para pedir la inscripción
 2 de la copia de esta por sí o por intermedio del escribano E.
 3 cribrani. Formalmente el presente instrumento es el Escritano
 4 de la ley intencionalmente y sin intervención a los exponentes en
 5 presencia de los testigos señores Carlos Terrero, Montano, So-
 6 rano, Carravilla y Daniel Tulas, mayores de edad, veci-
 7 cos del este lugar, idóneos y conocidos por mí se ratificaron
 8 en el acto pasado y firmaron en unidad de voto con
 9 los testigos y compareció el Escribano Don J. A. Claran que la
 10 hacienda vendida queda desde hoy entregada al compra-
 11 dor con todas sus existencias catastrales para el comprobante.
 12 Devuélvase nuevamente todo este instrumento a los exponen-
 13 tes y testigos quienes firman todos en unidad de voto con
 14 el Escribano. D. N. Palacio P. Alvarez B. Carlos
 15 A. Terrero M. Ponce Carravilla, Daniel Tulas, Gui-
 16 llermo Paravanda. J. Mena Casca. Escribano Municipal del
 17 cantón San Cristóbal que al folio 51 del libro de Alcabala
 18 se halla anotada la partida siguiente: 1932. Julio 19
 19 por Miguel Palacio vende a Daniel Talarca B. la haca-
 20 da "Hacienda" sita en la Victoria por la suma de die-
 21 ciocho mil quinientos sueros. 4.º Impuesto de Alcabala
 22 las setecientos cuarenta sueros. Cuius l.º 151
 23 Escribano: Guillermo Paravanda. Comprobante. N.º 22
 24 Es copia. Mija: octubre 19 de 1932. J. Mena Casca.

25
 26 Concurda con sus originales, en la de Mto. signo y firmo es-
 27 ta primera copia que la compareció en la ciudad de Pto. Teja, el
 28 día y mes de Octubre de mil novecientos treinta y dos

29 El Escribano Público



30
 31
 32
 33
 34
 35

1. Queda anotada la cancelación de los \$13,000, al margen de
2. la inscripción N.º 66 del Registro de Hipotecas de 1926 a
3. fjs 30; y la de los \$4,000, a fjs 15 de inscripción N.º 30
4. del Registro de Hipotecas de 1931. = Además,
5. queda inscrita la compraventa, a fjs 4 de esta del
6. Registro de Propiedad del presente año, bajo el N.º 866
7. y anotada en el Repertorio con el 4.133. = Liza, octubre
8. 20 de 1932. = El Registrador,

9. Reto - 9.92-52
10. Liza - 4-37
11. 3 años - 1-13
12. \$96.50 (M. Wilson)

Anexos 8: Socialización de las estrategias

Loja, 15 de marzo del 2022

Sr. Dr.
Milton Andrade Tapia
PROPIETARIO DEL REFUGIO ECOLÓGICO "PANDORA LODGE"
Ciudad.

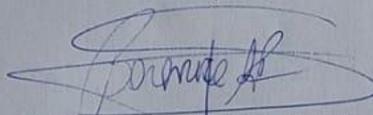
De mi consideración:

Por medio de la presente me dirijo a usted muy comedidamente con la finalidad de exponerle y solicitarle lo siguiente:

En vista que, como es de su conocimiento, estoy realizando el trabajo de Titulación en Administración Turística, de su empresa, cuyo tema es "Fortalecimiento Turístico al Refugio Ecológico Pandora Lodge del barrio Sanctórum, en la Parroquia Vilcabamba, cantón Loja"; por tal motivo solicito a usted muy comedidamente, se me asigne una fecha, que usted disponga de su tiempo, para socializar el Diagnóstico del Refugio.

Por la atención que se digne prestar a la presente, le anticipo mis sinceros agradecimientos.

Atentamente,



Diana Berenice Salgado Rodríguez



Anexo 9. Evidencia fotográfica



Anexo 10. Certificado de traducción del resumen



THE CANADIAN HOUSE CENTER
Agencia de Idiomas de Ecuador

"Make today so awesome, yesterday gets jealous."

Loja, 28 de noviembre de 2022

CERTIFICADO DE TRADUCCIÓN

A quien corresponda,

Yo, José Geovanny Jiménez Balcázar, traductor oficial del The Canadian House Center, instituto privado especializado en la enseñanza del Inglés como lengua extranjera y centro de traducción autorizado y acreditado por el Consejo Nacional de la Judicatura del Ecuador bajo la licencia profesional número 12282677, certifico que el resumen de tesis titulada *"Fortalecimiento Turístico al Refugio Ecológico Pandora Logde del Barrio Santorum en la Parroquia Vilcabamba del Cantón Loja"* realizada por la Sra. *Diana Berenice Salgado Rodríguez*, portadora de la cédula de identidad ecuatoriana 1727554527, estudiante de la Universidad Nacional de Loja de la facultad Jurídica Social y Administrativa de la carrera de Administración Turística, ha sido traducido de buena fe del español al inglés en la institución antes mencionada, y es una traducción fiel y exacta del documento original según mi leal saber y entender.

La portadora puede hacer uso de este certificado y del documento traducido para cualquier fin legal que considere oportuno.



Lic. José Geovanny Jiménez Balcázar
TRADUCTOR OFICIAL
THE CANADIAN HOUSE CENTER
Email: chcloja@gmail.com
Tel: +593 (0)7 258 4334

CHC

CHC MATRÍZ: Venezuela 19 - 77 e/ José María Peña y Av. Pío Jaramillo Alvarado
CHC CENTRO: Miguel Riofrío 14 - 35 entre Bolívar y Sucre
2565257 (Chc Centro) - 2585435 (Chc Matriz)

www.thecanadianhousecenter.com

 /CHCLoja