



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja
Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Administración Turística

Título del Trabajo de Titulación:
**Fortalecimiento a la identidad cultural y natural para el desarrollo
turístico del Cantón Olmedo, provincia de Loja.**

**Trabajo de Integración Curricular previo a
la obtención del título de Ingeniero en
Administración Turística**

AUTOR:
Edwin Javier Durazno Cumbicus

DIRECTORA:
Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene Mg. Sc.

Loja - Ecuador
2024

Certificación de trabajo de titulación

Loja, 27 de junio de 2024

Ing. Maruxi Yadira Loarte Tène Mg. Sc.

DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo proceso de la elaboración del trabajo de Titulación denominado: **“FORTALECIMIENTO A LA IDENTIDAD CULTURAL Y NATURAL PARA EL DESARROLLO TURISTICO DEL CANTON OLMEDO, PROVINCIA DE LOJA”**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Administración Turística**, de la autoría del estudiante **Edwin Javier Durazno Cumbicus**, con **cédula de identidad Nro. 1106088311**, 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.



firmado electrónicamente por:
**MARUXI YADIRA
LOARTE TENE**

Ing. Maruxi Yadira Loarte Tène Mg.Sc.

DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Autoría

Yo, **Edwin Javier Durazno Cumbicus**, declaro ser autor del presente Trabajo de Titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mí Trabajo de Titulación en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula de Identidad: 1106088311

Fecha: 06 de septiembre de 2024

Correo electrónico: edwin.durazno@unl.edu.ec

Celular: 0990562288

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

Yo, **Edwin Javier Durazno Cumbicus**, declaro ser autor del trabajo de titulación denominado **Fortalecimiento a la Identidad Cultural y Natural para el Desarrollo Turístico del Cantón Olmedo, Provincia de Loja**, como requisito para optar por el título de **Ingeniero en Administración Turística**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los seis días del mes de Agosto del dos mil veinte y cuatro.

Firma:

Autor: Edwin Javier Durazno Cumbicus

Cédula: 1106088311

Dirección: Menfis Central. Loja

Correo electrónico: edwin.durazno@unl.edu.ec

Celular: 0990562288

DATOS COPLEMENTARIOS:

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

Dedicatoria

A Dios y a la Churonita del Cisne por guiarme y bendecirme durante este trayecto universitario, por iluminarme y llevarme por el camino del bien, además por brindarme la oportunidad de día a día seguir cumpliendo mis metas y sin duda alguna haberme regalado la oportunidad de seguir enfrentando los obstáculos de la vida.

A mi mamita Luz, por darme la vida, por su gran amor, por su apoyo incondicional, a pesar de las adversidades siempre estuvo apoyándome en todo momento. ¡Gracias Mamita, por ti estoy donde estoy!

Dedico este trabajo hasta el cielo, a mi padre Pedro que en paz descanse, a pesar de que no estuviste en mi proceso de formación profesional, estoy seguro que con este logro estarías muy orgulloso de mi.

A mi segundo padre, Liborito, por aconsejarme y apoyarme en toda mi carrera universitaria.

A mis hermanos y a mi familia en general por empujarme y apoyarme para poder conseguir este logro.

A mis amigos y compañeros que siempre me han brindado su apoyo, amistad, confianza y conocimientos que me ayudaron a crecer personal y profesionalmente.

Edwin Javier Durazno Cumbicus

Agradecimiento

Agradezco a Dios por brindarme la salud, por ser guía y protector en estos años de estudio, por brindarme la sabiduría y la inteligencia para tomar buenas decisiones y por permitirme alcanzar este gran logro.

A la Universidad Nacional de Loja y la Carrera de Administración Turística que fueron pilares fundamentales en mi formación personal y profesional.

A mi familia, en especial a mis padres, por su apoyo, cariño y comprensión durante todo mi proceso de formación profesional. Sin ustedes nada de esto hubiese sido posible.

A mis docentes de carrera, por impartirme sus conocimientos y sus experiencias, por empaparme de ese espíritu profesional y humano, y por guiarme en todo este trayecto universitario.

De manera especial a la Ing. Maruxi Loarte por haberme guiado y orientado en mi trabajo de titulación, por haberme impartido sus conocimientos, sus experiencias, sus sabias palabras, sus consejos, y sobre todo por su gran paciencia. ¡Le estaré eternamente agradecido!

Finalmente agradezco a mis compañeros de aula, por la amistad, los consejos, las risas, las tristezas, simplemente gracias por todos los momentos vividos en esta travesía. ¡Los llevaré siempre en mi corazón!

Edwin Javier Durazno Cumbicus

Índice de Contenidos

Certificación de trabajo de titulación	ii
Autoría.....	iii
Carta de autorización por parte del autor, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Titulación.	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de Contenidos	vii
1. Titulo	1
2. Resumen	2
2.1. Abstract	3
3. Introducción	4
4. Marco Teórico	6
4.1. Marco Conceptual	6
4.1.1. Fortalecimiento Turístico	6
4.1.2. Identidad Cultural.....	6
4.1.3. Importancia de la Identidad Cultural.....	6
4.1.4. Diagnostico Turístico	7
4.1.5. Sistema Turístico.....	7
4.1.6. Inventario de Atractivos Turísticos	7
4.1.7. Análisis FODA.....	8
4.1.8. Encuesta	8
4.1.9. Entrevista.....	9
4.1.10. Marca Turística	9

4.1.11. Características de una marca turística	9
4.1.12. Importancia de una marca turística	10
4.1.13. Branding Turístico.....	11
4.1.14. Importancia del Branding Turístico	11
4.1.15. Promoción Turística	11
4.1.16. Técnicas de promoción turística.....	12
4.2. Marco referencial	12
4.2.1. Artículos científicos de referencias sobre el trabajo de investigación.	12
5. Metodología	15
5.1. Descripción del Área de estudio.....	15
5.2. Materiales, métodos y técnicas.....	16
5.3. Tamaño de muestra	17
5.4. Metodología por objetivos	17
6. Resultados	19
6.1. Resultados del primer objetivo: Analizar cuál es la situación actual turística del Cantón Olmedo, provincia de Loja.	19
6.1.1. Diagnostico situacional turístico del cantón Olmedo.....	19
6.1.2. Tabulación de encuestas	35
6.1.3. Análisis de las encuestas.....	40
6.2. Resultados del segundo objetivo: Elaborar la propuesta de identidad cultural y natural que permita el desarrollo turístico del Cantón Olmedo, provincia de Loja.	47
6.2.1. Validación de la propuesta mediante metodología participativa.....	51

7.	Discusión.....	62
8.	Conclusiones	64
9.	Recomendaciones.....	65
10.	Bibliografía.....	66
11.	Anexos.....	70
11.1.	Anexo 1. Certificado de Traducción del Abstract	¡Error! Marcador no definido.
11.2.	Anexo 2. Oficio de Pertinencia	¡Error! Marcador no definido.
11.3.	Anexo 3. Oficio de Designación de director/a de Tesina	¡Error! Marcador no definido.
11.4.	Anexo 4. Ficha de Caracterización Turística de Comunidades de Carla Ricaurte	¡Error! Marcador no definido.
11.5.	Anexo 5. Ficha de Levantamiento de Atractivos Turísticos Mintur 2018.....	73
11.6.	Anexo 6. Modelo de Entrevista	¡Error! Marcador no definido.

Índice de Tablas

Tabla 1.	Materiales, métodos y técnicas	16
Tabla 2.	Población del cantón Olmedo al 2022	19
Tabla 3.	Establecimientos de alojamiento en el cantón Olmedo.....	20
Tabla 4.	Establecimientos de alimentación en el cantón Olmedo.....	20
Tabla 5.	Establecimientos de esparcimiento	21
Tabla 6.	Cooperativas de Transporte.....	22
Tabla 7.	Centros de Atención de Salud del cantón Olmedo.....	24
Tabla 8.	Miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Olmedo	24
Tabla 9.	Atractivos Turísticos del cantón Olmedo.....	25
Tabla 10.	Ficha resumen N°1. Cerro Santa Barbara	27
Tabla 11.	Ficha resumen N°2. Cerro Chivatos	28
Tabla 12.	Ficha resumen N°3. Parque Central de Olmedo	29

Tabla 13. Ficha resumen N°4. Iglesia Santa Teresita de Olmedo.....	30
Tabla 14. Ficha resumen N°5. Iglesia Santa Teresita de Olmedo.....	31
Tabla 15. Ficha resumen N°6. Finca Papá Café.....	32
Tabla 16. Ficha resumen N°7. Ramadas o moliendas.....	33
Tabla 17. Sexo.....	35
Tabla 18. Rangos de edad	35
Tabla 19. Actividad laboral.....	35
Tabla 20. Pregunta 1.....	36
Tabla 21. Pregunta 2.....	37
Tabla 22. Pregunta 3.....	37
Tabla 23. Pregunta 4.....	37
Tabla 24. Pregunta 5.....	38
Tabla 25. Pregunta 6.....	38
Tabla 26. Pregunta 7.....	39
Tabla 27. Pregunta 8.....	39
Tabla 28. Pregunta 9.....	39
Tabla 29. Pregunta 10.....	40
Tabla 30. Matriz de análisis FODA	41
Tabla 31. Matriz FODA Estratégico	43
Tabla 32. Proponer un identificativo que permita el fortalecimiento cultural, natural y turístico del cantón.	48
Tabla 33. Proponer señalética turística en sitios estratégicos del cantón Olmedo.....	49
Tabla 34. Proponer soportes publicitarios: spots publicitarios, en medios de comunicación (televisión, redes sociales, plataformas digitales, etc.) para motivar a los turistas a la visita.	50
Tabla 35. Validación de propuestas de los objetivos estratégicos	51
Tabla 36. Diseño del Identificativo	52
Tabla 37. Pictogramas turísticos	55
Tabla 38. Tótems Informativos	56
Tabla 39. Redes Sociales.....	58

Índice de Figuras

Figura 1. Ubicación Geográfica del cantón Olmedo.....	15
Figura 2. Identificativo	54
Figura 3. Imagotipo positivo y negativo	54
Figura 4. Material Corporativo.....	54
Figura 5. Souvenirs	55
Figura 6. Pictogramas.....	56
Figura 7. Tótems Informativos.....	58
Figura 8. Plataformas digitales.....	60

Índice de Anexos

Anexo 1. Certificado de Traducción del Abstract.....	70
Anexo 2. Oficio de Pertinencia	71
Anexo 3. Oficio de Designación de director/a de Tesina.....	72
Anexo 4. Ficha de Caracterización Turística de Comunidades de Carla Ricaurte	73
Anexo 5. Ficha de Levantamiento de Atractivos Turísticos Mintur 2018	74
Anexo 6. Modelo de Entrevista.....	73

1. Título

Fortalecimiento a la identidad cultural y natural para el desarrollo turístico del cantón Olmedo,
provincia de Loja.

2. Resumen

El presente proyecto de grado titulado **“Fortalecimiento a la identidad cultural y natural para el desarrollo turístico del cantón Olmedo, provincia de Loja**, tiene como objetivo general Fortalecer la identidad cultural y natural para el desarrollo turístico del Cantón Olmedo, Provincia de Loja. Para el desarrollo del trabajo de investigación se plantearon dos objetivos específicos: el primero fue analizar la situación actual turística del cantón en estudio, en donde se aplicó la Matriz de Diagnostico Local de Ricaurte (2009) para el levantamiento de información del componente turístico del cantón Olmedo. Posterior a ello, se realizó el levantamiento de información de los atractivos turísticos mediante la aplicación de la Ficha de Levantamiento de Atractivos Turísticos propuesta por el Mintur. Seguidamente, se aplicaron las técnicas de entrevista y encuesta como herramientas para recolectar datos, esto a un numero determinado de personas, con la finalidad de conocer mas a fondo la realidad turística del territorio en estudio. Luego se elaboró una matriz Foda en donde se evidenció las características positivas y negativas del cantón, para luego elaborar un Foda cruzado de donde se desprendieron estrategias que fueron tomadas para el desarrollo de la propuesta. El segundo objetivo fue elaborar la propuesta de identidad cultural y natural que permita el desarrollo turístico del cantón Olmedo, que consistió en el diseño de un identificativo turístico y, como complemento, la elaboración de estrategias para el posicionamiento del mismo, en donde se hizo énfasis en el uso de herramientas tecnológicas que permitan una posición en el mercado turístico. Analizando los resultados se determinó que el cantón Olmedo guarda un potencial turístico y cultural que, según los pobladores, es necesario posicionarlo, ante ello se determinó un producto turístico como el identificativo en base a los datos obtenidos. Finalmente se planteó algunas conclusiones que nos permitió establecer que el cantón Olmedo tiene una limitada infraestructura turística, también abarca una gran variedad de bondades turísticas, cultura, tradición y una exquisita gastronomía, además la población dio una gran acogida al desarrollo del identificativo que represente turística y culturalmente su cantón. Frente a ello las recomendaciones van dirigidas al GAD y a la Unidad de Turismo, para que articulen su trabajo, mejoren la infraestructura turística, utilizar la tecnología como herramienta en auge para posicionar turísticamente al cantón en el ámbito local, provincial y nacional, capacitar a la población y motivar al desarrollo turístico del territorio.

***Palabras clave:** Fortalecimiento Turístico, identidad cultural y natural, posicionamiento turístico.*

2.1. Abstract

The present degree project titled “Strengthening Cultural and Natural Identity for the Tourism Development of Olmedo Canton, Loja Province,” aims to strengthen the cultural and natural identity for the tourism development of Olmedo Canton, Loja Province. To develop the research work, two specific objectives were proposed: the first was to analyze the current tourism situation of the canton under study, where the Ricaurte Local Diagnostic Matrix (2009) was applied to gather information on the tourism component of Olmedo Canton. Subsequently, information on tourist attractions was collected using the Tourist Attraction Survey Form proposed by Mintur. Next, interview and survey techniques were used as tools to collect data from a determined number of people, with the aim of gaining a deeper understanding of the tourism reality of the territory under study. Then, a SWOT matrix was developed, highlighting the positive and negative characteristics of the canton, followed by a cross SWOT analysis from which strategies were derived for the proposal's development. The second objective was to develop a proposal for cultural and natural identity that would allow the tourism development of Olmedo Canton, which involved designing a tourism identifier and, as a complement, developing strategies for its positioning, with an emphasis on using technological tools to secure a position in the tourism market. Analyzing the results, it was determined that Olmedo Canton holds a tourism and cultural potential that, according to the residents, needs to be positioned. Thus, a tourism product was identified based on the obtained data. Finally, some conclusions were drawn, establishing that Olmedo Canton has limited tourism infrastructure but boasts a wide variety of tourist attractions, culture, traditions, and exquisite cuisine. Additionally, the population warmly welcomed the development of an identifier that represents their canton both touristically and culturally. Consequently, the recommendations are directed to the GAD and the Tourism Unit to coordinate their work, improve tourism infrastructure, use technology as a rising tool to position the canton locally, provincially, and nationally, train the population, and encourage the tourism development of the territory.

Keywords: Tourism Strengthening, Cultural and Natural Identity, Tourism Positioning.

3. Introducción

El patrimonio cultural y natural es un potencial motor de desarrollo que, con una adecuada gestión, puede atraer turismo sostenible y de calidad al territorio. Interpretarlo es necesario para que los visitantes lo conozcan, lo aprecien y lo valoren, lo que también aumenta sus probabilidades de protección. Esta “riqueza frágil” tiene que ser preservada porque una vez se pierde no es recuperable, por lo que hay que encontrar un equilibrio entre su aprovechamiento y su preservación (Paleo, 2024).

Pibaque et al. (2022) mencionan que en el Ecuador se ha reconocido la valía de la actividad turística cultural y natural de manera, por ello su planificación, a través de los Ministerios de Turismo y de Educación, se ha enfocado a la revalorización de las costumbres y del conocimiento de la identidad cultural del país, generando que en los últimos años se note mayor conciencia por el aprovechamiento sustentable de los recursos en sus diferentes regiones, en sus ciudades y últimamente en los diferentes centros rurales, demostrando que el país tiene mucho más que ofrecer que los mismos productos reconocidos en décadas anteriores

El cantón Olmedo aguarda una valiosa cultura y una belleza paisajística excepcional, su comunidad realiza artesanías, conserva una gastronomía única que se ha mantenido a lo largo del tiempo rescatando la herencia de sus antepasados, sin embargo, no se aprovecha el potencial turístico que posee, ya que no se han buscado las estrategias correctas para desarrollar el turismo en el cantón.

El presente trabajo de investigación busca proponer un identificativo para fortalecer la identidad cultural y natural del cantón Olmedo, reflejar y dar a conocer sus atributos y potencialidades turísticas y posicionarlo en el mercado turístico local.

Con el desarrollo del este proyecto se prevé incrementar el nivel de reconocimiento del cantón Olmedo mediante la difusión del mismo a través de un identificativo, cuyos resultados sean la creciente afluencia de visitantes al cantón generando una demanda que motive a la población a inclinarse por el emprendimiento, mejorando la actividad económica del cantón y con ello las condiciones de vida de los habitantes.

Los beneficiarios directos son la comunidad del sector, los empresarios y demás personas que se vinculan directamente a la actividad turística del cantón.

Para este trabajo se planteó un objetivo general que es Fortalecer la identidad cultural y natural para el desarrollo turístico del Cantón Olmedo, provincia de Loja y dos objetivos específicos: Analizar cuál es la situación actual turística del Cantón Olmedo, provincia de Loja; Elaborar la propuesta de identidad cultural y natural que permita el desarrollo turístico del Cantón Olmedo, provincia de Loja.

Los alcances de la investigación están enfocados en el fortalecimiento de la identidad cultural y natural del cantón Olmedo a través de un identificativo que evidencie las riquezas ancestrales, culturales y naturales que permitan desarrollar el turismo, mejorar la actividad económica y motivar a la comunidad a encaminarse por el emprendimiento.

4. Marco Teórico

4.1. Marco Conceptual

Mediante la revisión de literatura se establecieron los siguientes temas para desarrollar el proyecto de investigación.

4.1.1. Fortalecimiento Turístico

El fortalecimiento turístico es el mejoramiento de los servicios turísticos, constituyen elementos básicos para la instauración de nuevos centros de atracción turísticos se basa en la masificación de la producción, el consumo de productos tradicionales, se busca el mayor número de visitantes (Garry & Martínez, 2016).

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

El fortalecimiento turístico engloba las actividades turísticas que se desarrollan tanto en la parte urbana y rural con la finalidad de fortalecer y mejorar los servicios turísticos, con el propósito de brindar a los turistas servicios que cumplan con los estándares de calidad.

4.1.2. Identidad Cultural

Se trata de un sentimiento de pertenencia a un colectivo social que posee una serie de características y rasgos culturales únicos, que le hacen diferenciarse del resto y por los que también es juzgado, valorado y apreciado (Cepeda, 2018).

4.1.3. Importancia de la Identidad Cultural

La identidad cultural es importante porque es el espacio que tenemos para reflexionar acerca de los conocimientos, las creencias, el arte, la moral, las costumbres y los demás hábitos, capacidades y cualidades adquiridas por el hombre como miembro activo de la sociedad.

El sistema cultural y su dinámica se fundamenta en las características propias del hombre, principalmente en su inteligencia y capacidad de aprendizaje y en la capacidad de crear y transmitir ideas por medio del lenguaje, tanto oral como escrito o pictórico (Ramírez, 2002).

4.1.4. Diagnostico Turístico

El diagnóstico turístico según Padilla et al., (2019) “es la etapa de planificación en la que se adquiere información mediante la evaluación de la situación de un destino en tiempo real” (p.379), donde se toman decisiones correctas, certeras y herramientas que ayuden a la evaluación de lo bueno o malo de los métodos, presentaciones de proyectos que formen parte del mejoramiento para el desarrollo de la actividad turística.

Según varios autores dentro del proceso de diagnóstico territorial existen tres propósitos importantes: a) Definir la situación actual de la actividad turística; b) Fundamentar las propuestas y; c) estrategias con información obtenida del sitio,

Definir las diferencias de la realidad actual con la anterior, así como también los resultados obtenidos después del desarrollo de proyectos y estrategias de planificación turística. (Monge & Yague, 2016).

4.1.5. Sistema Turístico

El sistema turístico se basa en una planificación territorial de la localidad, en el cual participa la oferta y la demanda de un producto o servicio, considerando la infraestructura y los recursos naturales o culturales del sitio en donde se desarrolla la actividad turística. El sistema turístico está compuesto por la estructura de gobernanza, oferta, infraestructura, demanda, y comunidad receptora. (Morillo, Rosales, & Cadenas, 2014).

Cada componente del sistema turístico de acuerdo a las características del territorio determina las potencialidades y oportunidades del sitio para diseñar propuestas de planificación turística y toma decisiones por parte del sector público como el GAD, directiva comunitaria; por otra parte, el sector privado en cuestiones de inversiones en proyectos turísticos, emprendimientos. (Jarrín, 2014).

4.1.6. Inventario de Atractivos Turísticos

Para Carvajal y Lemoine (2018), el inventario no solo es la acumulación de información, sino que es una herramienta donde se gestione de manera perenne proporcionándose constantemente, facilitando a los turistas que tomen una mejor decisión del lugar a visitar. La cual debe ser tranquilo, generoso y dispuesto a cualquier actividad dinámica, ya que es un trabajo que debe mantenerse renovado (p.164-184).

Según el MINTUR (citado por Ricaurte Quijano, 2009), afirma que “el inventario de atractivos es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales contribuyen a conformar la oferta turística del país” (p.24).

4.1.7. Análisis FODA

El análisis FODA es una metodología que permite analizar la situación actual de un territorio en particular, en el cual se identifican los elementos internos y externos; que contribuyen una mejor comprensión de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en función a los recursos turísticos disponibles en el territorio, determinando sus puntos fuertes y débiles. (Monge & Yague, 2016).

4.1.8. Encuesta

Riofrío (2019), afirma que la encuesta es una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos de investigación estandarizados mediante los cuales se recopila y analiza una serie de datos de una muestra representativa de casos de una población o universo más amplio, con el objetivo de explorar, describir, predecir y/o explicar una gama de características.

Además, Casas Anguita et al. (2003), afirma que pueden existir distintos tipos de preguntas y se lo puede clasificar de la siguiente manera:

Cerradas: son las que deben elegir entre dos opciones de manera que sea fácil para el encuestado.

De elección múltiple: puede tener tres alternativas como son:

Abanico de respuestas, se debe a varias opciones de respuestas que debe ser absoluta y precisa.

Abanico de respuestas con un ítem abierto, este tipo de pregunta es cuando no estás seguro totalmente y deja posibilidades para que los encuestados agreguen opciones no consideradas en las opciones de respuesta dadas.

Preguntas de estimación, proporcionan respuestas como alternativa, cuya fuerza se gradúa de acuerdo con los puntos de información requeridos.

Abiertas: estas se dan libremente al encuestado para que conteste la respuesta con sus propias palabras, expresando su punto de vista (p. 532).

4.1.9. Entrevista

Es un instrumento técnico que adopta un tipo de comunicación interpersonal establecida entre el entrevistador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto. Se caracteriza por los siguientes elementos: tiene como propósito obtener información en relación con un tema determinado; se busca que la información recabada sea lo más precisa posible; se pretende conseguir los significados que los informantes atribuyen a los temas en cuestión.

4.1.10. Marca Turística

En una industria turística rodeada de cambios constantes, un desafío clave para las empresas es poner en valor su marca; la gran mayoría de los turistas escoge sus destinos por la marca e imagen que percibe de ellos. Así muchos lugares buscan implantar técnicas de promoción a través de la creación de imagen de marca, en un esfuerzo por diferenciar sus identidades y subrayar el carácter único de su destino (Folgado P. O., 2011).

Los autores mencionan que, el concepto de marca en el sector turístico se encuentra en un proceso complejo de adaptación para el cliente o consumidor. Al tratarse de un servicio, el turista no tiene capacidad de probar un destino hasta que no disfruta de él. La marca turística es el conjunto de actividades de marketing encaminadas a apoyar la creación de un nombre, un símbolo o cualquier otro gráfico que identifique y diferencie un destino, que transmita de manera continua la expectativa de una experiencia en ese lugar, que sirven reforzar la conexión emocional entre el turista y el destino.

4.1.11. Características de una marca turística

Según Kotler (2000), para que una marca sea buena y poderosa, esta debe tener ciertas características:

Atributos: La marca debe sugerir algo acerca de las cualidades que tiene el producto. Por ejemplo, Mercedes sugiere características como “buena ingeniería”, “buen fabricación”, “duración”, “alto prestigio”, “rapidez”, “caro” y “alto valor de reventa”. La empresa puede utilizar en su publicidad uno o más atributos de los mencionados. Durante años, Mercedes anuncia una

“ingeniería como ninguna otra en el mundo”, lo cual sirve de plataforma para posicionar las otras cualidades del automóvil.

Beneficios: los clientes no buscan atributos sino beneficios con lo que los primeros deben transformarse en beneficios funcionales y emocionales. Por ejemplo, el atributo “duración” se convierte en beneficio funcional “no tendré que comprar un nuevo coche dentro de poco”. El atributo “caro” puede convertirse en un beneficio emocional “el coche me hace sentir importante y admirado”, y el atributo “bien fabricado” proporciona a su vez productos funcionales y emocionales como “me siento seguro en caso de accidentes”.

Valor: una marca debe sugerir algo acerca de su valor para el comprador. Los clientes de Mercedes valoran el resultado, la seguridad y el prestigio. Los fabricantes de la marca deben identificar automóviles cuyos valores coinciden con el conjunto de beneficios que ofrece la marca.

Personalidad: la marca debe proyectar una personalidad. La marca trae, por lo tanto, a las personas que posean o deseen poseer que coincida con la imagen que proyecta la marca. Entonces, es notable que una marca es un símbolo complejo. Si una empresa considera una marca únicamente como un nombre, reduce el sentido auténtico de la misma. Lo importante de la marca es que genere una serie de asociaciones y significados positivos.

4.1.12. Importancia de una marca turística

Según la revista académica sobre Turismo y Desarrollo Local Sostenible (TURyDES), la marca constituye una de las variables de marketing. Aunque no forma parte del grupo de variables tradicionalmente importante (integrado por el producto, el precio, la distribución y la publicidad), en los últimos años ha adquirido un gran protagonismo, debido fundamentalmente a la importancia alcanzada por la imagen y los símbolos. En general, cuanto más dinámico y competitivo sea un sector de actividad, y cuanta más gestión de marketing se lleve a cabo en él, más “visibles” y activas serán las políticas y actuaciones de marketing asociadas a la imagen y a las marcas.

La misma fuente acota que, la marca constituye hoy en día uno de los activos más importantes de cualquier organización turística y posee una gran importancia estratégica. De este modo, los destinos turísticos con marcas poderosas y las propias instituciones públicas gestoras de dichas marcas logran economías de alcance, la posibilidad de extender sus actividades, mayor rentabilidad y más fuerza negociadora en el canal de distribución turístico. También un mejor

posicionamiento en el mercado, mayor potencial de marketing, más capacidad para incrementar precios, mayor protección comercial, etc. Todo ello beneficia a los clientes, a las propias instituciones turísticas y a otros agentes vinculados al destino turístico.

A nivel cognitivo la marca del destino debe facilitar en el turista su identificación y notoriedad. El turista debe tomar conciencia de los atributos y los beneficios de la propia marca y del producto o el destino al que se asocia, influyendo en emociones y conductas deseadas. Todos estos procesos repercuten en la toma de decisiones que realiza, simplificándola y facilitándola, motivo éste por el que deben evitarse las “disonancias” cognitivas en el turista que le puedan producir más confusión que “fusión” o integración. Y las herramientas para conseguirlo son múltiples. Por ejemplo, se ha observado que el slogan constituye uno de los elementos que mejor contribuye a identificar y posicionar las marcas.

4.1.13. Branding Turístico

Es una disciplina que nace a partir de la necesidad de buscar una identidad propia y diferencial. Poniendo de manifiesto los valores de una ciudad o país, proyectando sus recursos y cualidades a públicos internos y externos. Además de diferenciarse y mostrar unos valores capaces de hacer sentir al turista una experiencia vital única (Bazak, 2019).

El branding en el turismo es por tanto un enfoque estratégico y creativo que tiene como objetivo crear relaciones con sus grupos de interés y aumentar la preferencia y la fidelidad de los consumidores.

4.1.14. Importancia del Branding Turístico

El branding en el sector turismo permite agrupar y comunicar las virtudes fundamentales de un destino, potenciando y aumentando el alcance de los activos turísticos. Además, también permite que un destino turístico puede ser comercializado y visualizado a través de más canales, llegando por tanto a más consumidores (Bazak, 2019).

4.1.15. Promoción Turística

La promoción es un elemento integrador en el proceso de las comunicaciones integradas del marketing y, la promoción se entiende como las actividades que comunican los atributos del producto y persuaden a los consumidores a su adquisición. Además de que son todas las formas que se utilizan para hacer que los clientes se den cuenta de los productos, que agudizan sus deseos

y estimulen la demanda. En cuanto a la promoción de destino, se define como el uso consciente de la publicidad y el marketing para comunicar imágenes selectivas de las localidades o zonas geográficas específicas para un público objetivo. En este mismo sentido define la promoción de un destino como comunicar a los potenciales consumidores-turistas que la oferta propuesta es capaz de satisfacer sus exigencias y sus demandas: en definitiva, es tratar de convencer al turista de que merece la pena ir a un destino, visitarlo”. En relación a esto, se identifican dos grandes grupos de instrumentos de promoción de destinos turísticos: los tradicionales y los no tradicionales (Castillo, 2015).

4.1.16. Técnicas de promoción turística

La promoción turística hace uso de varias técnicas que le permiten estimular manifiestos a los turistas con el fin de lograr una compra; entre estas técnicas están: la publicidad, los folletos, la información visual y la multimedia (Castillo, 2015).

4.2. Marco referencial

4.2.1. Artículos científicos de referencias sobre el trabajo de investigación.

4.2.1.1. Fortalecimiento de la identidad cultural mediante las actividades lúdicas en los estudiantes de cuarto año de la Unidad Educativa “Santa Rosa” cantón Ambato en el periodo lectivo 2021 – 2022”

La presente investigación permite fomentar la identidad cultural en el establecimiento educativo, además el conservar las tradiciones que hoy en día se ha ido desapareciendo por lo que se tiene como finalidad diseñar una guía de actividades lúdicas para fortalecer los juegos tradicionales en los estudiantes de cuarto año de la Unidad Educativa “Santa Rosa” cantón Ambato en el periodo lectivo 2021 – 2022. Utilizando como metodología un enfoque cualitativo, descriptivo, con método inductivo, transversal, bibliográfica, de campo, con una muestra de 40 estudiantes y dos docentes; además se señala que para la recopilación de datos se procedió con la aplicación de una encuesta. Se determinó que en el aula de clase los docentes no profundizan acerca de temas relacionados a la identidad cultural y en pocas ocasiones realizan proyectos que fomenten el valor cultura que tiene la comunidad, por lo cual los estudiantes van dejando un lado sus propias costumbres y tradiciones, y adquiriendo costumbres ajenas a su cultura. Por ello se concluyó que, para el desarrollo de la guía de actividades para el fortalecimiento de la identidad cultural en los estudiantes, fue necesario considerar los juegos tradicionales en la adquisición de nuevos

aprendizajes procurando el desarrollo de su capacidad intelectual. Cabe destacar, que los estudiantes ejecutaron las diversas actividades tradicionales para adquirir conciencia en el mundo que lo rodea lo cual trasciende en sus primeros años de formación.

4.2.1.2. El fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes de básica media de la Unidad Educativa “Quislag” cantón Alausí, “parroquia Tixán, periodo 2018-2019

Esta investigación aborda el tema de fortalecimiento de la identidad cultural en los estudiantes de básica media de la unidad educativa Quislag Cantón Alausí, Parroquia Tixan. Debido que en la actualidad se ha evidenciado que muchos jóvenes, han dejado a lado el origen, raíces culturales y su lengua materna. El objetivo principal de esta investigación fue conocer la situación actual de los niño y niñas indígenas de la comunidad educativa, que causan la perdida de la identidad cultural; además los desafíos de educación intercultural bilingüe en fortalecimiento de la identidad cultural, la investigación se ha realizado de una manera descriptiva ya que permitió conocer la identidad cultural, a través de la información recabada de los representantes, moradores, estudiante y docentes de la comunidad educativas con el fin de obtener información sobre la identidad cultural en la actualidad, este tipo de investigación debe ser fomentado en diferentes campos educativos para que haya el fortalecimiento y la valoración de la identidad cultural, tradiciones, costumbres, y su lengua materna de diferentes comunidades indígenas y grupos étnicos.

4.2.1.3. Fortalecimiento de la identidad cultural en los habitantes de la comunidad Lagunas, cantón Saraguro, a través de las programaciones radiales de Frontera Sur y radio Pública Municipal de Saraguro

Debido a la creciente alienación cultural en el cantón Saraguro, provocada por diversos factores que se generan dentro de la sociedad, se producen un sinnúmero de reemplazos de identidades y rasgos culturales propios de una comunidad, problema que se ve robustecido por los medios de comunicación radial que contribuyen a la valoración de elementos culturales ajenos a las costumbres y tradiciones de la comunidad indígena. Por lo expuesto, en el desarrollo del presente trabajo hemos planteado el siguiente problema de investigación: ¿Cómo fortalecer la identidad cultural de los habitantes de la comunidad Lagunas, a través de las programaciones de las radios Frontera Sur y Pública Municipal de Saraguro? Con respecto a la metodología empleada se resalta el método científico, analítico – sintético, bibliográfico, inductivo y deductivo. Con

relación a las técnicas se emplearon encuestas y entrevistas, y con respecto a los instrumentos se utilizaron: grabadora, cámara, computador, flash memory, fichas de observación, y útiles de escritorio. Los resultados provenientes de la investigación de campo, permitieron fortalecer y fundamentar la presente investigación, puesto que a través de estos datos se pudo conocer que la mayoría de los habitantes de la comunidad Lagunas no utilizan el quichua, idioma autóctono de la comunidad, para comunicarse con los miembros de este lugar; además, un porcentaje elevado de la población no utiliza la vestimenta tradicional indígena, debido a diferentes razones como migración, discriminación y economía, elementos expuestos por los encuestados. De la misma manera, se pudo conocer que las radios investigadas no destinan espacios para el desarrollo de programas que reflejen la cultura de la comunidad indígena. Toda la información debidamente procesada y estudiada, permitió concluir que los habitantes de la comunidad Lagunas han reemplazado significativamente elementos culturales propios, por costumbres o tradiciones distintas a las de su realidad.

5. Metodología

5.1. Descripción del Área de estudio

El presente proyecto de investigación se llevará a cabo en el cantón Olmedo ubicado al noroeste de la provincia de Loja, región sur del Ecuador, sus coordenadas geográficas son: latitud norte: $9^{\circ}548.313'$ y longitud: este $603.118.420$; $3^{\circ}55'30''$ de latitud sur, a una distancia aproximada de 100 km de la ciudad de Loja, capital provincial (PDyOT Olmedo, 2019).

Cuenta con una extensión territorial de 113.74 km² en donde se pueden localizar dos parroquias, una urbana denominada “Olmedo” conocida también como Santa Bárbara y que constituye la cabecera cantonal, y otra rural llamada “La Tingue”.

El cantón Olmedo es uno de los territorios más pequeños dentro de los dieciséis cantones que conforman la provincia de Loja. Lleva el nombre del destacado personaje guayaquileño José Joaquín De Olmedo, que en sus inicios era integrante de una civilización preincaica y precolombina, la Nación Paltas que en diferentes partes de su territorio es posible encontrar vestigios de civilizaciones pasadas. Fue decretada como parroquia civil el 25 de octubre de 1909, en la cual pertenecía al cantón Paltas con el nombre de Olmedo. Y el 24 de febrero de 1997 fue declarado Cantón (Armijos, 2018).

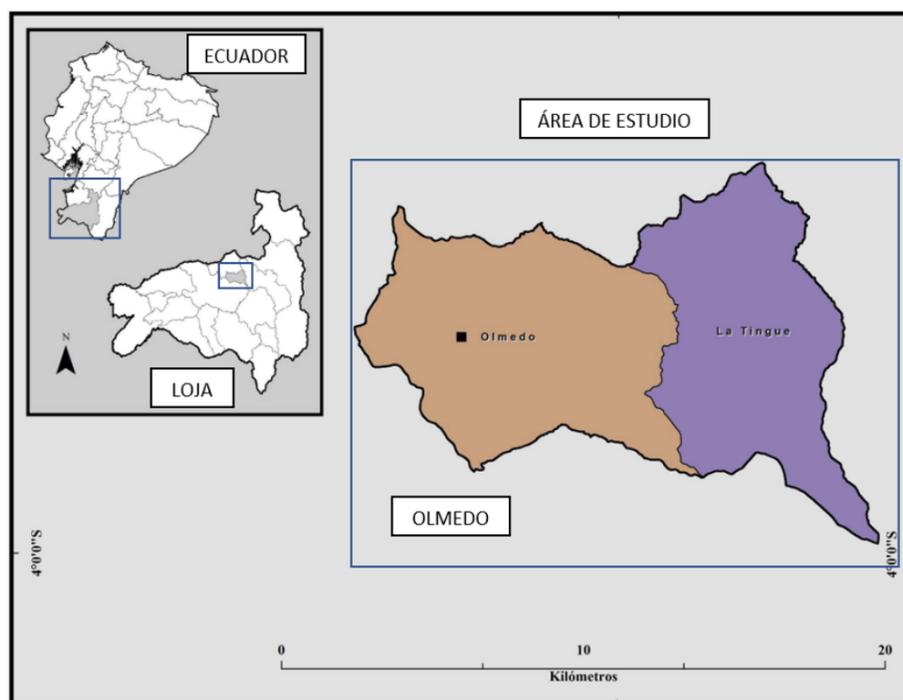


Figura 1. Ubicación Geográfica del cantón Olmedo

5.2. Materiales, métodos y técnicas.

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se utilizarán los siguientes materiales, métodos y técnicas:

Tabla 1. Materiales, métodos y técnicas

MATERIAL	MÉTODO	TÉCNICA
<ul style="list-style-type: none"> • Libros • Revistas • Tesis • Artículos científicos • Plan de desarrollo y ordenamiento territorial. 	<p>Método bibliográfico: permite utilizar la información registrada en determinados documentos para llevar a cabo una investigación.</p>	<p>Revisión Bibliográfica: esta técnica servirá para extraer toda la información necesaria acerca del ámbito turístico del cantón Olmedo, esto a través de fuentes secundarias como tesis, revistas científicas, PDOT, entre otros.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Laptop • Cuaderno • Esferos • Fichas • Celular • Cámara fotográfica 	<p>Método descriptivo: busca describir el estado y comportamiento de las variables que se tiene como objeto de estudio.</p>	<p>Observación Directa: esta técnica servirá para diagnosticar los elementos turísticos culturales y naturales que posee el cantón Olmedo, por medio de visitas in situ al lugar permitiendo corroborar la información obtenida en fuentes secundarias.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Cuaderno • Esferos • Hojas de papel • Celular • Cámara fotográfica 	<p>Método exploratorio: se emplea cuando se quiere analizar temas y puntos de vista desde varias perspectivas.</p>	<p>Entrevista: esta técnica permitirá conocer los puntos de vista de los actores involucrados a la investigación y con ellos obtener información necesaria para fortalecer al mismo.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Esferos • Hojas de papel • Celular • Cámara fotográfica 	<p>Método exploratorio: se emplea cuando se quiere analizar temas y puntos de vista desde varias perspectivas.</p>	<p>Encuesta: Se utilizará esta técnica para obtener información de la Población Económicamente Activa (PEA) del cantón Olmedo y con ello conocer los puntos de</p>

5.3. Tamaño de muestra

Para calcular el tamaño de la muestra se tomó en cuenta la población económicamente activa del cantón Olmedo, para ello se tomaron los datos obtenidos en el Censo nacional realizado en el 2022.

A continuación, se muestra esta información detallada y la fórmula para el cálculo de la muestra que se utilizó en la presente investigación:

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

Parámetros a considerar:

N = tamaño de la población ()

Z = nivel de confianza, (0.95%) / (Z=1,96)

P = probabilidad de éxito (50%)

Q = probabilidad de fracaso (50%)

E= error de muestra (0.5 %)

5.4. Metodología por objetivos

Para el cumplimiento del primer objetivo denominado: **“Analizar cuál es la situación actual turística del Cantón Olmedo, provincia de Loja”**, se realizó una búsqueda bibliográfica y documental de información de los recursos naturales y culturales con los que cuenta el cantón Olmedo, además de su oferta turística. Luego de ello se realizó un trabajo de campo en donde se corroboró la información recopilada y se aplicó la ficha propuesta en la metodología de Carla Ricaurte para complementar el proceso de diagnóstico del componente turístico (ver Anexo 4). Además, se utilizó la ficha de inventario de atractivos turísticos propuesta en la metodología del Ministerio de Turismo para hacer el levantamiento de información de los atractivos identificados

y los que faltan para el trabajo de investigación y poder determinar las características para el fortalecimiento de los mismos, ya sea cultural o natural (ver Anexo 5).

Así mismo se aplicó una entrevista a los actores involucrados en la actividad turística del cantón (ver Anexo 6) y una encuesta que fue aplicada a los habitantes del mismo para conocer cómo se identifican, su conocimiento respecto a las bondades culturales y naturales del cantón y su interés por fortalecer turísticamente la identidad del cantón Olmedo (ver Anexo 7).

Una vez aplicadas las encuestas se hizo el respectivo análisis cuantitativo, cualitativo y sistematización de la información.

Finalmente se realizó un análisis FODA para evidenciar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del cantón; además de un FODA cruzado de donde se extrajeron las estrategias que fueron desarrolladas en el segundo objetivo específico referente a la propuesta del identificativo para el cantón Olmedo.

Para el cumplimiento del segundo objetivo denominado: **“Elaborar la propuesta de identidad cultural y natural que permita el desarrollo turístico del Cantón Olmedo, provincia de Loja”**, se enlistaron 3 estrategias obtenidas del FODA cruzado para desarrollar la propuesta.

Una vez obtenido el bocetaje previo de los posibles identificativos, se realizó la socialización de la propuesta, en donde participaron el GAD del cantón Olmedo, emprendedores y personas vinculadas a la actividad turística, se presentaron bocetos preliminares de la imagen identificativa, se creó un espacio para el análisis, opiniones y decisión final con la participación y aportación de los integrantes.

Finalmente se propusieron algunos lineamientos para el fortalecimiento turístico del identificativo del cantón de acuerdo y en relación a las estrategias arrojadas en el FODA cruzado.

6. Resultados

6.1.Resultados del primer objetivo: Analizar cuál es la situación actual turística del Cantón Olmedo, provincia de Loja.

6.1.1. Diagnostico situacional turístico del cantón Olmedo

6.1.1.1.Ubicación y datos generales del cantón Olmedo

El cantón Olmedo es uno de los dieciséis cantones que integran la provincia de Loja, y se encuentra ubicado al sur del país a 95 kilómetros de la ciudad de Loja.

Tiene un área total de 113,74 km². La actividad laboral predominante es la agricultura y su principal cultivo es el café, que constituye el producto estrella, seguido del maní, granos y frutales que son el sustento de la población

Sus límites son al norte con el Cantón Chaguarpamba, al sur con el Cantón Paltas, al este con el Cantón Catamayo, y al oeste con el Cantón Paltas.

6.1.1.2.Población del cantón Olmedo

La población del cantón Olmedo, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), al año 2022 se registraron 4841 habitantes, en donde se tomó en cuenta, para el desarrollo del presente proyecto, la PEA del cantón. Para el cálculo de dicha población se utilizó la tasa de crecimiento del cantón Olmedo que es de -1,25%. A continuación, se detalla la proyección de la población económicamente activa hasta el año 2024.

Tabla 2. Población del cantón Olmedo al 2022

POBLACION DEL CANTON OLMEDO	
Población General	4841 habitantes
Población Económicamente Activa (PEA)	1600
Tasa de crecimiento	-1,25%
PEA 2024	1560

6.1.1.3.Oferta de servicios turísticos

El cantón Olmedo cuenta con servicios turísticos, espacios de alojamiento, lugares para degustar la gran variedad de gastronomía que ofrece el cantón, así como también espacios de esparcimiento para que el visitante pueda conocer, aprender y gozar de experiencias únicas durante su estadía.

A continuación, se detallan los servicios turísticos antes mencionado.

6.1.1.3.1. Alojamiento

En el cantón Olmedo actualmente existe una hostería que presta el servicio de alojamiento denominada Hostería Olmedo, que es el lugar más frecuentado por los turistas debido a la variedad de servicios que presta tales como cómodas y equipadas habitaciones con baño privado, televisión, servicio de wifi, servicio de restaurante, y demás servicios complementarios como garage, bar/salón, piscina y un centro de negocios con acceso a internet, los mismo que están a disposición para la satisfacción del visitante.

Tabla 3. Establecimientos de alojamiento en el cantón Olmedo

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	TIPO	SERVICIOS	NRO. DE HABITACIONES	NRO. DE PLAZAS
Hostería Olmedo	Hostería	Restaurante, bar, piscina, wifi, centro de negocios con acceso a internet, eventos sociales, garage.	11 habitaciones. 4 dobles, 3 personas, 5 simples, para pareja 3 triples, familia de hasta 5 integrantes.	20

6.1.1.3.2. Alimentación

Dentro del cantón Olmedo existen diferentes sitios donde se oferta la gran variedad de gastronomía dentro de los cuales se encuentran establecimientos de comida típica, cafeterías, locales de comida rápida y un local donde se oferta comida fitness.

De los establecimientos antes mencionados, ninguno se encuentra categorizado, por ende, no están registrados en el catastro del Ministerio de Turismo.

Los establecimientos de alimentación se especifican a continuación:

Tabla 4. Establecimientos de alimentación en el cantón Olmedo

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	TIPO	ESPECIALIDAD/SERVICIOS	NRO. DE PAX
Asadero "La Bahía"	Restaurante	Pollo Asado, almuerzo, merienda	36 pax
Suko's House Bar	Bar	Bebidas alcohólicas y no alcohólicas, snacks	20 pax
Nativo Café	Cafetería	Menú de bebidas y snacks	15 pax
El Sabor Olmedense	Restaurante	Comida típica	25 pax

“La Fogata”	Restaurante	Menú del día (Desayuno, almuerzo, merienda)	12 pax
“Reina del Cisne”	Restaurante	Menú del día (Desayuno, almuerzo, merienda)	20 pax
Coffe Break Light	Frutería/Cafetería	Comida fitness, frutería, jugos naturales, hiervas medicinales.	15 pax
Bon Appetit	Restaurant	Menú del día (Desayuno, almuerzo, merienda), mariscos, cafetería.	24 pax

6.1.1.3.3. Esparcimiento y otros servicios complementarios.

El Cantón Olmedo cuenta con lugares de esparcimiento y distracción para el disfrute de los diferentes turistas que visitan dicho lugar, los cuales se detallan a continuación:

Tabla 5. Establecimientos de esparcimiento

NOMBRE	CLASIFICACION
Centro Recreacional y Vacacional Santa Barbara	Instalaciones recreativas
Suko’s House Bar	Bar
Hostería Olmedo	Hostería, instalaciones recreativas

Además, el Cantón Olmedo cuenta con diferentes áreas deportivas como: El coliseo municipal, el estadio municipal y diferentes canchas que se encuentran dispersas en los diferentes barrios, ofreciendo la oportunidad para la actividad deportiva. Así mismo se pueden hacer recorridos por las fincas productoras de café y otros productos.

6.1.1.3.4. Otros servicios

En cuestión a servicios complementarios, en el cantón Olmedo existe la oficina de Turismo del GAD, en donde se puede consultar información turística del cantón, tales como sitios a visitar, actividades turísticas, gastronomía, entre otros.

También cuenta con la entidad financiera BAN ECUADOR y con servicios de entidades bancarias como Banco del Barrio (Banco de Guayaquil) y Pichincha Mi Vecino (Banco Pichincha), además está disponible un cajero automático de la Cooperativa de la Policía Nacional.

6.1.1.4. Infraestructura y servicios básicos

6.1.1.4.1. Transporte y Accesibilidad

La cabecera cantonal del cantón Olmedo se encuentra a 95 km, desde el terminal terrestre de la ciudad de Loja y la parroquia rural La Tingue a 89 km aproximadamente. La principal vía de acceso es por la vía Panamericana, la misma que se encuentran bien señalizada y en perfecto estado.

En cuanto a las vías de los barrios tanto urbanos como rurales se encuentran en buen estado, algunas vías son de asfalto, adoquinado y lastradas.

El Cantón Olmedo no cuenta con un terminal terrestre, si no con paradas establecidas, existen diferentes empresas de transporte público que prestan sus servicios para llegar al cantón teniendo transporte directo que es la Cooperativa Catamayo y Cooperativa Loja que frecuentan diariamente a la cabecera cantonal. Otras cooperativas de transporte como Cooperativa Yanzatza, Cooperativa Nambija, Unión Cariamanga y Cooperativa Saracay, llegan hasta la denominada “Y” de Olmedo, donde existen vehículos de transporte publico hacia el centro de la ciudad, tales como taxis, vehículos particulares y rancheras.

Tabla 6. Cooperativas de Transporte

NOMBRE DE LA COOPERATIVA	ESTACION/TERMINAL	TIPO DE VEHICULO	FRECUENCIA DE SERVICIO
Cooperativa Catamayo Express	Terminal Loja	Autobús	Frecuencia Diaria
Cooperativa de Transporte Loja	Terminal Loja	Autobús	Frecuencia Diaria
Cooperativa Yanzatza	Terminal Loja	Autobús	Frecuencia Diaria
Cooperativa Nambija	Terminal Loja	Autobús	Frecuencia Diaria
Cooperativa Saracay	Terminal Loja	Autobús	Frecuencia Diaria
Unión Cariamanga	Terminal Loja	Autobús	Frecuencia Diaria

6.1.1.4.2. Comunicaciones

A lo largo y ancho del cantón encontramos diferentes medios de comunicación como la señal de servicio celular de las empresas de Claro y CNT; no existen cabinas telefónicas, debido a que la población actualmente cuenta con celulares para comunicarse, además la mayoría de la población, cerca de un 50% poseen telefonía domiciliaria, y aproximadamente un 40% de la población cuenta con el servicio de internet de empresas como CNT y TV Cable.

Así mismo existen establecimientos públicos de alquiler de internet (Ciber) donde la población asiste a solicitar el servicio y poder comunicarse.

También en el parque central se puede acceder a wifi de manera gratuita, servicio que facilita el Municipio y se observa que su uso es considerable por parte de los habitantes.

6.1.1.4.3. Servicio de Agua Potable

El GAD Municipal de Olmedo es el ente encargado de prestar los servicios básicos de agua potable en el cantón Olmedo, para lo cual dentro de su estructura cuenta con la Dirección de Agua Potable y Alcantarillado, cuya función principal es la rehabilitación, operación y mantenimiento de estos sistemas; A nivel rural este servicio es administrado por la Juntas Administradoras de Agua Potable y Alcantarillado, cuya función es proveer a nivel rural este servicio, con el apoyo técnico del GAD Municipal; A nivel urbano el sistema que abastece de agua a la ciudad de Olmedo proviene de dos captaciones denominadas: Quebrada Loma Redonda, y quebrada El Laurel.

En el Cantón Olmedo, la procedencia de agua se da de 4 formas: Por red pública, por abastecimiento de río, vertiente o canal y por captación de pozos. La mayoría de la población, en un 50% se abastece del líquido vital a través de la red pública, mientras que el resto de la población se dota mediante otros sistemas de abastecimiento, como los antes mencionados, que se presenta principalmente en la parte rural del cantón.

6.1.1.4.4. Salud

En el cantón Olmedo se registran 3 establecimientos de atención médica activos y a disposición de los pobladores del cantón Olmedo. Se encuentran 2 centros de salud tipo A, ubicados tanto en la cabecera cantonal como en la parroquia rural La Tingue y además se encuentra un dispensario médico perteneciente al Seguro Social Campesino del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) ubicado en la denominada Y de Olmedo, a 3km antes de llegar al centro de Olmedo. Estos establecimientos funcionan 8 horas al día y ofrecen varios servicios para la atención de la salud de los habitantes.

A continuación, se especifican los detalles de cada establecimiento:

Tabla 7. Centros de Atención de Salud del cantón Olmedo

ESTABLECIMIENTO	ACCESIBILIDAD	UBICACION	SERVICIOS/EQUIPAMIENTO
Centro de salud Olmedo tipo A	Vías en buen estado, se encuentra pavimentadas y es de fácil acceso. De fácil acceso	Cabecera Cantonal de Olmedo, calle Benjamín Jiménez.	Centro de información, laboratorio, consultorios y área de atención al público.
Seguro Social Campesino “Y de Olmedo”	directamente de la vía principal la cual es de pavimento y se encuentra en buen estado. La vía actualmente se encuentra en proceso de	Barrio la Y de Olmedo, junto a la vía Transversal Sur.	Recepción, información, consultorio.
Puesto de salud Tipo A	asfaltado, pero es accesible y se encuentra en buen estado.	Parroquia rural La Tingue, a 50 metros de la casa comunal.	Ambientes de información, laboratorio, consultorios y área de atención al público.

6.1.1.4.5. Educación

El cantón Olmedo cuenta con infraestructura educativa, en los diferentes asentamientos poblacionales, del cantón; en la parroquia urbana se encuentran 13 establecimientos educativos, mientras que en la parroquia rural La Tingue se identificaron 3 establecimientos los mismos que cuentan con una metodología de estudio completa, unidocente y pluripotente.

Así mismo se pudo identificar, gracias a la información que facilitó el municipio de Olmedo, el nivel de instrucción de la población obteniendo que el nivel más alto de instrucción en el cantón Olmedo es el primario con un 52%, en segundo lugar, se encuentra el pregrado con 10.7%, seguido por la categoría educación media del 10,3%. El nivel mínimo registrado corresponde al ciclo post bachillerato y el postgrado con un 0,3%.

6.1.1.4.6. Gobernanza

Tabla 8. Miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Olmedo

NOMBRE	CARGO
Md. Jonathan Carrión Guarderas	Alcalde
Ing. Gabriela Abad Ríos	Vicealcaldesa
Sr. Edwin Campoverde	Concejal

Sr. Félix Robles Jiménez	Concejal
Srta. Carmen Vargas Carrión	Concejal
Sr. Melecio Vargas Sánchez	Concejal
Sr. Leonardo Procel	Presidente Junta Parroquial La Tingue
Sr. Servio Armijos	Técnico de Turismo

Dentro del cantón Olmedo encontramos también un total de 37 líderes comunitarios a lo largo y ancho del cantón, que representan a grupos institucionales y autónomos. Entre las instituciones se encuentran financieras, de servicio social, cultural y de servicios básicos. Estas organizaciones son de orden jurídico y no jurídico.

6.1.1.5.Oferta de Recursos y Atractivos Turísticos

Dentro de los atractivos turísticos que se encuentran en el cantón Olmedo, se seleccionaron 7 atractivos para la generación del identificativo, 1es de categoría Atractivos Naturales y 6 son de categoría Manifestaciones Culturales.

Para la selección de los atractivos turísticos se tomaron en cuenta varios factores como la accesibilidad, los servicios y actividades que se pueden realizar en el atractivo, su conservación y un aspecto importante que es el valor histórico que representa el atractivo.

Luego de la selección de los atractivos turísticos, se continuó con el proceso de llenado de las fichas de inventario, partiendo de realizar visitas in situ para conocer de cerca la realidad de cada atractivo.

6.1.1.6.Inventario y Jerarquización de los Atractivos y Recursos Turísticos del cantón Olmedo

En la siguiente tabla se detalla la categoría, tipo, subtipo y jerarquía de cada uno de los atractivos turísticos seleccionados para el desarrollo de este proyecto de investigación. Para lo cual se utilizó la metodología para el levantamiento de información del Ministerio de Turismo año 2017

Tabla 9. Atractivos Turísticos del cantón Olmedo

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA
Cerro Santa Barbara	Atractivos Naturales	Montañas	Baja Montaña	En desarrollo

Cerro Chivatos	Atractivos Naturales	Montañas	Baja Montaña	En desarrollo
Parque Central de Olmedo	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Espacio Publico	En desarrollo
Iglesia Matriz Santa Teresita de Olmedo	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Histórica Vernácula	En desarrollo
Centro Recreacional Santa Bárbara	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Infraestructura Recreativa	En desarrollo
Finca Papa Café	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas Científicas	Centros Agropecuarios y Pesqueros	En desarrollo
Ramadas o Moliendas	Manifestaciones Culturales	Acervo Cultural y Popular	Artesanías y Artes	En desarrollo

6.1.1.6.1. Fichas resumen de atractivos turísticos del cantón Olmedo

Tabla 10. Ficha resumen N°1. Cerro Santa Barbara

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
Cerro Santa Barbara		II
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Espacio Público
PROVINCIA	CANTON	LOCALIDAD
Loja	Olmedo	Olmedo



Ubicación:

Se ubica en la cabecera cantonal de Olmedo, calle Sucre.

Latitud: -3.931159

Longitud: -79.645185

Coordenadas UTM: 17S 650418,6 9565360.

CARACTERISTICAS

Se encuentra a una altura de 1338 m.s.n.m. 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 1900 donde estaba retratada la imagen de una virgen, razón por la cual le colocaron el nombre de Santa Bárbara, actualmente se encuentra el monumento de la virgen de Santa Bárbara, misma que se encuentra iluminada, y además se lo considera como un mirador turístico, que permite la observación de toda la parte céntrica del Cantón Olmedo, así mismo 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. En el mirador también se encuentran banquetas con cubre lluvias destinadas para el descanso luego del ascenso al cerro.

RECOMENDACIONES

Se recomienda llevar ropa cómoda, zapatos cómodos, bloqueador solar y agua. Así mismo se recomienda depositar la basura y desperdicios en los basureros destinados para el caso.

ACTIVIDADES TURISTICAS

- ✓ Fotografía
- ✓ Caminata
- ✓ Mirador

Tabla 11. Ficha resumen N°2. Cerro Chivatos

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
Cerro Chivatos		II
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
Atractivos Naturales	Montañas	Baja Montaña
PROVINCIA	CANTON	LOCALIDAD
Loja	Olmedo	La Tingue



Ubicación:

Se encuentra en la parroquia La Tingue junto a la vía que cubre el tramo Chivatos – La Tingue.

Latitud: -3.952595

Longitud: -79.588665

Coordenadas UTM:

CARACTERISTICAS

Es un cerro de consistencia física rocosa con una altura de 2208 m.s.n.m, donde se puede acudir en familia para realizar actividades como: caminata hacia la cumbre, vista panorámica, fotografía, observación de flora y senderismo. Es un lugar para observar aves y algunas plantaciones de árboles de guayacanes. En sus faldas podemos encontrar una planta procesadora de yeso, la cual distribuye su producto a la ciudad de Guayaquil y país del Perú.

RECOMENDACIONES

Se recomienda llevar ropa cómoda, zapatos cómodos, bloqueador solar y agua. Evitar dejar olvidada la basura en el área.

ACTIVIDADES TURISTICAS

- ✓ Fotografía
- ✓ Caminata
- ✓ Vista panorámica
- ✓ Observación de flora y fauna
- ✓ Senderismo

Tabla 12. Ficha resumen N°3. Parque Central de Olmedo

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
Parque Central de Olmedo		II
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Espacio Publico
PROVINCIA	CANTON	LOCALIDAD
Loja	Olmedo	Olmedo



Ubicación:

Está ubicado en el centro de la parroquia

Olmedo, en las calles:

-18 de noviembre,

-Monseñor Jorge Guillermo Armijos

Latitud: -3.934565

Longitud: -79.64685

Coordenadas UTM: 17S 650233,1 9564983,7.

CARACTERISTICAS

Se encuentra frente al edificio del GAD, está rodeado de arbustos y plantas de café, representativas del Cantón. 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 alumbraba 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 para capturar fotografías, bloqueador solar y repelente. Depositar la basura en los respectivos basureros.

ACTIVIDADES TURISTICAS

- ✓ Fotografía
- ✓ City tours

Tabla 13. Ficha resumen N°4. Iglesia Santa Teresita de Olmedo

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
Iglesia Santa Teresita de Olmedo		II
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Histórica Vernácula
PROVINCIA	CANTON	LOCALIDAD
Loja	Olmedo	Olmedo



Ubicación:

Se encuentra en la cabecera cantonal de Olmedo, frente al parque central, en la calle Monseñor Jorge Guillermo Armijos.

Latitud: -3.9345050

Longitud: -79.646862

Coordenadas UTM: 17S 650231,8 9564990,4.

CARACTERISTICAS

La Iglesia tiene una construcción de estilo moderno, 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 el año de 1970 por el padre Segundo Herrera y terminada por el Monseñor Guillermo Armijos. En la parte interior cuenta con dos naves, en sus extremos encuentran figuras de personajes religiosos talladas.

RECOMENDACIONES

Se recomienda llevar una cámara fotográfica para capturar fotografías y para ingresar a la iglesia hacerlo con respeto y en silencio.

ACTIVIDADES TURISTICAS

- ✓ Fotografía
- ✓ Turismo religioso
- ✓ Observación de esculturas

Tabla 14. Ficha resumen N°5. Iglesia Santa Teresita de Olmedo

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
Centro Recreacional Santa Bárbara		II
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Espacio Público
PROVINCIA	CANTON	LOCALIDAD
Loja	Olmedo	Olmedo



Ubicación:

Se encuentra en la cabecera cantonal de Olmedo, junto a la calle Padre Bolívar Chamba.

Latitud: -3.932507

Longitud: -79.646208

Coordenadas UTM: 17S 650304,8 9565211,2

CARACTERISTICAS

Es el único centro recreacional de Olmedo que cuenta con piscinas de agua temperada 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. Además, cuenta con un bar donde se expenden bebidas alcohólicas y snacks. Su espacio sirve también para la realización de eventos culturales, sociales y artísticos, especialmente en la temporada de carnaval.

RECOMENDACIONES

Se recomienda llevar una cámara fotográfica para capturar fotografías, llevar traje de baño para ingresar a la piscina y colocar la basura en los respectivos basureros.

ACTIVIDADES TURISTICAS

- ✓ Fotografía
- ✓ Natación
- ✓ Esparcimiento
- ✓ Degustación de gastronomía local

Tabla 15. Ficha resumen N°6. Finca Papá Café

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
Finca Papá Café		II
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas y Científicas	Centros Agropecuarios y Pesqueros
PROVINCIA	CANTON	LOCALIDAD
Loja	Olmedo	Olmedo



Ubicación:

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

Latitud: -3.932438

Longitud: -79.64536

Coordenadas UTM: 17S 650418,6 9565360.

CARACTERISTICAS

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 del café. El café que produce Don Angelino ocupó por tres ocasiones el primer lugar en el mejor café del Ecuador representando al cantón Olmedo y adquiriendo la taza Dorada por tres veces, lo que convirtió al cantón en el lugar con el mejor café del país. Ofrece dos marcas de café como son “PANCHOS CAFÉ” que es a base de café natural, y “PAPA CAFÉ” a base de café lavado. Dentro de la finca existen otros cultivos como son: el noni, el zapallo negro, mora, papayas y otros productos agrícolas propios de la zona.

RECOMENDACIONES

Se recomienda llevar una cama fotográfica para capturar fotografías de la producción que se da en la finca, además de ir con ropa y calzado cómodo, usar bloqueador solar y repelente.

ACTIVIDADES TURISTICAS

- ✓ Fotografía
- ✓ Caminatas
- ✓ Observación de viveros y cultivos de café
- ✓ Observación de la planta procesadora Artesanal donde se podrá degustar y ver el proceso del vino, caramelos de diferentes clases de café

Tabla 16. Ficha resumen N°7. Ramadas o moliendas

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
Molienda Don Luis		II
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
Manifestaciones Culturales	Acervo Cultural y Popular	Artesanías y Artes
PROVINCIA	CANTON	LOCALIDAD
Loja	Olmedo	Olmedo



Ubicación:
 Se encuentra localizada a 2km del centro de Olmedo, junto a la vía Transversal Sur.

Latitud: -3.938449
 Longitud: -79.638594
 Coordenadas UTM: 17S 651149,2
 9564552,8.

CARACTERISTICAS

Cuenta con dos pailas adheridas a dos filas de adobe que forman el fogón donde se elabora uno de los principales productos, la panela. Además, cuenta con un trapiche a motor para la extracción del jugo de la caña, conocido como “Guarapo”, una bebida que se la prepara tradicionalmente con naranja agria y aguardiente de caña. Entre los productos que produce la molienda están la panela, el bocadillo y el alfeñique o dulce blanqueado como lo conocen los lugareños, Estos productos son distribuidos en las diferentes tiendas, micro mercados y el mercado de Olmedo y también se expende a diferentes cantones como Paltas, Catamayo y Chaguarpamba.

RECOMENDACIONES

Se recomienda llevar una cama fotográfica para capturar fotografías de la producción que se da en la molienda, además de ir con ropa y calzado cómodo, usar bloqueador solar y repelente. Así mismo tener cuidado de no manipular los instrumentos de producción.

ACTIVIDADES TURISTICAS

- ✓ Fotografía
- ✓ Recorridos
- ✓ Preparación de productos
- ✓ Degustación de productos

6.1.1.7. Análisis de la entrevista

La entrevista aplicada a los actores involucrados en la actividad turística del cantón Olmedo permitió recoger información que plasma varios puntos importantes que forman parte de la realidad turística actual del territorio. Se desprenden aspectos clave como el rediseño de la identidad turística del cantón ya que, según las opiniones de los entrevistados, se manejaba una imagen de marca turística para la promoción del cantón, pero no existió una gestión adecuada de la misma, por ende, no dió los resultados esperados. Así mismo, el tema de los atractivos turísticos que no se encuentran inventariados, lo cual es una limitante al momento de querer promocionar debido a que no existe información que permita hacerlo. Es así que los entrevistados concluyeron que sería importante implementar propuestas para promocionar turísticamente al cantón, utilizando todos los medios posibles para dar evidencia de las bondades turísticas con las que cuenta el cantón Olmedo y de la identidad cultural que la comunidad busca mantener.

6.1.1.8. Encuesta aplicada a los pobladores del Cantón Olmedo.

Para la aplicación de las encuestas se calculó el número de las mismas con la fórmula para calcular el tamaño de muestra en este caso para poblaciones finitas. A continuación, se procede a reemplazar los valores en la fórmula:

$$n = \frac{(1,96)^2(1560) * 0,50 * 0,50}{(0,05)^2 * (1560 - 1) + (1,96)^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{14982240}{38975 + 9604}$$

$$n = \frac{14982240}{48579}$$

$$n = 308,4098$$

Total: $n = 308$ encuestas

6.1.2. Tabulación de encuestas

Esta encuesta se aplicó con el objetivo de conocer los puntos de vista de la población respecto a la propuesta de un identificativo que fortalezca la identidad cultural y natural para desarrollar el turismo en el cantón Olmedo.

En el Cantón Olmedo fueron encuestadas un total de 308 personas, específicamente la población económicamente activa del cantón. El análisis de las preguntas se muestra a continuación:

Tabla 17. Sexo

Sexo	
Femenino	67%
Masculino	33%
TOTAL	100%

De las 296 personas encuestadas, el 67% son de género femenino, mientras que un 33% corresponde al género masculino.

Tabla 18. Rangos de edad

Edad	
20 - 29 años	61%
30 - 39 años	26%
40 - 49 años	9%
50 o más años	4%
TOTAL	100%

En cuanto a la edad de los encuestados, sobresale un 61% de población joven con un rango de edad entre 20 y 29 años, seguido de la población adulta con un 26% que mantiene un rango de edad entre los 30 y 39 años y un 9% de entre 40 y 49 años; finalmente se encuentra un 4% de población con un rango de edad de 50 años en adelante.

Tabla 19. Actividad laboral

Actividad que desempeña	
Estudiante	39%
Ama de casa	17%

Sector Publico	13%
Sector Privado	11%
Emprendedor	11%
Agricultura	2%
Gerente	2%
Jubilado	2%
Ninguno	4%
TOTAL	100

En cuanto a la ocupación de los habitantes, podemos decir que un 38% de la población corresponde a estudiantes, un 17% se dedican a las labores de la casa; un 13% son servidores públicos; el 11% pertenecen al sector privado; un 11% son emprendedores; un 2% se dedica a la agricultura; un 2% son gerentes de empresas; un 2% son jubilados y finalmente el 4% de la población que no tiene ocupación alguna.

Tabla 20. Pregunta 1

¿Cuáles de los siguientes sitios o lugares del cantón Olmedo conoce usted?	
Parque Central de Olmedo	24%
Cerro Santa Bárbara	22%
Iglesia Santa Teresita de Olmedo	16%
Centro Recreacional Santa Bárbara	14%
Ramadas o Moliendas	11%
Cerro Chivatos	7%
Finca Papa Café	6%
TOTAL	100%

Analizando la primera pregunta del cuestionario, con respecto al conocimiento que tienen los habitantes de los atractivos turísticos que posee el cantón Olmedo, el atractivo que más conocen los habitantes es el parque central de Olmedo con un 25%; seguido del Cerro Santa Barbara, que tiene un porcentaje de reconocimiento del 19%; con un 15% se encuentra la iglesia Santa Teresita; el 14% corresponde al Centro Recreacional Santa Barbara; un 12% conoce las moliendas; un 8% al cerro Chivatos y finalmente un 7% conoce la finca Papa Café.

Tabla 21. Pregunta 2

¿Cuál de los lugares en la lista que se muestra a continuación considera usted, que es el más representativo del cantón?	
Cerro Santa Bárbara	36%
Parque Central de Olmedo	16%
Iglesia Santa Teresita de Olmedo	7%
Centro Recreacional Santa Bárbara	18%
Cerro Chivatos	4%
Finca Papa Café	13%
Ramadas o Moliendas	6%
TOTAL	100%

Según los datos arrojados, el 36% de la población considera al Cerro Santa Barbara como el atractivo más importante del cantón Olmedo; seguido de un 18% que selecciono al Centro Recreacional Santa Barbara; un 16% escogió el Parque Central de Olmedo; un 13% la Finca Papa Café; el 7% la Iglesia Santa Teresita; y en porcentajes bajos se encuentran las Moliendas y el Cerro Chivatos con el 6% y 4% respectivamente.

Tabla 22. Pregunta 3

¿Conoce alguna imagen identificativa que represente al cantón Olmedo?	
SI	50%
NO	50%
TOTAL	100%

Con respecto a la promoción turística del cantón, un 50% de la población menciona que ha observado alguna imagen promocional de Olmedo, mientras que el otro 50% indica que no ha observado ningún tipo de material visual que promocióne turísticamente al cantón.

Tabla 23. Pregunta 4

¿Considera importante la creación de un identificativo que permita fortalecer la identidad cultural y natural para el desarrollo turístico del cantón Olmedo?	
SI	100%
NO	0%

TOTAL **100%**

Las encuestas arrojaron que el 100% de la población están de acuerdo en la creación de una marca turística para promocionar turísticamente para el cantón Olmedo.

Tabla 24. Pregunta 5

¿Esta Ud. de acuerdo que presente una propuesta que permita fortalecer y resaltar la identidad cultural y natural del cantón Olmedo?	
SI	100%
NO	0%
TOTAL	100%

En cuanto a la siguiente pregunta el 100% de la población encuestada esta de acuerdo en que se presente la propuesta de identificativo para el cantón Olmedo.

Tabla 25. Pregunta 6

Si está de acuerdo, ¿En su opinión qué elementos deberían ser utilizados en el identificativo del cantón Olmedo?	
Cerro Santa Bárbara	30%
Parque Central de Olmedo	8%
Finca Papa Café	7%
Iglesia Santa Teresita de Olmedo	2%
Cerro Chivatos	9%
Ramadas o Moliendas	5%
Centro Recreacional Santa Bárbara	5%
Dulces artesanales	15%
Tejido de alforjas	5%
Gastronomía local	4%
Café	10%
TOTAL	100%

Según los datos arrojados, los encuestados sugieren principalmente 3 elementos que consideran deberían componer el identificativo para el cantón Olmedo, siendo el 30% el porcentaje

mas alto que corresponde al cerro anta Barbara como elemento principal, seguido de un 15% para los dulces artesanales y 10% para el café.

Tabla 26. Pregunta 7

Al concluir la propuesta de identificativo para fortalecer la identidad cultural y natural del cantón Olmedo, ¿usted considera que se lo debería utilizar en todos los escenarios del mismo?	
SI	100%
NO	0%
TOTAL	100%

Los resultados arrojaron que el 100% de población de Olmedo sugiere utilizar el identificativo del cantón en los diferentes escenarios para ser promocionado.

Tabla 27. Pregunta 8

¿Según su criterio que organismos son los que deben difundir y promocionar al cantón Olmedo?	
GAD Municipal	31%
Ministerio de Turismo	32%
Unidad de Turismo	17%
Comunidad	20%
TOTAL	100%

El 32% de la población encuestada sugiere que el manejo de la marca lo realice el Ministerio de turismo; el 31% prefiere que la maneje el Gad Municipal, mientras que el 17% y 20% indican que la Unidad de Turismo de Olmedo y la comunidad respectivamente deberían coordinar para manejar la marca turística.

Tabla 28. Pregunta 9

¿Usted estaría de acuerdo en utilizar el identificativo propuesto para apoyo de la actividad turística del cantón Olmedo?	
SI	100%
NO	0%
TOTAL	100%

Con respecto a la utilización del identificativo, el 100% de las personas encuestadas están de acuerdo en que se utilice para apoyar y desarrollar la actividad turística en el cantón Olmedo.

Tabla 29. Pregunta 10

¿Qué medios digitales o de comunicación cree usted deberían promocionar el identificativo del cantón Olmedo?	
Página Web Oficial del GAD de Olmedo	20%
Redes Sociales	34%
TV y Radio	11%
Material informativo (revistas, periódicos, afiches)	15%
Eventos como Casas abiertas, ferias y convenciones	20%
TOTAL	100%

Finalmente, la pregunta 10 arroja que el 34% de la comunidad responde que las redes sociales son las que se debería usar para la promoción y difusión del identificativo; seguido de un 20% de los habitantes que considera a la página web oficial del Municipio del cantón Olmedo como medio de difusión; así mismo con igual porcentaje, un 20% manifiesta que el identificativo debería promocionarse en eventos públicos y privados; un 15% responde que la difusión se efectúe en material informativo y un 11% de los habitantes señalan que la promoción sea mediante la Tv y radio.

6.1.3. Análisis de las encuestas

En base a los resultados obtenidos, se puede identificar que la población está de acuerdo en que se genere una propuesta de identificativo que permita fortalecer las bondades culturales y naturales que el cantón posee y posicionarlo como destino turístico.

Analizando cada una de las preguntas se puede concluir que los pobladores del cantón Olmedo conocen los atractivos turísticos que posee el cantón, pero que no han sido debidamente difundidos ni ha existido promoción alguna de los mismos.

Así mismo, manifestaron estar de acuerdo en que se genere el identificativo para el cantón, ya que sería de gran importancia para dar a conocer los atractivos turísticos en sí, pero también generar una difusión de los elementos de identidad territorial.

Con estos resultados ya se tiene una idea clara para la elaboración de la propuesta y de las características que deben incluirse, considerando siempre la opinión de los habitantes del cantón, ya que ellos serán los que se sientan identificados.

6.1.3.1. Matriz FODA

Una vez realizado el análisis del diagnóstico turístico del cantón Olmedo y de la entrevista aplicada, se realizó un FODA para destacar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que presenta actualmente el cantón.

Tabla 30. Matriz de análisis FODA

FODA	
Fortalezas	Debilidades
1. Olmedo es uno de los mejores productores de café del país.	1. La planta turística del Cantón es escasa.
2. Sus pobladores conservan sus tradiciones culturales.	2. Falta de ordenanzas Municipales que normalicen los servicios de la planta turística.
3. Posee un producto estrella, el café, producto tradicional más representativo del cantón.	3. Existe un desconocimiento de los atractivos naturales y manifestaciones culturales que posee el Cantón por falta de promoción y difusión turística.
4. Cuenta con los servicios básicos (agua potable, energía eléctrica, salud, comunicación).	4. Carece de señalética turística, de aproximación, de información, etc., tanto en el Cantón como en los atractivos.
5. La comunidad posee una cultura de servicio.	5. La información de los atractivos turísticos y manifestaciones culturales es limitada.
6. Cuenta con espacios y belleza paisajística ideal para el desarrollo turístico.	6. El personal turístico es escaso.
7. Cuenta con 1 Atractivo Natural y 6 Manifestaciones Culturales.	7. Falta de capacitaciones sobre turismo para los actores involucrados.
8. Posee un clima cálido seco ideal para el turismo	8. Falta de concientización de la población local acerca de su producto estrella, el café

9. Falta de empoderamiento de la identidad Olmedense.

Oportunidades

Amenazas

1. Cuenta con vías de acceso al Cantón de primer orden.
2. Proximidad al aeropuerto Ciudad Catamayo (57km).
3. Nuevas tendencias de turismo rural, cultural y agroturismo.
4. Planes de capacitación gratuita, impartidos por el MINTUR.
5. Alta demanda nacional sobre la producción de café y dulces artesanales.
6. Apoyo de asesoría extranjera para el desarrollo agrícola, siendo también un beneficio turístico.

1. Estacionalidad de turistas solo en épocas de festividades.
 2. Los atractivos del Cantón no constan dentro del inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo.
 3. Escasos recursos financieros destinados para el turismo.
 4. Falta de vinculación entre ejes gobernantes y comunidad.
 5. Inexistente inversión externa hacia el Cantón, en actividades turísticas.
-

Tabla 31. Matriz FODA Estratégico

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTORES INTERNOS	<p>F1. Olmedo es uno de los mejores productores de café del país.</p> <p>F2. Sus pobladores conservan sus tradiciones culturales.</p> <p>F3. Posee un producto estrella, el café, producto tradicional más representativo del cantón.</p> <p>F4. Cuenta con los servicios básicos (agua potable, energía eléctrica, salud, comunicación).</p> <p>F5. La comunidad posee una cultura de servicio.</p> <p>F6. Cuenta con espacios y belleza paisajística ideal para el desarrollo turístico.</p> <p>F7. Cuenta con 1 Atractivo Natural y 6 Manifestaciones Culturales.</p> <p>F8. Posee un clima cálido seco ideal para el turismo</p>	<p>D1. La planta turística del Cantón es escasa.</p> <p>D2. Falta de ordenanzas Municipales que normalicen los servicios de la planta turística.</p> <p>D3. Existe un desconocimiento de los atractivos naturales y manifestaciones culturales que posee el Cantón por falta de promoción y difusión turística.</p> <p>D4. Carece de señalética turística, de aproximación, de información, etc., tanto en el Cantón como en los atractivos.</p> <p>D5. La información de los atractivos turísticos y manifestaciones culturales es limitada.</p> <p>D6. El personal turístico es escaso.</p> <p>D7. Falta de capacitaciones sobre turismo para los actores involucrados.</p> <p>D8. Falta de concientización de la población local acerca de su producto estrella, el café</p> <p>D9. Falta de empoderamiento de la identidad Olmedense.</p>
FACTORES EXTERNOS		
OPORTUNIDADES	FO	DO

O1. Cuenta con vías de acceso al Cantón de primer orden.	1. Proponer proyectos través de la promoción y difusión de las bondades naturales y culturales para el posicionamiento turístico del cantón Olmedo a (F2, F3, F6. F7, O3, O5)	1. Implementar soportes publicitarios que permita difundir la oferta turística del Cantón (D3, D5, D8, O3, O5) 2. Realizar capacitaciones de carácter turístico a los pobladores del Cantón, con el fin de garantizar mejores resultados en el desarrollo turístico local (D7, D9, O3, O4, O5) 3. Proponer un identificativo que permita el fortalecimiento cultural, natural y turístico del cantón (D3, D5, D8, D9, O3) 4. Organizar eventos culturales para promocionar al cantón de manera regional, provincial y nacional (D3, D7, D8, D9, O5, O6)
O2. Proximidad al aeropuerto Ciudad Catamayo (57km).		
O3. Nuevas tendencias de turismo rural, cultural y agroturismo.		
O4. Planes de capacitación gratuita, impartidos por el MINTUR.		
O5. Alta demanda nacional sobre la producción de café y dulces artesanales.		
O6. Apoyo de asesoría extranjera para el desarrollo agrícola, siendo también un beneficio turístico.		

AMENAZAS	FA	DA
A1. Estacionalidad de turistas solo en épocas de festividades.	1. Implementar campañas de promoción turística, de los atractivos naturales y culturales que posee el Cantón (F2, F3, F6, F7, A1, A2, A4)	1. Proponer señalética turística en lugares estratégicos del cantón Olmedo (D4, D5, A3, A5)
A2. Los atractivos del Cantón no constan dentro del inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo.	2. Usar adecuadamente los medios de comunicación para su difusión y promoción a nivel local y nacional (F3, A3, A5)	2. Proponer soportes publicitarios en medios de comunicación tradicionales y plataformas digitales (D3, D5, A2, A3)
A3. Escasos recursos financieros destinados para el turismo.	3. Proponer un identificativo turístico para posicionar al Cantón y permitir una	3. Determinar alianzas con la finalidad de crear políticas para una adecuada Gestión pública
A4. Falta de vinculación entre ejes gobernantes y comunidad.		

A5. Inexistente inversión externa hacia el Cantón, en actividades turísticas.	diversificación turística (F2, F3, F4, A1, A2, A3)	que beneficie al sector turístico, (D1, D2, D6, A3, A4, A5)
--	--	---

Una vez elaborado el Foda cruzado se desprenden las siguientes estrategias:

1. Proponer proyectos través de la promoción y difusión de las bondades naturales y culturales para el posicionamiento turístico del cantón Olmedo.
2. Implementar campañas de promoción turística, de los atractivos naturales y culturales que posee el Cantón.
3. Usar adecuadamente los medios de comunicación para su difusión y promoción a nivel local y nacional.
4. Proponer un identificativo turístico para posicionar al Cantón y permitir una diversificación turística.
5. Implementar soportes publicitarios que permita difundir la oferta turística del Cantón.
6. Realizar capacitaciones de carácter turístico a los pobladores del Cantón, con el fin de garantizar mejores resultados en el desarrollo turístico local.
7. Proponer un identificativo que permita el fortalecimiento cultural, natural y turístico del cantón.
8. Organizar eventos culturales para promocionar al cantón de manera regional, provincial y nacional.
9. Proponer señalética turística en sitios estratégicos del cantón Olmedo.
10. Proponer soportes publicitarios en medios de comunicación tradicionales y plataformas digitales.
11. Determinar alianzas con la finalidad de crear políticas para una adecuada Gestión pública que beneficie al sector turístico.

6.2.Resultados del segundo objetivo: Elaborar la propuesta de identidad cultural y natural que permita el desarrollo turístico del Cantón Olmedo, provincia de Loja.

Para desarrollar el segundo, de acuerdo a la matriz del FODA estratégico se consideró tres objetivos que tienen prioridad de ejecución dentro del cantón.

A continuación, se detallan:

- a) Proponer un identificativo que permita el fortalecimiento cultural, natural y turístico del cantón.
- b) Proponer señalética turística en sitios estratégicos del cantón Olmedo.
- c) Proponer soportes publicitarios en medios de comunicación tradicionales y plataformas digitales.

Las propuestas de los objetivos estratégicos se realizan de acuerdo a los atractivos naturales y culturales identificados, mismos que poseen cada uno sus respectivas ventajas y aspectos a considerar previo su selección en la reunión participativa a desarrollarse. Donde los participantes serán los encargados de elegir cuales son las propuestas más adecuadas que deben implementarse en el cantón Olmedo.

Tabla 32. Proponer un identificador que permita el fortalecimiento cultural, natural y turístico del cantón.

Objetivo estratégico	Recursos	Propuesta	Ventajas	Aspectos a considerar previo a su selección
Proponer un identificador que permita el fortalecimiento cultural, natural y turístico del cantón.	Atractivos naturales y manifestaciones culturales.	Diseño de un imagotipo	<ul style="list-style-type: none"> -Representar de manera simbólica la identidad cultural y natural del cantón Olmedo. - Impulsar el crecimiento económico del cantón Olmedo. -Realzar las características únicas del cantón, posicionándolo de forma destacada en el mercado turístico local, regional y nacional. 	-No existe como tal una imagen o identificador que represente turísticamente al cantón.
	Atractivos naturales y manifestaciones culturales.	Diseño de una guía turística	<ul style="list-style-type: none"> -Muestra información sobre el territorio, actividades y servicios turísticos. -Sirve como fuente de búsqueda para planificar un viaje. -Muestra contenido fotográfico. 	-Se requiere de una búsqueda minuciosa de información sobre el cantón para su elaboración.

Tabla 33. Proponer señalética turística en sitios estratégicos del cantón Olmedo.

Objetivo estratégico	Recursos	Propuesta	Ventajas	Aspectos a considerar previo a su selección
Proponer señalética turística en sitios estratégicos del cantón Olmedo.	Atractivos naturales y manifestaciones culturales.	-Pictogramas turísticos	-Dar a conocer la infraestructura turística, atractivos y actividades turísticas que se pueden realizar. -Orientar y guiar a los turistas o visitantes hasta los lugares de mayor interés. -Informar a los turistas sobre las peculiaridades de cada rincón de la zona. -Potenciar el tejido cultural y paisajístico del cantón. -Aumento de la promoción turística.	-Costos por la elaboración del material informativo. -Contratación de personal para la ubicación del material informativo.
	Atractivos naturales y manifestaciones culturales.	-Tótems de información turística.	-Captar la atención y atraer a los usuarios. -Mostrar actividades y servicios turísticos. -Orientar y guiar a los turistas hacia sitios específicos.	-Costos por la elaboración del material informativo. -Contratación de personal para la ubicación del material informativo.

Tabla 34. Proponer soportes publicitarios: spots publicitarios, en medios de comunicación (televisión, redes sociales, plataformas digitales, etc.) para motivar a los turistas a la visita.

Objetivo estratégico	Recursos	Propuesta	Ventajas	Aspectos a considerar previo a su selección
Proponer soportes publicitarios en medios de comunicación tradicionales y digitales.	Atractivos naturales y manifestaciones culturales.	-Spots publicitarios en Tv y radio.	-Adaptación de mensajes a diferentes tipos de público y contexto. -Captación de atención de espectadores en diferentes ámbitos narrativos y visuales.	La difusión de spots será durante cierto tiempo.
	Atractivos naturales y manifestaciones culturales.	-Cuentas oficiales en redes sociales	-Aumento de usuarios que utilizan el internet y redes sociales -Variedad de aplicaciones para promoción y difusión. -Publicitar y comercializar la oferta y servicios turísticos, consiguiendo nuevos clientes, y mejoran las relaciones con sus clientes potenciales. -Acceso al mercado turístico global. -Ventaja competitiva frente a otros cantones que se desarrollan turísticamente. -Los turistas hoy en día buscan medios de comunicación que brinden información real, para planificar sus viajes.	-La apertura de cuentas en las diferentes plataformas son de forma gratuita. -Costos accesibles para promocionar productos y servicios.

6.2.1. Validación de la propuesta mediante metodología participativa.

Posteriormente, se hizo un acercamiento con los involucrados en la actividad turística del cantón Olmedo para presentar los objetivos estratégicos seleccionados, propuestas y ventajas, por medio del cual se les facilitó a los participantes puedan analizar y elegir las estrategias más importantes para el fortalecimiento turístico del cantón Olmedo.

De acuerdo al criterio del Encargado de la Unidad de Turismo del Cantón Olmedo Ing. Servio Armijos se pudo considerar las recomendaciones para el diseño de las propuestas, tomando mayor énfasis en el diseño del identificativo para este lugar. A continuación, se detallan las propuestas:

Tabla 35. Validación de propuestas de los objetivos estratégicos

Fecha de presentación: 30 de mayo del 2024			
Objetivo Estratégico	Estrategias Planteadas	Estrategias Seleccionadas	Motivación para la selección
Proponer un identificativo que permita el fortalecimiento cultural, natural y turístico del cantón.	- Diseño de un imagotipo.	- Diseño de un imagotipo.	- El fortalecimiento de la identidad y el turismo del cantón. - Permite reflejar un elemento grafico para que el turista pueda conectar con el destino y recordarlo.
Proponer señalética turística en sitios estratégicos del cantón Olmedo.	- Pictogramas turísticos. - Tótems de información turística.	- Pictogramas turísticos. - Tótems de información turística.	- La señalética turística permite guiar e informar al turista. - Incrementar el conocimiento sobre el turismo en el cantón.
Proponer soportes publicitarios en medios de comunicación	- Spots publicitarios en Tv y radio.	- Cuentas oficiales en redes sociales.	- Generar contenido digital para la difusión del cantón. - Se promocionará los atractivos naturales y

tradicionales y digitales.	- Cuentas oficiales en redes sociales.	culturales a nivel local, regional y nacional.
----------------------------	--	--

Después de haber realizado la matriz participativa y habiendo elegido las propuestas a desarrollar se procedió a detallar en una matriz las estrategias de cada uno de los objetivos estratégicos con sus respectivas propuestas.

Tabla 36. Diseño del Identificativo

OBJETIVO ESTRATEGICO	Proponer un identificativo que permita el fortalecimiento cultural, natural y turístico del cantón.	
MEDIO	Imagotipo	
DETALLES	Nombre	Olmedo “Encanto del Sur”
	Objetivo General	Fortalecer la identidad y el turismo del cantón Olmedo.
	Objetivos Específicos	- Diseñar un elemento grafico que el turista pueda recordar fácilmente.
		- Generar un sentido de pertenencia de la población local con el identificativo.
		- Posicionar turísticamente al cantón Olmedo en el mercado local, regional y nacional.
CARACTERISTICAS	Visión de Futuro	Generar una imagen distintiva del cantón Olmedo como potencial turístico a nivel regional, provincial y nacional con la capacidad de originar beneficios y oportunidades para los actores que estén comprometidos con el desarrollo turístico del cantón.
	Fuentes de Financiamiento	- Recursos del GAD.
		- Alianzas estratégicas (convenios interinstitucionales con la UNL, carrera de Turismo).
		- Convenio con el Ministerio de Turismo
		- Apoyo de empresas privadas
	Formas de Ejecución	- Contratación de profesionales en turismo.
		- Convenios con Mintur, Cámara provincial de turismo.

	Responsables	Representantes del GAD del cantón Olmedo.
	Diseñador	Profesional en Diseño Gráfico.
ESTRUCTURA DEL DISEÑO	Parámetros a Considerar	- Revisión y análisis de entrevistas y encuestas.
	Descripción/ Características del diseño	<p>El diseño está compuesto por un imagotipo, es decir, se combinan el icono y el texto en una única composición. En esta composición, ambos elementos constituyen un todo debidamente armonizado e interdependiente, sin estar fusionados. Lo que corresponde a iconos se encuentra una forma montañosa en la parte superior, el mismo representa el cerro Santa Barbara, una formación natural que en la cúspide aloja un monumento dedicado a la sagrada virgen de Santa Bárbara, patrona del cantón Olmedo, mismo que es considerado por sus habitantes como el atractivo más importante del cantón. Se fusionó con un icono circular que representa al sol, como símbolo de claridad y poder, además que es parte necesaria para nuestra existencia.</p> <p>Luego se visualiza el logo “OLMEDO”, que corresponde al nombre del cantón, mismo que complementa de manera armónica con el conjunto de elementos que forman la imagen gráfica del identificativo.</p> <p>Finalmente se encuentra el slogan “Encanto del Sur” que invita a los turistas a percibir y disfrutar de las experiencias y emociones que se pueden encontrar en el cantón, concibiendo ese deseo de sentirse libre, relajado y satisfecho, permitiendo la armonía total del visitante.</p>
	Tipografía de Letra	Raleway Heavy ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890 Century Gothic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Cromática



Propuesta de Identificativo



Figura 2. Identificativo

Imagotipo en Positivo



Imagotipo en Negativo



Figura 3. Imagotipo positivo y negativo



Figura 4. Material Corporativo

Souvenirs



Figura 5. Souvenirs

Tabla 37. Pictogramas turísticos

OBJETIVO ESTRATEGICO	Proponer señalética turística en sitios estratégicos del cantón Olmedo.	
MEDIO	Pictogramas turísticos	
DETALLES	Nombre	Actividades y servicios turísticos.
	Objetivo General	Indicar las actividades y servicios a los que los turistas pueden acceder durante su visita.
	Objetivos Específicos	<ul style="list-style-type: none"> - Mantener informado al turista sobre atractivos turísticos, actividades y servicios turísticos del cantón Olmedo. - Fomentar la implementación de señalética turística en lugares aledaños al cantón.
	Características	<p>Visión de Futuro Difundir al cantón Olmedo como un destino adaptado con señalética turística acorde para mejor orientación y experiencia del turista.</p> <p>Fuentes de Financiamiento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recursos del GAD. - Alianzas estratégicas (convenios interinstitucionales con la UNL, carrera de Turismo). - Convenio con el Ministerio de Turismo - Apoyo de empresas privadas

Formas de Ejecución	- Contratación de profesionales en turismo. - Convenios con Mintur, Cámara provincial de turismo.
Responsables	Representantes del GAD del cantón Olmedo.
Diseñador	Profesional en Diseño grafico

ESTRUCTURA DEL DISEÑO



Figura 6. Pictogramas

Los pictogramas de actividades y servicios turísticos estarán ubicados en lugares estratégicos para reconocimiento del turista. Se ubican en la denominada Y de Olmedo y en el parque central del cantón, de igual manera en sitios visibles para una mejor visualización de la información.

Mantenimiento	Se requiere de supervisiones anuales
Costo	\$130.00 c/u

Tabla 38. Tótems Informativos

OBJETIVO ESTRATEGICO	Proponer señalética turística en sitios estratégicos del cantón Olmedo.
MEDIO	Tótems Informativos
DETALLES	<p>Nombre Olmedo “Encanto del Sur”</p> <p>Objetivo General Guiar y orientar al turista ayudándole a optimizar tiempo y generando consumo dentro del cantón en el que se encuentra.</p> <p>Objetivos Específicos -Mantener informado al turista sobre datos del cantón, atractivos turísticos, actividades y servicios turísticos del cantón Olmedo. -Fomentar la implementación de señalética turística en lugares aledaños al cantón.</p>

CARACTERISTICAS	Visión de Futuro	Reconocimiento de la historia del cantón y sus potencialidades turísticas.
	Fuentes de Financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos del GAD. - Alianzas estratégicas (convenios interinstitucionales con la UNL, carrera de Turismo). - Convenio con el Ministerio de Turismo - Apoyo de empresas privadas
	Formas de Ejecución	<ul style="list-style-type: none"> - Contratación de profesionales en turismo. - Convenios con Mintur, Cámara provincial de turismo.
	Responsables	Representantes del GAD del cantón Olmedo.
	Diseñador	Profesional en Diseño grafico
ESTRUCTURA DEL DISEÑO	Descripción del diseño	<p>La estructura será a dos lados con un máximo de 6 pictogramas, con las siguientes especificaciones: Estará conformada por tres cuerpos: superior, medio e inferior.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Especificaciones para el lado anverso: En la parte superior irá el imagotipo del cantón, en la parte central se ubicará como fondo una fotografía panorámica del cantón Olmedo y sobre la imagen estará ubicado el identificativo. Finalmente, en la parte inferior, en el centro irá el logo del MINTUR. - Especificaciones para el lado reverso: En la parte media se ubicará un mapa turístico del cantón Olmedo junto con pictogramas con la información de atractivos o servicios guardando simetría unos con otros, en la parte inferior en el centro irá el logo del MINTUR.

Diseño Gráfico

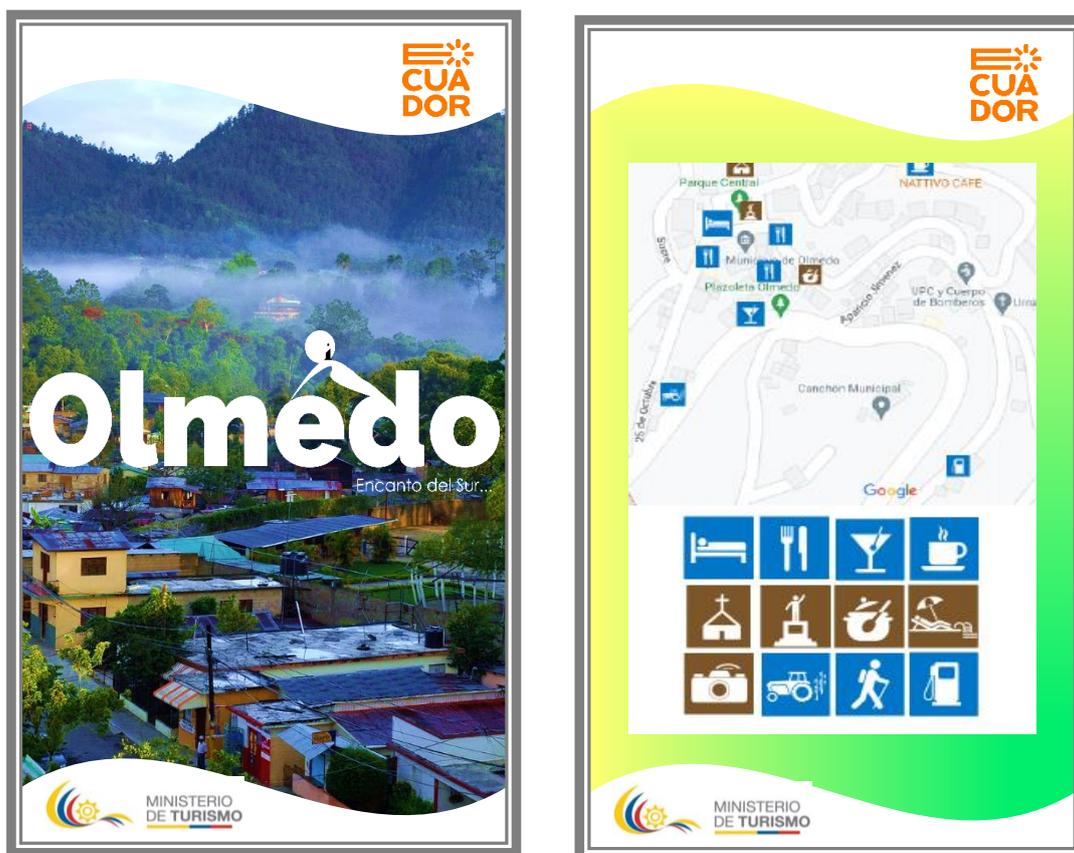


Figura 7. Tótems Informativos

Los tótems estarán ubicados en el parque central del cantón Olmedo, en un lugar visible para que la población local y turistas puedan informarse de los servicios y actividades turísticas que se pueden realizar en la zona.

Mantenimiento	Cada 2 años
Costo	\$1200.00

Tabla 39. Redes Sociales

OBJETIVO ESTRATEGICO	Proponer soportes publicitarios en medios de comunicación tradicionales y digitales.	
MEDIO	Redes Sociales	
DETALLES	Nombre	Facebook, Instagram, YouTube
	Objetivo General	Generar contenido digital y dar a conocer los atractivos, actividades y servicios turísticos del cantón Olmedo.

	Objetivos Específicos	<ul style="list-style-type: none"> - Brindar información de los servicios y actividades turísticas del cantón Olmedo. - Actualizar constantemente la información sobre las actividades turísticas a desarrollarse en el cantón Olmedo. - Ofrecer una respuesta rápida a las dudas e inquietudes de los turistas.
CARACTERÍSTICAS	Visión de Futuro	Posicionamiento del cantón Olmedo en plataformas digitales y contenido promocional.
	Fuentes de Financiamiento	Recursos del GAD.
	Formas de Ejecución	Diseñar y crear perfiles en las plataformas digitales Facebook, Instagram y YouTube.
	Responsables	<ul style="list-style-type: none"> - Representantes del GAD del cantón Olmedo. - Profesionales en Turismo.
	Diseñador	Profesional en redes sociales.
ESTRUCTURA DEL DISEÑO	Direcciones URL	<ul style="list-style-type: none"> - Facebook: https://www.facebook.com/profile.php?id=100090141760540 - Instagram: https://www.instagram.com/olmedo_encanto_del_sur/ - YouTube: https://www.youtube.com/@olmedo-encantodelsur

Cuentas Oficiales

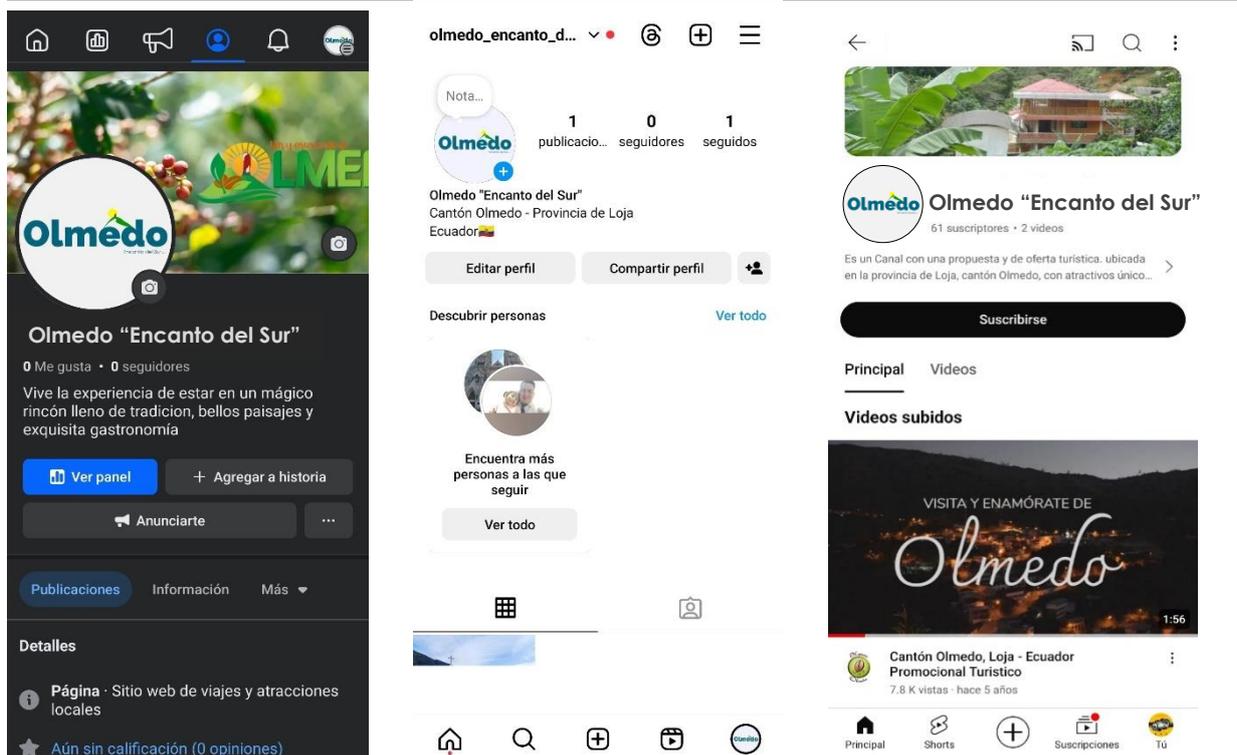


Figura 8. Plataformas digitales

Actualización de contenido	Se actualizará la información dependiendo de las actividades planificadas dentro de la actividad turística en el cantón Olmedo.
Costo	\$30 cada mes
Mantenimiento	Monitoreo de las cuentas semanalmente

Tabla 40. Presupuesto Referencial

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Diseño de Imagotipo	\$160.00	\$160.00
--	SOUVENIRS Semestralmente (Se cuenta con el apoyo de un proveedor al cual cada 6 meses se le paga \$1200)	\$1.200.00	\$2.400.00
10	PICTOGRAMAS DE ATRACTIVOS NATURALES Y CULTURALES, ACTIVIDADES TURISTICAS Y SERVICIOS TURISTICOS: 1. Consta de lámina de tool galvanizado de 1/25x2 mm con una medida de 0.60m x 0.60m 2. Poste de tuvo cuadrado galvanizado de 50.8 mm x 1.5 y con pernos galvanizados para sujetarlos. 3. Fondo contara con vinilos refractivos	\$95.00	\$950.00

3	Redes Sociales	\$80.00	\$320.00
	1. Facebook		Anualmente
	2. Instagram		
	3. YouTube		
	(El costo trimestral será de \$80 por las 3 plataformas digitales)		
TOTAL			\$3.830.00

7. Discusión

La identidad cultural es uno de los valores principales que busca el turista, ya sea de manera consciente o no, cuando viaja a un destino turístico, por lo tanto, de acuerdo a Paleo (2024) El patrimonio cultural y natural es un potencial motor de desarrollo que, con una adecuada gestión, puede atraer turismo sostenible y de calidad al territorio. Interpretarlo es necesario para que los visitantes lo conozcan, lo aprecien y lo valoren, lo que también aumenta sus probabilidades de protección. Por lo tanto, en el caso del cantón Olmedo, la creación de un identificativo es importante porque permite definir su identidad y su actividad turística, para poder resaltar su valor natural y cultural

Para el desarrollo de la investigación se procedió a utilizar el manual de diagnóstico turístico local de Ricaurte (2009), metodología que permitió obtener los datos generales sobre la oferta de servicios turísticos que mediante la visita de campo, se determinó que no cuenta con suficiente hospedaje, siendo un establecimiento solamente el que brinda este tipo de servicio; así mismo cuenta con ocho establecimientos de restauración; la infraestructura, accesibilidad, transporte, sanidad y educación se encuentran relativamente adecuadas, de las cuales la población del lugar de estudio se beneficia, es así que para Padilla et al., (2019), tomando en cuenta que el diagnóstico es la situación de un destino en tiempo real que evalúan lo bueno y lo malo para un buen desarrollo turístico. De la misma forma el cantón Olmedo cuenta con 1 recurso turístico de categoría Atractivos Naturales y seis recursos turísticos que corresponden a la categoría Atractivos de Manifestación Cultura, corroborando con OMT (2018) que define como recursos turísticos al conjunto de todos los bienes que hacen parte de un ámbito geográfico específico y que son capaces de atraer por sí mismos a viajeros haciendo así posible la actividad turística. Se logró recopilar información actualizada brindada por actores involucrados en la actividad turística para conocer más a fondo la situación turística actual del cantón; mediante el análisis FODA que permitió descubrir sus principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, para luego establecer objetivos estratégicos mediante un FODA cruzado para generar las diferentes propuestas.

El proceso de diseño del identificativo partió con la identificación, selección y aplicación de las características mencionadas en los resultados previos, junto con la búsqueda de tipografías, colores y formas para darle al identificativo el aspecto deseado. Una vez concluido el proceso de diseño se detallaron estrategias para difundir el identificativo y para ello se utilizó la comunicación publicitaria a través de la producción de souvenirs para que el turista tenga un recuerdo del lugar que visita, que pueda recordar sus experiencias y a la vez

pueda recomendar a su círculo social este destino, tal como mencionan Lezcano y Rabuñal (2018) que la adquisición de souvenirs es una práctica muy extendida y efectuada prácticamente por todos los turistas durante sus viajes. Representan un importante componente del comercio turístico y el souvenir puede ser entendido como una valiosa fuente de información indirecta, utilizada en el previaje, durante el mismo y en el post viaje.

Así mismo, se usó como estrategias complementarias, la tecnología, se emplearon los recursos digitales y la implementación de material publicitario, a la vez Moreno (2017), hace hincapié de como los medios de comunicación ayudan a transmitir un producto por explorar dirigiéndose a un público objetivo, atrayéndolos mediante distintas plataformas digitales y medios físicos para su uso y difusión a los diferentes nichos de mercado.

8. Conclusiones

De acuerdo al trabajo de investigación se concluye:

- En el Diagnostico situacional del cantón Olmedo se pudo determinar que la infraestructura turística es un poco deficiente ya que solamente existe un establecimiento que brinda servicio de hospedaje,
- En la oferta turística se concluye que hay 1 atractivo natural y 6 atractivos de manifestación cultural.
- Los encuestados, con un porcentaje favorable siendo el 100%, determinaron importante contar con un identificativo para el fortalecimiento de la identidad cultural y natural del cantón Olmedo.
- La aplicación de entrevistas y encuestas junto con el desarrollo del Foda y Foda Cruzado permitieron identificar y plantear varios objetivos estratégicos para ser implementados en la propuesta y a largo plazo en nuevos proyectos turísticos.
- La misión del identificativo se direcciona a generar una imagen distintiva del cantón Olmedo como potencial turístico a nivel regional, provincial y nacional con la capacidad de originar beneficios y oportunidades para los actores que estén comprometidos con el desarrollo turístico del cantón.

9. Recomendaciones

- Se recomienda al Gad Municipal del cantón Olmedo buscar apoyo interinstitucional para destinar recursos necesarios para mejorar la infraestructura turística del cantón.
- Implementar campañas de promoción turística, de los atractivos naturales y culturales que posee el cantón Olmedo.
- Se recomienda al GAD del cantón Olmedo, y en especial a la Unidad de Turismo, aplicar el identificador creado para la promoción y difusión del cantón en el campo turístico utilizando todos los medios de comunicación que posea
- Usar adecuadamente los medios de comunicación para la difusión y promoción turística del cantón Olmedo a nivel local, regional y nacional.
- Generar propuestas de nuevos proyectos con enfoque en el posicionamiento turístico del cantón Olmedo a través de la promoción y difusión de sus bondades naturales y culturales.
- Realizar capacitaciones de carácter turístico a los actores involucrados en la actividad turística y pobladores del cantón Olmedo, con el fin de garantizar mejores resultados en el desarrollo turístico local.
- Organizar eventos culturales para promocionar turísticamente al cantón Olmedo de manera regional, provincial y nacional.
- Determinar alianzas con la finalidad de crear políticas para una adecuada Gestión pública que beneficie al sector turístico del cantón Olmedo.

10. Bibliografía

Aguirre, N. (2017). Guía para la Formulación del Proyecto de Investigación de Integración Curricular o Titulación. Loja.

Alegsa.com. (2010). ¿Qué son recursos tecnológicos? Obtenido de <http://www.alegsa.com.ar/Diccionario/C/8152.php>

Alguacil, Crespo & Pérez. (2020). Análisis sociodemográfico de la percepción de marca en un servicio deportivo público. Dialnet, 139-146.

Alvear, F. (2016). Desarrollando Estrategia de City Marketing: Marca “Ecuador Ama La Vida”. Latindex, 42-50.

Andrade, D. (s/f). Estrategias de marketing digital en la promoción de Marca Ciudad. Revista EAN, 63.

Ballina, F. J. (2017). Marketing Turístico Aplicado. Madrid: ESIC Editorial.

Barroso, G., & Nicolau, K. (2010). MARKETING TURÍSTICO INTERNACIONAL - La marca Brasil. Redalyc.org, 241-267.

Bazak, A. (2019). El Branding Turística. Obtenido de Branfluence: <https://www.branfluence.com/branding-turistico/>

Blain. (2005). Obtenido de [file:///C:/Users/Toshiba/Downloads/DialnetImagenDelDestinoYMarcaTuristica-5018544%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Toshiba/Downloads/DialnetImagenDelDestinoYMarcaTuristica-5018544%20(1).pdf)

Cabanilla, E. (2013). Turismo Comunitario del diagnóstico al plan de negocios. Tesis. Bahía Blanca, Argentina.

Castillo & Castaño. (2014). La Promoción Turística a través de Técnicas Tradicionales y Nuevas. Dialnet, 760-762.

Castillo, M. (2015). La Promoción Turística a través de Técnicas Tradicionales y Nuevas.

Chicaiza, L. y. (Septiembre de 2014). Retos 8.indd. Obtenido de <https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/5998/94-179-1-SM.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Chizaiza, R., Lastra, J., & Yáñez, J. (2014). La marca país: su origen y evolución, caso Ecuador. *Retos*, 173-187.

Citado por Andrade . (2015). Estrategias de marketing digital en la promoción de Marca Ciudad. *Revista EAN*, 64.

Citado por Folgado, Oliveira & Hernández. (2011). Imagen del destino y marca turística: sinergias e implicaciones. *Realdyc.Org*, 906.

Citado por Fuentes. (2007). Sistema de gestión de la marca país o ciudad. *Redaly.Org*, 82.

Citado por Rodríguez, Requena & Muñoz. (2009). La percepción turística del mercado español hacia Latinoamérica. *Revista de Artes y Humanidades UNICA*, 140.

Citado por Taco. (2018). Repositorio Digital Universidad Israel. Obtenido de <http://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/1794>

Delgado, M. E. (Junio/Julio de 2017). “Diseño de una propuesta de. Obtenido de *Revista Turydes: Turismo y:* <http://www.eumed.net/rev/turydes/22/turismo-loja-ecuador.html>

Echeverri, L. (2013). Desarrollo de Marca Pais y Turismo: El caso de estudio de Mexico.

Folgado, J., Oliveira, P., & Hernández, J. (2011). IMAGEN DEL DESTINO Y MARCA TURÍSTICA: SINERGIAS E IMPLICACIONES. *Redaly.org*, 904-914.

GAD Olmedo. (2019). PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL. Obtenido de <https://molmedo.gob.ec/molmedo.gob.ec/pablo.merchan/TRANSPARENCIA/ANEXOS%20GENERALES%20NORMATIVAS/PDOT/PDOT%20DIAGNOSTICO%20GENERAL%202019-2023.pdf>

Godoy, M., & Godoy, D. (2017). DISEÑO DE UNA PROPUESTA DE MARCA TERRITORIAL PARA LA CIUDAD DE LOJA COMO ESTRATEGIA TURÍSTICA. *Turydes*.

Gomez, C. (2012). La investigacion cientifica en preguntas y respuestas. Ambato. Guzmán, J. (2016). UPSE-TDT-2016-0016.pdf. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/3147/1/UPSE-TDT-2016-0016.pdf>

- Kotler, P. (2011). Marketing Turístico. Madrid: Pearson.
- Larrea, E. (11 de 12 de 2020). Recuperado el 16 de 05 de 2022, de [https://www.escafandra.news/que-es-la-marcaturistica/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20\(Kapferer%2C%201994%20\)%20definen,a%20los%20demandantes%20del%20sector.](https://www.escafandra.news/que-es-la-marcaturistica/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20(Kapferer%2C%201994%20)%20definen,a%20los%20demandantes%20del%20sector.)
- Lopez, G. (2020). Metodología de identidad visual en marcas.
- Martinez, E. (s.f.). ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN E IMAGEN DE MARCA. Obtenido de Revista Española de Investigación de Marketing: https://www.esic.edu/documentos/revistas/reim/070704_184607_E.pdf
- Martinez, L. (2010). Marketing y Gestión de Marcas Institucionales. EL Caso de España y Canarias. Recuperado el 30 de 11 de 2021, de TUR y DES: <https://www.eumed.net/rev/turydes/08/jamg.htm>
- Ministerio de Turismo. (2017). Guía para el levantamiento de Atractivos Turísticos del Ecuador. Obtenido de MUNTUR: https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte2_GuiaLevantamientoDeAtractivosTuristicos2017_2daEd.pdf
- Monacchi, J. (2014). Branding.
- Montaner, J. (2001). Estructura del Mercado Turístico. Madrid: Editorial Síntesis.
- Ñuñez, J. (2011). Creación y diseño de una marca turística en el cantón La Libertad. Obtenido de Trabajo de titulación: <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/3147/1/UPSETDT-2016-0016.pdf>
- Oviol, E. (2002). Marcas turísticas y territorio. Un análisis geográfico del turismo valenciano. Redalyc.
- Palacio & Molina. (2014). La Promoción Turística a través de Técnicas Tradicionales y Nuevas. Dialnet, 758.
- Paleoadmin. (2024, 18 enero). *Turismo cultural y natural como recurso para combatir la despoblación*. <https://www.paleoymas.com>. <https://www.paleoymas.com/turismo-cultural-y-natural-como-recurso-para-combatir-la-despoblacion/>

Pibaque Pionce, M. S., Macias Armendáriz, J. V., & San Andrés Laz, E. M. (2022). Atractivos naturales y culturales, potencial de turismo. *Revista Ciencia Y Líderes*, 1(1), 16–26. Recuperado a partir de <https://revistas.unesum.edu.ec/rclideres/index.php/rc1/article/view/2>

Ramos, M. (2012). *Relaciones Públicas. 2.0: El uso de los Medios Sociales en la estrategia de comunicación onlines de marcas ciudad españolas*. Dialnet, 77.

Ricaurte, C. (2009). *Manual para el Diagnostico Turistico Local*.

Rio, A. B. (2002). *El Valor de Marca: perspectivas de analisis y criterios de estimacion*. Oviedo.

Valenzuela, M. (2014). La estrategia de marca-ciudad en la función de turismo. *Ágora*, 59- 80.

11. Anexos

11.1. Anexo 1. Certificado de Traducción del Abstract

Certificado de Traducción Idioma Inglés

Certifica:

Que el documento aquí compuesto es fiel traducción del idioma español al idioma inglés, del resumen de la tesina titulada **“Fortalecimiento a la Identidad Cultural y Natural para el Desarrollo Turístico del Cantón Olmedo, Provincia de Loja”**

Proyecto que se encuentra bajo la dirección de la **Ing. Maruxi Yadira Loarte Tène Mg. Sc.** De la autoría del estudiante **Edwin Javier Durazno Cumbicus**, con cedula de identidad número **1106088311**, egresado de la **carrera de Administración Turística de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja.**

Es todo en cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando al interesado hacer uso de la presente en lo que estime conveniente.

Loja, 26 de junio de 2024



Lic. Nelson David Acosta Cumbicus

C.I.

Docente de Idioma Inglés

11.2. Anexo 2. Oficio de Pertinencia



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

FACULTAD, JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE TURISMO

Memorando Nro. 002 UNL-FJSA-CTUR-MLT- 2024- 001

Loja, 16 de mayo de 2024

PARA: Ing. Rubén Darío Román Aguirre MAE.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE TURISMO DE LA UNL

Sr. Edwin Javier Durazno Cumbicus
ESTUDIANTE DE LA CARRERA

ASUNTO: Pertinencia Trabajo de Integración Curricular: **Aspirante:** Edwin Javier Durazno Cumbicus

En atención a la designación de fecha 09 de mayo de 2024, en la cual se manifiesta emita el informe de **PERTINENCIA**, sobre la estructura y coherencia del proyecto de tesina titulado: "**FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL Y NATURAL PARA EL DESARROLLO TURISTICO DEL CANTON OLMEDO, PROVINCIA DE LOJA**", y luego de que la estudiante ha realizado los cambios necesarios solicitados vía correo electrónico y de manera presencial, me permito manifestar que en cumplimiento de lo dispuesto en el Art. 225 y 226 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja informo que:

El proyecto de tesina cumple los requisitos para ser realizado, tanto en su estructura como en su coherencia; y, su desarrollo es pertinente tanto a nivel académico como metodológico, por lo que se justifica su ejecución acorde a las directrices emitidas.

Información que pongo a su disposición para los fines pertinentes.

Atentamente,



MARUXI YADIRA
LOARTE TENE

Ing. Maruxi Loarte Tene Mg. Sc.
DOCENTE CARRERA TURISMO

ANEXOS: Anteproyecto final

Copia. Archivo

072 - 545190
072 - 545175
Ciudad Universitaria "Guillermo Falconi Espinosa"
Casilla Letra "S" La Argelia, Loja – Ecuador

Página 1 | 1

Educamos para Transformar

11.3. Anexo 3. Oficio de Designación de director/a de Tesina



UNL
Universidad
Nacional
de Loja

FACULTAD, JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA
TURISMO

Presentada el día de hoy, 16 de mayo del 2024, a las 15h00.- Evacuada la diligencia otórguese lo solicitado por la persona interesada e incorpórese al expediente académico.- **LO CERTIFICO.**

ENA REGINA
PELAEZ SORIA

Firmado digitalmente
por ENA REGINA
PELAEZ SORIA
Fecha: 2024.05.16
15:18:39 -05'00'

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

Loja, 16 de mayo del 2024, a las 15h05.- De conformidad a las competencias establecidas en el Art. 134 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, al informe favorable de pertinencia de estructura y coherencia conforme lo determinado en el Artículo 134 del RRA-UNL, emitido por el/la **Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene, Mg. Sc.** docente de la Carrera de Administración Turística de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa, sobre el proyecto de tesina intitulado: **"FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL Y NATURAL PARA EL DESARROLLO TURISTICO DEL CANTON OLMEDO, PROVINCIA DE LOJA"**. Presentado por el/la postulante: **Edwin Javier Durazno Cumbicus**, estudiante de la Carrera de Administración Turística (Modalidad Presencial), previo a optar el Grado de: **INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA** se autoriza la ejecución de la tesina, y se designa como Director/a de Tesis al/la Docente **Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene, Mg. Sc.** Conforme lo ordenado en el Art. 136 RRA-UNL.- **NOTIFIQUESE** para que surta los efectos de Ley que corresponden.-

RUBEN DARIO
ROMAN AGUIRRE

Firmado digitalmente por RUBEN
DARIO ROMAN AGUIRRE
Fecha: 2024.05.16 15:06:34
-05'00'

Ing. Rubén Darío Román Aguirre, MAE
**DIRECTOR DE LA CARRERA
DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

Loja, 16 de mayo del 2024, a las 15h10.- Notifico con el Decreto y la providencia que antecede con la designación legal y formal de Director/a de Tesina, al/la Docente: **Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene, Mg. Sc.** para el efecto deberá observarse estrictamente lo establecido en los artículos 137 y siguientes del RRA-UNL. - Para constancia firman en unidad de acto, para los fines que se persiguen.

RUBEN DARIO
ROMAN AGUIRRE

Firmado digitalmente por
RUBEN DARIO ROMAN
AGUIRRE
Fecha: 2024.05.16 15:06:48
-05'00'

Ing. Rubén Darío Román Aguirre, MAE .
DIRECTOR DE LA CAT



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

ENA REGINA
PELAEZ
SORIA

Firmado digitalmente
por ENA REGINA
PELAEZ SORIA
Fecha: 2024.05.16
15:18:48 -05'00'

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



SOLEDAD ELIZABETH
MEDINA GONZALEZ

Elaborado por: Soledad Medina G.

072 - 545189

Ciudad Universitaria "Guillermo Falconi Espinosa"
Casilla Letra "S" La Argelia. Loja – Ecuador

Página 1 | 1

Educamos para Transformar

11.4. Anexo 4. Ficha de Caracterización Turística de Comunidades de Carla Ricaurte

FICHA 1

CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE COMUNIDADES

1. DATOS GENERALES

1.1 Ubicación de la comunidad

NOMBRE DE PROVINCIA

NOMBRE DE CANTÓN

NOMBRE DE PARROQUIA

NOMBRE DE COMUNIDAD

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

Fuente _____

2. OFERTA DE SERVICIOS

2.1 Alojamiento

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

1. HOTELES	#	<input type="text"/>	5. MOTELES	#	<input type="text"/>
2. HOSTERIAS		<input type="text"/>	6. HOSPEDERIAS COMUNITARIAS		<input type="text"/>
3. HOSTALES		<input type="text"/>	7. CAMPING		<input type="text"/>
4. PENSIONES		<input type="text"/>	8. OTRO _____		<input type="text"/>

11.5. Anexo 5. Ficha de Levantamiento de Atractivos Turísticos Mintur 2018

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	1	1	6	5	0	M	C	0	2	0	7	0	2	0	0	1
	Provincia			Cantón			Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
CAFÉ DE OLMEDO																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
MANIFESTACIONES_CULTURALES				ACERVO_CULTURAL_Y_POPULAR				GASTRONOMÍA									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
LOJA				OLMEDO				OLMEDO									
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal		2.6 Número		2.7 Transversal									
Santa Barbara				Cabo Jose Benjamín Robles		S/N		S/N									
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				2.10 Altura (msnm)									
-3,932444				-79,645423				1267.1 msnm									
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador:				Privado				b. Nombre de la Institución:				GAD Municipal					
c. Nombre del Administrador:				Angelino Abad				d. Cargo que ocupa:				Ingeniero					
e. Teléfono / Celular:				(+593) 981211589				f. Correo Electrónico:				angelino.af@hotmail.com					
Observaciones: Existen muchas productoras de café en Olmedo, pero se ha tomado como referencia la del Ing. Angelino Abad																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Clima:				Caldo - Seco				b. Temperatura(°C):				16 a 22°					
c. Precipitación Pluviométrica (mm): 700 a 1200																	
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Cultura				<input type="checkbox"/>				b. Naturaleza				<input checked="" type="checkbox"/>					
c. Aventura <input type="checkbox"/>																	
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Prístino				<input type="checkbox"/>				b. Primitivo				<input type="checkbox"/>					
c. Rústico Natural				<input type="checkbox"/>				d. Rural				<input type="checkbox"/>					
e. Urbano <input checked="" type="checkbox"/>																	
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención											
		Ingreso		Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar			
Libre <input checked="" type="checkbox"/>		8:00		18:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>					
Restringido <input type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>					
Pagado <input type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>					
d. Maneja un sistema de reservas:				<input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:									
e. Precio:		Desde		Hasta		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>					
						Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>							
g. Meses recomendables de visita:																	
Observaciones: Cabe mencionar que el dueño de la finca vive en el mismo lugar, en caso de desear visitarlo se puede contactar con el, ya que es de propiedad privada pero no tiene costo de ingreso.																	

11.6. Anexo 6. Modelo de Entrevista

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

La presente entrevista está dirigida a personas conocedoras del cantón Olmedo y actores involucrados en la actividad turística del mismo, con la finalidad de obtener ideas claras para la elaboración de un identificativo como parte del fortalecimiento de la identidad cultural y natural del cantón Olmedo. La información que usted proporcione se mantendrá en absoluta reserva y se empleará exclusivamente para fines académicos.

FECHA: ___/___/_____

DATOS GENERALES

a) Nombre del entrevistado:

b) Sexo:

c) Edad:

d) Ocupación:

1. ¿Conoce usted los atractivos con los que cuenta el cantón Olmedo?
2. ¿Qué atractivo considera usted que es el más representativo para el cantón?
3. Según su opinión ¿qué elemento (sea este natural, cultural, artesanal u otro), simboliza o representa la identidad del cantón Olmedo? ¿Por qué?
4. ¿Dentro de la promoción turística del cantón Olmedo se ha utilizado alguna imagen identificativa?
5. ¿Le gustaría que el cantón Olmedo cuente con un identificativo turístico para el fortalecimiento de la identidad cultural y natural del mismo?
6. Si se elaborara un identificativo para el cantón ¿cuáles serían las recomendaciones que usted sugeriría que se tome en cuenta para el diseño del mismo?
7. ¿Considera Ud. que la imagen identificativa aportará con el desarrollo del cantón Olmedo?

8. ¿De qué forma aportaría la entidad donde Ud. labora con la creación del identificador turístico para el cantón Olmedo?