



1859



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja
Facultad Jurídica, Social y Administrativa
Carrera de Turismo

**El café como potencial turístico del Cantón Olmedo,
provincia de Loja**

Trabajo de Integración Curricular
previo a la obtención del título de
Licenciada en Turismo.

AUTORA:

Vanessa Alexandra Guillin Guillin

DIRECTOR:

Ing. Alex Javier Quito Ramón Mg. Sc

Loja - Ecuador

2023

Certificación

Loja, 18 de octubre del 2023.

Ing.

Alex Javier Quito Ramón Mg. Sc.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR

Certifico:

Que he revisado y orientado todo el proceso de elaboración del Trabajo de Integración Curricular denominado: “**El café como potencial turístico del Cantón Olmedo provincia de Loja**”, previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo, de autoría de la estudiante **Vanessa Alexandra Guillin Guillin**, con cédula de identidad Nro. **1105407363**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.

Ing. Alex Javier Quito Ramón Mg. Sc.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Autoría

Yo, **Vanessa Alexandra Guillin Guillin**, declaro ser autora del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido de la misma. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital Institucional –Biblioteca Virtual.

Firma:

Cedula de Identidad: 1105407363

Fecha: 18 de octubre del 2023

Correo electrónico: vanessa.guillin@unl.edu.ec

Teléfono: 0991159332

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

Yo, **Vanessa Alexandra Guillin Guillin** declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular denominado: **El café como potencial turístico del Cantón Olmedo provincia de Loja**, como requisito para optar el título de **Licenciada en Turismo** autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el repositorio Institucional.

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja a los 18 días del mes de octubre del 2023.

Firma:

Autora: Guillin Guillin Vanessa Alexandra

Cédula: 1105407363

Dirección: Olmedo- La Cidras

Correo electrónico: vanessa.guillin@unl.edu.ec

Teléfono: 0991159332- 0994307518- 0997827063

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director del Trabajo de Integración Curricular: Ing. Alex Javier Quito Ramón Mg. Sc

Dedicatoria

Este trabajo de investigación va dirigido a Dios y la Virgen María por haberme dado la vida, la sabiduría y la inteligencia para seguir adelante en mi proceso de formación académica, así mismo por ser mis guías espirituales en cada paso y lograr así superar cada obstáculo.

A mi abuelita Josefa, que desde el cielo me cuida y me protege y sé que está orgullosa de mí y de este logro.

A mis padres Pablo y Marlene que me han dado su apoyo incondicional tanto emocional como económico y en cada decisión que he tomado, me han enseñado que con amor, esfuerzo y dedicación todo se puede lograr, inculcándome los valores de respeto, honestidad, valentía y humildad para salir adelante y llegar muy lejos, por sus oraciones y consejos que me levantaron cada vez que intentaba caer y porque siempre salía de la casa con su bendición.

A Carolina Guillin mi compañera y confidente, Jhon y Edinson por su apoyo moral y sabias palabras.

Vanessa Alexandra Guillin Guillin

Agradecimiento

Mi eterno agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, por darme la oportunidad de formarme profesionalmente, a la Facultad Jurídica, Social y Administrativa, a la carrera de Turismo la cual me ha ido forjando en conocimientos, valores éticos y morales para poder servir a la sociedad de manera eficaz, respetando los principios de inclusión, flexibilidad, coherencia y pertinencia.

De la misma manera, agradezco al Ing. Alex Javier Quito Ramón, quien, en calidad de director del trabajo de integración curricular ha sabido orientarme durante el desarrollo de mi trabajo de investigación.

A la Ing. Jhohana Mercedes Larrea Silva Mg.sc, en calidad de docente de la materia quien supo guiarme con paciencia, y sabiduría para el desarrollo del mismo.

Vanessa Alexandra Guillin Guillin

Índice de contenidos

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de contenido	vii
Índice de Tablas	xi
Índice de figuras.....	xiii
Índice de anexos.....	xiii
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. Turismo cultural.....	6
4.1.3. Turismo Rural	6
4.1.4. Agroturismo	6
4.1.5. Gastronomía.....	7
4.1.6. Gastronomía cultural.....	7
4.1.7. Gastronomía típica	7
4.1.8. Producto Turístico.....	7
4.1.9. Elementos del producto turístico	8

4.1.9.1. Atractivo turístico.	8
4.1.9.2. Recursos turísticos.....	8
4.1.9.3. Actividades turísticas.....	8
4.1.9.4. Instalaciones turísticas.....	9
4.1.9.5. Infraestructura turística.....	9
4.1.9.6. Servicios turísticos.....	9
4.1.9.7. La calidad en un producto turístico.	9
4.1.10. Tipos de productos turísticos	9
4.1.10.1.Ruta turística.....	9
4.1.10.2.Circuito turístico.....	9
4.1.10.3.Paquete Turístico	10
4.1.11. Potencial turístico.....	10
4.1.12. Café.....	10
4.1.13. Tipos de café.....	10
4.1.14. Cultura cafetalera.....	11
4.1.15. Turismo cafetero.....	11
4.2. Marco Referencial.....	11
4.2.1. Estudio de factibilidad.....	11
4.2.2. Café Bolívar.....	12
4.2.3. Revitalización de fincas cafetaleras.....	13
5. Metodología.....	14
5.1. Área de estudio.....	14
5.1.1. Ubicación Geográfica.....	14
5.1.2. Coordenadas del Cantón Olmedo.....	15
5.2. Métodos.....	15
5.3. Metodología por objetivos:.....	15
6. Resultados.....	17

6.1.	Diagnóstico de la situación actual del cantón Olmedo.....	17
6.1.1.	Datos generales del cantón Olmedo.....	17
6.1.1.1.	Oferta de servicios del cantón Olmedo	17
6.1.1.1.1.	Alojamiento.....	17
6.1.1.1.2.	Alimentación.....	17
6.1.1.1.3.	Esparcimiento.....	18
6.1.1.1.4.	Otros servicios.....	18
6.1.1.2.	Infraestructura y servicios básicos.....	19
6.1.1.2.1.	Transporte y accesibilidad.....	19
6.1.1.3.	Comunicaciones	19
6.1.1.4.	Sanidad	20
6.1.1.5.	Energía.....	20
6.1.1.6.	Gobernanza.....	21
6.1.1.7.	Organizaciones de apoyo.....	21
6.1.1.8.	Programas	21
6.1.1.9.	Comunidad Receptora	22
6.1.1.10.	Diagnóstico del café del cantón Olmedo.....	22
6.1.2.	Análisis de las encuestas	22
6.1.2.1.	Análisis de los resultados de la encuesta.....	22
6.1.2.2.	Análisis general de los resultados.....	26
6.1.2.3.	Segmentación de mercado.....	28
6.1.2.4.	Segmento 1: visitantes de 18 a 27 años	28
6.1.2.5.	Segmento 2: visitantes de 28 a 37 años	29
6.1.2.6.	Segmento 3: visitantes de 38 a 47 años	29
6.1.2.7.	Segmento 4: de visitantes de 48 a 57 años	29
6.1.2.8.	Segmento 5: de 58 años en adelante.....	30
6.1.3.	Mercado Meta	30

6.1.4.	Análisis de las entrevistas	30
6.1.4.1.	Entrevista a Productores	30
6.1.4.2.	Entrevistas a comerciantes.	31
6.1.5.	Ficha de la demanda.....	31
6.1.5.1.	Demanda turística.....	31
6.1.5.2.	Forma de viaje	31
6.1.6.	Fichas de resumen del MINTUR	32
6.1.6.1.	Atractivos Turísticos	32
6.1.6.2.	Inventario y Jerarquización	32
6.1.7.	Análisis PESTEL	44
6.2.	Alternativas de desarrollo turístico a partir del café.....	44
6.2.1.	Matriz FODA	45
6.2.2.	FODA Estratégico.....	46
6.2.3.	Fichas generales para cada estrategia planteada	50
6.2.4.	Estrategias para el desarrollo turístico del cantón Olmedo en base al café ...	53
7.	Discusión	60
8.	Conclusiones	62
9.	Recomendaciones	63
10.	Bibliografía	64
11.	Anexos	69

Índice de Tablas:

Tabla 1. Cálculo de tamaño de muestra	16
Tabla 2. Establecimiento de alojamiento	17
Tabla 3. Establecimientos de alimentación.....	17
Tabla 4. Establecimientos de recreación.....	18
Tabla 5. Otros servicios	18
Tabla 6. Transporte	19
Tabla 7. Sanidad.....	20
Tabla 8. Centros de Salud	20
Tabla 9. Autoridades del cantón Olmedo.....	21
Tabla 10. Organizaciones de apoyo	21
Tabla 11. Programas que desarrolla el GAD del cantón Olmedo.....	21
Tabla 12. Determinante perfil sociodemográfico	23
Tabla 13. Determinante de residentes, visitantes y no visitantes.....	23
Tabla 14. Determinante del Producto el café.....	24
Tabla 15. Determinantes viajes, productos turísticos promoción, distribución y difusión.....	25
Tabla 16. Atractivos turísticos del cantón Olmedo.....	32
Tabla 17. Ficha 1. Cerro Santa Bárbara	34
Tabla 18. Ficha 2. Parque Central de Olmedo	35
Tabla 19. Ficha 3. Iglesia Santa Teresita de Olmedo.....	36
Tabla 20. Ficha 4. Centro Recreacional Santa Bárbara	37
Tabla 21. Ficha 5. Dulces Artesanales	38
Tabla 22. Ficha 6. Café de Olmedo	39
Tabla 23. Ficha 7. Alforjas.....	40
Tabla 24. Ficha 8. Ramadas o Moliendas	41
Tabla 25. Ficha 9. Fiestas de cantonización.....	42
Tabla 26. Ficha 10. Finca Papa Café	43
Tabla 27. Análisis PESTEL	44
Tabla 28. Matriz FODA	45
Tabla 29. FODA Estratégico.....	46
Tabla 30. Producto turístico en base al café del cantón Olmedo	50
Tabla 31. Emprendimientos turísticos basados en el café	51
Tabla 32. Plan de promoción y difusión para el café de Olmedo	51
Tabla 33. Capacitación a la población en temas turísticos	52

Tabla 34. Estrategia 1. Diseñar un producto turístico en base al café del cantón Olmedo.....	53
Tabla 35. Estrategia 2. Implementación de emprendimientos turísticos basados en el café. .	55
Tabla 36. Estrategia 3. Implementar un plan de promoción y difusión para el café de Olmedo.....	56
Tabla 37. Estrategia 4. Capacitar a la población en temas turísticos para la creación de productos turísticos	58
Tabla 38. Resultado de la primera pregunta a productores.....	83
Tabla 39. Respuesta a la segunda pregunta a productores	84
Tabla 40. Respuesta de tercera pregunta a productores	84
Tabla 41. Respuesta a la cuarta pregunta a productores	85
Tabla 42. Respuesta a la quinta pregunta a productores	85
Tabla 43. Respuesta a la sexta pregunta a productores.....	86
Tabla 44. Respuesta a la séptima pregunta a productores.....	86
Tabla 45. Respuesta a la octava pregunta a productores.....	87
Tabla 46. Resultado de la primera pregunta a comerciantes.....	88
Tabla 47. Respuesta a la segunda pregunta a comerciantes.....	88
Tabla 48. Respuesta a la tercera pregunta a los comerciantes	89
Tabla 49. Respuesta a la cuarta pregunta a comerciantes	89
Tabla 50. Respuesta de la quinta pregunta a comerciantes.....	90
Tabla 51. Respuesta a la sexta pregunta a comerciantes.....	90
Tabla 52. Respuesta a la séptima pregunta a comerciantes	91
Tabla 53. Respuesta a la octava pregunta a comerciantes	92

Índice de figuras:

Figura 1. Mapa de Ubicación del cantón Olmedo	14
--	----

Índice de anexos:

Anexo 1. Oficio de aprobación y designación de director del trabajo de integración curricular	69
Anexo 2. Ficha de Levantamiento de información de comunidades	70
Anexo 3. Encuesta a demandantes del café del cantón Olmedo.....	79
Anexo 4. Entrevista a Productores y Comerciantes.....	83
Anexo 5. Ficha de demanda.....	92
Anexo 6. Ficha del MINTUR	94
Anexo 7. Ficha del INPC.....	95
Anexo 8. Análisis PESTEL	97
Anexo 9. Matriz FODA	97
Anexos 10. Matriz de estrategias.....	98
Anexo 11. Fichas generales para cada estrategia planteada	98
Anexo 12. Estrategias para el desarrollo turístico del cantón Olmedo en base al café	98
Anexo 13. Certificación del Abstract	100

1. Título

“El café como potencial turístico del Cantón Olmedo, provincia de Loja”

2. Resumen

El café de Olmedo es reconocido a nivel nacional e internacional por su calidad, aroma, sabor y producción. Por ende el presente trabajo denominado “El café como potencial turístico del Cantón Olmedo provincia de Loja”, tiene como objetivo general, identificar el potencial gastronómico del café para el desarrollo turístico del cantón, así mismo se plantearon dos objetivos específicos: el diagnóstico del producto “el café” en el cantón Olmedo, para ello se utilizó la metodología de levantamiento de información de comunidades de Carla Ricaurte, se empleó técnicas de observación, encuestas y entrevistas para completar la ficha de demanda, ficha de resumen del MINTUR, un análisis PESTEL y la ficha adaptada del INPC. Para el segundo objetivo específico: Establecer las alternativas de desarrollo turístico a partir del elemento estudiado se utilizó una matriz FODA y luego un FODA cruzado para determinar las estrategias. Dando como resultados que Olmedo cuenta con servicios turísticos y complementarios, las encuestas se las realizó al PEA del cantón Olmedo y su zona de influencia para conocer la demanda potencial, se entrevistó a dos productores y comerciantes para conocer su opinión acerca del café y completar la ficha de la demanda, con las fichas de levantamiento de información de los atractivos del MINTUR, se determinó 10 atractivos turísticos de jerarquía II, se utilizó la ficha adaptada del INPC para conocer el proceso que desarrollan los caficultores y la técnica PESTEL para un análisis externo. Con el FODA se obtuvo las amenazas y potencialidades que posee el café de Olmedo, y el FODA cruzado ayudó a definir las estrategias. Se concluye que el cantón Olmedo tiene potencialidades para desarrollar turismo y un producto turístico en base al café y se tomaron en cuenta 5 estrategias para potencializar turísticamente el café de Olmedo.

Palabras claves: producto turístico, demanda, recursos, atractivos.

2.1. Abstract

Olmedo coffee is recognized nationally and internationally for its quality, aroma, flavor and production. Therefore, the present work called “Coffee as a tourist potential of the Olmedo canton, province of Loja”, has as a general objective, to identify the gastronomic potential of coffee for the tourist development of the canton, likewise, two specific objectives were raised: the diagnosis of the product “the coffee” in the Olmedo canton, for this the Carla Ricaurte community information gathering methodology was used, observation techniques, surveys and interviews were used to complete the demand form, MINTUR summary form, a PESTEL analysis and the INPC adapted sheet. For the second specific objective: Establish tourism development alternatives based on the element studied, a SWOT matrix was used and then a crossed SWOT to determine the strategies. The results were that Olmedo has tourist and complementary services, the surveys were carried out at the EAP of the Olmedo canton and its area of influence to know the potential demand, two producers and merchants were interviewed to find out their opinion about coffee and complete the demand sheet, with the information gathering sheets of the MINTUR attractions, 10 tourist attractions of hierarchy II were determined, the sheet adapted from the INPC was used to know the process developed by coffee growers and the PESTEL technique for an external analysis. With the SWOT, the threats and potential that Olmedo coffee has were obtained, and the crossed SWOT helped define the strategies. It is concluded that the Olmedo canton has the potential to develop tourism and a tourist product based on coffee and 5 strategies were taken into account to potentialize Olmedo coffee for tourism.

Keywords: Tourism product, demand, resources, attractions.

3. Introducción

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar, de residencia habitual por motivos personales o de negocios/ profesionales. Estas personas se denominan visitantes y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (OMT, 2005-2007).

El café es parte de la identidad del Ecuador. Este cultivo, uno de los más antiguos a nivel de la región, integra también la lista de productos que se integran con más fuerza a las iniciativas de comercio exterior y producción libre de deforestación, respondiendo a la demanda en Europa y en el continente asiático. Gracias a la diversidad de ecosistemas en el país, su producción se extiende por todo el territorio ecuatoriano: desde la tradicional provincia de Loja y las exóticas Islas Galápagos, hasta la zona del Carchi (Rikolto, 2019).

El cantón Olmedo se encuentra a 95 Km de la ciudad de Loja, es uno de los más pequeños de la provincia, posee un clima cálido seco, la agricultura es la principal fuente de ingresos económicos, entre sus principales productos está el café, el mismo que ha sido reconocido en varias ocasiones por ser el ganador del concurso de Taza Dorada; también se cultiva otro tipo de productos como es el maní, la caña, y productos elaborados como los bocadillos, melcochas entre otros.

Sin embargo, el café y su cultura ha sufrido un deterioro, pues existe una serie de inconvenientes que han afectado a los mismos en el ámbito del turismo, al existir una carencia de organización por parte del GAD del cantón Olmedo y de los caficultores y la inexistencia de un producto turístico, que resalte las potencialidades del café y que esto les permita a los emprendedores vender su producto, identificarse y ser reconocidos. Además, no existe una valoración turística de este producto ya que las autoridades cantonales no apoyan al turismo que el café atrae, pues no existe un mayor apoyo a los productores y muchas personas prefieren dedicarse a otro tipo de actividades, dejando de lado las raíces cafetaleras que han existido desde hace mucho tiempo atrás.

El reconocimiento de los atractivos y su producto estrella el café permitirá potencializar turísticamente al cantón Olmedo y con esto mejorar la economía de los caficultores del cantón y de la población en general.

La presente investigación planteó como objetivo general “Identificar el potencial gastronómico del café para el desarrollo turístico del cantón Olmedo”, mediante los siguientes

objetivos específicos: primero realizar un diagnóstico del producto “El café” en el cantón Olmedo y a continuación establecer las alternativas de desarrollo turístico a partir del elemento estudiado.

Como referencia de trabajo de integración curricular se tomó en consideración varios estudios relacionados al café, tales como: el estudio de factibilidad del producto turístico experiencial finca Café Morrones, lo cual constituye la creación de un producto turístico, a partir del arraigo cultural y la producción tradicional del café; además el estudio denominado el Café Bolívar como producto del turismo rural, para este estudio se tomó en cuenta la demanda que tiene el productos para determinar el perfil del visitante, la demanda potencial y por consiguiente el desarrollo socioeconómico dentro de la localidad y como último estudio la revitalización de fincas cafetaleras por medio del turismo rural: caso del municipio Coatepec, Veracruz el objetivo de la investigación fue la de analizar las posibilidades de incorporar a los productores de café en actividades agro turísticas para diversificar sus ingresos.

El alcance de la investigación se determinó que tiene potencial para un producto turístico, y para emprendimientos turísticos basados en el café

En cuanto a las limitaciones de la investigación, el GAD del cantón Olmedo no brindó la información necesaria para el desarrollo del trabajo de integración y de la misma manera al momento de realizar las encuestas debido a que los demandantes se negaban en dar respuestas.

4. Marco Teórico

4.1. Marco Conceptual

4.1.1. Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo es aquel que comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros (OMT, 2020).

Es la industria que tiene como objetivo satisfacer las necesidades del turista, siendo este la persona que viaja por placer u otros motivos, permaneciendo una noche, por lo menos, en un medio de alojamiento colectivo o privado del lugar visitado. (Cajal, 2020)

4.1.2. Turismo cultural

El turismo cultural es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, disfrutar y consumir los atractivos/productos materiales e inmateriales de un destino turístico. Estos atractivos/productos guardan relación con un conjunto de elementos materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad, entre ellos las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio gastronómico, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas, con sus estilos de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones (UNWTO, 2018).

4.1.3. Turismo Rural

La OMT entiende al turismo rural como “un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés. Las actividades de turismo rural se desarrollan en entornos no urbanos (rurales) con las siguientes características: baja densidad demográfica, paisajes y ordenación territorial donde prevalecen la agricultura y la silvicultura, y estructuras sociales y formas de vida tradicionales” (UNWTO, 2018).

4.1.4. Agroturismo

Un turismo vinculado a las zonas rurales y a los espacios naturales que parte de un planteamiento respetuoso con el medio ambiente y su entorno, en cuya autenticidad y valor reside el éxito de su desarrollo, lo que lo convierte en un instrumento para la conservación y puesta en valor de los recursos naturales, la protección del medio ambiente y la promoción y fortalecimiento de su identidad cultural (Bernabé, 2010).

4.1.5. Gastronomía

Según López G. & Sánchez C. (2012) plantean que, la gastronomía se está convirtiendo en uno de los factores clave de atracción tanto para definir la competitividad de los destinos turísticos como para la promoción de los mismos. Esto sugiere que el arte culinario de un pueblo o región puede ser el nexo que permita desarrollar el turismo, aun cuando dicho destino no posea otras características típicas de los destinos más visitados, pues la gastronomía por sí sola constituye un atractivo potencial, sin embargo, esta concepción determina que los destinos turísticos deben considerar la importancia de la comida como contribución a la experiencia única que el viajero quiere encontrar como parte de la expresión cultural del área geográfica que visita.

4.1.6. Gastronomía cultural

La gastronomía aporta un acercamiento a la cultura utilizando la comida como eje central. Se trata tanto de técnicas de cocina, datos nutricionales y ciencias de la alimentación, como del manejo profesional de sabores y aromas en la elaboración de un plato culinario. De esa forma, la gastronomía no es simplemente el gusto por la comida o la cocina (Parodi, 2021).

4.1.7. Gastronomía típica

La gastronomía tradicional infunde “un sentimiento de identidad y continuidad”, reconocido por las comunidades, los grupos y en algunos casos, los individuos que lo transmiten de generación en generación y lo recrean en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia. La comida tradicional, entendida como aquella transmitida de generación en generación, además de ser propia, relevante y significativa para una localidad, familia o persona, es analizada generalmente por las ciencias sociales, en particular la antropología, lo que ha sido un pilar fundamental en la patrimonización alimentaria. Sin embargo, desde las ciencias de la salud también se debe revalorar esta aportación a la comprensión de un plato típico, en especial si se examinan los indicadores globales de malnutrición por exceso y que el consumo de una comida tradicional podría permitir el acercamiento a una alimentación más saludable. (Ojeda, 2016)

4.1.8. Producto Turístico

Según la definición de la OMT, un producto turístico es “una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de comercialización de un

destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital". (OMT, UNWTO, s.f.)

4.1.9. Elementos del producto turístico

4.1.9.1. Atractivo turístico. El concepto de atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico (Rivera, 2009).

Los atractivos se clasifican en:

- **Atractivos Naturales:** Son todos los elementos de la naturaleza con determinada atracción que motiva al sujeto a dejar su lugar de origen por un determinado tiempo, con la finalidad de satisfacer necesidades de recreación y esparcimiento como son: los bosques, las playas, lagos, lagunas, aguas termales, entre otros (Cecyte, 2010).
- **Atractivos Culturales:** Según Romero (2017), "es el conjunto de aspectos culturales que ofrece un determinado destino turístico, ya sea un pequeño pueblo, una ciudad, una región o un país, contempla los recursos histórico-artísticos para su desarrollo".

4.1.9.2. Recursos turísticos. Expresiones de la naturaleza, riqueza arqueológica y expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor, que constituyen un elemento importante para la diferenciación del producto turístico (MINCETUR, 2014)

4.1.9.3. Actividades turísticas. Pueden ser variadas de acuerdo a las posibilidades o condiciones que presente el escenario/ espacio para su desarrollo. Las temáticas pueden ser infinitas: naturaleza, aventura, recreación, cultura, belleza, salud, gastronómica, etc. Algunas veces una actividad podrá estar directamente relacionada con su objetivo de viaje y otras podrá ser un elemento de diferenciación o hasta determinante en la extensión de tiempo - duración de un viaje. Por ejemplo: Trekkings, cabalgatas, show artístico folklóricos, paseos en bote, etc (MINCETUR, 2014).

4.1.9.4. Instalaciones turísticas. Instalaciones físicas que se relacionan directamente con el recurso o atractivo turístico y se utilizan para complementar el disfrute de la visita turística. Pueden estar gestionadas por instituciones públicas (orientadores turísticos, información turística, embarque y desembarque para uso turístico, etc.) o por empresas privadas (servicios prestados por los operadores de los servicios de la planta turística) (MINCETUR, 2014).

4.1.9.5. Infraestructura turística. La infraestructura turística se ha definido como la dotación de bienes y servicios con que cuenta un territorio que, además de sostener sus estructuras sociales y productivas, condiciona el desarrollo turístico de un destino (Díaz, 2018).

4.1.9.6. Servicios turísticos. El turismo es actualmente una de las industrias más grandes en el mundo, está formada por múltiples segmentos principalmente en de la hospitalidad, transportación, restauración, agencias de viajes, centros comerciales, etc. Incluye una serie de actividades históricas, culturales de aventura, deportes, de recreación, de entretenimiento entre otras (Goeldner, 2006).

4.1.9.7. La calidad en un producto turístico. Es una cultura empresarial basada en la excelencia, que comprende un nivel externo y otro interno. En el nivel externo se trata de satisfacer a los clientes en la mayor medida posible, partiendo del indispensable conocimiento de sus necesidades, motivaciones y deseos. (Zamora, M. 2019).

4.1.10. Tipos de productos turísticos

4.1.10.1. Ruta turística. Las rutas turísticas son consideradas productos turísticos que están basadas en un recorrido que es presentado con anterioridad y brinda una orientación a los consumidores sobre las actividades que llevarán a cabo en un destino. Las mismas están constituidas por un conjunto de elementos integrales que son ofertados en el mercado turístico (Larrea, E. 2020).

4.1.10.2. Circuito turístico. Los circuitos turísticos son un conjunto de espacios territoriales que forman una misma oferta de bienes y servicios turísticos. Se trata de un recorrido circular o semicircular que parte de un centro emisor o receptor y que cuenta con atractivos y facilidades a lo largo de su ruta. También se entiende por circuito turístico aquel recorrido turístico con regreso al mismo lugar sin pasar dos veces por el mismo sitio (OMT, 2020).

4.1.10.3. Paquete Turístico

El paquete turístico también conocido como “viaje programado” o “viaje combinado, Para Nelida Chan es el conjunto de servicios prestados en base a un itinerario organizado previamente, que es adquirido en forma de bloque a un precio único y global. (Cordova, 2009)

4.1.11. Potencial turístico

La potencial turístico es la relación existente entre los recursos naturales y culturales y su capacidad de satisfacer las necesidades del turista. (Zhingri, 2020)

4.1.12. Café

El café es uno de los productos básicos del mundo que más se comercia. Es el principal producto agrícola de Colombia, y de él depende un porcentaje significativo de la economía y el sustento de gran parte de la población. Se produce en más de 50 países y proporciona un medio de vida a más de 25 millones de familias caficultoras en el mundo entero. Entre los consumidores, el café es una bebida que goza de popularidad universal, y las ventas suponen más de 70.000 millones de dólares al año.

El café es, después del petróleo, el producto comercial más importante del mundo; supera al carbón, al trigo y al azúcar. El cultivo del café es para muchos de los países tropicales en desarrollo una de las pocas actividades económicas en que ellos tienen alguna ventaja comparativa. Este producto no sólo representa un importante origen de divisas, sino que es una de las principales fuentes de ingresos en efectivo de las zonas rurales. Hace posible que países como Colombia puedan comprar bienes manufacturados y estimula la actividad económica interna al otorgar mayor poder adquisitivo a sus agricultores. (Talleyrand, 2005)

4.1.13. Tipos de café

Las especies de café que se cultivan son:

- Coffea libérica ,
- Coffea canephora (Robusta),
- Coffea arábica,
- Coffea eugenoides,
- Coffea anthonyi.

Arábica, libérica y canephora son las que se cultivan comercialmente para la producción de café. Eugenoides y anthonyi son importantes como reserva de germoplasma para los programas de mejoramiento genético. Todas las especies de *Coffea* son leñosas, pero difieren en la altura del arbusto. Las hay desde muy pequeñas de apenas 70 cm hasta muy altas, de casi

18 metros. También se diferencian por el color de sus hojas que pasan por todo tipo de tonalidades de verde y algunas poseen hojas color bronce o con matices púrpura. (Posada, 2019)

4.1.14. Cultura cafetalera

La caficultura para los ecuatorianos es una actividad con una destacada importancia económica, social y ambiental. El café en este país significa generación de ingresos para los caficultores, acopiadores, transportistas y comercializadores, así como ingresos de divisas que contribuyen a dinamizar la economía rural en los territorios productores. El café, además, cumple un importante papel social en Ecuador, directamente relacionado con la participación de los diversos pueblos y etnias, hombres y mujeres, de todas las edades y niveles de escolaridad, en los procesos de producción, transformación y comercialización del café, así como en la generación de empleo, especialmente, en las actividades de cosecha. Los cafetaleros en 23 de las 24 provincias del país, conforman un amplio tejido social con un gran impacto multisectorial.

La importancia ecológica del café en Ecuador radica, por su parte, en la amplia diversidad de suelos en que se cultiva, fundamentalmente en ricos sistemas agroforestales que contribuyen significativamente a la conservación de los recursos filogenéticos, a la captura de carbono y al balance hídrico. (café F. C., 2020)

4.1.15. Turismo cafetero

El turismo cafetero no es un fenómeno nuevo, cuanto menos en países como Costa Rica, Colombia o Brasil, por ejemplo. Sin embargo, las nuevas tendencias en cuanto a demanda del consumidor se refieren, están sentando las bases para un nuevo y renovado impulso a esta actividad. Los consumidores buscan experiencias únicas y auténticas, conectarse con el café y su cultura, y los productores y sus comunidades se esmeran para ofrecerles lo que buscan (Forumcafé, 2021).

4.2. Marco Referencial

Para la presente investigación se tomó en cuenta las presentes tesis y artículos relacionados:

4.2.1. Estudio de factibilidad del producto turístico experiencial finca Café Morronés.

El siguiente trabajo constituye la creación de un producto turístico, a partir del arraigo cultural y la producción tradicional del café por la familia Porras en la finca el Porvenir de la vereda Morrón en el corregimiento de la Bella del municipio de Pereira. Mediante la valoración

de los recursos naturales y culturales, se realizó el espectro de oportunidades teniendo en cuenta que las actividades principalmente se encaminan a salvaguardar el patrimonio, propiciando una estrategia de arraigo y así evitar la deserción del campo, brindando herramientas dentro del turismo sostenible en pro de mejorar la mirada tradicional de la ruralidad, dentro de la posibilidad de diversificar a través de una unidad de negocio dentro de la Finca Cafetera, por otro lado presenta un estudio de mercado rápido, a partir del déficit de la oferta relacionada con el producto experiencial de café, dentro del producto turístico de la ciudad de Pereira.

Dentro del diseño y desarrollo de las actividades turísticas, se busca brindar una experiencia memorable a los turistas extranjeros y nacionales, para esto se diseñaron tres productos a través de los cuales se pretende reflejar el arraigo de la cultura cafetera que se ha conservado por cinco generaciones, para lo cual fue necesario establecer un análisis de viabilidad financiera, con el fin de definir la factibilidad del proyecto en cuanto a la venta del producto turístico diseñado, trazando para este un plazo máximo de cinco años. (Mejía Rivera , Mendez Guerrero , & Porras Moreno , 2017).

4.2.2. Café Bolívar como producto del turismo rural

En la presente investigación se basó en el análisis de la finca “Café Bolívar” la cual está ubicada en el Recinto Naranjal a 20 minutos del cantón Jipijapa, en la cual se hace sembríos y la respectiva recolección mediante la técnica manual selectiva que se da año a año entre los meses de agosto y septiembre, su propietario es el Ing. Bolívar Fabián Mendoza Marcillo. La finca posee un clima tropical seco y una altitud de 265 m.s.n.m.

Para identificación de la demanda que tiene el producto “Café Bolívar” se elaboró una encuesta la cual fue realizada en el cantón Puerto López con la cual se determinó el perfil del visitante y la demanda que posee la finca cafetalera, luego establecimos la producción que se genera en la finca información que fue adquirida a través de una entrevista al propietario de la finca con preguntas como; producción que se genera por año, superficie cultivada, tipo de café y variedad cultivada para posterior ubicación de dicha información en fichas de elaboración propia, se procedió a diseñar la oferta de turismo rural en base al producto “Café Bolívar” considerando las características y potencialidades de la finca y zonas aledañas se elaboraron itinerarios turísticos con la finalidad de ofertar los paquetes turísticos y dar impulso a la economía de la sociedad.

En consecuencia, la propuesta a trazar es promocionar la finca “Café Bolívar” como producto de turismo rural y que por lo consiguiente haya un desarrollo socioeconómico dentro

de esta localidad. Se elaboró el marco teórico para de esa manera fundamentar el objetivo de estudio la metodología utilizada correspondió al método hermenéutico, estudio analítico y de observación, las técnicas fueron la encuesta, la entrevista y la observación de campo (Pin Figueroa & Mendoza Guitierrez, 2018).

4.2.3. Revitalización de fincas cafetaleras por medio del turismo rural: caso del municipio Coatepec, Veracruz

El modelo económico neoliberal y la liberalización comercial del café trajo consigo rezagos en la actividad, desplazamiento de la producción interna que ocasionó el cierre de campos productivos poco competitivos en el mercado global y conflictos sociales como la pobreza y la migración. Ante esto, se impulsaron opciones como programas de bienestar social y empleo rural no agrícola (ERNA) entre ellos el turismo rural.

La investigación se realizó en el municipio de Coatepec, Veracruz, productor de café y declarado pueblo mágico. El objetivo de la investigación fue analizar las posibilidades de incorporar a los productores de café en actividades agroturísticas para diversificar sus ingresos. Se aplicó una encuesta a 72 productores de café del municipio de Coatepec, Veracruz. Los resultados muestran que los cafecultores del municipio tienen baja escolaridad, edad avanzada y bajos rendimientos de café. Más de 50% les gustaría ofertar servicios agroturísticos en la poda, fertilización, plantación, cosecha y paseo por senderos.

Asimismo, necesitan apoyos e infraestructura para la implementación de proyectos turísticos. Se concluye que los bajos rendimientos, falta de apoyos gubernamentales. y la baja rentabilidad del café inciden en la posibilidad de los productores en participar en actividades turísticas como complemento a sus actividades cafetaleras según (Apodaca et al., 2014).

5. Metodología

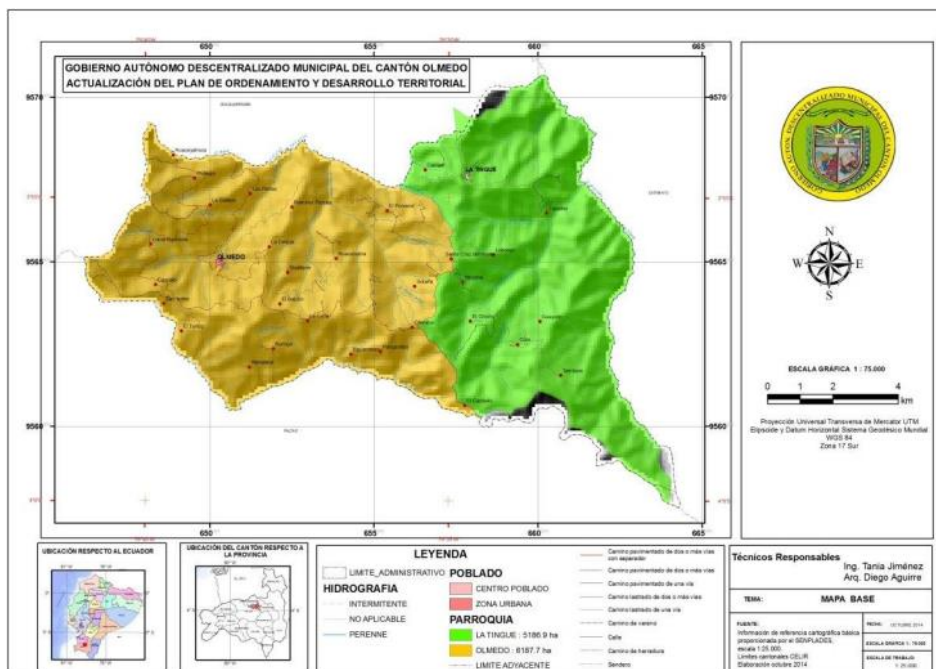
5.1. Área de estudio

La presente investigación se realizó en el cantón Olmedo perteneciente a la provincia de Loja, es un sitio que uno tiene que visitar para conocer, enriquecido con innumerables tradiciones culturales en diversos ámbitos y especificidades, tanto artesanales y productivas, como artísticas y culinarias.

La mayor riqueza del cantón Olmedo es su gastronomía, específicamente el café, que es uno de los principales atractivos del cantón Olmedo, ya que el mismo es conocido a nivel nacional, las actividades de cultivo y producción que realizan sirven para el sustento de las familias, en algunos casos se efectúa el pilado manual que le da un brillo particular y un sabor exquisito, por ello, es considerado el mejor del Ecuador e incluso en el extranjero tiene alta demanda.

5.1.1. Ubicación Geográfica

El cantón Olmedo está ubicado en la Provincia de Loja, es el más pequeño pero su grandeza está en sus habitantes que han recibido reconocimientos a nivel nacional por su producción de café y otros productos en menor escala como el maní, productos frutales y granos. A continuación, en la figura 1 se muestra el mapa del área de estudio que corresponde al cantón Olmedo (**Ver figura 1**).



Fuente: Gad de Olmedo
Figura 1 Mapa de Ubicación del cantón Olmedo

5.1.2. *Coordenadas del Cantón Olmedo*

Latitud: -3.934,
Longitud: -79.648
3° 56' 2" Sur, 79° 38' 53" Oeste

5.2. Métodos

Para el desarrollo del proyecto de investigación se aplicaron distintos métodos y técnicas de investigación. Los referentes que ayudaron a comprender en mejor forma el problema a investigar.

- Método analítico: Este método se utilizó para realizar un análisis actualizado del cantón Olmedo, la información trató sobre su cultura gastronómica y sobre su desarrollo en la actividad turística en la actualidad.
- Método deductivo: Este método ayudó con la información real y datos generales del cantón Olmedo.
- Método descriptivo: Este método se lo aplicó para investigar antecedentes y características más relevantes dentro del campo de estudio.
- Método Bibliográfico: Este método se utilizó para la recopilación de información de fuentes bibliográficas seguras como: libros, páginas web entre otros.

5.3. Metodología por objetivos:

Para dar cumplimiento con el primer objetivo específico: **“Realizar un diagnóstico del producto El Café en el cantón Olmedo”**, se realizó trabajo de campo donde se cumplieron las siguientes actividades: para el desarrollo del diagnóstico se utilizó la matriz de levantamiento de información de las comunidades de Carla Ricaurte, ajustándola a la realidad del cantón Olmedo, para lo cual se tomó en consideración las técnicas de observación, encuestas y entrevistas, de esta manera se consiguió recopilar datos de la comunidad, para llenar la información de la ficha de demanda y un análisis mayormente cualitativo.

Para el estudio de las características y potencialidad del producto analizado, se levantó las fichas de atractivos turísticos del MINTUR, considerando que se trata de un recurso turístico que puede convertirse en atractivo, específicamente una manifestación cultural. Cabe señalar que se complementó el estudio del producto café mediante la aplicación de la ficha adaptada del INPC, información que fue trasladada a la tabla 22, ficha 6 de resumen de atractivos levantada por (Ojeda, 2020) y trabajo de campo para este tipo de elementos que forman parte de la gastronomía lojana

Para el estudio de demanda del producto investigado se aplicaron encuestas a los posibles demandantes tomando en cuenta el PEA del área de influencia del lugar de estudio que más demandan este producto.

Con la finalidad de determinar el número de encuestas a realizarse se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = (Z^2 * N * p * q) / (e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q)$$

Tabla 1 Cálculo de tamaño de muestra

Poblaciones de Referencia	PEA base 2010	Tasa de crecimiento	PEA 2022
Olmedo	1 600	-1,76%	1 293
Paltas	8 526	-0,41%	8116
Chaguarpamba	2 719	-1,09%	2384
Catamayo	11 738	1,40%	13 869
Loja	91 978	2.27%	113 235
TOTAL			138 897

Fuente: INEC 2010

n= tamaño de la muestra

N= tamaño de la población ()

Z= nivel de confianza (95...%) / (Za=1,96)

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

Q= Probabilidad de fracaso (50%)

E(d)= Precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) (5%)

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 138\,897 \times 0,5 \times 0,50}{(0,05)^2 \times (138897 - 1) + (1,96)^2 \times 0,50 \times 0,50} = \frac{133\,396,679}{348,2004} = 383,10$$

Una vez aplicada la fórmula con los datos correspondientes al cantón Olmedo y su zona de influencia se obtuvo el siguiente resultado:

383,10 = Personas por encuestar 383

Se completó la información con la aplicación de la técnica PESTEL.

Para el cumplimiento del segundo objetivo: “**Establecer las alternativas de desarrollo turístico a partir del elemento estudiado**” se lo cumplió con la elaboración de una matriz FODA, para después realizar el FODA estratégico, basado en el resultado del objetivo 1, lo cual ayudó a crear posibles propuestas o alternativas para el producto estudiado a partir de los objetivos estratégicos que se obtengan de este FODA estratégico.

6. Resultados

6.1. Diagnóstico de la situación actual del cantón Olmedo.

Una vez aplicada la metodología de levantamiento de información de Carla Ricaurte se obtuvieron los siguientes resultados.

6.1.1. Datos generales del cantón Olmedo

Olmedo se encuentra ubicado en la parte noroeste de la provincia de Loja, dentro de su extensión territorial lo conforman dos parroquias, una urbana como lo es “Olmedo” conocida también como Santa Bárbara, y otra rural denominada “La Tingue”. Tiene un aproximado de 4870 habitantes en el conglomerado urbano. (Olmedo, 2019-2023)

6.1.1.1. Oferta de servicios del cantón Olmedo

6.1.1.1.1. Alojamiento. El cantón Olmedo solo cuenta con un establecimiento que ofrece servicio de hospedaje denominado “Hostería Olmedo”, el mismo se encuentra a 2 km del centro del cantón, sus características se presentan en la tabla 2.

Tabla 2 Establecimiento de alojamiento

N°	Nombre del establecimiento	del Servicios actividades que oferta	y Habitaciones	Propietario	Catastrado
1	“Hostería Olmedo”	<ul style="list-style-type: none">• Hospedaje• Alimentación• Catering• Senderismo• Eventos sociales (200 pax)	Habitaciones 11 N° plazas: 20	Sr. Luis Machuca Teléf. 0959200513	NO

Fuente: (Ojeda, 2020) / Trabajo de campo

6.1.1.1.2. Alimentación. Existen 6 establecimientos que ofrecen el servicio de alimentación, la mayoría ubicados en el centro del cantón, sus características se presentan en la tabla 3.

Tabla 3 Establecimientos de alimentación

N°	Nombre del establecimiento	del Servicios	Capacidad	Propietario	Catastrado
1	El Sabor Olmedense	Comida típica, Desayunos, Almuerzos, Cenas	25 pax	Sra. Mercedes Carrión Teléf. 0968548836	NO
2	Coffe Break Light	Comida saludable (Certificación MSP), desayunos,	15 pax	Sr. Carlos Espinoza Teléf. 0987480120	NO

		almuerzos, cenas			
3	Reina del Cisne	Desayunos, almuerzos, cenas	20 pax	Sra. Carmen Vargas Teléf. 0979514570	NO
4	Restaurante sin nombre	Desayunos, almuerzos, cenas	20 pax	Sra. Luz Herrera Teléf. 0959424777	NO
5	Suko's House Bar	Desayunos, almuerzos, cenas, mariscos	20 pax	Sr. Leonardo Armijos Teléf. 0990892420	NO
6	Asadero "La Bahía"	Pollo asado, desayunos, almuerzos, cenas	12 pax	Sra. María Ochoa	NO

Fuente: Trabajo de campo

6.1.1.1.3. Esparcimiento. Se debe tener en consideración que el cantón Olmedo cuenta con 2 lugares de esparcimiento los cuales se describen a continuación en la tabla 4.

Tabla 4 Establecimientos de recreación

N°	Nombre	Capacidad	Clasificación
1	Centro Recreacional Santa Barbara	200 pax	Instalaciones recreativas
2	Suko's House Bar	30 pax	Bar

Fuente: Trabajo de campo

6.1.1.1.4. Otros servicios. Entre los servicios complementarios de la actividad turística son los bancos que dan facilidad a los visitantes.

Tabla 5 Otros servicios

N°	Nombre	Clasificación
1	BanEcuador	Banco
2	Banco del Barrio (Banco de Guayaquil)	Servicios Bancarios
3	Mi Vecino (Banco de Pichincha)	Servicios
4	Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo	Servicios Bancarios

Fuente: Trabajo de campo

6.1.1.2. Infraestructura y servicios básicos

6.1.1.2.1. *Transporte y accesibilidad.* Las principales vías de acceso a la comunidad son de primer orden pavimentada y asfaltada, y en el centro es adoquinada, para llegar algunos barrios la vía es de tierra, tiene señalización vial pero no cuenta con señalización turística. (Ojeda, 2020)

También existe una cooperativa de taxis de 8 unidades que la mayoría trabaja las 24 horas ofreciendo el servicio dentro y fuera del cantón, y 4 camionetas que ofrecen el servicio hacia la parroquia rural la Tingue, la cual se describe a continuación en la tabla 6.

Tabla 6 Transporte

Nombre de la cooperativa	Estación/terminal	Tipos de transporte (Marque con una x)		Frecuencia del servicio	Tipo de vehículo
		Local	Inter-Cantonal		
Cooperativa de Transportes Cariamanga	Terminal		x	2 veces al día	Bus
Cooperativa de Transportes Catamayo	Terminal		x	2 veces al día	Bus
Taxi “Y de Olmedo”	Estación	x		Diario	Auto
Taxi trans la Tingue	Estación	x		Diario	Camioneta

Fuente: Trabajo de campo

6.1.1.3. Comunicaciones

En el cantón existe el servicio de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), cumple con los servicios de telefonía fija y móvil, planes de datos, televisión por suscripción, Claro presta el servicio de telefonía fija y móvil, cobertura de 2G, 3G, y 4G, DIRECTV y TV , Tv privado, haciendo uso del mismo el 47.20% de la población, la presencia de señal de celular con la operadora claro considerando que la cobertura no es lo suficientemente adecuada. Hay 3 cybers que prestan el servicio de internet y no existen oficinas de correo.

6.1.1.4. Sanidad

El cantón Olmedo tiene 28 captaciones lo que asegura el consumo de agua de la mayor parte de la población; bajo caudal en las captaciones de agua potable en época de verano su porcentaje de cobertura se describe a continuación en la tabla 7.

Tabla 7 Sanidad

Agua Potable	
Procedencia	% de cobertura
Rio, vertiente, acequia o canal	51,4%
Red Publica	39,2%
Pozos	7%
Carro repartidor	2,4%

Fuente: (Ojeda, 2020)

Es importante señalar que en el cantón Olmedo, algunas de las viviendas utilizan pozo séptico y letrina sanitaria como eliminación de excretas ya que solo un 25% de la población dispone de alcantarillado sanitario.

El manejo de la basura se lo realiza mediante un carro recolector, por el centro del cantón y algunos barrios, se realiza dos veces a la semana, los lunes de 08h:00am a 10h:00am para residuos orgánicos y los días martes con el mismo horario para residuos inorgánicos.

Los establecimientos de salud con los que cuenta el cantón Olmedo son dos los cuales se muestran a continuación en la tabla 8.

Tabla 8 Centros de Salud

	Parroquia	Dirección	Servicios
Centros de Salud	Olmedo	Benjamín Jiménez, a 1 cuadra de la UPC	-Apoyo diagnóstico y terapéutico.
	La Tingue	A 50m de la casa comunal	- Cuidados de enfermería. -Enfermería -Internación - Medicina familiar

Fuente: (Ojeda, 2020)

6.1.1.5. Energía

El servicio de energía eléctrica en el cantón tiene 99% de cobertura la Empresa Eléctrica del Sur S.A. (Olmedo, 2019-2023)

Olmedo cuenta con un solo lugar de abastecimiento de combustible ubicado vía a la Costa, a 5 kilómetros del centro del cantón.

6.1.1.6. Gobernanza

En cuanto a la gobernanza del periodo 2019-2023, se encuentra distribuido de la siguiente manera como se evidencia en la tabla 9.

Tabla 9 Autoridades del cantón Olmedo

Alcalde	Vicealcalde	Concejales
Dr. Klever Sánchez Armijos Mg. Sc.	Sr. José Encalada Flores	Sra. Cynthia Lizbeth Carrión Medina. Ing. Julio Vicente Ayala Robles Ing. Lupe Melinda Armijos Armijos Sr. Jorge Eduardo Peralta Sánchez

Fuente: Trabajo de campo

6.1.1.7. Organizaciones de apoyo

En cuanto a las organizaciones existentes dentro del cantón Olmedo, se identifican las siguientes en la tabla 10.

Tabla 10 Organizaciones de apoyo

Organizaciones Deportivas	Organizaciones de salud
Liga cantonal Club Santa Bárbara Club Olmedo Club la Dolorosa Club Boca Juniors	Brigadas medicas Ferias de salud Campañas de vacunación

Fuente: Trabajo de campo

6.1.1.8. Programas

Dentro de los programas que desarrolla el Gad del cantón Olmedo, se describen a continuación en la tabla 11.

Tabla 11 Programas que desarrolla el GAD del cantón Olmedo

Programas Sociales	Beneficiarios Olmedo	Unidades	Fecha
Bono de desarrollo urbano	1512	Madres, adultos mayores y personas con discapacidad	2014
Crédito de desarrollo urbano	1	Madres, adultos mayores y personas con discapacidad	2014
Instituto de la niñez y la familia	283	Niños y Niñas	2012

Fuente: Trabajo de campo

6.1.1.9. Comunidad Receptora

La economía del Cantón Olmedo, se basa en la producción y comercialización de productos agrícolas, un gran porcentaje de las familias que se dedican a esta rama de actividad cultivan productos como: café, caña de azúcar, maíz, frutas.

En cuanto al turismo, Olmedo va adquiriendo importancia como eje de desarrollo económico local. En los últimos años, se ha venido desarrollando proyectos relacionados al turismo comunitario y cultural.

6.1.1.10. Diagnóstico del café del cantón Olmedo

La agricultura es la principal actividad de sus pobladores, siendo el café el producto protagonista que todo visitante desea saborear.

De este cantón ha salido el mejor café del Ecuador y muchos turistas conocedores y amantes a este producto saben que el café de Olmedo es un referente internacional.

El cantón Olmedo ha sido ganador en varias ocasiones de diferentes Ediciones de Tazas de Doradas, dándole así un realce al producto estrella del cantón.

Olmedo ha sido ganador en tres ediciones de taza dorada Loja, en el 2009 con un total de 35 participantes con sede en Loja el Sr. Encalada Cueva Jorge Eduardo de la Asociación ESCOFFEE fue el ganador con un puntaje de 84,55, en el 2013 con un total de 86 participantes con sede en Guayaquil fue ganadora la Asociación ESCOFFEE S.A integrada por 8 caficultores Olmedenses con un puntaje de 87,00 puntos, y en el 2014 con 81 participantes y con sede en Vilcabamba- Loja fue ganadora la asociación ACOPOC con un puntaje de 89,20 puntos

Estos primeros puestos lo colocaron en uno de los mejores cafés especiales del mundo, lo que le dio prestigio a la zona y permitió vender a un alto precio el grano ganador para reinvertir el premio en los cultivos y mayor desarrollo para la región.

6.1.2. Análisis de las encuestas aplicadas a la demanda potencial del café del cantón Olmedo

6.1.2.1. Análisis de los resultados de la encuesta

Para la aplicación de la encuesta se estableció un cuestionario de 23 preguntas, 7 de ellas fueron encaminadas para conocer el perfil sociodemográfico, y 16 acerca del cantón y del café de Olmedo, fueron aplicadas a 4 cantones cercanos y del lugar de estudio. La encuesta se realizó de forma mixta es decir tanto virtuales y físicas.

A continuación, se describen los resultados:

Tabla 12 Determinante perfil sociodemográfico

Variable (n=383)	Categorías	Frecuencia Absoluta	Porcentaje %
Sexo	Masculino	179	46,7%
	Femenino	204	53,3%
Edad	De 18 a 27	37	9,7%
	De 28 a 37	22	5,7%
	De 38 a 47	132	34,5%
	De 48 a 57	135	35,2%
	De 58 en adelante	57	14,9%
	Ingresos mensuales	Menos de 425\$	82
	De 425\$ a 800\$	270	70,5%
	De 801\$ a 1000\$	31	21,4%
	De 1001\$ a 1200\$	0	0%
	Más de 1200\$	0	0%
Nivel de instrucción	Sin estudios	0	0%
	Primaria	65	17%
	Secundaria	233	60,8%
	Tercer Nivel	82	21,4%
	Cuarto Nivel	3	0,8%
Estado Civil	Casado (a)	162	42,3%
	Soltero (a)	116	30,3%
	Viudo (a)	44	11,5%
	Unión de hecho	33	8,6%
	Divorciado (a)	28	7,3%
Ocupación	Empleado Público	216	56,4%
	Empleado Privado	68	17,8%
	Jubilado	48	12,5%
	Sin empleo	19	5%
	Estudiante	32	8,4%
Cantón de Procedencia	Olmedo	19	5%
	Paltas	25	6,5%
	Chaguarpamba	9	2,3%
	Loja	301	78,6%
	Catamayo	29	7,6%

Fuente: Encuestas realizadas

Tabla 13 Determinante de residentes, visitantes y no visitantes

Variable	Categorías	Frecuencia Absoluta	Porcentaje %
Usted reside en el cantón Olmedo	SI	16	4,2%
	No	367	95,8%
	Si	191	52%

Usted ha visitado o conoce el cantón Olmedo	No	176	48%
¿Con quién ha visitado el cantón Olmedo?	Solo	14	7,3%
	Amigos	76	39,8%
	Pareja	12	6,3%
¿Cuál fue su motivación para conocer el cantón Olmedo?	Familiares	89	46,6%
	Turismo	116	60,7%
	Trabajo	18	9,4%
¿Usted ha degustado el café de Olmedo?	Visita a familiares	57	29,8%
	Si	298	77,8%
	No	85	22,2%

Fuente: Encuestas realizadas

Tabla 14 Determinante del Producto el café

Variable (n=298)	Categorías	Frecuencia Absoluta	Porcentaje %
Piensa usted que, ¿La actividad cafetalera genera desarrollo turístico y económico del cantón Olmedo?	Si	295	99%
	No	3	1%
¿Las potencialidades de la actividad cafetalera pueden apoyar al desarrollo de productos turísticos para el cantón?	Si	298	100%
	No	0	0%
A través de que emprendimientos basados en el café se puede aportar al desarrollo turístico.	Restaurante de comida tradicional direccionado al café	117	39,3%
	Tienda cafetalera y de souvenirs	179	60,1%
	Agricultura dedicada 100% al café	1	0,6%
¿Cuál sería su motivación principal para realizar actividades relacionadas con el café?	Degustar	57	19,1%
	Conocer el proceso de siembra producción y consumo	204	68,5%
	Aprender el proceso del café	43	14,4%
	Relación social con otra cultura y sus tradiciones	57	19,1%

Fuente: Encuestas realizadas

Tabla 15 Determinantes viajes, productos turísticos promoción, distribución y difusión

Variable (n=298)	Categorías	Frecuencia Absoluta	Porcentaje %
Si en el cantón Olmedo se ofrecen viajes organizados ¿Estaría dispuesto a comprar el servicio?	Definitivamente Si	147	49,3%
	Definitivamente No	0	0%
	Probablemente Si	150	50,3%
	Probablemente No	1	0,3%
En caso que se lanzará el viaje organizado. ¿Con que frecuencia lo visitaría?	Una vez al año	100	33,6%
	2 veces al año	64	21,5%
	3 veces al año	93	31,2%
	Más de 3 veces al año	41	13,8%
¿A través de qué actividades desearía que se dé a conocer más el café de Olmedo?	Feria Gastronómica	180	60,4%
	Concurso de cafés especiales	73	24,5
	Exposiciones fuera de la localidad	44	14,8%
	Giras demostrativas	43	14,4%
¿A través de que producto turístico cree que el café de Olmedo generaría mayor desarrollo del cantón?	Ruta Cafetalera	189	63,5%
	Tours de café	60	20,1%
	Caminatas por fincas	49	16,4%
¿Qué medios de comunicación le gustaría que se realice la promoción y difusión de este producto?	Redes sociales Instagram, tik tok Facebook, Twitter	243	81,5%
	Plataformas digitales, páginas web, blog, foros	16	5,4%
	Medios tradicionales, televisión, periódicos, radio	39	13,1%
¿Por qué medios de distribución le gustaría adquirir un producto turístico basado en el café ?	Agencias de viajes	159	53,4%
	Tiendas- Almacenes tradicionales artesanales	97	32,6%
	Tiendas virtuales	42	14,1%
¿Le gustaría que el cantón Olmedo tuviera su marca inspirada en el café?	Si	292	98%
	No	6	2%

Fuente: Encuestas realizadas

6.1.2.2. Análisis general de los resultados

- **Determinantes sociodemográficos**

Los determinantes sociodemográficos, permitieron conocer el perfil del turista, en lo que respecta a la variable sexo de los 383 encuestados el 53,3% corresponde al sexo femenino y el 46,7% al sexo masculino, la edad el 9,7% tiene de 18 a 27 años, el 5,7% de 28 a 37, el 34,5 corresponde a las personas que tienen de 38 a 47 años, y el 14,9 de 58 en adelante, el rango de edad de la demanda turística es de 35,2 que pertenece a personas de 48 a 57 años.

En la variable de ingresos mensuales de los 383 encuestados el 8,1% tiene ingresos de 801\$ a 1000 dólares mensualmente, el 21,4% tiene ingreso de menos de 425\$ y el mayor de nuestra demanda que corresponde al 70,5% tiene ingresos mensuales de 425\$ a 800\$ dólares. En la variable de nivel de instrucción, de los 383 encuestados el 17% tiene estudios a nivel de primaria, el 21,4% tiene estudio de tercer nivel, el 0,8% estudios de cuarto nivel, y el 60,8% estudios de nivel de secundaria siendo el de mayor rango. En la variable de estado civil de los 383 encuestados el 30,3% están solteros, el 11,5% están viudos, el 8,6% se encuentran en unión de hecho, el 7,3% ya se han divorciado y el mayor rango es de 42,3% son personas que se encuentran casados. En la variable ocupación, de los 383 encuestados el 17,8% son empleados privados, el 12,5% son personas jubiladas, el 5% se encuentran sin empleo, el 8,4% son estudiantes y el rango mayor con el 56,4% son empleados públicos. De la variable del cantón de procedencia, de los 383 de los encuestados el 5% son las personas residentes del cantón Olmedo, el 6,5% pertenecen al cantón Paltas, el 2,3% pertenecen al cantón Chaguarpamba, el 7,6% al cantón Catamayo, y el rango mayor que es el 78,6% pertenecen al cantón Loja.

- **Determinante de residentes, visitantes y no visitantes**

Esta determinante ayuda a identificar los residentes, aquellas personas que han visitado el cantón Olmedo, la forma de viaje, y además de conocer si han degustado el café para de esta manera establecer nuestra demanda potencial.

En la variable si reside en el cantón Olmedo de las 383 personas encuestadas el 4,2% si reside, y el 95,8% no residen. De las personas que han visitado el cantón el 52% respondieron que si han visitado, y el 48% no ha visitado el lugar, a las personas que respondieron que sí, se les agrega preguntas para conocer su forma de viaje, por ende se desea conocer con quien visitaron el cantón Olmedo de los cuales se obtuvo las siguientes datos: de las 191 personas el 7,3% han visitado solo el cantón, el 6,3% han visitado en familia, el 39,8% con amigos y el de mayor rango que es el 46,6% visitaron el cantón con sus familiares.

Para conocer su motivación de viaje, de las 191 personas encuestadas el 9,4% lo realizó por motivo de trabajo, el 29,8% lo hizo por visita a familiares, y el de mayor rango con el 60,7% visito el cantón por turismo.

En la variable si ha degustado el café de los 383 encuestados el 22,2% respondieron que no han probado el café Olmedense, y el de mayor rango 77,8% si han degustado del mismo, por ende, nuestra demanda potencial es de 298 personas ya que estas personas conocen el producto el café.

- **Determinante del Producto el café**

En la variable de la actividad cafetalera genera desarrollo turístico y económico para el cantón de los 298 encuestados el 1% considera que no ayuda al desarrollo turístico y económico de algún lugar, y el 99% considera que la actividad cafetalera si puede generar desarrollo turístico y económico.

En la variable de las potencialidades de la actividad cafetalera 100% de los encuestados respondieron que las misma si apoyan al desarrollo de productos turísticos para el cantón.

En la variable de los emprendimientos basados en el café que pueden aportar al desarrollo turístico de los 298 de los encuestados el 0,6% agrega que una agricultura dedicada 100% al café puede aportar mucho al desarrollo de productos turísticos, el 39,3% menciona que un restaurante de comida tradicional direccionado al café ayudaría mucho, y el 60,1% una tienda cafetalera y de souvenirs puede aportar al desarrollo turístico.

En la variable de la motivación principal para realizar actividades relacionadas con el café de los 298 encuestados en 14,4% le gustaría aprender el proceso del café con prácticas vivenciales, 19,1% le gustaría degustar el café en todas sus presentaciones, el 68,5% desearía conocer el proceso de siembra producción y consumo del café, y de la misma manera el 19,1% le gustaría establecer una relación social con otras culturas y sus tradiciones.

- **Determinantes viajes, productos turísticos, promoción, distribución y difusión**

En la variable de si en el cantón Olmedo se ofrecen viajes organizados, de los 298 encuestados, el 0,3% probablemente no estaría dispuesto a comprar el servicio, el 49,3% mencionó que definitivamente si compraría un viaje organizado, y el 50,3% probablemente si estaría dispuesto a comprar un viaje organizado.

En caso que se lanzará el viaje organizado con qué frecuencia lo visitaría, de los 298 encuestados el 13,8% viajaría más de 3 veces al año, el 21,5% lo visitaría 2 veces al año, el 31,2% lo visitaría 3 veces al año, y el 33,6 viajaría una vez al año.

En la variable de a través de actividades desearía que se dé a conocer más el café de Olmedo, de los 298 encuestados, el 14,4% le gustaría que se realizara giras demostrativas de café, el 14,8% prefiere las exposiciones fuera de la localidad, el 24,5% desearía un concurso de café especiales, y el 60,4% le gustaría que se realice una feria gastronómica.

A través de que producto turístico cree que el café de Olmedo generaría mayor desarrollo del cantón, de los 298 encuestados el 16,4% menciona que realizar caminatas por fincas es una buena opción, el 20,1% realizar tours basado en el café, y el 63,5% le gustaría una ruta cafetalera.

Porque medios de comunicación le gustaría que se realice la promoción y difusión de este producto, de los 298 encuestados el 5,4% prefiere las plataformas digitales, páginas web, blog, foros, el 13,1 prefiere los medios tradicionales televisión, periódicos y radio, y el 81,5% prefiere las redes sociales como Instagram, Tik tok , Facebook y Twitter.

Porque medios de distribución gustaría adquirir un producto turístico basado en el café de los 298, el 14,1% le gustaría por medio de tiendas virtuales, el 32,6% le gustaría por medio de tiendas o almacenes tradicionales artesanales, y el 53,4% mediante agencias de viaje.

En la variable de marca turística de los 298 encuestados, el 2% dice que no le gustaría que Olmedo tuviera su marca inspirada en el café, el 98% menciona que si le gustaría que de la marca.

6.1.2.3. Segmentación de mercado

Una vez obtenidos los resultados de las encuestas, se identificó cinco segmentos de mercado determinado por edades de las personas encuestadas.

6.1.2.4. Segmento 1: visitantes de 18 a 27 años

En este segmento se encuentra 37 encuestados, misma que les interesa conocer más de las potencialidades del café y de las actividades que se pueden realizar a raíz del mismo, además de conocer el proceso de siembra, producción y consumo y les llama la atención la relación social con otra cultura y sus tradiciones, están definitivamente dispuesto a comprar un viaje organizado hacia el cantón Olmedo, y viajarían 2 veces al año, en actividades de promoción y difusión para que se dé a conocer más el café prefieren un feria gastronómica o giras demostrativas, el producto turístico que creen que generara mayor desarrollo turístico al cantón es una ruta cafetalera, los medios de comunicación que prefieren para la promoción de este producto son las redes sociales como Instagram, Facebook y Twitter, y como medios de distribución tiendas y almacenes tradicionales artesanales y si les gustaría que el cantón Olmedo tuviera su marca inspirada en el café.

6.1.2.5. Segmento 2: visitantes de 28 a 37 años

En este segmento se encuentran 22 personas encuestadas mismas que consideran que la actividad cafetalera y sus potencialidades si apoyan para generar desarrollo turístico y económico sobre el cantón, además consideran que una tienda cafetalera y de souvenirs también apoyaría al desarrollo, ya que sus principales motivaciones para realizar actividades relacionadas con el café son aprender el proceso del café, conocer el proceso de siembra, producción y consumo, además de tener una relación social con otra cultura y sus tradiciones, además que probablemente si viajaría a Olmedo unas 3 veces al año. Las actividades de promoción y difusión para que se dé a conocer el café son una feria gastronómica y exposiciones fuera de la localidad, el producto turístico que este segmento prefiere son las caminatas por fincas, utilizaría los medios tradicionales como televisión, periódicos, radio como medios de comunicación para la promoción, y para la distribución lo haría mediante tiendas y almacenes tradicionales artesanales, con respecto a la marca, si le gustaría que Olmedo tenga su marca inspirada en el café.

6.1.2.6. Segmento 3: visitantes de 38 a 47 años

En este segmento de mercado se encuentran 132 personas, mismas que piensa que la actividad cafetalera y sus potencialidades si apoyan al desarrollo turístico y económico del cantón, el emprendimiento que puede aportar al desarrollo turístico es una tienda cafetalera y de souvenirs, su motivación principal para realizar actividades relacionadas con el café es conocer su proceso de siembra, producción y consumo, definitivamente si estarían dispuesto a comprar un servicio de viajes organizados y viajarían 3 veces al año, para las actividades de promoción prefieren una feria gastronómica y el producto turístico una ruta cafetalera, para la promoción prefiere las redes sociales como Instagram, Facebook, Twitter, en los medios de distribución prefieren las agencias de viaje y si les gustaría una marca inspirada en el café para el cantón Olmedo.

6.1.2.7. Segmento 4: de visitantes de 48 a 57 años

En este segmento de mercado se encuentran 135 personas, este tipo de mercado si han viajado al cantón Olmedo en compañía de sus familiares y su principal motivación para conocer el cantón por turismo, piensan que la actividad cafetalera y sus potencialidades si pueden ayudar a generar desarrollo turístico y económico, la tienda cafetalera y de souvenirs es un buen emprendimiento que puedes aportar al desarrollo, su principal motivación para viajar es relacionarse socialmente con otra cultura y sus tradiciones, ya que si se lanzara un viaje organizado si comprarían el servicio y lo viajarían 3 veces al año, las actividades de promoción

y difusión para que se conozca más el café les gustaría una feria gastronómica y como producto turístico una ruta cafetalera, los medios de comunicación para la promoción por medio de las redes sociales como Instagram, Facebook Tik tok y Twitter, y los medios de distribución para adquirir un producto basado en el café les gustaría por medio de tiendas y almacenes tradicionales artesanales y les gustaría que Olmedo tuviera su marca inspirada en el café.

6.1.2.8. Segmento 5: de 58 años en adelante

En este segmento de mercado se encontraron de 57 personas, que la mayoría si han visitado el cantón Olmedo, lo han con familiares y el motivo por visitar a familiares, piensan que la actividad cafetalera si apoya al desarrollo de productos turísticos, opinan que una tienda cafetalera y de souvenirs aportaría mucho al desarrollo turístico, su motivación de viaje es conocer todo el proceso de siembra, producción y consumo y pagarían una viaje con este tipo de actividad, viajarían una vez al año, las actividades de promoción y difusión para que se conozca más el café es un feria gastronómica, el producto turístico que recomiendan es una ruta cafetalera que se promocioe por medio de las redes sociales tradicionales y si les gustaría que Olmedo tenga su marca inspirada en el café.

6.1.3. Mercado Meta

El mercado meta corresponde al segmento 3 y 4 de los demandantes de 38 a 47 años y de 48 a 57 años, debido a que estos segmentos disfrutan más del consumo de café, y de las actividades relacionadas con el mismo.

6.1.4. Análisis de las entrevistas

A continuación, se presentan los resultados de la entrevista realizada a dos productores y dos comerciantes del café de Olmedo del área de estudio, la entrevista consta 8 preguntas.

6.1.4.1. Entrevista a Productores

Los productores, llevan entre 5 y 10 años dedicados a la producción, ya que para ellos es una actividad que genera ingresos económicos y turísticos debido a que es conocido y tiene bastante demanda, la temporada alta para realizar prácticas vivenciales es en temporada de invierno generalmente de enero de mayo por ende una ruta cafetalera por las fincas y prácticas vivenciales sería ideal para aumentar el turismo. Una estrategia para promocionar el producto turístico son los videos promocionales. Además, si existe un interés para formar parte del producto turístico.

6.1.4.2. Entrevistas a comerciantes.

Los comerciantes también se encargan de la producción, cosecha, despulpado o molido para luego proceder a la venta ya que es la principal fuente de ingresos económicos, además la temporada ideal para realizar prácticas de siembra también concuerdan que es la temporada invernal, los aspectos más importantes del café son el aroma, el sabor y la forma natural de la producción del café, las actividades que los comerciantes proponen son las caminatas por las fincas, talleres de demostración del proceso y diálogos con los visitantes.

6.1.5. Ficha de la demanda

Una vez aplicada las técnicas de observación entrevistas y encuestas a la demanda potencial del café, se puede completar la ficha de demanda de Carla Ricaurte, se obtuvieron los siguientes resultados.

6.1.5.1. Demanda turística

Según los resultados obtenidos, si existe demanda turística en el cantón Olmedo, la mayoría de los encuestados incluso viajarían hasta cuatro veces al año para realizar actividades relacionadas con el café. La mayoría de la demanda asiste al cantón Olmedo los fines de semana y los feriados.

6.1.5.2. Forma de viaje

La forma de viajar es de manera independiente ya que no se han realizado o no se promociona paquetes o tours hacia el cantón Olmedo, esta demanda es mayormente regional, ya que muchos viajan por visitar a familiares, turismo o por la cercanía hacia la provincia de Loja y la Provincia de El Oro, las personas solo van de paso considerándose, así como excursionistas, el gasto promedio es de 10\$ a 20\$ dólares entre alimentación y la compra de café o dulces ancestrales del cantón, el tiempo de estadía se estima de 5 a 7 horas. Los principales atractivos que estas personas visitan son el Cerro Santa Bárbara, el Complejo turístico Santa Bárbara, y una de las principales razones el café y los dulces tradicionales hechos de panela y maní. Los servicios turísticos que más se utilizan son los restaurantes en mínimo porcentaje.

6.1.6. Fichas de resumen del MINTUR

6.1.6.1. Atractivos Turísticos

Dentro de los atractivos turísticos del cantón Olmedo, se seleccionaron 10 atractivos con potencial para la generación de productos turísticos, para lo cual previamente se realizó una revisión bibliográfica en documentos preexistentes del Cantón como: trabajos de investigación, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial vigente, documento del Gad “Diagnóstico turístico del cantón Olmedo 2019”, etc., mismos que sirvieron para determinar los atractivos con mejores condiciones y mayormente conocidos dentro del Cantón. Los atractivos turísticos se los validó con las Fichas del MINTUR 2018, dando todos como resultado todos en Jerarquía II, cabe mencionar que las Fichas del MINTUR, no permiten un criterio personal, dado a que la metodología evalúa directamente la jerarquización y condición de cada atractivo; para el llenado de cada ficha se realizó visitas in situ donde se validó e identificó los siguientes atractivos mismo que conformarían parte del producto turístico.

6.1.6.2. Inventario y Jerarquización de los atractivos y recursos turísticos del cantón Olmedo

La tabla 16 detalla: Categoría, tipo, subtipo y jerarquía de cada uno de los atractivos turísticos seleccionados para el desarrollo de la presente investigación y previamente corroborados mediante las fichas del MINTUR 2018.

Tabla 16. Atractivos turísticos del cantón Olmedo

Nombre del Atractivo	Categoría	Tipo	Sub Tipo	Jerarquía
Cerro Santa Bárbara	Atractivos naturales	Montañas	Baja montaña	II
Parque Central Olmedo	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Espacio publico	II
Iglesia santa teresita de Olmedo	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Histórica Vernácula	II
Centro Recreacional Santa Bárbara	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Infraestructura recreativa	II
Dulces Artesanales	Manifestaciones culturales	Acervo Cultura y popular	Gastronomía	II
Café de Olmedo	Atractivos culturales	Acervo Cultura y popular	Gastronomía	II
Alforjas	Manifestaciones culturales	Acervo Cultura y popular	Artesanías y Artes	II
Ramadas o moliendas	Manifestaciones culturales	Acervo Cultura y popular	Artesanías y Artes	II
Fiestas de cantonización	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Eventos artísticos	II

Finca Papa Café	Manifestaciones culturales	Acervo Cultura y popular	Gastronomía	II
-----------------	----------------------------	--------------------------	-------------	----

Fuente: MINTUR 2018

Concluyendo de acuerdo a la matriz de atractivos turísticos, que el:

- 11% corresponde a atractivos naturales
- 89% corresponde a manifestaciones culturales

A continuación, se detallan las fichas de resumen de atractivos turísticos del cantón Olmedo.

Tabla 17 Ficha 1. Cerro Santa Bárbara

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUIA:
Cerro Santa Bárbara		II
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Atractivos Naturales	Montañas	Baja Montaña
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Olmedo	Olmedo

Fotografía 1. Cerro Santa Bárbara



Ubicación: Barrio Santa Bárbara, con una superficie de 5031 metros y altura de 1338 m.s.n.m.

Latitud: -3.931159

Longitud: -79.645185

Coordenadas UTM:

17S 650418,6

9565360.

Fuente: Trabajo de campo

Características:

Lleva el nombre de Santa Bárbara debido a la leyenda sobre una piedra que se encontró en la finca del señor Pablo Carrión en el año 1.900 donde estaba retratada la virgen de Santa Bárbara, razón por la cual le colocaron el nombre de Cerro Santa Bárbara, cuenta con iluminación y acceso libre a internet, es considerado como mirador turístico, permite la observación de la parte céntrica del Cantón Olmedo, para poder llegar hasta la cima del cerro se tiene que ascender un total de 205 escalones, con un aproximado de 15 minutos de duración.

Recomendaciones:

- Se recomienda llevar ropa ligera, zapatos cómodos, bloqueador solar y agua.
- Depositar la basura y desperdicios en los contenedores destinados para el caso.
- Llevar cámara fotográfica

Actividades Turísticas:

- Caminata
- Fotografía
- Vuelo de cometas

Fuente: (Ojeda, 2020)/ Trabajo de campo

Tabla 18 Ficha 2. Parque Central de Olmedo

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUIA:
Parque Central Olmedo		II
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestaciones culturales	Arquitectura	Espacio Publico
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Olmedo	Olmedo

Fotografía 2. Parque Central Olmedo



Ubicación: Esta ubicado en el centro del cantón Olmedo, tiene una superficie de 201.72m2.

Latitud: -3.934565

Longitud: -79.64685

Coordenadas UTM:

17S 650233,1

9564983,7

Fuente: Trabajo de campo

Características:

Se encuentra frente al edificio del Gobierno Autónomo Descentralizado, en la Plaza la Merced, está rodeado de arbustos y plantas ornamentales. En el centro se encuentra una pileta y un monumento en homenaje al héroe Olmedense que defendió al País en la Guerra del Cenepa, el soldado José Robles Carrión. En el suelo también existen pinturas de plantas de café y posee una iluminación que alumbra en las noches. En este lugar se llevan a cabo diferentes eventos sociales, culturales, artísticos, cívicos y religiosos, dado que allí se ubica la Iglesia Matriz de Olmedo.

Recomendaciones:

Se recomienda llevar una cámara fotográfica

Bloqueador solar y repelente

Depositar la basura y desperdicios en los basureros destinados para el caso.

Actividades turísticas:


Fotografía

Descanso

Caminata

Fuente: (Ojeda, 2020) /Trabajo de campo

Tabla 19 Ficha 3. Iglesia Santa Teresita de Olmedo

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUIA:
Iglesia Santa Teresita de Olmedo		II
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestaciones culturales	Arquitectura	Histórica Vernácula
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Olmedo	Olmedo
Fotografía 3. Iglesia Santa Teresita de Olmedo		Ubicación: Se encuentra en Olmedo, frente al parque central del Cantón.
		Latitud: -3.9345050
		Longitud: -79.646862
		Coordenadas UTM: 17S 650231,8 9564990,4
Fuente: Trabajo de campo		
Características:		
<p>La Iglesia tiene una construcción de estilo moderno, donde su fachada es de color blanco y posee tres torres. Las torres de los extremos cuentan con una cruz en la parte superior y en la torre central se encuentra un reloj y una cruz. El nombre de la iglesia se da en honor a la Parroquia Eclesiástica Santa Teresita. Fue construida en 1970 por el padre Segundo Herrera y terminada por el Monseñor Guillermo Armijos. Su remodelación fue realizada por el Padre Rodrigo Masache en conjunto con la Iglesia católica alemana en el 2015.</p>		
Recomendaciones:		
<ul style="list-style-type: none"> • Permanecer en silencio por respeto al lugar donde se encuentra. • Llevar cámara fotográfica 		
Actividades Turísticas:		
<ul style="list-style-type: none"> • Realización de fotografías. • Observación de esculturas. • Turismo religioso. 		

Fuente: (Ojeda, 2020)/Trabajo de campo

Tabla 20 Ficha 4. Centro Recreacional Santa Bárbara

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Centro Recreacional Santa Bárbara		JERARQUIA: II
CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales	TIPO: Arquitectura	SUBTIPO: Infraestructura Recreativa
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Olmedo	LOCALIDAD: Olmedo
Fotografía 4. Centro Recreacional Santa Bárbara		Ubicación: Se encuentra a 1 km del centro de Olmedo. Latitud: -3.932507 Longitud: -79.646208 Coordenadas UTM: 17S 650304,8 9565211,2
		

Fuente: Johana Jiménez

Características:

Es el único centro recreacional de Olmedo que cuenta con piscinas de agua templada y un tobogán. A su alrededor se ubican pequeñas chozas donde se puede degustar la gastronomía de la zona. Además, cuenta con una piscina para niños, sauna, turco y camerinos para damas y caballeros. Su espacio sirve además para la realización de eventos culturales, sociales y artísticos, especialmente en la temporada de carnaval.

Recomendaciones:

- Se recomienda llevar traje y gorro de baño
- No ingresar con mascotas
- Llevar cámara fotográfica
- Colocar la basura en sus recipientes
- No ingresar con alimentos a la piscina

Actividades Turísticas:

- Esparcimiento
- Deportes
- Natación
- Toma de fotografías
- Caminatas

Fuente: (Ojeda, 2020)/Trabajo de campo

Tabla 21 Ficha 5. Dulces Artesanales

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUIA:
Dulces Artesanales		II
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestaciones Culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Olmedo	Olmedo

Fotografía 5. Dulces artesanales.



Ubicación: Barrio Loma Redonda vía a la costa panamericana a 10 km de la cabecera cantonal de Olmedo.

Latitud: -3.927321

Longitud: -79.6665638

Coordenadas UTM:

17S 648045,3

9565788,2

Fuente: Johana Jiménez

Características:

La actividad agrícola es una de las principales fuentes de ingreso de los pobladores Olmedenses, la mayoría se dedican al cultivo y producción de maní y caña de azúcar, obteniendo así diferentes derivados como lo son los dulces artesanales, entre los cuales están: la panela, bocadillos, melcochas, turrone, colaciones, blanqueados, huevos de faldiguera, alfeñiques (su proceso de elaboración es a base de miel de panela, maní tostado y molido), productos que son exportados y vendidos a las diferentes partes del Ecuador

Recomendaciones:

- Llevar cámara fotográfica.
- Llevar protector solar y repelente.
- Tener cuidado al momento de observar la elaboración de los productos.
- Apoyar el emprendimiento local.

Actividades Turísticas:

- Realización de fotografías.
- Observación y degustación de la preparación de los dulces.
- Agroturismo, extracción de guarapo de las moliendas o ramadas

Fuente: (Ojeda, 2020)/Trabajo de campo

Tabla 22 Ficha 6. Café de Olmedo

Esta ficha fue adaptada con la ficha del INPC misma que consta en el anexo

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUIA:
Café de Olmedo		II
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Atractivos Culturales	Acervo Cultural y popular	Gastronomía
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Olmedo	Olmedo
Fotografía 6. Café de Olmedo		Ubicación: Cantón Olmedo
		Latitud: -3.932438
		Longitud: -79.645361
		Coordenada UTM:
		17S 650398,9
		9565218,7



Fuente: Johana Jiménez

Características:

En el Cantón Olmedo, el café es uno de los principales productos que se cultiva, en la actualidad existen varias marcas registradas del café Olmedense. Inclusive el Cantón fue el ganador del premio “Taza Dorada 2009”, un concurso que reconoce a los mejores productores de café en la Universidad Técnica Particular de Loja. La época de cosecha es entre los meses de junio, julio, agosto y septiembre. Una de las actividades que realizan para el sustento de las familias es el cultivo y producción de café, en algunos casos se efectúa el pilado manual que le da un brillo particular y un sabor exquisito, por ello, es considerado el mejor del Ecuador e incluso en el extranjero tiene alta demanda. Una taza de café con un delicioso sabor y aroma, acompañado de “mol loco”, alimento tradicional, elaborado a base de maní y guineo o plátano verde, se consume a diario en los hogares y se ofrece a los visitantes. Además, se podrá degustar cecina, repe blanco, bocadillo y alfeñique.

Recomendaciones:

- Llevar cámara fotográfica
- Apoyar el emprendimiento local

Actividades turísticas:

- Fotografía y Observación
- Recreación
- Degustación de bebida típica

Fuente: (Ojeda, 2020)/ Ficha INPC

Tabla 23 Ficha 7. Alforjas

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUIA:
Alforjas		II
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestaciones Culturales	Acervo Cultural y popular	Artesanías y Artes
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Olmedo	Olmedo
Fotografía 7. Alforjas		Ubicación: Localizado a 7km del centro de Olmedo en el barrio la Cidras.
		Latitud: -3.948685
		Longitud: -79.620639
		Coordenadas UTM: 17S 653141,2 9563417,8

Fuente: Johana Jiménez

Características:

Son tejidos típicos de Olmedo, utilizados para la recolección de frutos como el café, mano, etc. Están elaboradas con telares manuales de madera contruidos por los mismos habitantes, las alforjas son tejidas con hilo chillo de algodón, el cual se obtiene a través de la escarmena de la mota de algodón que es hilada en husos de madera y teñida de colores. Las mujeres que se dedican a esta actividad, crean obras de arte, pues plasman diferentes diseños y combinaciones de colores en estas artesanías.

Recomendaciones:

- Llevar cámara fotográfica
- Llevar protector solar
- Apoyar el emprendimiento local

Actividades turísticas:

- Fotografía
- Observación en la elaboración de alforjas

Fuente: (Ojeda, 2020)/Trabajo de campo

Tabla 24 Ficha 8. Ramadas o Moliendas

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUIA:
Ramadas y Moliendas		II
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestaciones Culturales	Acervo cultural y popular	Artesanías y Artes
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Olmedo	Olmedo

Fotografía 8. Ramadas o Moliendas



Ubicación: Localizado a 2km del centro de Olmedo
Latitud: -3.938449
Longitud: -79.638594
Coordenadas UTM:
 17S 651149,2
 9564552

Fuente: Trabajo de campo

Características:

Son elementos utilizados para la extracción del jugo de caña de una manera tradicional. Además, son un bien cultural con más de 125 años de tradición, poseen una construcción rústica y pueden ser a motor o movilizadas por mulas, burros o caballos. Se encuentran ubicadas en diferentes propiedades familiares de los distintos barrios del Cantón, algunas se utilizan para la pequeña industria encargada de la elaboración de dulces y bocadillos.

Recomendaciones:

- Llevar cámara fotográfica
- Llevar protector solar y repelente
- Utilizar zapatos y ropa cómoda
- Tener cuidado de no monitorear los instrumentos de producción
- Apoyar el emprendimiento local

Actividades turísticas:

- Caminata
- Fotografía
- Degustación de dulces

Fuente: (Ojeda, 2020)/Trabajo de campo

Tabla 25 Ficha 9. Fiestas de cantonización

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUIA:
Fiestas de cantonización		II
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestaciones Culturales	Acontecimientos programados	Eventos Artísticos
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Olmedo	Santa Bárbara

Fotografía 9. Fiestas de cantonización



Ubicación: Se dan lugar en el parque central del cantón Olmedo.

Latitud: -3.934565

Longitud: -79.64685

Coordenadas UTM:

17S 650233,1

9564983,7

Fuente: Gad Olmedo

Características:

En el Cantón las festividades más importantes son en conmemoración al aniversario de cantonización el 24 de febrero de 1997, pero por una resolución de la Primera Cámara Edilicia del Cantón se la trasladó al 22 de agosto debido a que en el mes de febrero es temporada de invierno, los Olmedenses residentes en otros lugares del País tienen por costumbre visitar su tierra natal, festejando las fiestas donde se realizan diversas actividades que involucran a todos los habitantes. El pueblo se prepara con anterioridad para disfrutar los eventos que organizan los diferentes gremios y principalmente el Ilustre Municipio.

Recomendaciones:

- Se recomienda llevar ropa y zapatos cómodos.
- Cámara fotográfica.
- Respetar los horarios de cada evento.
- Participar de los diferentes eventos planificados por la Municipalidad de Olmedo.

Actividades turísticas:

- Fotografía
- Recreación
- Convivencia

Fuente: (Ojeda, 2020)/Trabajo de campo

Tabla 26 Ficha 10. Finca Papa Café

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUIA:
Finca “Papa Café”		II
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestaciones culturales	Realizaciones Técnicas Y Científicas	Centros Agropecuarios y Pesqueros
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Olmedo	Olmedo

Fotografía 10. Finca “Papa Café”



Ubicación: La finca “Papa Café” se encuentra ubicada en las calles Sucre en la parroquia Olmedo, barrio Santa Bárbara a una distancia de 500 metros del centro del Cantón

Latitud: -3.932438

Longitud: -79.645361

Coordenadas UTM:

17S 650418,6

9565360.

Fuente: (Ochoa, 2018)

Características:

La finca “Papa Café es una empresa familiar, que está al frente del Ing. Angelino Abad que hace 25 años atrás trabaja en el mejoramiento permanente de la cadena del café. Mejorando el ambiente hasta llegar al mejor café; Ofrece dos marcas de café como son “PANCHOS CAFÉ” que es a base de café natural, y “PAPA CAFÉ” en cambio este es a base de café lavado. Además, se puede observar una variedad de actividades que se encuentran dentro de la finca como la planta procesadora artesanal, apicultura en donde encontramos 6 apiarios en diferentes lugares divididos en. Abejas meliponas que son nativas del lugar (no pican). Y abejas melíferas (que pican), como también viveros de café, plantas como es el bambú

Recomendaciones:

- Se recomienda llevar ropa ligera, zapatos cómodos, bloqueador solar y agua.
- Depositar la basura y desperdicios en los contenedores destinados para el caso.
- Llevar cámara fotográfica

Actividades Turísticas:

- Toma de fotografías.
- Agroturismo recolección de los diferentes frutos que existen en el lugar.
- Caminatas.
- Observación de viveros y cultivos de café.
- Observación de la planta procesadora Artesanal donde de se podrá degustar y ver el proceso del vino, caramelos de diferentes clases de café.
- Museo viviente con las abejas meliponas (nativas) y de las abejas melíferas. Y extracción de miel.
- Recolección y observación del bambú y cultivo de zapallo negro.
- Observación del secado tostado y molido del café.

Fuente: (Ochoa, 2018)

6.1.7. Análisis PESTEL

La tabla 27 detalla el análisis PESTEL del producto el café.

Tabla 27. Análisis PESTEL

Político	Económico	Sociocultural
No cuenta con un buen mecanismo de participación ciudadana. Poco apoyo en temas turísticos.	La principal actividad es la agricultura, la producción de café, maní, maíz y la fabricación de panela. También se dedican a la elaboración de alforjas.	Los habitantes del cantón Olmedo son de raza mestizos, hablan el español y profesan la religión católica.
Tecnológico	Ecológico	Legal
La mayoría de la población cuenta con servicio de telefonía claro y movistar, además de varias redes de internet. El 99% de la población cuenta con energía eléctrica.	Cuenta con variedad de recursos naturales, el más conocido el cerro Santa Bárbara. Contaminación de basura ya que en algunos barrios no pasa el carro recolector de basura.	Normativa expedida por el MINTUR

Fuente: Trabajo de campo

6.2. Alternativas de desarrollo turístico a partir del café.

Para el desarrollo del segundo objetivo, se realizó matriz FODA para definir las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del producto el café, para posterior mediante el FODA estratégico definir las estrategias.

6.2.1. Matriz FODA

En la tabla 28 se detalla el análisis interno y externo del café del cantón Olmedo.

Tabla 28. Matriz FODA

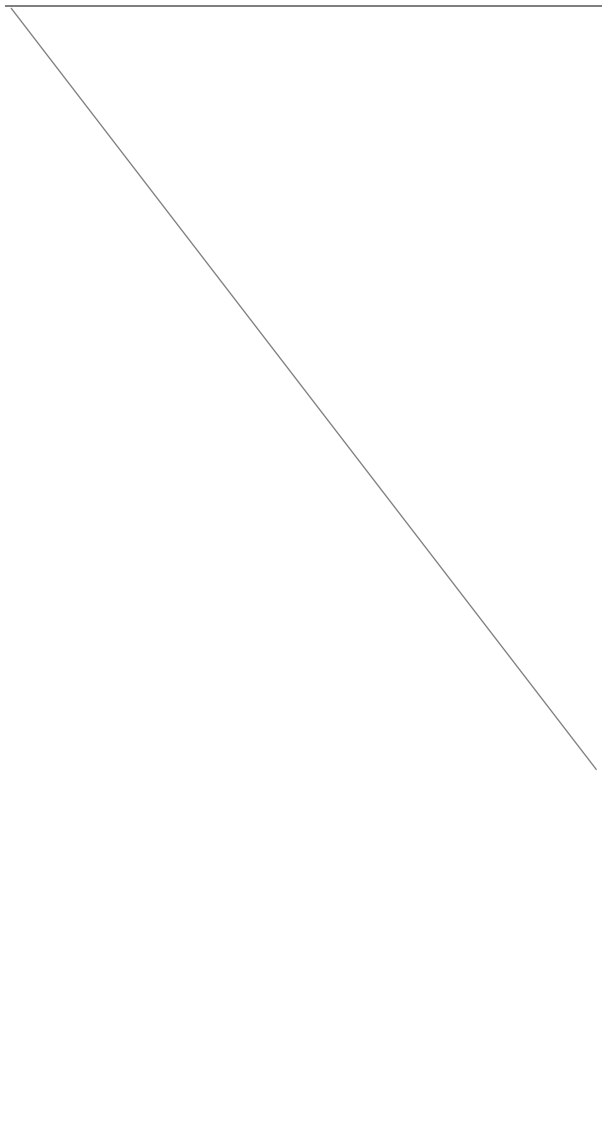
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Olmedo es uno de los mejores productores de café del país.• El café de Olmedo ha sido ganador de varias ediciones de taza dorada Loja• El café forma parte de la gastronomía única y variada, que tiene el cantón siendo uno de los productos tradicionales más representativos.• El café, el maní, y la panela son los productos del cantón más comercializados.• Variedad de fincas cafetaleras tres de ella ganadoras de tazas doradas• Elaboración del café de forma artesanal.• Costumbres y tradiciones del café que aportan al turismo.• Cuenta con los servicios básicos (agua potable, energía eléctrica, recolección de basura)• Cuenta con belleza paisajística ideal para el desarrollo turístico.• Variedad de atractivos turísticos• Cuenta con establecimientos de seguridad ciudadana	<ul style="list-style-type: none">• Falta de apoyo a los caficultores• Individualismos por parte de los caficultores.• El café no es potencializado de forma cultural para el turismo.• Limitada promoción para el café de Olmedo.• Inexistencia de señalética turística en los atractivos y servicios turísticos• No cuenta con un producto turístico establecido en base al café que permita atraer a los visitantes.• Planta turística limitada• Ausencia de información turística del cantón.• No existen operadora en el cantón.• Los atractivos turísticos y establecimientos no constan en el catastro del Ministerio de Turismo• Se está perdiendo la producción artesanal del café
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Concursos de café nacionales e internacionales• Demanda potencial para el café de Olmedo• Demanda productos turísticos en base a PIT'S.(Producto con identidad territorial)• Vías de acceso en buen estado hacia el cantón.• Nuevas tendencias de turismo rural, cultural y agroturismo.• Oportunidad de crear emprendimientos turísticos basados en el café.• Proximidad al aeropuerto Ciudad Catamayo (57 km).• Demanda turística se inclina hacia la belleza paisajista.• El 63.5% considera que el producto turístico que prefieren es ruta cafetalera.	<ul style="list-style-type: none">• Cambio climático que afecta a las plantaciones• Plagas y enfermedades• Migración de la población por falta de empleo• Los atractivos turísticos y establecimientos no constan en el catastro del Ministerio de Turismo• Escasos recursos financieros destinados para el turismo.• Introducción de otros tipos de café para hacerlo pasar como café de Olmedo• La temporada invernal afecta las vías de acceso.• Crecimiento turístico de otros lugares productores artesanales.

Fuente: Trabajo de campo

6.2.2. FODA Estratégico

En la tabla 29 se desarrolla el FODA estratégico para determinar los objetivos o estrategias que se utilizaran como líneas de acción.

Tabla 29. FODA Estratégico

Factores internos	Fortalezas	Debilidades
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Olmedo es uno de los mejores productores de café del país. 2. El café de Olmedo ha sido ganador de varias ediciones de taza dorada Loja 3. El café forma parte de la gastronomía única y variada, que tiene el cantón siendo uno de los productos tradicionales más representativos. 4. El café, el maní, y la panela son los productos del cantón más comercializados. 5. Variedad de fincas cafetaleras tres de ella ganadoras de tazas doradas 6. Elaboración del café de forma artesanal. 7. Costumbres y tradiciones del café que aportan al turismo. 8. Cuenta con los servicios básicos (agua potable, energía eléctrica, recolección de basura) 9. Cuenta con belleza paisajística ideal para el desarrollo turístico. 10. Variedad de atractivos turísticos 11. Cuenta con establecimientos de seguridad ciudadana 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de apoyo a los caficultores 2. Individualismos por parte de los caficultores. 3. El café no es potencializado de forma cultural para el turismo. 4. Limitada promoción para el café de Olmedo. 5. Inexistencia de señalética turística en los atractivos y servicios turísticos 6. No cuenta con un producto turístico establecido en base al café que permita atraer a los visitantes. 7. Planta turística limitada 8. Ausencia de información turística del cantón. 9. No existen operadora en el cantón. 10. Se está perdiendo la producción artesanal del café.

Factores externos		
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Concursos de café nacionales e internacionales 2. Demanda potencial para el café de Olmedo 3. Demanda productos turísticos en base a PIT'S.(Producto con identidad territorial) 4. Vías de acceso en buen estado hacia el cantón. 5. Nuevas tendencias de turismo rural, cultural y agroturismo. 6. Oportunidad de crear emprendimientos turísticos basados en el café. 7. Proximidad al aeropuerto Ciudad Catamayo (57 km). 8. Demanda turística se inclina hacia la belleza paisajista. 9. El 63.5% considera que el producto turístico que prefieren es ruta cafetalera. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar productos turísticos en base al café del cantón Olmedo. F1, F2, F3, F4, F4, F5, F6, F7, F8, F9, F10, F11, O1, O2, O3, O4, O5, O7,O8 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proponer un paquete turístico basado en la producción de café D1, D2, D3, D4, D5, D6, D9, D10, D11, O2, O3, O4, O5, O6, O7. 2. Diseño de una marca turística para la promoción adecuada del cantón Olmedo, D2, D3, D4, D6, D8, D11, O1, O2, O3, O5, O7, O8. 3. Proponer la señalética turística para los principales atractivos de Olmedo D5, D6, D7, D8, D10, O2, O3, O4, O6, O7, O8. 4. Proponer una promoción y difusión adecuada para el café D2, D3, D4, D5, D6, D8, D9, D11, O1, O2, O3, O7, O8 5. Participar en ferias gastronómicas y artesanales para degustación exhibición del proceso del café, D1, D2, D4, D6, D10, O1, O2, O3, O5, O8. 6. Emprendimientos turísticos en base al café D1, D2, D4, D10, O1, O2, O3, O6, O7
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cambio climático que afecta a las plantaciones 2. Plagas y enfermedades 3. Migración de la población por falta de empleo 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacitar a la población en temas turísticos para la creación de productos turísticos F1, F2, F3, F4, F5, F6, F7, A1, A2, A3, A5, A8. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Incentivar a las operadoras turísticos para que incluyan en sus paquetes turísticos al cantón Olmedo D1, D2, D3, D4, D5, D6, D7, D8, D9, D10, A3, A4, A5, A6, A7, A8.

-
4. Los atractivos turísticos y establecimientos no constan en el catastro del Ministerio de Turismo
 5. Escasos recursos financieros destinados para el turismo.
 6. Introducción de otros tipos de café para hacerlo pasar como café de Olmedo
 7. La temporada invernal afecta las vías de acceso.
 8. Crecimiento turístico de otros lugares productores artesanales.
-

Fuente: Trabajo de campo

El matriz FODA estratégico (ver tabla 44) permitió obtener las siguientes estrategias.

1. Diseñar un producto turístico en base al café del cantón Olmedo.
2. Proponer un paquete turístico basado en la producción de café
3. Diseño de una marca turística para la promoción adecuada del cantón Olmedo
4. Implementación de emprendimientos turísticos basados en el café
5. Proponer una promoción y difusión adecuada para el café
6. Participar en ferias gastronómicas y artesanales para degustación exhibición del proceso del café.
7. Capacitar a la población en temas turísticos para la creación de productos turísticos
8. Incentivar a las operadoras turísticos para que incluyan en sus paquetes turísticos al cantón Olmedo

Posterior a la obtención de las 8 estrategias, se procedió a unificar las que están relacionadas y así definir las estrategias que serán utilizadas como líneas de acción.

Quedando como resultado:

1. Diseñar un producto turístico en base al café del cantón Olmedo
2. Implementación de emprendimientos turísticos basados en el café
3. Implementar un plan de promoción y difusión para el café de Olmedo
4. Capacitar a la población en temas turísticos para la creación de productos turísticos.

6.2.3. Fichas generales para cada estrategia planteada

Tabla 30. Producto turístico en base al café del cantón Olmedo

Objetivo estratégico	Recursos	Propuesta	Ventajas	Consideraciones
Diseñar un producto turístico en base al café del cantón Olmedo	<ul style="list-style-type: none"> • Atractivos y recursos del cantón Olmedo • Café de Olmedo • Fincas cafetaleras 	Rediseño de ruta turística cafetalera	<ul style="list-style-type: none"> • Agrupan recursos naturales y culturales • Conocer y disfrutar los recursos atractivos forma organizada • Paquetes turísticos que incluyan la ruta turística cafetalera 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe demanda potencial para este producto. • Atractivos culturales y naturales. • La infraestructura turística. • Servicios complementarios. • Señalética. • Itinerarios.

- Genera empleo a los pobladores cercanos.
- Apoyo a emprendimientos locales
- Genera fuentes de trabajo

Fuente: Trabajo de campo

Tabla 31. Emprendimientos turísticos basados en el café

Objetivo estratégico	Recursos	Propuesta	Ventajas	Consideraciones
Implementación de emprendimientos turísticos basados en el café	<ul style="list-style-type: none"> • Atractivos y recursos del cantón Olmedo • Café de Olmedo • Finca cafetaleras 	Tienda de venta de café y sus derivados	<ul style="list-style-type: none"> • Genera empleo a los pobladores cercanos. • Apoyo a emprendimientos locales • Genera fuentes de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> • La demanda potencial considera este emprendimiento como necesario para potenciar el turismo del cantón Olmedo. • Definir la ubicación. • Establecer los proveedores de la tienda. • Definir los souvenirs que acompañaran al producto.

Fuente: Trabajo de campo

Tabla 32. Plan de promoción y difusión para el café de Olmedo

Objetivo estratégico	Recursos	Propuesta	Ventajas	Consideraciones
Implementar un plan de promoción y difusión para el café de Olmedo	Recursos y atractivos naturales y culturales	Medios digitales	<ul style="list-style-type: none"> • Creciente número de usuarios que utilizan el internet diariamente. • Existen aplicaciones que ayudan a promocionar un sitio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contar con un stand o carpa • Contar con afiches publicitarios, trípticos y souvenirs. • Exponer y explicar el potencial turístico que posee el café y el cantón Olmedo
		Material promocional	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción donde se integran todos los recursos 	
		Participación en ferias	<ul style="list-style-type: none"> • Genera mayor demanda turística para el sector 	

gastronómicas y artesanales	• Integración de la población
Convenio con operadoras turísticas para que promocionen	• Promoción del cantón Olmedo y sus atractivos

Fuente: Trabajo de campo

Tabla 33. Capacitación a la población en temas turísticos

Objetivo estratégico	Recursos	Propuesta	Ventajas	Consideraciones
Capacitar a la población en temas turísticos para la creación de productos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Productores de café. • Emprendedores • Autoridades, técnicos y trabajadores. • Población cercana 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación sobre motivación turística • Talleres sobre el cuidado y protección del medio ambiente. • Capacitación sobre atención al cliente • Capacitación en temas de marketing • Capacitación sobre operación y gestión turística • Taller sobre guianza 	<ul style="list-style-type: none"> • Genera nuevos emprendimientos turísticos • Genera conocimientos sobre turismo a los caficultores y la población. • Concientiza sobre el valor de los atractivos y recursos tanto culturales como naturales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Selección de la modalidad de los talleres • Definición de hora y lugar de la capacitación • Selección de los capacitadores • Medios para la capacitación

Fuente: Trabajo de campo

6.2.4. Estrategias para el desarrollo turístico del cantón Olmedo en base al café

Tabla 34. Estrategia 1. Diseñar un producto turístico en base al café del cantón Olmedo

Objetivo estratégico	Diseñar un producto turístico en base al café del cantón Olmedo	
Medio	Rediseño de la ruta cafetalera turística	
	Nombre:	Ruta Cafetalera Turística
	Objetivo General	Rediseñar una ruta turística para el cantón Olmedo.
	Objetivos específicos	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar actividades turísticas para integrar los atractivos culturales y naturales del cantón Olmedo. • Generar fuente de empleo para los caficultores • Mejorar los ingresos económicos de la población.
Características	Visión de futuro	Olmedo se conoce turísticamente por su potencial producto como es el café
	Fuentes de financiamiento	Gad Cantonal de Olmedo.
	Formas de ejecución	Administración directa Contratación publica Convenios con empresas Prefectura de Loja.
	Responsables	Técnicos de turismo de Olmedo
Estructura del diseño	Parámetros a considerar en su diseño	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio previo de tesis • Identificación de atractivos y recursos • Trazado de la ruta • Estudio de la capacidad de carga y un análisis ambiental • Creación de un itinerario turístico • Guion turístico • Señalización turística

Diseño de implantación



Observaciones

Brindar información concreta de todos los atractivos a visitar y recomendaciones de que tienen que llevar.

Fuente: Trabajo de campo

Tabla 35. Estrategia 2. Implementación de emprendimientos turísticos basados en el café.

Objetivo estratégico	Implementación de emprendimientos turísticos basados en el café.	
Medio	Emprendimientos turísticos	
	Nombre:	Emprendimientos cafetaleros
	Objetivo General	Implementar emprendimientos basado en el café de Olmedo.
	Objetivos específicos	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer el café de Olmedo • Generar fuente de empleo para los caficultores • Mejorar los ingresos económicos de la población.
Características	Visión de futuro	Dar a conocer el potencial turístico que posee el cantón Olmedo
	Fuentes de financiamiento	Gad Cantonal de Olmedo.
	Formas de ejecución	Administración directa Contratación publica Convenios con empresas Prefectura de Loja.
	Productos a ofrecer	Café en grano Café tostado Degustación de café Chocolates en base al café Vino de café Helado de café
	Responsables	Técnicos de turismo de Olmedo
Estructura del diseño	Parámetros a considerar en su diseño	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio previo • Identificación del café y sus derivados • Estudio de la capacidad de carga y un análisis ambiental

Diseño de emprendimientos basados en el café



Observaciones

Vender el café original de Olmedo

Fuente: Trabajo de campo

Tabla 36. Estrategia 3. Implementar un plan de promoción y difusión para el café de Olmedo

Objetivo estratégico	Implementar un plan de promoción y difusión para el café de Olmedo.	
Medio	Material Promocional y participación en ferias gastronómicas	
	Nombre: Plan de promoción y difusión	
	Objetivo General	Promocionar el café de Olmedo
	Objetivos específicos	Dar a conocer el café de Olmedo Posicionar al café como potencial turístico Generar mejores ingresos económicos en el área turística.
Características	Visión de futuro	Dar a conocer el potencial turístico que posee el café del cantón Olmedo
	Fuentes de financiamiento	Recursos del Gad municipal de Olmedo
	Formas de ejecución	Contratación de un profesional en turismo Administración directa Convenios con otros Gad's
	Responsables	Gad de Olmedo
Estructura del diseño	Parámetros a considerar en su diseño	Contar con un stand o carpa Contar con afiches publicitarios, trípticos y souvenirs. Exponer y explicar el potencial turístico que posee el café y el cantón Olmedo

Diseño del stand de la feria



Observaciones

Llevar una muestra de café preparado para la degustación de los visitantes, se va a ofrecer el café y sus derivados, además de productos elaborados en base al café

Fuente: Trabajo de campo

Tabla 37. Estrategia 4. Capacitar a la población en temas turísticos para la creación de productos turísticos

Objetivo estratégico	Capacitar a la población en temas turísticos para la creación de productos turísticos	
Medio	Talleres en temas turísticos.	
	Nombre:	Capacitación sobre motivación turística. Talleres sobre el cuidado y protección del medio ambiente Capacitación sobre atención al cliente Capacitación sobre marketing Capacitación sobre operación y gestión turística Taller sobre guianza
	Objetivo General	Capacitar a los caficultores en temas turísticos
	Objetivos específicos	Fortalecer los conocimientos de los productores de café en temas turísticos. Desarrollar habilidades teóricas y prácticas de los participantes Concientizar sobre la importancia de la actividad turística.
Características	Visión de futuro	Dar a conocer el potencial turístico que posee el cantón Olmedo
	Fuentes de financiamiento	Gad de Olmedo Gobierno provincial
	Formas de ejecución	Contratación de un profesional en turismo Administración directa Contratación pública Convenio con el Ministerio de turismo de las Zona 7 Convenio con la Cámara de Turismo
	Responsables	Gad de Olmedo
Estructura del diseño	Parámetros a considerar en su diseño	Selección de la modalidad de los talleres Definición de hora y lugar de la capacitación Selección de los capacitadores Medios para la capacitación

Diseño de afiche para la publicidad de las capacitaciones



Observaciones

- Se entregarán certificados de asistencia
- Y se dará una capacitación por día

Fuente: Trabajo de campo

7. Discusión

Para la elaboración del trabajo de investigación denominado “El café como potencial turístico del cantón Olmedo provincia de Loja”, se utilizó la fase 1 y 2 del manual de diagnóstico turístico local de Carla Ricaurte, la misma que permitió obtener datos actualizados sobre la oferta de servicios turísticos que tiene el cantón Olmedo.

Actualmente el cantón Olmedo cuenta con servicios turísticos limitados, pero los establecimientos de restauración y alojamiento no se encuentran catastrados por el MINTUR. Además, cuenta con varios atractivos naturales y culturales, en el diagnóstico del café se analizó aquellas fincas que han sido ganadoras de los concursos de taza dorada en la Loja, y las potencialidades que la elaboración de café artesanal que posee para poder desarrollar productos turísticos en base al café, y utilizar los atractivos para complementarlo, similar a lo que menciona la (OMT) en su definición que un producto turístico es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades.

Para identificar la demanda potencial de este producto se realizó encuestas para identificar la demanda potencial de café en el cantón Olmedo, Loja, Catamayo, Paltas, y Chaguarpamba, se realizó un total de 383 y entrevistas a dos productores y comerciantes para conocer su labor con el café, lo que concuerda con (Pin Figueroa & Mendoza Guitierrez, 2018) en su estudio del Café Bolívar como producto del turismo rural mismo que realizó encuestas a posibles demandantes y entrevistas a propietarios fincas y comerciantes.

A través de un FODA y un FODA estratégico se han planteado una variedad de estrategias, con el fin de brindar al turista una experiencia inolvidable como rutas cafetaleras, emprendimientos basados en el producto, como lo menciona (Zhingri, 2020) el potencial turístico es la relación existente entre los recursos naturales y culturales y su capacidad de satisfacer las necesidades del turista, además con el lograr establecer emprendimientos turísticos y ferias en base productos propios de cada lugar.

Dentro de las estrategias se obtuvo la implementación de un producto turístico basado en el café, más específicamente en una ruta cafetalera, la misma que debe de contar con paquetes turísticos donde se incluyan los principales atractivos del cantón y los emprendimientos, así como (Pin Figueroa & Mendoza Guitierrez, 2018) en su estudio del Café Bolívar como producto del turismo rural, que implementaron un producto turístico

considerando las características y potencialidades de las fincas y con ello diseñar la oferta de turismo rural en base a dicho producto.

8. Conclusiones

Se concluye:

- El café de Olmedo tiene potencial para desarrollar turismo en el cantón Olmedo.
- Con la implantación de emprendimientos el café e Olmedo, será más cotizado y confiable al momento de ofrecerlo al mercado.
- El cantón Olmedo dispone de atractivos naturales y culturales e infraestructura turística necesaria para el desarrollo de las actividades turísticas.
- Se puede implementar un producto turístico en base al café, con el desarrollo de una ruta turística y con emprendimientos, donde se realice actividades direccionadas con el café tomando en cuenta los atractivos turísticos que posee el cantón.

9. Recomendaciones

Al GAD de Olmedo

- Brindar más apoyo a los caficultores del cantón Olmedo para con esto obtener un mejor producto que brindar a los visitantes.
- Capacitar a la población en temas turísticos, para de esta manera incluir a la población en el desarrollo turístico del cantón.
- Capacitar a la población en temas de microempresas, con la promoción de los productos propios de la localidad.
- Realizar planes de promoción y difusión del café de Olmedo a nivel local, provincial y nacional.

A los caficultores

- Dejar de lado el individualismo y crear alianzas que ayuden al progreso del cantón.

10. Bibliografía

- Apodaca, C., Juárez, J., Ramírez, B., & Figuero, R. (2014). Revitalización de fincas cafetaleras por medio del turismo rural: caso del municipio Coatepec, Veracruz. *Revista mexicana de ciencias agrícolas Scielo*, 5(9). Obtenido de Scielo: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-09342014001301523&script=sci_arttext
- Bernabé. (2010). Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/download/4225/4865?inline=1#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20autor%2C%20el%20agroecoturismo,%2C%20productivo%2C%20econ%C3%B3mico%20o%20ambiental>.
- café, F. C. (2020). El café en Ecuador. *Forum Cultural del café*.
- café, F. (s.f.). *El cafe en Ecuador*. Obtenido de El cafe en Ecuador: <https://www.revistaforumcafe.com/el-cafe-en-ecuador>
- Cajal, M. (2020). Obtenido de <https://www.mabelcajal.com/2020/01/que-es-el-turismo-definiciones-turisticas.html/>
- Calderon , J. (2017). *Una Introducción al Turismo Gastronómico del Ecuador* . Obtenido de Universidad de Cordoba: <https://core.ac.uk/download/pdf/157589102.pdf>
- Club Cultural Centre Europeu* . (2018). Obtenido de Club Cultural Centre Europeu : <https://www.centroeuropeo.com/es/blog/beneficis-senderisme#:~:text=El%20senderismo%20es%20una%20actividad,natural%2C%20contemplar%20vistas%20y%20panor%C3%A1micas>.
- Cordova, R. (2009). *Universidad del Azuay* . Obtenido de Universidad del Azuay : <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/825/1/07145.pdf>
- Díaz, A. (2018). Obtenido de <https://realestatemarket.com.mx/articulos/infraestructura-y-construccion/27575-infraestructura-el-pilar-del-turismo#:~:text=La%20infraestructura%20tur%C3%ADstica%20se,desarrollo%20tur%C3%ADstico%20de%20un%20destino>.
- Entorno Turístico . (2021). *Qué es el Turismo?* Obtenido de Entorno Turistico: <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-turismo/>

- Forumcafe. (07 de 07 de 2021). *forumcafe*. Obtenido de forumcafe: <https://www.forumdelcafe.com/noticias/turismo-cafetero-la-experiencia-cafe-llevada-origen>
- Goeldner, R. (2006). Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/garcia_c_me/capitulo2.pdf
- Guacho, D. (2013). *Universidad de Cuenca*. Obtenido de Estudio de la Medicina Tradicional como Potencial Atractivo: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/4892/3/Tesis.pdf>
- Hernandez, O. I. (2019). Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local. *Scielo* .
- Instituto Distrital de Turismo*. (s.f.). Obtenido de Instituto Distrital de Turismo: <https://www.idt.gov.co/es/infraestructura-turistica>
- Laycock, J. (5 de junio de 2022). *BBC*. Obtenido de Por qué la Iglesia católica moderna ha cambiado su postura sobre los exorcismos: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-61674788>
- Lugones, M., & Ramirez, M. (2012). El parto en diferentes posiciones a través de la ciencia, la historia y la cultura. *SCIELO*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0138-600X2012000100015
- Mayra Velez, A. O. (2019). *Medioambiente* . Obtenido de Medioambiente : <https://revistas.ucm.es/index.php/OBMD/article/download/67072/4564456552754>
- Mejia Rivera , L. F., Mendez Guerrero , L. M., & Porras Moreno , E. (2017). *Inversidad Tecnologica de Pereira*. Obtenido de Inversidad Tecnologica de Pereira: <https://repositorio.utp.edu.co/items/48ea6742-cbac-40d3-910f-08ee6bbfc98a>
- MINCETUR. (mayo de 2014). *Manual para la planificación de productos turísticos*. Obtenido de Manual para la planificación de productos turísticos: <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf>

- Morales. (2005). *Repositorio USMP* . Obtenido de Repositorio USMP :
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7369/aguilar_rms-davila_jw.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Ochoa, S. H. (2018). *Repositorio Unl* . Obtenido de Repositorio Unl :
<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/20789/1/Servio%20Hernani%20Armijos%20Ochoa.pdf>
- Ojeda. (2020). Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/23550>
- Ojeda, A. (2016). *Patrimonio Cultural*. Obtenido de Patrimonio Cultural:
<http://politicasculturales.com.mx/gastronomia-tradicional.html>
- Ojeda, A. L. (2016). *Patrimonio Cultural* . Obtenido de Patrimonio Cultural :
<http://politicasculturales.com.mx/gastronomia-tradicional.html>
- Ojeda, J. L. (2020). *Repositorio UNL*. Obtenido de Repositorio UNL:
https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/23550/1/Johanna%20Lizbeth_Jim%C3%A9nez%20Ojeda.pdf
- Olmedo, P. (2019-2023). *PDyOT Olmedo*. Obtenido de PDyOT Olmedo:
<https://molmedo.gob.ec/molmedo.gob.ec/pablo.merchan/TRANSPARENCIA/ANEXOS%20GENERALES%20NORMATIVAS/PDOT/PDOT%20DIAGNOSTICO%20GENERAL%202019-2023.pdf>
- OMT. (2005-2007). *Entorno Turístico* . Obtenido de Entorno Turístico :
<https://www.entornoturistico.com/que-es-el-turismo/>
- OMT. (2020). Obtenido de <https://www.mabelcajal.com/2020/01/que-es-el-turismo-definiciones-turisticas.html/>
- OMT. (27 de diciembre de 2020). *Circuitos turísticos: qué son y cómo diseñarlos*. Obtenido de Entorno Turístico Staff: <https://www.entornoturistico.com/circuitos-turisticos-que-son-y-como-disenarlos/#:~:text=Seg%C3%BAn%20el%20libro%20%E2%80%9CBreve%20diccionario,de%20bienes%20y%20servicios%20tur%C3%ADsticos.>
- Parodi, V. (15 de Julio de 2021). *¿Qué es la gastronomía?* Obtenido de Crehana:
<https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/que-es-la-gastronomia/>

- Pérez, D. C. (2018). *Turismo* . Obtenido de Turismo : <https://www.ceupe.com/blog/tipos-de-rutas-turisticas.html#:~:text=Rutas%20combinadas.,cualquier%20otro%20medio%20de%20transporte>.
- Pin Figueroa, W. J., & Mendoza Guitierrez, B. A. (2018). *Universidad Estatal del sur de Manabí*. Obtenido de Universidad Estatal del sur de Manabí: <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/1323>
- Posada, S. G. (2019). *Qué Café*. Obtenido de Qué Café: <https://quecafe.info/guia-origen-diferencias-variedades-de-cafe/>
- Ramón, J., & Solano, N. (2009). *UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA*. Obtenido de UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA: <https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2499/1/338X1066.pdf>
- Rikolto. (2019). *Café ecuatoriano, aromatizando la economía nacional*. Obtenido de <https://latinoamerica.rikolto.org/es/project/cafe-ecuatoriano-aromatizando-la-economia-nacional#:~:text=El%20caf%C3%A9%20es%20parte%20de,y%20en%20el%20continente%20asi%C3%A1tico>.
- Rivera. (2009). Obtenido de [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362018000100164#:~:text=Seg%C3%BAn%20Rivera%20\(2009\)%20%2C%20el,a%20trav%C3%A9s%20de%20flujos%20de](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362018000100164#:~:text=Seg%C3%BAn%20Rivera%20(2009)%20%2C%20el,a%20trav%C3%A9s%20de%20flujos%20de)
- Rivera. (2009). Obtenido de [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362018000100164#:~:text=Seg%C3%BAn%20Rivera%20\(2009\)%20%2C%20el,a%20trav%C3%A9s%20de%20flujos%20de](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362018000100164#:~:text=Seg%C3%BAn%20Rivera%20(2009)%20%2C%20el,a%20trav%C3%A9s%20de%20flujos%20de)
- Rodriguez, M. V. (2019). *eumed.net* . Obtenido de eumed.net : https://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/las_rutas_tematicas_interpretativas.html
- Servicios Turisticos* . (s.f.). Obtenido de Servicios Turisticos : <https://sites.google.com/site/serviciostur/conceptos-st>
- Talleyrand. (2005). *Cafe para cardiólogos* . *revista colombiana de cardiología*, 357.

Turismo, O. M. (s.f.). *ONWTO*. Obtenido de ONWTO: <https://www.unwto.org/es/etica-cultura-y-responsabilidad-social#:~:text=El%20turismo%20cultural%20es%20un,inmateriales%20de%20un%20destino%20tur%C3%ADstico.>

turistico, E. (2020). *Entorno turistico* . Obtenido de Entorno turistico : <https://www.entornoturistico.com/circuitos-turisticos-que-son-y-como-disenarlos/#:~:text=Seg%C3%BAn%20el%20libro%20%E2%80%9CBreve%20diccionario,de%20bienes%20y%20servicios%20tur%C3%ADsticos.>

Universo, E. (31 de Octubre de 2009). *Loja Ganó el concurso Taza Dorada*. Obtenido de Loja Ganó el concurso Taza Dorada: <https://www.eluniverso.com/2009/10/31/1/1356/loja-gano-concurso-taza-dorada.html/>

UNWTO. (2018). Obtenido de <https://www.unwto.org/es/etica-cultura-y-responsabilidad-social#:~:text=El%20turismo%20cultural%20es%20un,inmateriales%20de%20un%20destino%20tur%C3%ADstico.>

UNWTO. (2018). Obtenido de <https://www.unwto.org/es/turismo-rural>

Zhingri, S. (2020). *Evaluación de las potencialidades turísticas de la parroquia rural Seis de Julio de Cuellaje*. Obtenido de Evaluación de las potencialidades turísticas de la parroquia rural Seis de Julio de Cuellaje: [https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/3420/4424#:~:text=La%20potencialidad%20tur%C3%ADstica%20es%20la,et%20al.%2C%202020\).](https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/3420/4424#:~:text=La%20potencialidad%20tur%C3%ADstica%20es%20la,et%20al.%2C%202020).)

11. Anexos

Anexo 1. Oficio de aprobación y designación de director del trabajo de integración curricular



unl

Universidad
Nacional
de Loja

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

Presentada el día de hoy, 19 de octubre de 2022, a las 10h50. Lo certifica, la Secretaria Abogada de la Facultad Jurídica Social y Administrativa de la UNL.

**ENA REGINA
PELAEZ
SORIA** Firmado digitalmente
por ENA REGINA
PELAEZ SORIA
Fecha: 2022.10.20
07:57:25 -05'00'

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

Loja, 19 de octubre de 2022, a las 10h55. Atendiendo la petición que antecede, de conformidad a lo establecido en el **Art. 228 Dirección del trabajo de integración curricular o de titulación**, del Reglamento de Régimen Académico de la UN vigente; una vez emitido el informe favorable de estructura, coherencia y pertinencia del proyecto, se designa al **Ing. Alex Javier Quito Ramón, Mg. Sc.**, Docente de la Carrera de Administración Turística de la Facultad Jurídica Social y Administrativa, como **DIRECTOR/A del Trabajo de Integración Curricular o Titulación**, titulado: **"EL CAFÉ COMO POTENCIAL TURÍSTICO DEL CANTÓN OLMEDO, PROVINCIA DE LOJA"**, de autoría del Sr./Srita. **VANESSA ALEXANDRA GUILLIN GUILLIN**. Se le recuerda que conforme lo establecido en el Art. 228 antes mencionado. Usted en su calidad de director del trabajo de integración curricular o de titulación *"será responsable de asesorar y monitorear con pertinencia y rigurosidad científico-técnica la ejecución del proyecto y de revisar oportunamente los informes de avance, los cuales serán devueltos al aspirante con las observaciones, sugerencias y recomendaciones necesarias para asegurar la calidad de la investigación. Cuando sea necesario, visitará y monitoreará el escenario donde se desarrolle el trabajo de integración curricular o de titulación"*. **NOTIFÍQUESE para que surta efecto legal.**

**RUBEN DARIO
ROMAN AGUIRRE** Firmado digitalmente por
RUBEN DARIO ROMAN
AGUIRRE
Fecha: 2022.10.19 17:20:35
-05'00'

Ing. Rubén Darío Román Aguirre, MAE.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE TURISMO

Loja, 19 de octubre de 2022, a las 11h00. Notifiqué con el decreto que antecede al **Ing. Alex Javier Quito Ramón, Mg. Sc.**, para constancia suscriben:

**ALEX JAVIER
QUITO
RAMON** Firmado digitalmente por
ALEX JAVIER QUITO RAMON
Fecha: 2022.10.19 17:20:35
-05'00'

Ing. Alex Javier Quito Ramón, Mg. Sc
ASESOR/A DEL PROYECTO

**ENA REGINA
PELAEZ
SORIA** Firmado digitalmente por
ENA REGINA PELAEZ
SORIA
Fecha: 2022.10.20
07:57:43 -05'00'

Dra. Ena Regina Peláez Soria Mg. Sc
SECRETARIA ABOGADA

Elaborado por: Soledad Medina G.

Anexo 2. Ficha de Levantamiento de información de comunidades

1. DATOS GENERALES

1.1. Ubicación del cantón

NOMBRE DE LA PROVINCIA Loja
NOMBRE DE CANTÓN Olmedo
NOMBRE DE PARROQUIA Olmedo
NOMBRE DE COMUNIDAD

1.2. Número aproximado de habitantes en el conglomerado urbano. 4248 habitantes

Fuente INEC 2010

2. OFERTA DE SERVICIOS

2.1. Alojamiento

1. Hotel	comunitarias	5. Moteles	Hospederías
2. Hosterías		6. Hospederías	
3. Hostales		7. Camping	
4. Pensiones		8. Otros _____	

2.2. Alimentación

1. Restaurantes	comida	4. Bares	7.
2. Cafeterías		5. Cantinas	
3. Fuentes de soda		6. Kioskos de	
Otros _____			

2.3. Esparcimiento

1. Discotecas	deportivas	3. Instalaciones	Centro
2. Cines / teatro		4. Bingos	
	5. Otros		
	Recreacional S		

2.4. Otros servicios

1. Agencia de viajes	turismo	4. Guías de
2. Operadoras		5. Bancos

3. Información al turista	6. Cajeros 7. Otros	
---------------------------	------------------------	--

3. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS

Transporte y accesibilidad

3.1. Distancias

Distancia
a la cabecera

Bus	camión	Lanch	Canoa	Avión	Avion	Bestia	Cami

3.2. Principales vías de acceso al cantón

1. Pavimento/afaltado
2. Adoquinada
3. Empedrada
4. Lastrada
5. De Tierra (Carrosable)

		6.	
	Fluvial		
		7.	
	Marítima		
		8. Área	
		9.	
	Sendero		
	Otros_____	10.	

3.3. Para llegar al cantón (o dentro de él) existe señalización

a. Vial

Si	1.	
No	2.	

b. Turística

Si	1.	
No	2.	

3.4. En el cantón se hace uso de los siguientes transportes públicos (puede marcar más de una opción):

- 1. Bus
- 2. Camioneta
- 3. Taxis
- 4. Lanchas

- 5. Canoa
- 6. Avión
- 7. Avioneta
- 8. Ninguna
- 9.

Otros _____

3.5. Descripción del transporte público terrestre que presta servicio al cantón

- 1. Bus
- 2. Camioneta
- 3. Taxis
- 4. Lanchas

- 5. Canoa
- 6. Avión
- 7. Avioneta
- 8. Ninguna
- 9.

Otros _____

3.6. Descripción del transporte público terrestre que presta servicio al cantón

Nombre de la cooperativa	Estación/ terminal	Tipos de transporte (Marque con una x)		Frecuencia del servicio	Tipo de vehículo
		Local	Inter-Cantonal		

3.7. Si no existe medio de transporte público, señale la distancia a la que se puede abordar cualquier tipo de transporte motorizado

_____ km

Comunicaciones

3.8. Existe servicio telefónico en el cantón: Marque con una X

- 1. Si
- 2. No

3.9. La oficina de teléfonos más cercana se encuentra a

3.10. Existe señal de servicio telefónico celular en el cantón:

- 1. Si
- 2. No

3.11. En el cantón existen hay cabinas de servicio telefónico para uso público.

3.12. En el cantón existen cibercafés o establecimientos de uso público de Internet.

3.13. Existe oficina de correos en el cantón:

- 1. Si
- 2. No

Sanidad

3.14. Existe red de agua entubada:

- 1. Si
- 2. No % de la población con agua

3.15. Se trata con cloro el agua en la fuente de distribución

- 1. Si
- 2. No

3.16. Fuente principal de abasto / Qué tipo de agua se consume:

- | | | |
|--|---------|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 1. Red Publica <input type="checkbox"/> 2. Pila o llave publica <input type="checkbox"/> 3. Otra fuente por tubería <input type="checkbox"/> 4. Carro repartidor <input type="checkbox"/> 5. Triciclo <input type="checkbox"/> | acequia | <ul style="list-style-type: none"> 6. Pozo <input type="checkbox"/> 7. Rio, vértice, <input type="checkbox"/> 8. Agua lluvia <input type="checkbox"/> 9. Otros <input type="checkbox"/> |
|--|---------|---|

3.17. Existe sistema de alcantarillado en el cantón:

- Si 1.
- 2. % de la población con alcantarillado
- No

3.18. En dónde elimina las excretas la mayoría de la población:

- 1. Excusado y alcantarillado

- 2. Letrina
- 3. Aire libre, rio, estero
- 4. Pozo séptico
- 5. Pozo ciego
- 6. Otros _____

3.19. Cómo elimina la basura la mayoría de la población:

- 1. Carro recolector
- 2. Se quema
- 3. Se entierra
- 4. Otros

3.20. Existen establecimientos de salud en el cantón

- 1. Si
- 2. No

3.21. Instancias y/o establecimientos de salud que existen:

	Cuantas		Cuentas
1. PARTERAS CAPACITADAS	9.	9. HOSPITAL PÚBLICO	
2. PARTERAS NO CAPACITADAS	10.	10. DISPENSARIO PÚBLICO	
3. PROMOTORES DE SALUD		11. UNIDAD MOVIL	
4. CURANDERO TRADICIONAL		12. CONSULTORIO PRIVADO	
5. SHAMAN		13. CLÍNICAS	
6. BOTIQUÍN COMUNITARIO		14. HOSPITAL PRIVADO	
7. SUB-CENTRO DE SALUD		15. FARMACIA	
8. CENTRO DE SALUD		16. OTRO	

3.22. Si no hay establecimiento de salud en la comunidad.

1. A cuál establecimiento asisten para atender su salud
2. Parroquia o cabecera cantonal a la cual pertenece el establecimiento de salud
3. Distancia des establecimiento al cual asisten (km)

3.23. Existe servicio de energía eléctrica en el cantón

1. SI
2. NO

3.24. Distancia al lugar más cercano con energía eléctrica: _____Km.

3.25. Qué porcentaje de la población tiene energía eléctrica: _____.

3.26. Existen gasolineras en el cantón

1. Si
2. No

¿Cuántas?

3.27. Distancia a la gasolinera más cercana:

4. Gobernanza

4.1. De qué instituciones recibe o ha recibido apoyo la comunidad para su desarrollo: nombre a las instituciones involucradas, el periodo en que se recibió el apoyo de las mismas.

Institución	Nombre	Desde	Hasta	Actividad
Nacionales				
Internacional				
es				

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

Plan	Año
SI	
NO	

4.3. Qué tipo de organizaciones tiene el cantón (marque con una x):

Junta Parroquial	<input type="checkbox"/>
Comité de barrio	<input type="checkbox"/>
Directiva comunitaria	<input type="checkbox"/>

Cooperativas	
Organización de mujeres	
Comité de padres de familia	
Organizaciones religiosas	
Clubes	
Asociación de turismo	
Otras: Asociación artesanal	

5. COMUNIDAD RECEPTORA

5.1. A que actividades económicas principales se dedica la población

- | | |
|--|----------------------|
| 1. Agricultura, caza, avicultura, pesca, ganadería | <input type="text"/> |
| 2. Explotación de minas y | <input type="text"/> |
| 3. Industrias manufactureras | <input type="text"/> |
| 3.1 Artesanías | <input type="text"/> |
| 4. Electricidad, gas y agua | <input type="text"/> |
| 5. Construcción | |
| 6. Servicios comunales, sociales y personales | <input type="text"/> |
| 7. Transporte y comunicación | <input type="text"/> |
| 8. Establecimientos financieros | <input type="text"/> |
| 9. Comercio | <input type="text"/> |
| 10. Turismo, Hoteles y Restaurantes | <input type="text"/> |
| 11. Actividades no específicas | <input type="text"/> |

Fuente: _____

5.2. ¿Cuáles son las tres actividades productivas más rentables del cantón?

Nómbrelas

- 1.
- 2.
- 3.

Fuente:

5.3. Tipo de empleo turístico (Sólo para cantones que prestan servicios turísticos)

		Porcentaje %
1	Empleos formales en turismo (Personal con contrato verbal o escrito, establecimientos con documentos en regla)	
2	Empleos informales en turismo (Vendedores informales, prestadores de servicios son documentos en regla o sin permisos de funcionamiento)	

5.4. Tipo de actividad en la que participa el cantón: puede marcar más de una si así fuera el caso.

1. Trabajo en grupo
2. Minga
3. Asamblea comunitaria
4. Otras

Comentarios:

5.5. Ha participado el cantón o la directiva cantonal en la elaboración de los Planes Estratégicos locales con:

- | | SI | NO |
|------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. Municipio | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Gobierno Provincial | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

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

- | | # de personas |
|---------------------------------------|--------------------------|
| 1. Ingles | <input type="checkbox"/> |
| 2. Capacidad o experiencia en guianza | <input type="checkbox"/> |
| 3. Cocina | <input type="checkbox"/> |

4. Contabilidad/administración

5. Otra Artesanos

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

		% relativo
1	El turismo es considerado como un instrumento importante de desarrollo (es considerado en planes, políticas, hay asociaciones de prestadores de servicios turísticos, etc.)	
2	El turismo es una actividad económica alterna y estacional (la comunidad se dedica a la actividad turística solamente durante temporada alta, en temporada baja se dedica a otras actividades)	
3	Indiferencia hacia el desarrollo local de la actividad turística (la comunidad no contesta preguntas relacionadas al turismo, no opinan)	
4	Rechazo hacia el desarrollo de la actividad turística en la comunidad (la comunidad rechaza el desarrollo turístico, considera que es peligroso, no cree que solucione sus problemas económicos)	

5.8. Problemas sociales que según el encuestador pueden afectar al desarrollo turístico de la comunidad. Se pueden identificar también necesidades de capacitación de acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta (5.6). Comentarios:

Auxiliar de campo:

Fecha:

Anexo 3. Encuesta a demandantes del café del cantón Olmedo

Encuesta a demandantes del café del cantón Olmedo y su zona de influencia

Estimado/a, la presente encuesta tiene como fin realizar un estudio de la demanda turística, respecto al café para potenciarlo como producto turístico del cantón, por tal razón le agradecemos responda las siguientes preguntas de la manera más honesta, que esa información ayudara al desarrollo exitoso del proyecto académico, en curso.

1. Perfil sociodemográfico

Sexo

Masculino ()

Femenino ()

Nivel de instrucción

Sin estudios ()

Primaria ()

Secundaria ()

Tercer Nivel ()

Otros () Especifique.....

Edad

De 18 a 25 ()

De 26 a 33 ()

De 34 a 41 ()

De 42 a 49 ()

50 a mas

Estado Civil

Casado/a ()

Soltero/a ()

Viudo/a ()

Unión de hecho ()

Divorciado/a ()

Lugar de procedencia

Chaguarpamba ()

Olmedo ()

Paltas ()

Catamayo ()

Loja ()

Nivel Educativo

Primaria ()

Secundaria ()

Bachillerato ()

Tercer nivel ()

Profesional ()

Otro especifique.....

Ingresos mensuales

De 400\$ a 600\$ ()

De 601\$ a 801\$ ()

De 802\$ a 1002\$ ()

De 1003\$ a más ()

Usted reside en el cantón Olmedo

Si ()

No ()

Usted ha visitado o conoce el cantón Olmedo

Si ()

No ()

¿Con quién ha visitado el cantón Olmedo?

Solo ()

Amigos ()

Pareja ()

Familiares ()

¿Cuál fue su motivación para conocer el cantón Olmedo?

Turismo ()

Trabajo ()

Visitas a familiares ()

¿Usted ha degustado el café de Olmedo?

Si ()

No ()

Piensa usted que, ¿La actividad cafetalera genera desarrollo turístico y económico del cantón Olmedo?

Si ()

No ()

¿Las potencialidades de la actividad cafetalera pueden apoyar al desarrollo de productos turísticos para el cantón?

Si ()

No ()

A través de que emprendimientos basados en el café se puede aportar al desarrollo turístico.

Restaurante de comida tradicional direccionado al café ()

Tienda cafetalera y de souvenirs ()

Agricultura dedicada 100% al café ()

¿Cuál sería su motivación principal para realizar actividades relacionadas con el café?

Degustar ()

Conocer el proceso de siembra producción y consumo ()

Aprender el proceso del café ()

Relación social con otra cultura y sus tradiciones ()

Si en el cantón Olmedo se ofrecen viajes organizados ¿Estaría dispuesto a comprar el servicio?

Definitivamente Si ()

Definitivamente No ()

Probablemente Si ()

Probablemente No ()

En caso que se lanzará el viaje organizado. ¿Con que frecuencia lo visitaría?

Una vez al año ()

2 veces al año ()

3 veces al año ()

Más de 3 veces al año ()

¿A través de qué actividades desearía que se dé a conocer más el café de Olmedo?

Feria Gastronómica ()

Concurso de cafés especiales ()

Exposiciones fuera de la localidad ()

Giras demostrativas ()

¿A través de que producto turístico cree que el café de Olmedo generaría mayor desarrollo del cantón?

Ruta Cafetalera ()

Tours de café ()

Caminatas por fincas ()

¿Qué medios de comunicación le gustaría que se realice la promoción y difusión de este producto?

Redes sociales Instagram, tik tok Facebook, Twitter ()

Plataformas digitales, páginas web, blog, foros ()

Medios tradicionales, televisión, periódicos, radio ()

¿Por qué medios de distribución le gustaría adquirir un producto turístico basado en el café?

Agencias de viajes ()

Tiendas- Almacenes tradicionales artesanales ()

Tiendas virtuales ()

¿Le gustaría que el cantón Olmedo tuviera su marca inspirada en el café?

Si ()

No ()

Anexo 4. Entrevista a Productores y Comerciantes

Entrevista a productores

1. ¿Cuánto tiempo lleva usted producción el café?
2. ¿Considera usted que el café genera desarrollo económico y turístico del cantón?
3. ¿Cuál es la temporada ideal para que los turistas tengan prácticas vivenciales con el café?
4. ¿Cree usted que el café que se produce en el cantón Olmedo y que forma parte de la gastronomía local representa una motivación para que los turistas lo visiten? ¿Por qué?
5. ¿Cómo cree usted que se puede incrementar un producto turístico a través del café?
6. ¿Qué actividades se podrían desarrollar para dar a conocer este producto turístico?
7. ¿Qué estrategias de promoción le parecen más adecuadas para dar a conocer este producto turístico?
8. Le interesaría ser parte de la promoción en base a este producto

Resultados de la entrevista

Tabla 38. Resultado de la primera pregunta a productores

1. ¿Cuánto tiempo lleva usted producción el café?			
Sujeto Informante	Detalle	Comentario informante	Resumen conclusivo
Productor 1	Sr. Luis Mocha, productor de café	Lleva ya 5 años con la producción del café, desde la	Los productores, llevan entre 5 y 10

			siembra hasta la venta del lechuguin	años dedicados a la producción, ya que para ellos es una actividad que si les deja ingresos económicos.
Productor 2	Sra. Armijos, de café.	Hersilia productora	Llevar 10 años con la producción del café.	

Fuente: Entrevista Realizada

Segunda Pregunta

Tabla 39. Respuesta a la segunda pregunta a productores

2. ¿Considera usted que el café genera desarrollo económico y turístico del cantón?				
Sujeto Informante	Detalle	Comentario informante	Resumen conclusivo	
Productor 1	Sr. Luis Mocha, productor de café	En mi opinión, creo que sí, ya que el café de Olmedo es muy reconocido	Para los productores el café si genera desarrollo económico y	
Productor 2	Sra. Hersilia Armijos productora de café.	Considero que sí, ya que el café de Olmedo es reconocido a nivel nacional y tiene bastante demanda	turístico porque es muy conocido y tiene bastante demanda.	

Fuente: Entrevista Realizada

Tercera Pregunta

Tabla 40. Respuesta de tercera pregunta a productores

3. ¿Cuál es la temporada ideal para que los turistas tengan prácticas vivenciales con el café?				
Sujeto Informante	Detalle	Comentario informante	Resumen conclusivo	
Productor 1	Sr. Luis Mocha, productor de café	En mi opinión, la temporada que un visitante puede venir a los viveros a sembrar es en el invierno	Llegamos a la conclusión que la temporada alta para realizar prácticas	

Productor 2	Sra. Hersilia Armijos productora de café.	La temporada ideal para este tipo de actividades es en temporada de invierno.	vivenciales es en temporada de invierno, generalmente de enero a mayo.
--------------------	--	---	--

Fuente: Entrevista Realizada

Cuarta pregunta

Tabla 41. Respuesta a la cuarta pregunta a productores

4. ¿Cree usted que el café que se produce en el cantón Olmedo y que forma parte de la gastronomía local representa una motivación para que los turistas lo visiten? ¿Por qué?			
Sujeto Informante	Detalle	Comentario informante	Resumen conclusivo
Productor 1	Sr. Luis Mocha, productor de café	Considero que sí, porque el café de Olmedo llama mucho la atención de las personas	Según la opinión de los entrevistados, el café si representa una motivación para que
Productor 2	Sra. Hersilia Armijos productora de café.	Sí, porque el sabor del café de Olmedo es muy cotizado y las personas que visitan siempre desean comprar para sembrar en otros lugares.	los turistas visiten el cantón, porque muchas personas arriban a observar el proceso de siembra.

Fuente: Entrevista Realizada

Quinta Pregunta

Tabla 42. Respuesta a la quinta pregunta a productores

5. ¿Cómo cree usted que se puede incrementar un producto turístico a través del café?			
Sujeto Informante	Detalle	Comentario informante	Resumen conclusivo
Productor 1	Sr. Luis Mocha, productor de café	Si podría incrementar un producto turístico que podría ser una ruta por las fincas	Según opinión de los entrevistados, creen que una ruta cafetalera por las fincas y prácticas

Productor 2	Sra. Hersilia Armijos productora de café.	A través del café se podría hacer una ruta cafetalera, o de prácticas vivenciales, enseñando así a los visitantes el proceso que tiene el café	vivenciales sería un producto y actividades ideales para incrementar el turismo.
--------------------	---	--	--

Fuente: Entrevista Realizada

Sexta Pregunta

Tabla 43. Respuesta a la sexta pregunta a productores

6. ¿Qué actividades se podrían desarrollar para dar a conocer este producto turístico?			
Sujeto Informante	Detalle	Comentario informante	Resumen conclusivo
Productor 1	Sr. Luis Mocha, productor de café	Se podría realizar caminatas por las fincas de los productores, para ellos mismo siembren el lechugin	Las actividades que se pueden realizar para dar a conocer el producto turístico, es mediante la ruta cafetalera, existan
Productor 2	Sra. Hersilia Armijos	Las practicas vivenciales, caminatas por las fincas.	practicas vivenciales.

Fuente: Entrevista Realizada

Séptima Pregunta

Tabla 44. Respuesta a la séptima pregunta a productores

7. ¿Qué estrategias de promoción le parecen más adecuadas para dar a conocer este producto turístico?			
Sujeto Informante	Detalle	Comentario informante	Resumen conclusivo
Productor 1	Sr. Luis Mocha, productor de café	Para promocionar, o dar a conocer un producto se puede hacer mediante videos	Una estrategia para promocionar el producto turístico

		promocionales en las redes sociales	son los videos promocionales, o el uso de las diferentes redes sociales.
Productor 2	Sra. Hersilia Armijos	Se podría ser mediante videos promocionales o publicaciones en las redes sociales	

Fuente: Entrevista Realizada

Octava Pregunta

Tabla 45. Respuesta a la octava pregunta a productores

8. Le interesaría ser parte de la promoción en base a este producto			
Sujeto Informante	Detalle	Comentario informante	Resumen conclusivo
Productor 1	Sr. Luis Mocha, productor de café	Si me gustaría ser parte de este producto porque me llama mucho la atención el turismo.	Si hay interés por parte de las personas para formar parte del producto turístico.
Productor 2	Sra. Hersilia Armijos	La verdad si me gustaría para así también dar a conocer el café que yo siembro.	

Fuente: Entrevista Realizada

Entrevista a comerciantes

1. ¿Cuánto tiempo lleva usted con el comercio del café?
2. ¿Considera usted que el café genera desarrollo económico y turístico del cantón?
3. ¿Cuál es la temporada o días de la semana sería ideal para que los turistas tengan practicas vivenciales con el café?
4. ¿Cree usted que el café que se produce en el cantón Olmedo y que forma parte de la gastronomía local representa una motivación para que los turistas lo visten? ¿Por qué?
5. ¿Cómo cree usted que se puede incrementar un producto turístico a través del café?
6. ¿Qué actividades se podrían desarrollar para dar a conocer este producto turístico?
7. ¿Qué estrategias de promoción le parecen más adecuadas para dar a conocer este producto turístico?
8. Le interesaría ser parte de la promoción en base a este producto

Primera Pregunta

Tabla 46. Resultado de la primera pregunta a comerciantes

1. ¿Cuánto tiempo lleva usted con el comercio del café?			
Sujeto Informante	Detalle	Comentario informante	Resumen conclusivo
Comerciante 1	Sra. Carmen Vásquez, ama de casa, productora y comerciante de café.	Llevo ya más de 30 años con el negocio de café, desde la siembra hasta el que llega al mercado comercial.	Estas personas a más tienen doble función, producen ellos mismo el café para luego venderlo, lo hace en todas las formas, el grano, despulpado o molido desde muchos años atrás ha sido su principal ingreso económico
Comerciante 2	Sr. Néstor Rojas jefe de familia productor y comerciante del café.	El café ha sido el principal ingreso económico que ha tenido mi familia, ya voy con este negocio más de 20 años.	

Fuente: Entrevista Realizada

Segunda Pregunta

Tabla 47. Respuesta a la segunda pregunta a comerciantes

2. ¿Considera usted que el café genera desarrollo económico y turístico del cantón?			
Sujeto Informante	Detalle	Comentario informante	Resumen conclusivo
Comerciante 1	Sra. Carmen Vásquez, ama de casa productora y comerciante de café.	Yo creo que sí, ya que muchas personas a las que vendo mi café me preguntan que donde es y que les gustaría mucho visitar el cantón.	Según la opinión de los comerciantes el café si genera desarrollo económico y turístico para el cantón al ser el principal producto agrícola del lugar.
Comerciante 2	Sr. Néstor Rojas jefe de familia productor y comerciante del café.	Considero que sí, porque el café si genera ingresos económicos, y también les interesa y llama mucho la atención de las personas	

Fuente: Entrevista Realizada

Tercera Pregunta

Tabla 48. Respuesta a la tercera pregunta a los comerciantes

3. ¿Cuál es la temporada o días de la semana sería ideal para que los turistas tengan practicas vivenciales con el café ?			
Sujeto Informante	Detalle	Comentario informante	Resumen conclusivo
Comerciante 1	Sra. Carmen Vásquez, ama de casa productora y comerciante de café.	Los días ideales para realizar prácticas para conocer el proceso del café se podría hacer los fines de semana para así dar a conocer paso a paso como es el proceso.	Para los comerciantes la temporada ideal para realizar prácticas de siembra son la temporada invernal, y los días para conocer las diferentes fases sería los días jueves o viernes.
Comerciante 2	Sr. Néstor Rojas jefe de familia productor y comerciante del café.	La temporada ideal de producción es en el invierno, pero para dar a conocer todo el proceso puede ser jueves o viernes ya que el fin de semana ya se lo saca al mercado.	

Fuente: Entrevista Realizada

Cuarta pregunta

Tabla 49. Respuesta a la cuarta pregunta a comerciantes

4. ¿Cree usted que el café que se produce en el cantón Olmedo y que forma parte de la gastronomía local representa una motivación para que los turistas lo visiten? ¿Por qué?			
Sujeto Informante	Detalle	Comentario informante	Resumen conclusivo
Comerciante 1	Sra. Carmen Vásquez, ama de casa productora y comerciante de café.	Si es una motivación para que las personas visiten el cantón por su aroma su sabor además al ser muy reconocido nivel nacional.	El aroma, el sabor y lo natural hacen que en el café de Olmedo llame a muchos visitantes a disfrutar

Comerciante 2	Sr. Néstor Rojas jefe de familia productor y comerciante del café.	Yo creo que sí, porque propios y extraños les gusta el sabor de nuestro café, además de ser un café natural que no contiene químicos	de una buena taza de café y los atractivos que ofrece esta tierra.
----------------------	--	--	--

Fuente: Entrevista Realizada

Quinta Pregunta

Tabla 50. Respuesta de la quinta pregunta a comerciantes

5. ¿Cómo cree usted que se puede incrementar un producto turístico a través del café?			
Sujeto Informante	Detalle	Comentario informante	Resumen conclusivo
Comerciante 1	Sra. Carmen Vásquez, ama de casa productora y comerciante de café.	Para incrementar un producto turístico se necesita del apoyo de muchas personas quieran ser parte del producto como por ejemplo una ruta de café.	Estas personas son conscientes que se necesita del apoyo de otras personas para incrementar un producto turístico.
Comerciante 2	Sr. Néstor Rojas jefe de familia productor y comerciante del café.	Se necesita de muchas personas que se dediquen al comercio y producción para realizar un ruta o caminatas.	Según lo que se desee hacer se necesita el permiso de fincas y de productores.

Fuente: Entrevista realizada

Sexta Pregunta

Tabla 51. Respuesta a la sexta pregunta a comerciantes

6. ¿Qué actividades se podrían desarrollar para dar a conocer este producto turístico?			
Sujeto Informante	Detalle	Comentario informante	Resumen conclusivo
Comerciante 1	Sra. Carmen Vásquez, ama de casa productora y comerciante de café.	Para dar a conocer el producto turístico se podría hacer actividades de	Las actividades que los comerciantes proponen son

		caminatas por las fincas o talleres de demostración de todo el proceso.	caminatas por las fincas, talleres de demostración del
Comerciante 2	Sr. Néstor Rojas jefe de familia productor y comerciante del café.	Las actividades que se pueden desarrollar, son diálogos con los visitantes, caminatas por las fincas al momento de realizar una ruta.	proceso y diálogos con los visitantes. De esta manera dar conocer el producto turístico.

Fuente: Entrevista realizada

Séptima Pregunta.

Tabla 52. Respuesta a la séptima pregunta a comerciantes

7. ¿Qué estrategias de promoción le parecen más adecuadas para dar a conocer este producto turístico?			
Sujeto Informante	Detalle	Comentario informante	Resumen conclusivo
Comerciante 1	Sra. Carmen Vásquez, ama de casa productora y comerciante de café.	Para promocionar un producto se puede hacer reuniones con los vecinos, o hacer videos promocionales en redes sociales o anuncios en las radios locales.	Las estrategias de promoción que a los entrevistados les parece más adecuados son los videos promocionales en las principales plataformas o redes sociales, además también se puede utilizar las radios locales para transmitir esta información.
Comerciante 2	Sr. Néstor Rojas jefe de familia productor y comerciante del café.	Yo pienso que se puede hacer videos en las principales redes sociales como Facebook o anuncios radiales y de esta manera dar a conocer el producto que se está desarrollando.	

Fuente: Entrevista Realizada

Octava Pregunta

Tabla 53. Respuesta a la octava pregunta a comerciantes

8. Le interesaría ser parte de la promoción en base a este producto			
Sujeto Informante	Detalle	Comentario informante	Resumen conclusivo
Comerciante 1	Sra. Carmen Vásquez, ama de casa productora y comerciante de café.	En lo personal si me interesaría ser parte de este producto ya que nos haríamos conocer más ante las personas.	Los comerciantes si están de acuerdo en ser parte de la promoción de este producto turístico
Comerciante 2	Sr. Néstor Rojas jefe de familia productor y comerciante del café.	A mi si me gustaría ser parte de la promoción de este producto para también tener mejores ingresos económicos y ayudar a generar turismo al cantón.	porque les ayudaría a mucho para dar a conocer su producto.

Fuente: Entrevista Realizada

Anexo 5. Ficha de demanda

CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA

Utilicé una de estas fichas para la comunidad. la ficha incluye los datos mínimos con respecto a la demanda que deberían caracterizarse en un diagnóstico. Dependiendo del tiempo y los recursos disponibles, se debe decidir el método con que se recogerán los datos en la comunidad: se puede optar por la observación y entrevistas para obtener datos aproximadas o cualitativas, se puede usar la ficha como una base para diseñar cuestiones de encuesta que arrojen datos porcentuales.

1.1.Existe demanda turística hacia la comunidad. Puede contestar esta pregunta por observación directa.

1. Sí
2. No

1.2. la comunidad tiene una demanda diaria aproximada de: (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave; escribir en números el resultado).

- _____ Visitantes de lunes a viernes
- _____ Visitantes los días sábado
- _____ Visitantes los días domingo
- _____ Visitantes los días feriados

Fuente de información:

.....

1.3. Frecuencia de la demanda que posee la comunidad (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave).

- 1. Permanente (todo el año)
- 2. Estacional (Solo por temporadas)
- 3. Esporádica (De vez en cuando)
- 4. Inexistente

1.4. Forma de viaje. Marcar con una X la respuesta correcta (puede hacer un cálculo en porcentaje con base en encuesta o pregunta a informantes clave).

- 1. Independiente
- 2. Organizado (Paquetes, "Tours")

1.5. Tipo de demanda que posee la comunidad. (Si dispone de datos cuantitativos, marque la respuesta en porcentajes, si no, puede marcar con X).

A) Con respecto al Orden

- 1. Internacional
- 2. Nacional
- 3. Regional

A) Con respecto al tiempo de estadía

- 1. Turistas
- 2. Excursionistas

Fuente de información:

.....

.....

1.6.El gasto promedio diario de los visitantes es:

1. Turistas
 2. Excursionistas
 Fuente de información:

.....

1.7. Indique tres razones o atractivos principales por los cuales es visitada la comunidad

1.8. Los servicios turísticos que consumen los visitantes son





TIPO DE SERVICIO

- 1. ALOJAMIENTO
- 2. RESTAURANTES
- 3. KIOSCOS DE COMIDA
- 4. BARES
- 5. SERVICIO DE GUIANZA LOCAL
- 6. OTRO
- 7. NINGUNO

Anexo 6. Ficha del MINTUR

Nombre del Atractivo:			
Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Provincia	Cantón	Localidad	
		Ubicación	
Características:			
Recomendaciones:			
Actividades Turísticas:			

Anexo 7. Ficha del INPC

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO		CÓDIGO	
		IMG20221105-0001	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN del médico ancestral			
Provincia: Loja		Cantón: Olmedo	
Parroquia: Olmedo		(X) Urbana	Rural
Localidad: Olmedo			
Coordenadas UTM: -3.934 y -79.648			
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			
 			
Descripción de la fotografía: Productor y comerciante del café del cantón Olmedo, realiza todo el proceso del café orgánico, cosecha, seca, maja, escoge, tuesta y muele el café de forma artesanal.			
Código Fotográfico: IMG-20230108-WA0074.jpg			
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Nombres del productor		Néstor Rojas.	
Género	M (<input checked="" type="checkbox"/>)	F ()	Edad 60 años
Tipo de productor		Productor del café artesanal	
Grupo Social		Mestizo	
Tipo de café que produce		Café catuaí, caturro y criollo	
4. DESCRIPCIÓN			
Desde los 20 años comenzó con esta actividad, al tener un empleo seguro y ya próximo a tener su propia familia, decidió empezar con la producción de café, en un terreno en el centro del cantón Olmedo, siembra aproximadamente 1000 lechiguines de café para luego venderlos a su debido tiempo,			
Periodo		Detalle de la Periodicidad	
	Anual	Produce todas la temporadas de invierno, pero el proceso de pilado, tostado y molido lo realiza los jueves y viernes para luego el fin de semana salir a vender.	
X	Continua		
	Ocasional		
	Otro (diaria)		
Alcance		Detalle del Alcance	

	Local	Vende su café a diferentes lugares que le hacen perdido, como el cantón Paltas, cantón Catamayo, cantón Loja, cantón Balsas, cantón Piñas, cantón Marcabelí, entre otros.
	Provincial	
X	Regional	
x	Nacional	
	Internacional	

TÉCNICA

- **Cosecha:** En temporada de cosecha, el señor recolecta todo el café maduro y pintón en una alforja de tela.
- **Proceso para secar:** Sobre un espacio de terreno se pone el café para que poco a poco con los rayos del sol se seque.
- **Proceso de pilado:** Una vez que el café ya está seco, procede a ponerlo por porciones sobre un instrumento denominado porrón y con otro instrumento llamado majo lo chanca para de esta manera separar la cáscara del grano de café.
- **Limpieza:** Para limpiar los granos de café de toda la cascara se utiliza un aventador para que con dirección al viento tomar un poco de café en un recipiente y de una pequeña altura devolver el café al porrón y con ayuda del aventador liberar la cascara.
- **Tostado:** Para este proceso, se prende fuego en un fogón, y con la ayuda de una paila de acero de lo tuesta, para este proceso es necesario hacerlo en un espacio de aire libre, porque si lo hace un espacio cerrado luego la persona que tuesta no podrá salir al frío, ya que este proceso demora mucho y es peligroso para la salud estar caluroso y salir.
- **Proceso para moler:** En un pequeño molino de mano, y girándolo procede a moler el café para que salga ya el café molido, luego librea y listo para salir al mercado.


Materiales	Procedencia	Forma de adquisición
Alforja	Hilo o de algodón	De artesanos de la zona
Majo	Madera	De artesanos y por herencia
Porrón	Madera	De artesanos y por herencia
Aventador	Chante del guineo	De su huerta
Paila	De aluminio	Por herencia
Molino	De aluminio	Por herencia

5. PORTADORES / SOPORTES

Detalle de la procedencia	
Procedencia del saber	
Padres e hijos	Herencia de sus padres ya que ellos querían que siga con las tradiciones y de esta manera seguir elaborando el café artesanal
Maestros – aprendiz	
Centro de capacitación	
Otro	
Detalle de la transmisión	
Transmisión del saber	
Padres e hijos	
Maestros – aprendiz	
Centro de capacitación	
Otro	Desea que esta actividad se mantenga en el tiempo, aunque ya son pocas las personas que utilizan este medio, la mayoría la utiliza pilladoras eléctricas tostadoras y molinos que necesitan de la mano del hombre.

6. INTERLOCUTORES (datos del entrevistador)

Apellidos y nombres:	Teléfono	Sexo	Edad
----------------------	----------	------	------

Vanessa Alexandra Guillin Guillin		0991159332	Femenino	22
Dirección: San Sebastián Calle Lourdes – Bolívar				
Institución: Universidad Nacional de Loja			Carrera: Turismo	
Fecha de inventario: 27 de diciembre del 2022				
7. ANEXOS				
Fotografías		Videos	Audios	
				
8. OBSERVACIONES				

Fuente: Trabajo de campo

Anexo 8. Análisis PESTEL

Político	Económico	Sociocultural
Tecnológico	Ecológico	Legal

Anexo 9. Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
OPORTUNIDADES	AMENAZAS

Fuente: Trabajo de investigación

Anexos 10. Matriz de estrategias

Factores internos	Fortalezas	Debilidades
Factores externos		
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA

Anexo 11. Fichas generales para cada estrategia planteada

Objetivo estratégico	Recursos	Propuesta	Ventajas	Desventajas

Anexo 12. Estrategias para el desarrollo turístico del cantón Olmedo en base al café

Objetivo estratégico	
Medio	
	Nombre:
	Objetivo General
	Objetivos específicos
Características	Visión de futuro
	Fuentes de financiamiento
	Formas de ejecución
	Responsables

Estructura del diseño	Parámetros a considerar en su diseño
	Diseño de implantación
	Observaciones

CERTIFICADO DE TRADUCCIÓN

Yo, **Nathali del Cisne Cuenca Collaguazo**, con cédula de Identidad **1105775330**, como *Licenciada en Ciencias de la Educación Mención Idioma Inglés*, certifico que este documento de resumen del trabajo de titulación “**El café como potencial turístico del Cantón Olmedo provincia de Loja**” de autoría de la **Srta. Vanessa Alexandra Guillin Guillin** con C.I. **1105407363**, es una versión correcta de traducción literal del español al inglés. También, se certifica la fidelidad de la traducción más no se asume responsabilidad por la autenticidad o el contenido del documento en la lengua de origen.

Jueves, 21 de septiembre del 2023.



Mg. Nathali del Cisne Cuenca Collaguazo

NRO. De registro SENESCYT de Titulaciones:

1008-2018-1987008 - 7241178977

TELF. 07 211 2044

CEL. 0981207483

EMAIL: nathali161994@hotmail.com