



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja
Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Turismo

**“Propuesta de fortalecimiento de la ruta cultural “Loja
Patrimonial” de la ciudad y provincia de Loja”**

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

AUTOR:

Steven Gonzalo Muicela Quizhpe

DIRECTOR:

David Vladimir Cartuche Paqui. Mg, Sc

Loja - Ecuador
2024

Certificación del director



Universidad
Nacional
de Loja

SECRETARIA GENERAL
FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CERTIFICACION DE APROBACION DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

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

Que, el señor estudiante **Steven Gonzalo Muicela Quizhpe**, con C.C. N° **1104982424** ha culminado a satisfacción el trabajo de titulación denominado **"PROPUESTA DE FORTALECIMIENTO DE LA RUTA CULTURAL "LOJA PATRIMONIAL", DE LA CIUDAD Y PROVINCIA DE LOJA"**. Por lo manifestado dejo sentada razón de que en dicho trabajo está culminado al 100%

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

Loja, 09 de septiembre de 2024



DAVID VLADIMIR
CARTUCHE PAQUI

F) _____
Ing. David Vladimir Cartuche Paqui Mg.Sc.
DIRECTOR DE TRABAJO DE I. CURRICULAR

C.C. Sr. Steven Gonzalo Muicela Quizhpe
Expediente De Estudiante
Archivo

Autoría del Trabajo de Integración Curricular

Yo, **Steven Gonzalo Muicela Quizhpe**, declaro ser autor del presente trabajo de tesis **“Propuesta de fortalecimiento de la ruta cultural “Loja Patrimonial” de la ciudad y provincia de Loja”** y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la misma Institución, Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional Biblioteca Virtual.

Autor: Steven Gonzalo Muicela Quizhpe.



FIRMA

CÉDULA: 1104982424

FECHA: 22 de octubre de 2024

Carta de Autorización del Estudiante

Carta de autorización de tesis por parte del autor para la consulta, reproducción parcial o total, y publicación electrónica del texto completo

Yo, **Steven Gonzalo Muicela Quizhpe**, declaro ser el autor de la tesis titulada: **“Propuesta de fortalecimiento de la ruta cultural “Loja Patrimonial” de la ciudad y provincia de Loja”**, como requisito para obtener el grado de: Licenciado en Turismo; autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, publique la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los veintidós días del mes de octubre del dos mil veinticuatro.



Autor: Steven Gonzalo Muicela Quizhpe.

C.I: 1104982424

Dirección: Loja, Loja, Daniel Álvarez.

Correo electrónico: stevenmuicela@gmail.com / steven.muicela@unl.edu.ec

Teléfono: 099 631 9977

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director de tesis: David Vladímir Cartuche Paqui. Mg, Sc

Presidente del tribunal: Ing. Mariuxi Yadira Loarte Tene, Mg. Sc.

Miembro del tribunal: Ing. Gladys Alexandra Suárez Jaramillo, Mg. Sc.

Miembro del tribunal: Ing. Alex Javier Quito Ramón, Mg. Sc

Dedicatoria

Este trabajo, se los dedico absolutamente a mis padres Karina Amparo Quizhpe Condoy & Gonzalo Rosendo Muicela Armijos, quienes han sido mi apoyo y fortaleza día con día para poder mantenerme en pie.

Así como a mis hermanas Angélica Solange Quizhpe Condoy & Briony Harumy Barrigas Quizhpe, quienes son mi constantemente para poder alcanzar esta meta y seguir subiendo los eslabones de la vida y lograr cumplir con mis sueños.

De igual manera a mis compañeros, quienes han sido de gran aporte en el desarrollo de mi vida estudiantil, quienes han estado junto a mí en los buenos y malos momentos durante estos años de estudio y preparación.

Steven Gonzalo Muicela Quizhpe

Agradecimiento

Mi lealtad y gratitud eterna a la Universidad Nacional de Loja, a la carrera de Turismo, y quienes forman parte de su planta docente y administrativa, quienes han sido uno de los pilares importantes en la enseñanza y fortalecimiento en el crecimiento de mis conocimientos impartidos por los mismos, que contribuyen inmensamente a mi formación como futuro profesional del turismo.

Así mismo, agradezco a mi director de tesis, Ing. David Vladímir Cartuche Paqui Mg, Sc, por el tiempo y conocimientos impartidos para mi correcta culminación de este proyecto de tesis.

Finalmente, agradezco infinitamente al Ingeniero Pavel Fernando Gonzáles Bustamante Mg. Sc, guía certificado de la operadora LojAventura, por brindarme el espacio necesario para poder desarrollar parte del trabajo de investigación de forma acertada.

Steven Gonzalo Muicela Quizhpe

Índice de Contenidos

Certificación del director	ii
Autoría del Trabajo de Integración Curricular	iii
Carta de Autorización del Estudiante	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
1. Título	11
2. Resumen	12
3. Introducción	14
4. Marco teórico	16
4.1. Marco conceptual.....	16
4.1.1. <i>Turismo</i>	16
4.1.2. <i>Turista</i>	16
4.1.3. <i>Cultura</i>	16
4.1.4. <i>Turismo cultural</i>	16
4.1.5. <i>Ruta turística</i>	16
4.1.6. <i>Diagnóstico turístico</i>	17
4.1.7. <i>Infraestructura turística</i>	17
4.1.8. <i>Inventario turístico</i>	18
4.1.9. <i>Oferta y demanda turística</i>	18
4.1.10. <i>Patrimonio cultural</i>	18
4.1.11. <i>Atractivos culturales</i>	18

4.1.12. Fortalecimiento en rutas turísticas	19
4.2. Marco referencial.....	19
4.2.1. Estudio de caso internacional “Recursos turísticos para el desarrollo del turismo cultural en el pueblo de Churubamba - Huánuco”	19
4.2.2. Estudio de caso nacional “Estudio de la demanda turística nacional con preferencias en turismo cultural en la ciudad de Cuenca”	20
4.2.3. Estudio de caso local “Ruta turística cultural del cantón Calvas de la provincia de Loja”	21
4.3. Marco legal	22
5. Metodología.....	23
5.1. Ubicación del área de estudio	23
5.2. Límites de la ciudad.....	23
5.3. Materiales y métodos	23
5.4. Metodología por objetivos.....	24
6. Resultados	28
6.1. Diagnóstico situacional de la ruta cultural “Loja Patrimonial”.	28
6.2. Actividades turísticas que se podrán realizar durante el recorrido de la ruta cultural “Loja Patrimonial”	43
6.2.1. Validación de la ruta	44
6.3. Estrategias para fortalecer la ruta cultural “Loja Patrimonial”	47
6.3.1. Propuesta.....	47
6. Discusión.....	53
7. Conclusiones.....	55
8. Recomendaciones.....	56
9. Bibliografía.....	57

10. Anexos	61
-------------------------	-----------

Índice de Figuras

Figura 1: Casco Urbano de la Ciudad de Loja	23
Figura 2: Mapa de la ruta cultural “Loja Patrimonial”	46

Índice de Tablas

Tabla 1: Sexo.....	34
Tabla 2: Edad	34
Tabla 3: Lugar de Residencia	35
Tabla 4: Medios para informarse antes de viajar	35
Tabla 5: Frecuencia a la utilización de las redes sociales	35
Tabla 6: Medios de información preferidos.....	35
Tabla 7: A viajado a Loja por turismo cultural	35
Tabla 8: Importancia del turismo cultural en la historia de Loja	36
Tabla 9: Potencialidad de Loja para el turismo cultural	36
Tabla 10: A visitado la ruta “Loja Patrimonial”	36
Tabla 11: Participaría en la ruta	36
Tabla 12: Actividades Turística Culturales	36
Tabla 13: Implementación de material audio visual (vídeos)	36
Tabla 14: Recorrido sería realizado por encargados de los museos o guías locales.....	37
Tabla 15: Porque el encargado de los museos tendría que realizar el recorrido	37
Tabla 16: Presentación de obras teatrales	37
Tabla 17: Tiempo para realizar el recorrido	37
Tabla 18: Costo de la ruta	37
Tabla 19: FODA	38
Tabla 20: FODA CRUZADO	40
Tabla 21: Actividades definidas	43

Índice de Anexos

Anexo 1: Entrevista aplicada a guía certificado	61
Anexo 2: Caracterización turística de comunidades.....	62
Anexo 3: Encuesta aplicada.....	71
Anexo 4: Transporte terrestre que presta servicio a la ruta	75
Anexo 5: Itinerario de la ruta cultural “Loja Patrimonial”.....	76
Anexo 6: Fotografías de la validación	77
Anexo 7: Certificado del Abstract	78

1. Título

Propuesta de fortalecimiento de la ruta cultural "Loja Patrimonial" de la ciudad
y provincia de Loja

2. Resumen

El presente trabajo de investigación, tiene el con fin, establecer estrategias para fortalecer la ruta cultural “Loja Patrimonial”, de la ciudad de Loja, para lo cual se estableció un objetivo general y tres específicos, los mismos que son “Establecer propuestas de fortalecimiento de la ruta cultural "Loja patrimonial" de la ciudad y provincia de Loja”, “Realizar el diagnóstico situacional de la ruta cultural “Loja Patrimonial” de la ciudad y provincia de Loja”, “Definir las actividades turísticas a realizar durante el recorrido de la ruta cultural “Loja Patrimonial” de la ciudad de Loja” y “Plantear estrategias para fortalecer la ruta cultural “Loja patrimonial””, que, con la aplicación de la metodología de Carla Quijano Ricaurte 2009, se determinó el potencial de la ciudad para cubrir con la demanda turística, no obstante, existen aspectos negativos como la desvinculación directa de la infraestructura hotelera para trabajar de forma directa con la ruta, la falta de capacitación a los actores directos del turismo y de la ruta, además, se realizó una entrevista al guía certificado de la operadora turística LojAventura, quien reafirmo del potencial de la ruta, no obstante, presentó un problema que afectó a la correcta ejecución de la ruta, y por consiguiente su desaparición del mercado turístico, finalmente, se estableció el estudio actual de la demanda para la ruta a través de una encuesta, donde se comprueba la aceptación de la ruta, concluyendo la necesidad de implementar estrategias basadas en la ejecución y control de la ruta a largo plazo, manteniendo de esta forma su vida útil en el mercado.

Palabras claves: turismo cultural, fortalecimiento, historia, cultura.

Abstract

The aim of this research work is to establish strategies to strengthen the ‘Loja Patrimonial’ cultural route in the city of Loja, for which a general objective and three specific objectives were established, namely: ‘To establish proposals to strengthen the “Loja Patrimonial” cultural route in the city and province of Loja’, ‘To carry out a situational diagnosis of the “Loja Patrimonial” cultural route in the city and province of Loja’, ‘To define the tourist activities to be carried out during the “Loja Patrimonial” cultural route in the city and province of Loja’ and ‘To propose strategies to strengthen the “Loja Patrimonial” cultural route in the city and province of Loja’, ‘Define the tourist activities to be carried out during the tour of the cultural route ‘Loja Patrimonial’ of the city of Loja’ and ‘Propose strategies to strengthen the cultural route “Loja Patrimonial”’, which, with the application of the methodology of Carla Quijano Ricaurte 2009, determined the potential of the city to cover the tourist demand, However, there are negative aspects such as the direct disconnection of the hotel infrastructure to work directly with the route, the lack of training for the direct actors of tourism and the route, and an interview with the certified guide of the tour operator LojAventura, who reaffirmed the potential of the route, Finally, the current study of the demand for the route was established through a survey, where the acceptance of the route was verified, concluding the need to implement strategies based on the execution and control of the route in the long term, thus maintaining its useful life in the market.

Keywords: cultural tourism, strengthening, history, culture.

3. Introducción

La OMT (2020), define al turismo cultural como un movimiento de personas con un fin compartido, siendo este el interés cultural de determinado destino o lugar, mismos que se reflejan en representaciones culturales, festivales o cualquier evento donde se refleje la cultura manifestado o plasmado en monumentos, danzas artes e inclusive peregrinaciones en el sector, es así que Moya (2023) menciona en base a lo indicado que *“El turismo cultural ha sido la segunda razón de peso para motivar al turista a realizar un viaje”*

En la actualidad el turismo es uno de los medios ya que esta ha permitido el desplazamiento local, nacional e internacional de todas las personas, ya sean estos desplazamientos por tiempo libre, ocio o por trabajo, generando que a través de esta se ha generado la reactivación económica a nivel mundial tras la pandemia que azoto fuertemente a todo el mundo.

El Organismo Mundial de Turismo, en su página web UNWTO (2020), menciona que según las restricciones que se han dado y las que se darán, el turismo interno regresará de forma más rápida e inmediata que los viajes internacionales, representando de esta forma una oportunidad de desarrollo inicialmente interno de cada país, es así que este trabajo de investigación representa importancia para el sector estudiado, ya que esta ayudaría y apoyaría al ingreso de la economía del sector, así como a la fidelización del turista, además que si la ejecución se la realiza de forma correcta puede lograr que la ciudad de Loja sea conocida como un foco para el turismo cultura.

Es importante mencionar que con el presente trabajo de investigación se definieron benefactores, estos donde el principal benefactor del fortalecimiento de la rucha estudiada, es el turista cultural, ya que este podrá tener una experiencia agradable e inolvidable durante el recorrido, asegurando así la posible fidelización del turista a la ciudad, otro benefactor son las agencias minoristas quienes estarían responsables de la ejecución de esta ruta, y finalmente la sociedad Lojana, específicamente quienes se encuentran ubicados en el caso urbano, por donde atraviesa la ruta, ya que dentro de la ruta se promueve el gasto turístico referente a la restauración.

Para el trabajo de titulación denominado *“PROPUESTA DE FORTALECIMIENTO DE LA RUTA CULTURAL "LOJA PATRIMONIAL" DE LA CIUDAD Y PROVINCIA DE LOJA”*, se estableció tres objetivos específicos enfocados a dar respuesta a la problemática del presente

trabajo, estos objetivos son “Realizar el diagnóstico situacional de la ruta cultural “Loja Patrimonial” de la ciudad y provincia de Loja”, “Definir las actividades turísticas a realizar durante el recorrido de la ruta cultural “Loja Patrimonial” de la ciudad de Loja” y “Plantear estrategias para fortalecer la ruta cultural “Loja patrimonial””, determinando que la ruta cultural “Loja Patrimonial”, en sus inicios ha mantenido una demanda considerable, demanda que ha sido satisfecha en lo posible, además, la ruta nace como una necesidad de los turistas, quienes de forma indirecta solicitaban la creación de esta ruta, no obstante, la falta de control en la ejecución de la ruta, ha dado como resultado que esta pierda su valor, acción dado por personas externas a la actividad turística, así como de estudiantes de la misma rama y que con ayuda de la pandemia que golpeó al mundo, esta tuvo que cerrar sus puertas, además, cabe recalcar que a esto se suma la falta de compromiso de establecimientos hoteleros del sector, ante la llamada del ente ejecutor de la ruta la operadora turística LojAventura, la cual se ha encargado de darle vida a misma.

Así mismo, se definen actividades culturales dentro de la ruta que han sido determinadas por los turistas, quienes a modo de encuesta mencionaron que dichas actividades son necesarias, de igual forma se establecieron medios de difusión, duración de la ruta, así como los precios que estarían dispuestos a pagar teniendo en cuenta la importancia de esta ruta para la conservación de la historia de Loja, consecuentemente, se establecieron estrategias referente a estrategias de control de la ruta cultural y estrategias de ejecución, las cuales aportarán a la pronta reactivación y correcta ejecución de la ruta cultural “Loja Patrimonial” de la ciudad de Loja.

Dentro de las limitantes que se presentaron en la investigación fue la respuesta negativa de los hoteles frente a datos cuantitativos de alojamientos anuales que estos presentan, misma que era necesaria para realizar el estudio de la demanda, además de falta de colaboración de los actores de la Jefatura de Turismo en lo que respecta a la facilitación de las fichas de inventarios de los atractivos que forman parte de la ruta, información necesaria para el levantamiento de información del primer objetivos del trabajo de investigación.

4. Marco teórico

4.1. Marco conceptual

4.1.1. Turismo

Caja M., (2020) en su post, donde cita a la OMT, define al turismo como aquellas actividades que son realizadas por las personas durante sus viajes a destino fuera de lo habitual, ya sean estos por periodos de tiempos consecutivos o inferiores a un año.

4.1.2. Turista

Turista es la persona que entra a un país o ciudad diferente a la suya, con la finalidad de gastar su dinero en este, así mismo es aquella persona que hace una o más excursiones por recreación, placer, o cultura, el cual visita diversos lugares que son de su interés, EUROAULA, (2017)

4.1.3. Cultura

En el ámbito turístico, Calderón, (2017) indica que la cultura es el conjunto de conocimientos y valores que adquieren los turistas y anfitriones del destino visitado, y que además con su práctica, actitudes y costumbres, estos apoyan al favorecimiento y crecimiento de la actividad turística en el destino, en otras palabras, esto implica tener el compromiso y respeto por las necesidades de actores como son el turista y anfitrión.

4.1.4. Turismo cultural

Es una práctica turística donde se resaltan los aspectos culturales de un destino turístico, ya sea este un pueblo, ciudad, región o un país, Prada Trigo, Armijos Chillogallo, Crespo Cordova & Torres León, (2018).

4.1.5. Ruta turística

Mamaní, (2016) citado por Sánchez, (2020), indican que las rutas turísticas son recorridos que se destacan por sus atractivos para el desarrollo del turismo, las cuales

pueden sobresalir por las características naturales o permitir el acceso a uno o varios patrimonios culturales o históricos de importancia.

4.1.6. Diagnóstico turístico

El diagnóstico turístico es la búsqueda y sistematización de la información que es relativa a la oferta y demanda turística que existe en el destino que es objeto de estudio, el diagnóstico turístico contempla el análisis de los componentes básicos de la estructura turística, oferta y la demanda, así como el uso y estructura del territorio y el medio a planificar Ricaurte, (2009), citado por Sarango, (2018).

Condiciones para realizar un diagnóstico

Para realizar un diagnóstico turístico Sandoval, (2016), menciona que se tiene que considerar algunas condiciones para llevar a cabo este, éstas son:

- Estar de acuerdo con los cambios que se den al aplicar los cambios resultantes del diagnóstico.
- El encargado del lugar que será objeto de estudio, tendrá que estar de acuerdo en dar todas las facilidades para brindar información al consultor.
- El consultor deberá manejar exclusivamente la información que se le sea brindada, y únicamente entregará los resultados.
- El éxito o fracaso del diagnóstico dependerá del facilitador y del consultor, ya que son estos quienes manejarán esta información.

4.1.7. Infraestructura turística

Cajal A. (2021) indica que la infraestructura turística está conformada por el conjunto de instalaciones e instituciones que forman parte de la base material y organizacional que permiten el desarrollo del turismo, es decir, son todos aquellos servicios básicos, sistemas viales, transportes, alojamiento, gastronomía, servicios para actividades culturales y lúdicas, red de comercios, servicios de protección al turista entre otros aspectos.

4.1.8. Inventario turístico

El Ministerio de Turismo (2017), hacen referencia al inventario de atractivos al registro valorado de todos los sitios que con atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio nacional, el cual aporta datos consistentes para la planificación, ejecución y evaluación del territorio, facilitando así la toma de decisiones en materia de desarrollo turístico, en base a la realización de análisis y planificación territorial turística.

4.1.9. Oferta y demanda turística

- **Oferta turística:** Boullón, (2006) menciona que oferta son todos los productos tangibles o intangibles que no se pueden almacenar y que además su periodo de vida pasa y se renueva para estar disponibles nuevamente, siendo estas ofertas en establecimientos de alimentos y bebidas, alojamientos, transporte, entre otros.
- **Demanda turística:** son aquellas necesidades que presenta una sociedad o comunidad, que se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo de un destino en específico, Boullón, (2006).

4.1.10. Patrimonio cultural

Patrimonio cultural son todas las representaciones en formas de monumentos, colecciones de objetos que muestren historia dentro de las diferentes localidades del mundo, además, comprenden también las expresiones vivas que son heredados por los antepasados, siendo estos, tradiciones orales, artes, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativas a la naturaleza y el universo, entre otros, UNESCO, (2021).

4.1.11. Atractivos culturales

El turismo cultural, como menciona Romero, (2017), es una de las modalidades que presenta el turismo, esta modalidad de turismo es considerado como turismo alternativo, esta se caracteriza por tener turistas que se concentran en lugares donde la cultura de ciertos destinos se hace más presente, dentro de estos lugares o escenarios

tenemos atractivos como son: monumentos históricos, museos, bibliotecas o archivos de fiestas, danzas y tradiciones, música, artesanías, gastronomía, centros turísticos y la religión.

4.1.12. Fortalecimiento en rutas turísticas

Según Calvopiña Chuquitano, (2022) menciona que el aporte en lo que respecta a la infraestructura de la ciudad al turismo cultural, tiene su importancia en la herencia cultural que la misma presentará como legado a las presentes y futuras generaciones. Además, menciona que el desconocimiento de conservar los bienes patrimoniales puede inducir en un futuro a la pérdida o disminución de la riqueza e identidad cultural, es así que nace la importancia de fortalecer las rutas o el turismo cultural en las ciudades donde se presenta este recurso, que, además, con esta acción, estos sitios podrán desarrollarse económicamente.

Este fortalecimiento se basa en la creación o adecuación de los sectores vinculados a las rutas, siendo esto los establecimientos que brindan servicio a los turistas, tales como: hoteles, restaurante, puntos de información turística entre otros, adecuación basada en capacitaciones sobre la importancia del turismo cultural en el desarrollo económico e intelectual de las personas que habitan estos sectores.

4.2. Marco referencial

4.2.1. Estudio de caso internacional “Recursos turísticos para el desarrollo del turismo cultural en el pueblo de Churubamba - Huánuco”

Aquino Lino & León Cierzo, (2020), autores del trabajo de investigación donde plasmaron como objetivo general “Diagnosticar la situación de los recursos turísticos para el desarrollo cultural en el Pueblo de Churubamba” y como objetivos específicos que fueron de guía para la investigación: “Identificar los recursos turísticos que contribuirán el desarrollo del turismo cultural en el Pueblo Churubamba”; “Evaluar la situación actual de los recursos turístico, que contribuirán al desarrollo del turismo cultural en el Pueblo de Churubamba” y finalmente “Determinar la percepción de los pobladores, respecto al desarrollo del turismo cultural en el Pueblo Churubamba”, es así que como parte de la

metodología el autor, utilizó la ficha de inventarios de recursos turísticos, con el fin de recoger datos para conocer la situación actual de los recursos turísticos del pueblo de Churubamba, además de la aplicación de un cuestionario donde con la utilización del software SPSS se analizaron los datos recopilados. Finalmente, analizados los resultados define que el Distrito de Churubamba cuenta con gran diversidad de recursos culturales que los presentan como atractivos significativos para explotación dentro del área del turismo, además presenta fácil acceso a la misma, además con la encuesta definen la percepción de los pobladores, donde estos no conocen los sitios arqueológicos de la zona, manifestando preocupación por la falta de conocimiento interno de lugar por parte de los lugareños haciendo hincapié en la falta de publicidad de estos destino, considerando importante así la necesidad de concientizar la identidad cultural interno para posterior poder fidelizar al turista que visite la zona.

4.2.2. Estudio de caso nacional “Estudio de la demanda turística nacional con preferencias en turismo cultural en la ciudad de Cuenca”

En la presente investigación realizada en la ciudad de Cuenca, plasmaron como objetivos de estudio el “Presentar el perfil del turista que visita la ciudad”, “Conocer los gustos y preferencias de compra principalmente en productos turísticos culturales” y “Corroborar la hipótesis de que Cuenca deber ser un destino turístico cultural”. Donde Ochoa, (2019) en su trabajo de investigación previa a la obtención de su título en ingeniería en turismo, determino el turismo cultural en la actualidad en el mundo, en Ecuador y en Cuenca, trabajo que ha sido realizado en base al método descriptivo, además en base a revisión bibliográfica determinó que a la ciudad de Cuenca visitaron un aproximado de 783 442 turistas en el año 2017, de los cuales tras la aplicación del cálculo muestral, aplicó 227 encuestas a turistas. Donde se determinó que la ciudad de Cuenca presenta potencial para ser un destino turístico cultural, demostrado por la historia y tradiciones. Además, las actividades que han sido preferidas por los turistas son actividades relacionadas directamente a actividades desarrolladas en ambientes de naturaleza seguido de las actividades culturales, donde el disfrute de viene inmueble y la degustación gastronómica, son actividades culturales de su preferencia. Finalmente, (Ochoa, 2019) concluye su

trabajo de investigación afirmando que la ciudad de Cuenca presenta un gran potencial para ser destino, sin embargo se requiere la necesidad de incursionar en este ámbito, generando estudios de los gustos y preferencias de los turistas que visitan Cuenca por motivos de cultura, y poder hacer frente a estas, ofreciendo así un destino cultural a los mismos y aprovechar su potencial.

4.2.3. Estudio de caso local “Ruta turística cultural del cantón Calvas de la provincia de Loja”

Para esta investigación el autor propuso “Realizar el diagnóstico turístico de la situación actual del cantón Calvas de la provincia de Loja” así como “Proponer el diseño de la ruta turística a las autoridades del GAD municipal del cantón Calvas” y finalmente “Socializar la propuesta de la ruta turística a las autoridades competentes”, las cuales fueron el centro de su investigación como parte de los objetivos, es así que el autor utilizó el método analítico con el fin de realizar el diagnóstico del entorno del atractivo, además de la aplicación de la matriz de Carla Ricaurte Quijano, revisión bibliográfica de tesis y trabajos de investigación, así como documentos del GAD municipal del cantón Calvas. Además de la aplicación de las fichas de inventario y jerarquización de los atractivos turísticos del MINTUR, así mismo, aplicó la matriz emitida por el Ministerio de Turismo con el fin de validar las rutas que aportan a la elaboración del guion para el recorrido de la misma, finalmente, aplicó las fases de la técnica de Marpp donde revisa las convocatorias o ideas iniciales que presenta en la ruta, consecuentemente desarrollo la presentación de la propuesta turística a la comunidad afectada para consecuentemente definir la aceptación o no de la ruta por parte de la comunidad receptora.

Analizados los resultados objetivos el autor determina que el cantón carece de proyectos turísticos, así como de rutas turísticas, centros de información turística, teniendo como resultado una infraestructura de baja calidad, además, definió el poco interés por parte de la comunidad y de los establecimientos turísticos para que la actividad turística se desarrolle, recomendando a los establecimientos de servicios turísticos del cantón que difundan los atractivos del lugar, ofreciendo al turistas nuevas actividades en el destino, de igual forma al GAD cantonal de Calvas

recomienda se consideré su trabajo como un aporte al desarrollo turístico en el sector.

4.3. Marco legal

LEY DE TURISMO

CAPITULO I

GENERALIDADES

El apartado Art. 1 rige la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; potestades del, obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios siendo estos los turistas, además en el Art. 2, se lo define al Turismo como el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Los principios de la actividad turística definidas para los gobiernos provincial y cantonal se basan en las acciones de impulsar y apoyar el desarrollo turístico, así como la conservación de los recursos naturales y culturales, apoyando a la iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana en base a la cultura y tradiciones preservando su identidad, dictado en el Art. 3.

Con respecto al Art. 4, determina que la política estatal del sector del turismo, debe garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos, proteger al turista y fomentar la conciencia, promover al país y sus atractivos junto con el sector público y con el sector privado y fomentar e incentivar el turismo interno.

CAPITULO II

DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

En el Art. 5, definen a las actividades turísticas aquellas que se establezcan para la prestación remunerada de modo habitual en lo que respecta al alojamiento, Servicio de alimentos y bebidas y transportación ya sea aéreo, marítimo, fluvial, terrestre.

5. Metodología

5.1. Ubicación del área de estudio

El trabajo de investigación se lo realizó en la ciudad de Loja, específicamente en el casco urbano, mismas que son por donde la ruta cultural “Loja Patrimonial” atraviesa.

5.2. Límites de la ciudad

- **Norte:** provincia del Azuay.
- **Sur:** provincia peruana de Sullana y Ayabaca.
- **Este:** provincia de Zamora Chinchipe.
- **Oeste:** provincias de Zarumilla y Tumbes.

Título: Casco Urbano de la Ciudad de Loja (área de estudio)



Figura 1: Casco Urbano de la Ciudad de Loja

5.3. Materiales y métodos

5.3.1. Materiales electrónicos

- Computadora de mesa.
- Dispositivo móvil.

- Cámara fotográfica.

5.3.2. Otros materiales

- Materiales de oficina e internet.

5.3.3. Métodos

Los métodos que se utilizaron fueron el método analítico (analizar el estudio de campo, en este caso la ruta por donde anteriormente fue ejecutada), descriptivo (con el fin de describir el entorno que presenta la ruta en cuanto a la infraestructura turística) y cualitativo (presentar las cualidades que brinda el casco urbano para el fortalecimiento de la ruta estudiada) el cual permitió hacer un diagnóstico de la situación actual de la zona de estudio, los recursos turísticos que se localizan en la misma zona. De la misma manera el método cuantitativo ayudó a la recolección y análisis de los datos que se obtuvieron en la investigación. Por otra parte, el método cualitativo que es aquel que busca la medición precisa de ciertas variables establecidas de antemano y su posterior comparación. Por consiguiente, método inductivo y finalmente el método sintético que se utilizó para poder obtener las conclusiones finales de dicho estudio.

5.4. Metodología por objetivos

5.4.1. Metodología para el objetivo 1: “Realizar el diagnóstico situacional de la ruta cultural “Loja Patrimonial” de la ciudad y provincia de Loja”

Con el fin de dar solución al primer objetivo específico establecido, se aplicó una entrevista por la plataforma de ZOOM (ver Anexo 1) a uno de los guías certificados de la operadora turística LojAventura quienes fueron los que operaron la ruta, con el propósito de tener una idea clara sobre la ruta, los atractivos que se han considerado, y la razón por la cual la ruta ha sido establecida o creada, de igual forma utilizó la metodología de Ricaurte, (2009), que permitió evaluar la situación actual de la actividad turística de la ruta cultural “Loja Patrimonial”, donde se evaluaron aspectos primordiales que hacen que la actividad turística genere experiencias buenas a los turistas, dentro de estos aspectos se evaluaron:

- Caracterización turística de comunidades (ver ANEXO 2), se plasma información sobre los datos generales del sector estudiado, siendo estos la oferta de servicios alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios; infraestructura de servicios básicos en lo que respecta al transporte y accesibilidad, comunicaciones telefónicas y de internet, sanidad, energía, así como aspecto en cuanto a la comunidad receptora del turismo y su postura frente a la actividad turística del lugar.
- Finalmente se solicitó al MINTUR facilite las fichas de inventarios de atractivos que son considerados dentro de la ruta.

Cabe recalcar que dentro del Anexo 2, existe el apartado de Gobernanza, el cual fue omitido en el diagnóstico ya que este no presentó mayor información para el diagnóstico de la ruta cultural.

Además, con el fin de establecer las actividades turísticas que se podrán realizar durante el recorrido de la ruta se realizó una encuesta (Anexo 3). Para esto se consideró la población turística de Loja, datos que se encuentran en la página del GEOVIT, definiendo de esta forma que para el año 2017, en la ciudad se registraron un total de 1 505 800 habitantes, determinando lo siguiente:

Dato 2017 (habitantes) = 1 505 800

Tasa de crecimiento (i) = 0,3057

Por lo tanto, seguido de esto se procederá a calcular la muestra, mediante la siguiente fórmula para poblaciones finitas:

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

N = tamaño de la población (1 561 977)

Z = nivel de confianza, (93%) → 1,81

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada (50%) → 0,50

Q = probabilidad de fracaso (50%) → 0,50

E= precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) (7%)

NOTA: se trabajó con probabilidades bajas, puesto que el presente trabajo fue realizado durante la pandemia, y por normas de bioseguridad se recurrió a reducir las probabilidades de confianza al 93% y 7% de error.

$$n = \frac{1'561.977 \times (1,81 \times 1,81) \times (0,50) \times (0,50)}{(0,07 \times 0,07) \times (1'561.977 - 1) + (1,81 \times 1,81) \times (0,50) \times (0,50)}$$

$$n = \frac{1'561.977 \times 3,28 \times 0,50 \times 0,50}{0,0049 \times 1'561.976 + 3,28 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = \frac{1'280.821,14}{7.653,68 + 0,82}$$

$$n = \frac{1'280.821,14}{7.654,50}$$

$$n = 167,33 \rightarrow n = 167$$

Total 167 encuestas

Según la formula y los datos aplicados, para el estudio de caso, y trabajo de campo para dar respuesta al objetivo uno del presente trabajo, se aplicarán un total de 167 encuestas.

Luego de ser aplicadas las encuestas y tras su análisis se estableció el FODA SIMPLE y el FODACRUZADO, las cuales ayudaron a discernir las posibles estrategias a ser enmarcadas en cuando encaminen a esta investigación.

5.4.2. Metodología para el objetivo 2: “Definir las actividades turísticas a realizar durante el recorrido de la ruta cultural “Loja Patrimonial” de la ciudad de Loja”

Con la información que se obtuvo del objetivo uno se definió el perfil del turista para la ruta, permitiendo de esta forma realizar la validación de la ruta propuesta con

la participación de estudiantes de Turismo de la Universidad Nacional de Loja y de la Universidad Técnica Particular de Loja mismos que se encuentren cursando el último ciclo de estudios, además de guías turísticas de la agencia de Viajes LojAventura, quienes fueron la única agencia de viajes que mostró interés en presente trabajo de investigación.

Para definir las actividades a implementar, se consideraron aspectos como viajar por turismo cultural, importancia del turismo cultural, potencial de la ciudad de Loja para desarrollar turismo cultural, actividades a desarrollar dentro de la ruta (visita a museos, plazas, iglesias, tiendas artesanales y casas patrimoniales), implementación de material audiovisual durante el recorrido, así como los responsables de la guianza e interpretación de la misma.

5.4.3. Metodología para el objetivo 3: “Plantear estrategias para fortalecer la ruta cultural “Loja Patrimonial””

Para el tercer objetivo, se plasmó la información obtenida en el desarrollo del objetivo específico uno y dos mediante el estudio del lugar donde se desarrolló la investigación así como la utilización de las matrices del FODA y FODA CRUZADO, donde se plasmaron las posibles estrategias necesarias para la reactivación y fortalecimiento de la ruta, además se definieron los puntos por los cuales atraviesa la ruta, para posterior realizar el desarrollo de la propuesta como resultado de la investigación.

6. Resultados

6.1. Diagnóstico situacional de la ruta cultural “Loja Patrimonial”.

Para realizar un diagnóstico de cómo se encontró la ruta antes del trabajo de investigación y como se encuentra actualmente, se realizó una entrevista por la plataforma a dos agentes de turismo siendo estos el Ing. Pavel Fernando Gonzáles Bustamante Mg. Sc Guía Nacional de Turismo y guía de la agencia de viajes LojAventura y al Ing. Andrés Michael Hidalgo Pereira quien fue encargado de la ejecución formal de la ruta durante su lanzamiento y apertura al turista, determinando los siguientes resultados:

	Ing. Pavel Fernando Gonzáles Bustamante	Ing. Andrés Michael Hidalgo Pereira
¿Cuál es el objetivo de la ruta?	Dar a conocer la cultura de la ciudad.	Mostrar al turista la parte cultural de la ciudad de Loja.
¿Por qué decidieron diseñar la ruta?	Como parte de la necesidad del Turista que viajaba a la ciudad de Loja por Turismo Cultural.	Por la demanda del turista extranjero y nacional, los cuales visitaban a Loja o estaban de paso por la misma.
¿ Por qué la ruta se llama Loja Cultural?	Su nombre se da ya que esta ruta recorre el patrimonio cultural de Loja	Se llama Loja Cultural puesto que esta ruta visita los atractivos más representativos de la ciudad en cuando a su historia dentro de la zona.
¿Cuáles son los atractivos por el que atraviesa la ruta?	La ruta inicia por la Gobernación, luego hace su tramo por Museo de la Lojanidad, museo de las Madres Conceptas, el teatro Bolívar, Santo Domingo, San Sebastián y termina en la iglesia central La Catedral	La ruta inicia por la Gobernación, luego hace su tramo por Museo de la Lojanidad, museo de las Madres Conceptas, el teatro Bolívar, Santo Domingo, San Sebastián y termina en la iglesia central La Catedral
¿En base a qué fueron seleccionados los atractivos que menciona?	En base a la historia más representativa de la ciudad.	Fueron escogidos, por el impacto en la historia de la Lojanidad que estos representan, además de la conexión rápida de los mismos para poder trazar la ruta.
¿Para el diseño de la ruta, realizaron algún estudio en el mercado para identificar si la ruta tiene aceptación en el mercado?	No	No
¿La ruta ya sido ejecutada?	Si, fue ejecutada por poco tiempo.	Si, principalmente como medio de apoyo para prácticas de los estudiantes de turismo de las Universidades de la ciudad.

¿Se tiene previsto alguna fecha o temporada específica para ejecutarla?	Se estableció un horario para su ejecución, este horario fue desde los días martes, jueves, viernes y sábados en horario de 10:00 am a 12:30 pm y por reservación.	Si, esta fue establecida para ser ofertada al turista durante las temporadas altas, sin embargo, si existía un número considerable de turistas que requieran la misma, se la ejecutaba con normalidad.
¿Cuál será el costo de la ruta? ¿Y que incluye el mismo?	El costo para grupos de turistas fue de 5 dólares, el cual incluía ingresos a los museos que requieran pago para su entrada, más sin embargo, también fue ejecutada con costos libres.	No se estableció un costo fijo, sino que este se manejó por sistemas de propinas.
¿Tienen establecidos cuántos turistas pueden participar en la ruta?	No se tenía establecido un número de personas base para poder realizar el mismo, ya que esta se lo realizaba inclusive hasta con una persona	No, esta podía ser realizada por grupos pequeños y grandes.
¿Cuentan con un mapa de la ruta?	No se estableció el mapa de forma física para ser desarrollada.	No, esta ruta fue socializada como medió emergente ante la necesidad del turista.

Elaborado por: Autor

Antes la entrevista realizada a los dos agentes del turismo, quienes ejecutaron la ruta al turista, se estableció que la ruta cultural fue dada como iniciativa de la Ministerio de Turismo, para difundir la cultura lojana, para dar a conocer la herencia cultural de la ciudad de Loja, así mismo, se definió los atractivos por la cual atraviesa la ruta, mismas que forman parte del inventario patrimonial del INPC de la ciudad, además se mostró que la ruta no cuenta con un estudio de mercado previo, sin embargo, fue ejecutada durante dos meses de forma continua los días martes, jueves, viernes y sábados en horario de 10:00 am a 12:30 pm, el problema que afecto a la ruta, fue la falta de coordinación de las agencias y guías encargados de dar estos recorridos al turista, además de la pandemia que frenó esta actividad, cabe recalcar, que la agencia de viajes LojAventura manejaba una tarifa establecida para la venta al cliente mismo que era de \$5,00; costo que venía incluido los accesos a los museos que atravesaban la ruta, mientras que ciertos guías que no contaban con licencia, personas ajenas y estudiantes de la carrera de Turismo de las universidades de la ciudad de Loja realizaban estos recorridos bajo propinas, afectando de esta forma la aceptación del turista y la desvinculación de la agencia de viajes LojAventura respecto a la ruta, además, para el recorrido, no se tenía establecido un número de personas base para poder realizar el mismo, finalmente se cuestionó sobre si la ruta se encontraba plasmada en

forma de mapa, ya sea este digital o físico, determinando que no, puesto que a ruta ha sido establecida de forma verbal, como apoyo a la iniciativa.

Una vez aplicada la encuesta, definiendo el recorrido, la razón de la ruta, se realizó el levantamiento de información en base a la Caracterización Turística de la Ruta Cultural “Loja Patrimonial”, levantando información en los siguientes aspectos:

6.1.1. Caracterización turística de comunidades

6.1.1.1. Oferta de servicios

- **Alojamiento:** En la ciudad de Loja, misma que es escenario para la ruta cultural “Loja Patrimonial”, se determina que existen 27 hoteles, 24 hostales, una pensión y dos establecimientos que se han determinado en la categoría de otros, siendo estos una casa huésped y un hostel residencia.
- **Alimentación:** Así mismo, dentro de los establecimientos de a/b, en la ciudad de Loja se cuenta con 116 restaurantes, 32 cafeterías, 31 bares y seis discotecas, las cuales se encuentran al servicio de la comunidad Lojana y turistas.
- **Esparcimiento:** Con respecto a los espacios destinados para el esparcimiento, se pueden encontrar seis discotecas en lo referente al apartado de esparcimiento y cines/teatros.
- **Otros servicios:** En la ciudad de Loja, haciendo mención al casco urbano, se puede encontrar 23 agencias de viajes, un punto de información turística, cuatro Bancos, siete Operadoras Turísticas, 20 guías de turismo, los cuales se encuentran dentro de plazas de trabajo de las mismas operadoras turísticas, finalmente en el escenario tomado como referencias para el estudio existe un total de 10 cajeros automáticos, de los diferentes bancos de la ciudad.

6.1.1.2. Infraestructura de servicios básicos

TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

- **Distancias:** El punto de partida de la ruta cultura “Loja Patrimonial”, se encuentra a 2,6 km desde el centro el terminal terrestre de la ciudad, misma que tiene un tramo de 10 minutos en auto.

- **Principales vías de acceso:** La principal vía de acceso al punto de partida de la ruta cultural, así como las vías secundarias de la misma, se encuentran pavimentadas/asfaltadas al 100%.
- **Señalización:** Durante el trance o trayectoria de la ruta, se puede observar señalética que permite orientar al turista para que pueda tener en cuenta el acercamiento a los diferentes puntos atractivos, mismas que se encuentran en buen estado, no obstante, es necesario que se establezcan más señaléticas que permitan ver la cercanía al lugar.
- **Transporte público:** En la ciudad se hace uso del bus urbano que tiene el costo de 0.30 ctvs., en la actualidad se hace uso de una tarjeta emitida por el SITU, cuyo uso es de forma obligatoria para todos quienes hacen uso del mismo, de igual forma se hace el uso de taxis, cuyos costos varían según el destino, es importante mencionar que existe una base mínima de pago de este servicio, el costo mínimo en el día comprende de 1,25 ctvs. y en las noches 1,50 ctvs.
- **Terminales o estaciones de transporte:** Así mismo, se cuenta con estaciones de bus urbano, que se ubican cada cierto tramo de recorrido, existen estaciones de taxis, los cuales permiten a los habitantes acercarse para poder hacer uso del servicio ofertado por la ruta.
- **Transporte público terrestre que presta servicio a la ruta:** En lo que respecta a los transportes públicos terrestres en la ciudad, que permiten que el turista local, nacional o internacional, en la ciudad de Loja se puede hacer uso de las nueve líneas de transporte dadas por el Consorcio de Transportistas Cd. De Loja, líneas que se encuentran establecidas en el Anexo 4.

6.1.1.3. Comunicaciones

Dentro de las parroquias que se encuentran atravesadas por el recorrido de la ruta se puede determinar que el servicio telefónico se lo ha cubierto 100%, es decir, en su totalidad, ya que esta se encuentra en el casco urbano

de la ciudad, así mismo, existen 4 oficinas de teléfonos fijos y seis cabinas de uso público que están puestos a disposición de la ciudadanía.

Además, cuentan con el servicio de telefonía celular en su totalidad, mismas que han sido cubiertas por las empresas de telefonía como son Claro, Movistar, Tuenti, Cnt, que, por su cobertura, son quienes han sido aceptadas dentro de la parroquia.

En lo que respecta a establecimientos de internet (cyber), se han establecido 10 establecimientos, donde las personas, por lo general estudiantes acuden a estas, es importante mencionar que dos de estas se encuentran definidas como cibercafés.

Finalmente, en la ciudad de Loja no se cuenta en la actualidad con el servicio de correos.

6.1.1.4. Sanidad

- **Red de agua entubada:** Dada la ubicación, en el sector por donde pasa la ruta, en el lugar no existe agua entubada, ya que el uso del agua potable es de uso diario, y dada esa necesidad y obligación de los pobladores se han visto en la obligación de no contemplar dicha agua.
- **Fuente de abasto y tipo de agua que consume:** Las principales fuentes de abasto que hay en la parroquia son la red pública, mismas que es usada para realizar acciones cotidianas y poder continuar con las actividades de sus negocios, Igualmente cuentan con el servicio de alcantarillado, cubierto en su totalidad. Para la eliminación de las excretas se hace uso del sistema del excusado, en cuanto a la eliminación de la basura, existe el sistema de recolección de basura.
- **Existencia de establecimientos de salud:** En la parroquia más cercana a la ruta, se ha establecido un centro de salud mismo que es de uso público para la misma comunidad.
- **Establecimientos de salud o instancias:** Dentro de las parroquias que se encuentran durante el recorrido de la ruta cultural, para poder levantar la

información respecto al punto 6.2.18, se ha considerado únicamente las calles siguientes al recorrido, pudiendo así detectar que en esta se hallan tres sub-centros de salud, un hospital público, tres clínicas, 10 farmacias, un centro de salud y finalmente 10 consultores privados.

6.1.1.5. Energía

- **Servicio de energía eléctrica:** Las parroquias se encuentran cubiertas en su totalidad con el servicio de energía eléctrica, y alumbrado público, determinando en forma porcentual, que el servicio se lo ha establecido en un 100%.
- **Gasolineras:** Existe una gasolinera, que es la más próxima al lugar de estudio, teniendo en cuenta el parque central, que es donde termina la ruta, una vez aclarado el punto, la gasolinera se encuentra a 550 m del parque indicado.

6.1.1.6. Comunidad receptora

Dentro de las actividades económicas a las que se dedican en la parroquia se hallan actividades como construcción, turismo (representado en el servicio de restauración) y algunas actividades no especificadas, donde la construcción, está comprendida por el 15. %

Es importante mencionar que las actividades definidas como rentables en las parroquias se encuentran el turismo basado en restaurantes, ya que al estar ubicados en el casco urbano de la ciudad, esta es consumida por todos los pobladores, así mismo las actividades comerciales que cumplen con la misma característica mencionada, ya que al establecer espacios adecuados para poder realizar esta actividad va a llamar la atención de quienes viajen y capten la atención del turista que haga uso de la ruta, y finalmente actividades teatrales, ya que cuentan con un escenario favorable para la misma.

- #### **6.1.1.7. Destrezas para el turismo:** Las destrezas que se han definido en las parroquias, se halla personas con conocimientos en inglés, cocina y contabilidad,

mismas que se hallan en jóvenes que han egresado de las universalidades y otros han cursado cursos para poder adquirir estos conocimientos, no obstante, con respecto a la cocina, se menciona que las personas que tiene restaurantes pueden y atienden a estas necesidades.

6.1.1.8. Actitud de las parroquias frente a la actividad turística: Basados en la observación directa dentro del área de estudio se definió que el turismo si es considerado en su totalidad como un instrumento importante para el desarrollo local, además la actividad turística es una actividad que se lo realiza de forma alterna y/o estacional, es decir por temporadas. Es importante mencionar que no existe indiferencia hacia el desarrollo local de la actividad turística, y que además no existe rechazo alguno a la misma.

6.1.1.9. Problemas sociales: Finalmente, se establece que el problema social que se presenta en la parroquia es la inseguridad social que existe, y que ha ido en aumento de forma permanente.

Una vez realizado el estudio de mercado, del área por donde atraviesa la ruta, se aplicó la encuesta, que con el desarrollo de la formula se estableció que tendrían que ser aplicadas un total de 167 encuestas, la cual permitió mostrar los siguientes resultados:

Tabla 1: Sexo

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	72	43,10%
Femenino	95	56,90%
TOTAL	167	100%

Fuente: Salida de campo.

Tabla 2: Edad

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menor de 18	2	1,20%
19 a 24	85	50,90%
25 a 30	44	26,30%
31 a 36	14	8,40%
37 a 42	13	7,80%
43 a 48	7	4,20%
Más de 49	2	1,20%
TOTAL	167	100%

Fuente: Salida de campo.

Tabla 3: Lugar de Residencia

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Local	117	70,10%
Nacional	21	12,60%
Provincial	29	17,40%
Extranjero	0	0%
TOTAL	167	100%

Fuente: Salida de campo.

Tabla 4: Medios para informarse antes de viajar

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Redes Sociales	151	58,52%
Páginas Web	81	31,40%
Noticiero Digital	6	2,33%
Radio	6	2,33%
Televisión	14	5,43%
TOTAL	258	100%

Fuente: Salida de campo.

Tabla 5: Frecuencia a la utilización de las redes sociales

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Casi Siempre	77	46,10%
Frecuentemente	50	29,90%
A veces	34	20,40%
Casi Nunca	5	3%
Nunca	1	0,60%
TOTAL	167	100%

Fuente: Salida de campo.

Tabla 6: Medios de información preferidos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Redes Sociales	157	74,41%
Medio de Comunicación	32	15,17%
Boletines	7	3,32%
e-mail	15	7,11%
TOTAL	211	100%

Fuente: Salida de campo.

Tabla 7: A viajado a Loja por turismo cultural

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	80	47,90%
No	64	38,30%
Talvez	23	13,80%
TOTAL	167	100%

Fuente: Salida de campo.

Tabla 8: Importancia del turismo cultural en la historia de Loja

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	160	95,80%
No	2	1,20%
Talvez	5	3%
TOTAL	167	100%

Fuente: Salida de campo.

Tabla 9: Potencialidad de Loja para el turismo cultural

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	110	65,90%
No	24	14,40%
Talvez	33	19,80%
TOTAL	167	100%

Fuente: Salida de campo.

Tabla 10: A visitado la ruta “Loja Patrimonial”

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	150	89,82%
No	17	10,18%
TOTAL	167	100%

Fuente: Salida de campo.

Tabla 11: Participaría en la ruta

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	163	97,60%
No	4	2,40%
TOTAL	167	100%

Fuente: Salida de campo.

Tabla 12: Actividades Turística Culturales

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Visita a Museos	117	22%
Visita a Teatros	94	17,67%
Visita a Casas Culturales	94	17,67%
Actividades relacionadas con Temática Cultural	104	19,55%
Degustación de Gastronomía Propia de la Zona	123	23,12%
TOTAL	532	100%

Fuente: Salida de campo.

Tabla 13: Implementación de material audio visual (vídeos)

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	166	99,40%
No	1	0,60%
TOTAL	167	100%

Fuente: Salida de campo.

Tabla 14: Recorrido sería realizado por encargados de los museos o guías locales

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Guía Local	107	64,07%
Encargados	60	35,90%
TOTAL	167	100%

Fuente: Salida de campo.

Tabla 15: Porque el encargado de los museos tendría que realizar el recorrido

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
El encargado conoce mejor las instalaciones	55	27,64%
Se tendrá información de forma directa	64	32,16%
Tiene mejor conocimiento de la historia del museo	80	40,20%
TOTAL	199	100%

Fuente: Salida de campo.

Tabla 16: Presentación de obras teatrales

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	164	98,20%
No	3	1,80%
TOTAL	167	100%

Fuente: Salida de campo.

Tabla 17: Tiempo para realizar el recorrido

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 hora	22	13,20%
2 horas	69	41,30%
3 horas	42	25,10%
Más de 3 horas	34	20,40%
TOTAL	167	100%

Fuente: Salida de campo.

Tabla 18: Costo de la ruta

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de \$5	23	13,80%
\$5	67	40,10%
\$10	58	34,70%
Más de \$10	19	11,40%
TOTAL	167	100%

Fuente: Salida de campo.

Tras la aplicación de las encuestas definidas en el muestreo, se determinó la aceptación a la participación de la ruta cultural “Loja Patrimonial”, donde los medios de información utilizados antes de viajar son las redes sociales y páginas web, con respecto a los viajes de estos hacia Loja por motivos de turismo cultural, no obstante existe una población que no reconocen en su totalidad que sus viaje a Loja, haya sido movido por el turismo cultural,

así mismo indicaron que el turismo cultural si es importante para mantener la historia de Loja.

En lo que respecta a la ruta cultural “Loja Patrimonial”, la mayor parte de encuestados del segmento que aceptan la ruta y formarían parte de la misma, no han visitado esta ruta, indicando que la visita a museos, teatros, casas culturales, desarrollo de actividades con temática cultural y la degustación de gastronomía propia o típica son actividades necesarias dentro de la ruta para participar de la misma, así como la implantación de material audio visual, siendo estos vídeos, así como la presentación de obras teatrales, las cuales aportarían de forma positiva para la defunción de la cultural de Loja mediante la ruta.

Con respecto al recorrido dentro de los museos, mayormente indicaron que este tendría que ser realizado por los guías de la ruta, finalmente, el tiempo establecido adecuado para la ejecución de la ruta es de dos horas, cuyo precio a pagar por el servicio está entre \$5 y \$10.

Una vez realizadas las actividades, como el estudio de la demanda, segmentación del mercado, validación de la ruta cultural “Loja Patrimonial” y consecuentemente la definición de actividades a realizarse durante el recorrido de la ruta, se establece el FODA, herramienta que permitirá visualizar de forma puntual y clara las fortalezas con las que se cuenta para la ejecución de la ruta, así como las oportunidades, debilidades y sus amenazas.

Tabla 19: FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Loja cuenta con historia cultural que es aprovechada desde lo turístico. - La ruta se ubica en el centro de la ciudad donde más afluencia de turistas hay. - Vías de acceso a áreas de la ruta en buen estado y mantenimiento, - Cuenta con infraestructura turística adecuada para solventar necesidades de los turistas. - Dentro de la ruta existe oferta de servicios y actividades, que puede hacer frente a la demanda. - En la ciudad de Loja existe turista que se mueve por el turismo cultural, lo que representa una fortaleza para el sector presentado en la presente investigación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Demanda del turismo cultural que ofrece la ciudad de Loja. - Existencia de atractivos culturales que hacen atractiva la visita a la ciudad, además de atractivos naturales, que pueden ser considerados para fortalecer la ruta cultural, generando así un plus a la experiencia del turista. - Interés de ciertas operadoras turísticas por potenciar la ruta y ofrecer sus servicios a través de ella. - Comerciantes desean ser parte activa de la ruta. - Festival de artes vivas que se realiza en Loja.

<ul style="list-style-type: none"> - Existe gastronomía típica lojana dentro del recorrido de la ruta. - Existencia de espacios que permiten la fácil interpretación de la historia y cultura de Loja. 	<ul style="list-style-type: none"> - Fiestas de la Romería de la Virgen del Cisne y de la feria de Loja que atraen turistas y visitantes a la ciudad, que al ser estacional se puede aprovechar para dar a conocer la ruta. - Reapertura económica en la ciudad por post-covid. - Promoción de Loja a nivel nacional por parte del Gad cantonal, provincial y MINTUR. - UNL y su carrera de turismo tienen la capacidad para apoyar la operación de la ruta.
DEBILDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Falta de señalética turística adecuada en los puntos definidos en la ruta. - Falta de promoción y difusión de la ruta turística a nivel nacional y local. - Limitado apoyo de las operadoras para la ejecución de la ruta en sus inicios. - Limitadas facilidades de los elementos constitutivos de la ruta para un turismo inclusivo. - Desvinculación de la infraestructura hotelera de la ruta. - Mal manejo en los espacios definidos para la ruta (plazas) - Poco compromiso por parte del ministerio de turismo y gobernación de Loja para la ejecución y operación de la ruta. - Desconocimiento de la importancia de la ruta por parte del personal que labora en los sitios que comprende la ruta sobre el turismo y su importancia, así como la falta de motivación en los mismos. - Agentes externos a la ruta y con mínimo conocimiento de turismo realizan actividades y ofrecen servicios a los visitantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Limitados apoyo al turismo cultural por parte de las autoridades locales. - El clima variante de la ciudad de Loja, puede ser causante de las suspensiones de la ejecución de la ruta, ya que no es prescindible poder establecer el tipo de vestimenta del turista. - Pandemia del Covid 19 y las mínimas acciones de seguridad. - Inseguridad y problemas sociales como presencia de personas en estado de ebriedad que pueden ocasionar incomodidad o malestar al turista. - Mínima asignación de recursos públicos para el turismo cultural.

Tabla 20: FODA CRUZADO

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTORES INTERNOS	<ol style="list-style-type: none"> Loja cuenta con historia cultural que es aprovechada desde lo turístico. La ruta se ubica en el centro de la ciudad donde más afluencia de turistas hay. Vías de acceso a áreas de la ruta en buen estado y mantenimiento, Cuenta con construcciones patrimoniales y culturales, ya que su infraestructura turística es adecuada para solventar necesidades de los turistas Dentro de la ruta existe oferta de servicios y actividades, que puede hacer frente a la demanda. Existe gastronomía típica lojana dentro del recorrido de la ruta. Existencia de espacios que permiten la fácil interpretación de la historia y cultura de Loja. 	<ol style="list-style-type: none"> Falta de señalética turística adecuada en los puntos definidos en la ruta. Falta de promoción y difusión de la ruta turística a nivel nacional y local. Limitado apoyo de las operadoras para la ejecución de la ruta en sus inicios. Limitadas facilidades de los elementos constitutivos de la ruta para un turismo inclusivo. Desvinculación de la infraestructura hotelera de la ruta. Mal manejo en los espacios definidos para la ruta (plazas) Poco compromiso por parte del ministerio de turismo y gobernación de Loja para la ejecución y operación de la ruta. Desconocimiento del personal que labora en los sitios que comprende la ruta sobre el turismo y su importancia. Agentes externos a la ruta y con mínimo conocimiento de turismo realizan actividades y ofrecen servicios a los visitantes.
FACTORES EXTERNOS		
OPORTUNIDAD	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
<ol style="list-style-type: none"> Demanda del turismo cultural que ofrece la ciudad de Loja. Existencia de atractivos naturales y culturales que hacen atractiva la visita a la ciudad. Interés de ciertas operadoras turísticas por potenciar la ruta y ofrecer sus servicios a través de ella. Comerciantes desean ser parte activa de la ruta. Festival de artes vivas que se realiza en Loja. Fiestas de la Romería de la Virgen del Cisne y de la feria de Loja que atraen turistas y visitantes a la ciudad. 	<p>Fortalecer la ruta Loja patrimonial en base a su potencial turístico F1, F4, F5, F6, F7, O1, O2, O5, O6.</p> <p>Vincular a la ruta cultural a los establecimientos que brindan servicios turísticos F5, F6, O4, O7</p> <p>Fortalecer las presentaciones artísticas de los personajes de impacto cultural en Loja. F1, F2, F5, F7, O1, O5, O7</p> <p>Plantear que la ruta se establezca en dos horarios, es decir, en la mañana realizar el recorrido a museos, y luego el recorrido a las plazas culturales, para que en el entretiempo se deguste de gastronomía.</p>	<p>Proponer estrategias de marketing para la ruta cultural “Loja Patrimonial”, mediante publicidad especial y con la cobertura necesaria para llegar a todos los turistas en festividades de la ciudad de Loja. D2, O5, O6, O8</p> <p>Capacitar a los prestadores de servicios turísticos que se encuentran relacionados a la ruta turística “Loja Patrimonial” para sostener la reactivación económica. D3, D5, D7, D8, O1, O3, O5, O6, O7</p> <p>Adecuar los espacios establecidos para la ejecución de la ruta, para su promoción y difusión. D1, D2, D6, O1, O2, O3</p>

<p>7. Reapertura económica en la ciudad por post-covid.</p> <p>8. Promoción de Loja a nivel nacional por parte del Gad cantonal, provincial y MINTUR.</p> <p>9. UNL y su carrera de turismo tienen la capacidad para apoyar la operación de la ruta.</p>	<p>F2,F5,F6, O4,O5</p>	<p>Vincular a las operadoras y academia (Turismo) en las actividades de la ruta. D9, O3, O9</p>
<p>AMENAZA</p>	<p>ESTRATEGIA FA</p>	<p>ESTRATEGIA DA</p>
<p>1. Limitados apoyo al turismo cultural por parte de las autoridades locales.</p> <p>2. El clima variante de la ciudad de Loja, puede ser causante de las suspensiones de la ejecución de la ruta, ya que no es prescindible poder establecer el tipo de vestimenta del turista.</p> <p>3. Pandemia del Covid 19 y las mínimas acciones de seguridad.</p> <p>4. Inseguridad y problemas sociales como presencia de personas en estado de ebriedad que pueden ocasionar incomodidad o malestar al turista.</p> <p>5. Mínima asignación de recursos públicos para el turismo cultural.</p>	<p>Determinar la importancia de la seguridad social para la correcta ejecución de la ruta salvaguardando la integridad del turista aportando a la generación de experiencias positivas en estos. F2, F5, A3, A4</p>	<p>Establecer formas de comercialización con grupos turísticos que se encuentren vinculados a la ruta Turística. D1, D4, D7, A1, A5</p> <p>Buscar apoyo de los entes turísticos que se encuentran dentro de la ruta turista. D5, A3</p>

Elaborado por: Steven Gonzalo Muicela Quizhpe

Establecido el FODA cruzado, determinadas las estrategias necesarias a ser consideradas para la reapertura de la ruta, se las mencionan a continuación:

- Fortalecer la ruta Loja patrimonial en base a su potencial turístico.
- Vincular a la ruta cultural a los establecimientos que brindan servicios turísticos.
- Fortalecer las presentaciones artísticas de los personajes de impacto cultural en Loja.
- Plantear que la ruta se establezca en dos horarios, es decir, en la mañana realizar el recorrido a museos, y luego el recorrido a las plazas culturales, para que en el entretiem po se deguste de gastronomía.

- Proponer estrategias de marketing para la ruta cultural “Loja Patrimonial”, mediante publicidad especial y con la cobertura necesaria para llegar a todos los turistas en festividades de la ciudad de Loja.
- Capacitar a los prestadores de servicios turísticos que se encuentran relacionados a la ruta turística “Loja Patrimonial” para sostener la reactivación económica.
- Adecuar los espacios establecidos para la ejecución de la ruta, para su promoción y difusión.
- Vincular a las operadoras y academia (Turismo) en las actividades de la ruta.
- Determinar la importancia de la seguridad social para la correcta ejecución de la ruta salvaguardando la integridad del turista aportando a la generación de experiencias positivas en estos.
- Establecer formas de comercialización con grupos turísticos que se encuentren vinculados a la ruta Turística.
- Insertar la infraestructura hotelera en la oferta turística de la ruta.

Una vez definidas las estrategias, se priorizaron en orden de importancia o secuencial, además, en base a la entrevista realizada al Ing. Andrés Michael Hidalgo Pereira, quien realizó la validación de la ruta propuesta, determinó la importancia de trabajar en las siguientes estrategias donde cada una de estas se encuentren enfocadas a un solo objetivo que es fortalecer la ruta cultural “Loja Patrimonial”, estas son:

- Vincular a las operadoras y academia (Turismo) en las actividades de la ruta.
- Capacitar a los prestadores de servicios turísticos que se encuentran relacionados a la ruta turística “Loja Patrimonial” para sostener la reactivación económica.
- Proponer estrategias de marketing para la ruta cultural “Loja Patrimonial”, mediante publicidad especial y con la cobertura necesaria para llegar a todos los turistas en festividades de la ciudad de Loja.
- Plantear que la ruta se establezca en dos horarios, es decir, en la mañana realizar el recorrido a museos, y luego el recorrido a las plazas culturales, para que en el entretiempo se deguste de gastronomía.

6.2. Actividades turísticas que se podrán realizar durante el recorrido de la ruta cultural “Loja Patrimonial”

Una vez analizado el mercado, aceptación y actividades que los encuestados mostraron interés para la implementación en el fortalecimiento de la ruta, se definieron las actividades a desarrollar en los diferentes puntos o sitios a visitar, siendo estos:

Tabla 21: Actividades definidas

ALTERNATIVAS	SITIOS	ACTIVIDADES
Museos	Museo de la Lojanidad	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar interpretaciones animada cuyo objetivo será dar a conocer aspectos culturales de cada museo. - Presentación de personajes relevantes a la cultura Lojana, esto en base a un guion donde el turista pueda formar parte y vivir la experiencia de la historia del museo.
	Museo de las Madres Conceptas	
	Museo de la Música	
Teatros	Teatro Bolívar	Recorrido por el teatro
		Dar a conocer aspectos culturales del teatro
Plazas	Plaza Central	<ul style="list-style-type: none"> - Dar a conocer aspectos culturales de la plaza tomando en cuenta los monumentos culturales del mismo, diseñando escenarios para recrear en lo posible aquellos hitos importantes por los cuales se han dado la importancia a estas plazas juntos a sus monumentos. - Brindar información hacer de sus iglesias
	Plaza Santo Domingo	
	Plaza San Sebastián	Dar a conocer aspectos culturales de la plaza tomando en cuenta los monumentos culturales del mismo
		Brindar información y realizar un recorrido en el Santuario Eucarístico Diocesano (Iglesia ubicada en la Plaza San Sebastian)
		Explicación acerca de la Glorieta
Restaurante	La Casa del Tamal	Recorrido y/o explicación de los platos preparados en el restaurante, donde el turista

		podrá ser parte de su preparación para su posterior degustación gastronómica de platillo típico explicado.
--	--	--

Fuente: Salida de campo.

Finalmente, definidas las actividades se realizó la validación de la ruta, con la marcación de los puntos definidos por los encuestados, la cual se presenta a continuación:

6.2.1. Validación de la ruta

Para la validación de la ruta cultural “Loja Patrimonial”, se contó con la presencia y apoyo del guía nacional de turismo certificado Ing. Andrés Michael Hidalgo Pereira, quien además fue uno de los encargados en la ejecución de la misma, de igual forma se invitó a diez personas, entre estos se encuentran estudiantes de la carrera de turismo de la Universidad Nacional de Loja y de la Universidad Técnica Particular de Loja, mismo que se encontraban cursado el último ciclo de sus estudios, manteniendo así una visión clara del objetivo de esta validación, además se contó con la presencia de un Counter de Turismo, quien ha dirigido personas bajo la modalidad de Guía (Anexo 6), señalando que solo asistieron 8 con las cuales se validó; definiendo así que las actividades realizadas en la ejecución de la ruta han sido del completo agrado de los mismos, no obstante, existieron recomendaciones a ser consideradas para la ruta, estas son:

- Reemplazar las presentaciones artísticas por presentación de los personajes de impacto cultural en Loja.
- Considerar que la ruta se establezca en dos horarios, es decir, en la mañana realizar el recorrido a museos, y luego el recorrido a las plazas culturales, para que en el entretiempo se deguste de gastronomía.

No obstante, las actividades relacionadas a las visitas de museos, indicaron fueron las adecuadas, teniendo en cuenta cada detalle de estos, brindando así la información completa de estos, al igual que las plazas, cuya interpretación se lo ha realizado basado en la excelencia de información, generando de esta forma una experiencia positiva en los participantes.

La validación de la ruta se lo realizó el día miércoles 27 de julio del año 2022, tuvo inicio en la plaza central, donde se consideró al atractivo Iglesia La Catedral, posterior el museo de la Lojanidad, seguido del museo de las Madres Conceptas, el Teatro Bolívar, museo de la Música, plaza Santo Domingo y la plaza San Sebastián, donde se realizaron explicaciones relacionadas a la cultura de Loja, finalizando el recorrido con la degustación gastronómica de un platillo típico en el restaurante “La Casa del TAMAL” (ver itinerario en Anexo 5).



Elaborador por: Steven Gonzalo Muicela Quizhpe.
Figura 2: Mapa de la ruta cultural "Loja Patrimonial"

6.3. Estrategias para fortalecer la ruta cultural “Loja Patrimonial”

6.3.1. Propuesta

Estrategias para fortalecer la ruta cultural “Loja Patrimonial” de la ciudad y provincia de Loja.

Objetivo General:

“Desarrollar un plan estratégico, que permita la reapertura de la ruta cultural “Loja Patrimonial” de la ciudad y provincia de Loja, para hacer frente a las debilidades y amenazas definidas, para de esta forma recurrir a su correcta ejecución y control de la misma”

Una vez establecidas las estrategias con la aplicación del FODA cruzado, se consideró importantes realizar las siguientes estrategias, las cuales van dirigidas con el fin de fortalecer la ruta para su reapertura y correcta ejecución y control de la misma, estas son:

	Objetivo de la estrategia	Estrategia	Actividades
Estrategias de control	El objetivo de establecer estas estrategias es poder alargar la vida útil de la ejecución de la ruta, ya que como se mencionan, estas permitirán a la entidad ejecutora, poder hacerse de las herramientas necesarias para evitar su pronta y repentina desaparición y desvalorización de la ruta	Vincular a las operadoras y academia (Turismo) en las actividades de la ruta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Establecer las empresas que participaran en la ejecución y control de la ruta. ▪ Invitar a la academia de turismo de las diferentes universidades de la ciudad a ser parte de la ejecución de la ruta para mayor cobertura de la demanda en fechas de altas temporadas para el turismo. ▪ Capacitar a los entes relacionados a la actividad que han dado respuesta a la invitación, respecto a la importancia de la ruta y su impacto en la sociedad. ▪ Puesta en marcha de la actividad turística, junto con los entes capacitados para la ejecución y control de la ruta. ▪ Evaluación de la estrategia.

		<p>Capacitar a los prestadores de servicios turísticos que se encuentran relacionados a la ruta turística “Loja Patrimonial” para sostener la reactivación económica.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Definir el o los establecimientos encargados del alojamiento y de alimentos y bebidas para que se sean parte de la ruta. ▪ Socializar los temas necesarios para la capacitación a los entes encargados del cubrimiento de la demanda turística relacionada a la ruta cultural. ▪ Inicio de la jornada de capacitación a los gerentes y empleados de las instituciones que forman parte de la ruta. ▪ Seguimiento de la estrategia. ▪ Fin de la capacitación a los gerentes y empleados de las instituciones que forman parte de la ruta. ▪ Evaluación de la estrategia.
		<p>Proponer estrategias de marketing para la ruta cultural “Loja Patrimonial”, mediante publicidad especial y con la cobertura necesaria para llegar a todos los turistas en festividades de la ciudad de Loja.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Definir el ente o empresa de marketing. ▪ Diseño de los modelos de letreros o stand publicitarios. ▪ Seguimiento de la estrategia. ▪ Evaluación y aprobación de los modelos establecidos para la ruta cultural. ▪ Colocación de los letreros publicitarios en espacios estratégicos para su publicidad. ▪ Evaluación de la estrategia.
<p>Estrategia de Ejecución</p>	<p>Su objetivo es regularizar la ejecución de la ruta, para que sea desarrollada de forma que el turista mantenga sus expectativas frente al turismo cultural que se desarrolla en la ciudad de Loja</p>	<p>Plantear que la ruta se establezca en dos horarios, es decir, en la mañana realizar el recorrido a museos, y luego el recorrido a las plazas culturales, para que en el entretiempo se deguste de gastronomía.</p>	<p>Con el fin de establecer comodidad y generar buenas expectativas de los turistas que formen parte de la ruta, se presenta a continuación el modelo de itinerario considerado como apropiado para la ejecución y control correcto de la ruta</p>

Ruta Cultural “Loja Patrimonial”

Hora	Actividad
08:50 – 09:00	Punto de encuentro en la Plaza Central (indicaciones e introducción al recorrido)
09:00 – 09:30	Inicio del recorrido (explicación de la Iglesia La Catedral y Plaza Central)
09:30 – 09:40	Traslado al Teatro Bolívar
09:40 – 10:20	Visita al Teatro Bolívar
10:20 – 10:25	Traslado a la Plaza de Santo Domingo
10:25 – 11:00	Visita a la Plaza de Santo Domingo
11:00 – 11:05	Traslado a la Plaza San Sebastián
11:05 – 11:45	Visita a la Plaza San Sebastián
11:45 – 11:50	Traslado al restaurante “La Casa del TAMAL”
11:50 – 12:30	Degustación de platillo típico en el restaurante “La Casa del TAMAL”
12:30 – 12:40	Traslado al Museo de la Lojanidad
12:40 – 13:10	Visita al Museo de la Lojanidad
13:10 – 13:15	Traslado al Museo de las Madres Conceptas
13:15 – 14:10	Visita al Museo de las Madres Conceptas
14:10 – 14:20	Traslado al museo de la Música
14:20 – 14:25	Visita al museo de la Música
14:25	Fin del recorrido (plaza San Sebastián)

Elaborado por: Steven Gonzalo Muicela Quizhpe.

Adicional a lo establecido, para darme mayor realce a la misma, se consideró importante realizar la ruta con ayuda de la personificación de personajes importantes de los lugares visitados, así mismo, es necesario que se establezca un guion modelo para la ruta, el cual se presenta a continuación:

Guion para la ruta “Loja Patrimonial”

Museo de la Lojanidad

Ubicación: 10 de Agosto y Bolívar.

Museo de la Cultura Lojana fue construida en 1730, según el historiador Eduardo Espinoza Sigcho. Legó en 1893, Don José Antonio Eguiguren la heredó a su hija Virginia Eguiguren Lequerica.

Años después, en 1984, el Banco Central del Ecuador compró el inmueble a la fundación “Daniel Álvarez Burneo” quien pertenecía a uno de los hombres con más ricos de la historia de Loja para que con el paso del tiempo y realizadas algunas adecuaciones, en 1986, lo convirtió en museo. En la actualidad, el Museo de Loja es parte de la red de 16 museos que lidera del Ministerio de Cultura y Patrimonio desde que el Banco Central del Ecuador hiciera el traspaso definitivo de sus bienes culturales en 2015.

Museo de las Madres Conceptas

Ubicación: 10 de Agosto entre Bernardo Valdivieso y Olmedo.

Con más de 500 años que forman parte de la historia de Loja, este museo es uno de los museos más antiguos de la ciudad, el cual se constituye en la cédula de identidad cultural, religiosa, colonial y patrimonial para los lojanos.

El museo contempla en su interior aproximadamente setenta cuadros de carácter religioso, escultural, trajes de liturgia que datan de hace sesenta años, convirtiéndose de esta forma en atractivos para los turistas que se ven movilizados por la religión, además, un aspecto importante que llama su atención es que se sabe que dentro de este teatro conviven las concepcionas, sin embargo, nadie desde el inicio de este monasterio hasta la actualidad a podido ver sus rostros, honrando de esta forma su entrega total a Dios.

Teatro Bolívar

Ubicación: Rocafuerte entre Bernardo Valdivieso y Olmedo

Es una edificación patrimonial cuya construcción se inicia en el siglo XIX y concluye a inicios del siglo XX, en el año de 1943. Su sistema constructivo es a base de adobe y tapia, con un estilo clásico, por lo que se constituye en una de las edificaciones más importantes del centro Histórico de Loja, por lo que es considerado como un emblema arquitectónico de la ciudad, el cual, mediante el Decreto Supremo, el 09 de octubre del año 1943 paso a conformar parte del Patrimonio de la Universidad Nacional de Loja, pero no es pertenencia de esta institución.

El teatro tiene la capacidad de poder recibir a 500 personas, además, su estilo de planificación y construcción está dado en estilo barroco, donde se realizó una inversión que superó el millón de dólares, presupuesto que fue financiado por el Municipio de Loja y el Gobierno Nacional 50 % respectivamente.

Plaza Santo Domingo

Ubicación: calles Simón Bolívar y Vicente Rocafuerte

Dentro de esta plaza podemos observar el monumento en honor a Manuel Carrión Pinzano, quien fue un ilustre lojano autor del movimiento Federalista Lojano en el año 1853.

Así mismo, se puede observar la construcción de la Iglesia, la cual conserva un estilo ecléctico con historicismo románico y con remates góticos en sus torres, es importante mencionar que se considera que esta iglesia fue la primera iglesia de Loja, mismas que ha sido construida entre los años 1557 a 1600, dentro de la cual podremos observar la Virgen del Rosario, figura que ha sido trasladada desde Sevilla en el año 1550. Así mismo, se observa la imagen del Cristo Crucificado, que podría ser una de las obras del indígena quiteño Caspicara.

Cabe mencionar que el convento de Loja fue el segundo que tuvo la Orden de los Predicadores en la Diócesis de Quito. Ante la amenaza de ruinas de la iglesia por la humedad, el desnivel producido y el pésimo material de construcción, obligó a su demolición que duró hasta el año 1850 y el 13 de octubre se inicia la construcción de las nuevas torres conservadas hasta la actualidad.

Dentro de la iglesia se observa la historia de la comunidad Dominicana, historia representada por cuadros pintados por Fray Enrique Mideros en el año 1930, las cuales están comprendidas por 18 cuadros grandes, 36 medallones y 16 cuadros que representan los misterios del rosario.

Así mismo, cuenta con catacumbas donde se presume se encuentran sepultados los restos de uno de los fundadores de Loja, Juan de Salinas Loyola.

Plaza San Sebastián

Ubicación: calles Simón Bolívar, Bernardo Valdivieso, Alonso de Mercadillo y Lourdes.

Esta plaza es conocida por la impetuosa torre que se encuentra en el centro de la misma, la cual representa el Monumento a la Independencia, esta plaza fue construida en el año 1950 en la alcaldía del doctor Alfredo Mora Reyes, la torre que cuenta con un reloj de cuatro esferas constituye un distintivo de la ciudad.

Esta se encuentra construido por bronce, que permite a quienes lo visitan viajar al pasado, ya que estos están representando los aborígenes Paltas y Bracamoros, Gobernación de Mainas y el Yaguarzongo, así como la independencia de Loja en el año 1820.

Esta torre es un símbolo de movimiento de los lojanos tras alcanzar su independencia y emancipación política el 18 de noviembre de 1820, convirtiéndose de esta forma en una insignia de la lucha y libertad.

En la plaza podemos observar tres atractivos turísticos, los cuales son:

- **Iglesia San Sebastián:** que fue construida en el 1900 y remodelada 79 años después, está conformada por tres naves, con retablos en cada nave.
- **El parque:** que forma su atractivo con la torre de 32 metros de altura, donde, además en su base se establecen los hechos más sobresalientes en la historia de Loja.
- **Glorieta de San Sebastián:** quien es construida al estilo arquitectónico tradicional, rodeado de construcciones al estilo antiguo, esta glorieta fue construida para realizar actos culturales de la ciudad para realzar su historia.

Iglesia central La Catedral

Ubicación: centro de la ciudad de Loja frente al parque Central de Loja.

Esta es una de las Iglesias más grandes del Ecuador, está construida con estilo ecléctico, con elementos historicistas, neoclásicos y corintios. Ha sido restaurada en tres ocasiones, la última en el año 2004.

La catedral con su singular estilo arquitectónico, su baldaquino y coros tallados en madera, recibe todos los años a la Virgen del Cisne.

Está conformada por tres naves, es de estilo semigótico y componen su fachada cuatro cuerpos rematados por una torre y su campanario, el tumbado está decorado con artesanado en metal.

Uno de los elementos más sobresalientes que posee esta Iglesia, es un órgano alemán traído por Monseñor José María Masiáa.

A sus pies se encuentra el Parque Central, en cuyo centro se encuentra un monumento a Bernardo Valdivieso; el Palacio del Consejo Provincial; Gobernación o Intendencia, la Casa Episcopal y el Palacio Municipal.

Elaborado por: Steven Gonzalo Muicela Quizhpe.

Presupuesto:

Estrategia	Desglose	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Establecer marketing publicitario de la ruta cultural “Loja Patrimonial”	Contrato con le empresa de marketing para el desarrollo de los letreros publicitarios.	1	\$1000,00	\$1000,00
	Contrato de empresa para colocar los letreros publicitarios	1	\$300	\$300,00
Capacitar a los entes relacionado a la actividad turística para cubrir la demanda de la ruta “Loja Patrimonial” para sostener la reactivación económica.	Gestión del Ministerio de Turismo y gobernación.	1	\$0	\$0
Vincular a las operadoras y academia (Turismo) en las actividades de la ruta.	Gestión del Ministerio de Turismo y gobernación.	1	\$0	\$0
Total				\$1300,00
OTROS				
Imprevistos			12%	\$156,00
			Total	\$1456,00

Elaborado por: Steven Gonzalo Muicela Quizhpe.

6. Discusión

El trabajo de investigación realizado, evidencia la falta de compromiso por parte de los organizadores encargados de la creación de la ruta, mismos que son el Ministerio de Turismo y la Gobernación de Loja con el fin de difundir la cultura de la ciudad, además, presenta falencias en lo que respecta al estudio del mercado, estudio que fue necesario realizarlo antes de la creación y ejecución de la misma como indica (Ochoa, 2019) “se requieren estudios de los gustos y preferencias de los turistas que visitan Cuenca por motivos de cultura, y poder hacer frente a estas, ofreciendo así un destino cultural a los mismos y aprovechar su potencial”, no obstante, a pesar de la falta del estudio mencionado, la ruta a tenido gran acogida por parte de turistas, extranjeros, nacionales y locales, mismos que por medio de reservación han podido ser partícipes de la ruta, de igual forma, la operadora de turismo LojAventura ha promocionado esta ruta como parte de sus paquetes turísticos en la ciudad de Loja, siendo esta la única operadora turística en ejecutarla. Por otra parte, la falta de compromiso en el control de la ejecución, que ha sido el principal motivo de decadencia de la ruta.

Tras el cumplimiento del segundo objetivo, se evidenció que los aspectos que se evalúan en el Artículo publicado por el Servicio Nacional de Turismo, Departamento de promoción, Estudio de Mercado de la Demanda Turística: Métodos y Técnicas, no contiene los aspectos necesarios para realizar el estudio de la demanda de esta investigación, por lo cual se modificaron los aspectos, y se diseñó una nueva encuesta dirigida al cumplimiento del objetivo.

Tras la aplicación de la encuesta, se obtuvo como resultado la aceptación de la ruta, así como la implementación de actividades, actividades que se reflejan en visitas a museos, teatros, casas culturales, degustación de gastronomía típica, y el desarrollo de actividades culturales, siendo esta ultima la presentación de personificaciones relevantes en la cultura de Loja que aportarán a la ruta, que como menciona (Aquino Lino & León Cierto, 2020), tras el estudio de la demanda y la aceptación de la propuesta para el desarrollo del turismo cultural, “los pobladores de la comunidad están de acuerdo con el desarrollo del turismo cultural, ya que esta permitirá un crecimiento y enriquecimiento de nuestra cultura, así como el aporte al desarrollo económico del sector”.

Con el fin de mantener un control en la correcta ejecución de la ruta cultural “Loja Patrimonial”, se establecieron estrategias con el fin de hacer frente a las debilidades y amenazas que se han

definido en la construcción del FODA, y que aprovechando sus oportunidades y fortalezas facilitaron la construcción de las estrategias, las cuales se encuentran dirigidas a la ejecución de la ruta, siendo esta la estrategia: “Considerar que la ruta se establezca en dos horarios, es decir, en la mañana realizar el recorrido a museos, y luego el recorrido a las plazas culturales, para que en el entretiempo se deguste de gastronomía” cuyo fin es brindar comodidad y generar experiencias positivas en el turista, y estrategias de control, basadas en la capacitación, vinculación cuyo objetivo es tener un control más riguroso de los actores que formaran parte de la ejecución de la ruta, estrategias que se formulan en cuanto a “Establecer marketing publicitario de la ruta cultural “Loja Patrimonial””, “Capacitar a los entes relacionado a la actividad turística para cubrir la demanda de la ruta “Loja Patrimonial” para sostener la reactivación económica” y “Vincular a las operadoras y academia (Turismo) en las actividades de la ruta”, que como mencionan (Ochoa, 2019) y (Valarezo, 2016), en sus estudio, es importante se realicen estudios necesarios con el fin de hacer frente a la demanda del turismo cultural, involucrando en su totalidad a los establecimientos dedicados a esta actividad para de poder ofrecer un servicio de calidad al turista cultural, adicional, Quiñonez, (2018) referente a la importancia de establecer estrategias para un correcto marketing, indica que se tiene que considerar aspectos importantes como son la persuasión,, información y el recordar o plasmar en el publico una idea casi inolvidable para los recuerdos del mismo, recurriendo a la nueva necesidad del turista, que como indica Piedra, (2018), las estrategias de marketing y promoción de los destinos, brindan al turista una idea más clara de y real de lo que se está ofertando de los destinos, siempre que estas se encuentran basadas en la realidad de la oferta en servicios y productos.

7. Conclusiones

- Tras el diagnóstico inicial realizado para el estudio de la ruta, se concluye que esta cuenta con potencial para ser ofertado, ya que, a su paso se hallan establecimientos de alojamientos, así como establecimientos de alimentos y bebidas.
- Analizada la entrevista realizada se concluye que la ruta patrimonial “Loja Cultural”, se ha visto afectada por la falta de control en cuando a la ejecución de la ruta, ya que muchos actores externos han forzado la ejecución inadecuada de la misma, obligando a que el ente encargado de su ejecución se vea en la obligación de cerrar sus puertas a la misma.
- A pesar que la ruta cultural “Loja Cultural” tiene la aceptación de la demanda para su reapertura, es necesario establecer estrategias que permitan que se realice una ejecución y control correcto de la misma, evitando de esta forma posibles acciones que afecten al desarrollo correcto de la misma.
- Se concluye que para la reactivación de la ruta cultural “Loja Patrimonial”, es esencial que se trabajen en estrategias de control y ejecución que permitan evitar los errores que anteriormente pusieron en pausa la ejecución de la misma, estrategias que se encuentren dirigidas al control de la ruta, así como a su correcta ejecución, con el fin de mantener la ruta vigente a largo plazo.
- Para hacer frente a las amenazas que se han presentado en la ejecución de la ruta anteriormente, es necesario una inversión económica de \$1456,00, las cuales se encuentran orientadas la implementación rótulos, letreros y/o stands publicitarios acerca de la ruta “Loja Patrimonial”.
- Los agentes del turismo encargados o pioneros de esa ruta, se encuentran en la obligación y necesidad de realizar las capacitaciones indicadas como estrategias, ya que estas acciones permitirán el éxito de la ejecución de la ruta.

8. Recomendaciones

Las estrategias presentes van dirigidas de forma directa a agentes directos del desarrollo de turismo, además a la sociedad beneficiada por la actividad, con el fin de concientizar la importancia de la correcta ejecución de la ruta, estas son:

- Es recomendable que se establezca un plan de acción donde se involucre a los establecimientos de alojamiento en la ruta cultural “Loja Patrimonial”, con el fin de poder establecer de forma segura el alojamiento de los turistas en el caso de turistas que se encuentren de paso por la ciudad y necesiten pernoctar en la misma.
- Se recomienda a los encargados de la ruta, así como a estudiantes del área de turismo, fortalezcan la ejecución de la ruta, manteniendo siempre el objetivo esencial de la ruta, y dejando exclusivamente que sean guías certificados de las diferentes operadoras turística de la ciudad quienes operen la misma.
- Se recomienda que se dicten capacitaciones sobre la importancia de la ruta cultural “Loja Patrimonial”, para el desarrollo histórico-cultural y económico del sector, ya que esta ruta nació por la necesidad de los turistas, la cual ha sido aceptada y dado respuesta por estos actores.
- Se recomienda que se considere el estudio de las estrategias presentadas como resultados a la investigación del presente trabajo, ya que estas están orientadas a fin de fortalecer la ruta cultural “Loja Patrimonial”
- Se recomienda que las estrategias plasmadas en el apartado de propuesta, sean ejecutadas en su totalidad, sin la evasión ninguna de estas, ya que las mismas se encuentran establecidas de manera correlacional, es decir, cada una de estas dan paso a la siguiente, para poder tener resultados positivos para la reactivación de la ruta.

9. Bibliografía

- Aquino Lino, M., & León Cierto, K. K. (2020). *RECURSOS TURÍSTICOS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL EN EL PUEBLO DE CHURUBAMBA-HUÁNUCO*. Obtenido de file:///D:/InnoVausuario/Downloads/TTH00065A65.pdf
- Boullon, R. C. (2006). *PLANIFICACIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO*. México: trillas.
- Cajal, A. (01 de 01 de 2021). *INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA*. Obtenido de ¿QUÉ ES Y CÓMO ESTÁ CONFORMADA?: <https://www.lifeder.com/infraestructura-turistica/>
- Cajal, M. (20 de 01 de 2020). *¿QUÉ ES EL TURISMO?* Obtenido de LAS 5 MEJORES DEFINICIONES TURÍSTICAS PARA ENTENDER SU SIGNIFICADO: <https://www.mabelcajal.com/2020/01/que-es-el-turismo-definiciones-turisticas.html/>
- Calderon, W. A. (07 de 01 de 2017). *QUÉ ES CULTURA TURÍSTICA Y 10 PRINCIPIOS BÁSICOS*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/que-es-la-cultura-turistica-y-diez-principios-basicos/>
- Calvopiña Chuquitarno, K. P., Martínez Moreano, A. G., & Albán Yáñez, C. G. (2022). Análisis de la arquitectura religiosa y civil del cantón salcedo para el fortalecimiento del turismo cultural. *Dialnet*.
- EUROAULA. (2017). *TURISM SCHOOL BARCELONA*. Obtenido de TURISTAS Y VIAJEROS: <https://www.fundacionfrax.org/sites/default/files/pdf/9.-Turistas-y-viajeros.pdf>
- INEC. (2010). *RESULTADOS DEL CENSO 2010 de población y vivienda en el Ecuador*. Obtenido de de FASCÍCULO PROVINCIA LOJA: file:///C:/Users/PC/Desktop/UNL/CICLOS/VII%20CICLO/PLANIFICACI%C3%93N%20TUR%C3%8DSTICA/DOCUMENTOS/PDF/proyecto/RESULTADOS%20CENSO%202010.pdf
- Ministerio de Turismo. (2017). *Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador*. Obtenido de Ministerio de Turismo: https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf

- MINISTERIO DE TURISMO. (13 de 08 de 2019). *SE PRESENTO LA RUTA CULTURAL "LOJA PATRIMONIAL"*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/se-presento-la-ruta-cultural-loja-patrimonial/>
- MOOVIT. (2022). *CONSORCIO DE TRANSPORTISTAS CD. DE LOJA*. Obtenido de HORARIOS, RUTAS Y PARADAS: https://moovitapp.com/index/es-419/transporte_p%C3%BAblico-lines-Loja-6018-1649908
- Moya, A. F. (24 de 05 de 2023). *¿Qué es el Turismo Cultural?* Obtenido de Entorno Turístico: <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-turismo-cultural/>
- Ochoa, P. J. (2019). *ESTUDIO DE LA DEMANDA TURÍSTICA NACIONAL CON PREFERENCIAS EN TURISMO CULTURAL EN LA CIUDAD DE CUENCA*. Obtenido de <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/9350/1/14992.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (2005). *INDICADORES DE DESARROLLO SOSTENIBLE PARA LOS DESTINOS TURÍSTICOS*. Obtenido de GUÍA PRÁCTICA: [file:///D:/InnoVausuario/Downloads/OMTIndicadores_de_desarrollo_de_turismo_sostenible_para_los_destinos_turisticos%20\(1\).pdf](file:///D:/InnoVausuario/Downloads/OMTIndicadores_de_desarrollo_de_turismo_sostenible_para_los_destinos_turisticos%20(1).pdf)
- Piedra, P. D. (2018). *RUTA TURÍSTICA DE LOS RECURSOS NATURALES Y CULTURALES DEL CANTÓN ESPÍNDOLA, PROVINCIA DE LOJA*. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/19987>
- Prada Trigo, J., Armijos Chillogallo, D., Crespo Cordova, A., & Torres León, L. (01 de 2018). *EL TURISTA CULTURAL: TIPOLOGÍAS Y ANÁLISIS DE LAS VALORACIONES DEL DESTINO A PARTIR DEL CASO DE ESTUDIO DE CUENCA-ECUADOR*. Obtenido de https://www.pasosonline.org/Publicados/16118/PS118_04.pdf
- Quiñonez, R. Z. (2018). *CICLO RUTA TURÍSTICA PARA LAS PARROQUIAS MALACATOS Y EL TAMBO DE LOS CANTONES LOJA Y CATAMAYO DE LA PROVINCIA DE LOJA*. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/20944>
- Raeburn, A. (01 de 07 de 2021). *ANÁLISIS FODA: QUÉ ES Y CÓMO USARLO*. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

- Reyes, C. (11 de 01 de 2017). *DIVISIÓN POLÍTICA TERRITORIAL DE LA PROVINCIA DE LOJA*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/CamilaRys/divisin-poltica-territorial-de-la-provincia-de-loja>
- Ricaurte, C. (2009). *MANUAL PARA EL DIAGNÓSTICO TURÍSTICO LOCAL*. Obtenido de GUÍA PARA PLANIFICADORES: <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/07/Ricaurte.-Manual-diagnostico-turistico-local.-Guia-planificadores.-2000.-50-pgs.pdf>
- Romero, D. (13 de 03 de 2017). *ATRATIVOS CULTURALES*. Obtenido de <https://prezi.com/pk8nocjtrpdi/atractivos-culturales/>
- Sánchez, E. L. (03 de 12 de 2020). *¿QUÉ SON LAS RUTAS TURÍSTICAS?* Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/que-son-las-rutas-turisticas/>
- Sandoval, I. d. (2016). *"RUTA TURÍSTICA CULTURAL DEL CANTÓN PROTOVELOS DE LA PROVINCIA DE EL ORO"*. Obtenido de [file:///D:/InnoVausuario/Desktop/TESIS%20STEVEN/DOCUMENTOS/003_RUTA%20TURÍSTICA%20CULTURAL%20\(PORTOVELO\)%202016.pdf](file:///D:/InnoVausuario/Desktop/TESIS%20STEVEN/DOCUMENTOS/003_RUTA%20TURÍSTICA%20CULTURAL%20(PORTOVELO)%202016.pdf)
- Sarango, S. A. (2018). *"PROPUESTA DE UNA RUTA AGROTURÍSTICA EN LAS PARROQUIAS CARIAMANGA Y CHILE DEL CANTÓN CALVAS, PROVINCIA DE LOJA"*. Obtenido de [file:///D:/InnoVausuario/Desktop/TESIS%20STEVEN/DOCUMENTOS/005_RUTA%20AGROTUR%C3%8DSTICA%20\(CALVAS\)%202018.pdf](file:///D:/InnoVausuario/Desktop/TESIS%20STEVEN/DOCUMENTOS/005_RUTA%20AGROTUR%C3%8DSTICA%20(CALVAS)%202018.pdf)
- UNESCO. (2021). *PATRIMONIO CULTURAL*. Obtenido de <https://es.unesco.org/fieldoffice/santiago/cultura/patrimonio>
- UNWTO. (14 de 09 de 2020). *LA OMT DESTACA EL POTENCIAL DEL TURISMO INTERNO PARA AYUDAR A IMPULSAR LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA DE LOS DESTINOS EN TODO EL MUNDO*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/news/la-omt-destaca-el-potencial-del-turismo-interno-para-ayudar-a-impulsar-la-recuperacion-economica-de-los-destinos-en-todo-el-mundo>
- Valarezo, F. R. (2016). *RUTA TURÍSTICA CULTURAL DEL CANTÓN CALVAS DE LA PROVINCIA DE LOJA*. Obtenido de

<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/11974/1/FERNANDO%20BRAVO%20%28BIBLIOTECA%29.pdf>

10. Anexos

Anexo 1: Entrevista aplicada a guía certificado

Buenas noches, la presente entrevista tiene como fin recolectar información básica o inicial acerca de la ruta cultural “Loja Patrimonial”, información que es necesaria para dar cumplimiento al primer objetivo planteado en mi trabajo de investigación previa a la obtención del título como Licenciado en Turismo, estudio que se basa en “Propuesta de fortalecimiento de la ruta cultura “Loja Patrimonial” de la ciudad y provincia de Loja”.

1. ¿Cuál es el objetivo de la ruta?
2. ¿Por qué decidieron diseñar la ruta?
3. ¿Por qué la ruta se llama Loja Cultural?
4. ¿Cuáles son los atractivos por el que atraviesa la ruta?
5. ¿En base a qué fueron seleccionados los atractivos que menciona?
6. ¿Para el diseño de la ruta, realizaron algún estudio en el mercado para identificar si la ruta tiene aceptación en el mercado?
7. Si se realizaron los estudios, ¿cuáles fueron los resultados importantes que se definieron?
8. ¿La ruta ya sido ejecutada?
9. En el caso de no ser ejecutada, ¿Cuál es la razón?
10. ¿Se tiene previsto alguna fecha o temporada específica para ejecutarla?
11. ¿Cuál será el costo de la ruta? ¿Y que incluye el mismo?
12. ¿Se consideró el gasto turístico durante la ruta??
13. ¿Tienen establecidos cuántos turistas pueden participar en la ruta? (Por grupo)
14. ¿Cuál es el recorrido de la ruta? ¿Y cuentan con un mapa de la ruta?

Anexo 2: Caracterización turística de comunidades

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	#		5. MOTELES	#	
2. HOSTERIAS			6. HOSPEDERIAS COMUNITARIAS		
3. HOSTALES			7. CAMPING		
4. PENSIONES			8. OTRO _____		

2.2 Alimentación

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

1. RESTAURANTES	# <input type="text"/>	4. BARES	# <input type="text"/>
2. CAFETERIAS	<input type="text"/>	5. CANTINAS	<input type="text"/>
3. FUENTES DE SODA	<input type="text"/>	6. KIOSKOS DE COMIDA	<input type="text"/>
		7. OTROS _____	<input type="text"/>

2.3 Esparcimiento

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

1. DISCOTECAS	# <input type="text"/>	3. INSTALACIONES DEPORTIVAS	# <input type="text"/>
2. CINES/TEATROS	<input type="text"/>	4. BINGOS	<input type="text"/>
		5. OTROS	<input type="text"/>

2.4 Otros servicios

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

1. AGENCIAS DE VIAJE	# <input type="text"/>	4. GUÍAS DE TURISMO	# <input type="text"/>
2. OPERADORAS	<input type="text"/>	5. BANCOS	<input type="text"/>
3. INFORMACIÓN AL TURISTA	<input type="text"/>	6. CAJEROS AUTOMÁTICOS	<input type="text"/>
		7. OTROS	<input type="text"/>

3. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS

TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

3.1. Distancias

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

Distancia a la cabecera parroquial (Km): _____
 Distancia a la cabecera cantonal (km): _____

	1	2	3	4	5	6	7	8
Bus								
Camioneta								
Lancha								
Canoa								
Avión								
Avioneta								
Bestia								
Caminando								

3.2. Principales vías de acceso a la comunidad:

1. PAVIMENTADA/ ASFALTADA
2. ADOQUINADA
3. EMPEDRADA
4. LASTRADA
5. DE TIERRA (CARROSABLE)

6. FLUVIAL
7. MARÍTIMA
8. AÉREA
9. SENDERO
10. OTRO _____

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

a) VIAL

1. Sí
2. No

b) TURÍSTICA

1. Sí
2. No

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

1. BUS
2. CAMIONETA
3. TAXIS
4. LANCHA

5. CANOA
6. AVIÓN
7. AVIONETA
8. NINGUNO
9. OTRO _____

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

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

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

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

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

COMUNICACIONES

3.8. Existe servicio telefónico en la comunidad: Marque con una X

1. Sí
2. No

3.9. La oficina de teléfonos más cercana se encuentra a _____ Kms.

3.10. Existe señal de servicio telefónico celular en la comunidad:

1. Sí
2. No

3.11. En la comunidad existen _____ cabinas de servicio telefónico para uso público.

3.12. En la comunidad existen _____ cibercafés o establecimientos de uso público de Internet.

3.13. Existe oficina de correos en la comunidad:

1. Sí
2. No

SANIDAD

3.14. Existe red de agua entubada:

1. Sí % de la población con agua entubada _____
 2. No

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

1. Sí
 2. No

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

- | | | | |
|----------------------------|--------------------------|----------------------------|--------------------------|
| 1. RED PÚBLICA | <input type="checkbox"/> | 6. POZO | <input type="checkbox"/> |
| 2. PILA O LLAVE PÚBLICA | <input type="checkbox"/> | 7. RÍO, VERTIENTE, ACEQUIA | <input type="checkbox"/> |
| 3. OTRA FUENTE POR TUBERÍA | <input type="checkbox"/> | 8. AGUA LLUVIA | <input type="checkbox"/> |
| 4. CARRO REPARTIDOR | <input type="checkbox"/> | 9. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |
| 5. TRICICLO | <input type="checkbox"/> | | |

3.17. Existe sistema de alcantarillado en la comunidad: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

1. Sí % de la población con alcantarillado _____
 2. No

3.18. En dónde elimina las excretas la mayoría de la población: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

- | | |
|------------------------------|--------------------------|
| 1. EXCUSADO Y ALCANTARILLADO | <input type="checkbox"/> |
| 2. LETRINA | <input type="checkbox"/> |
| 3. AIRE LIBRE, RÍO, ESTERO | <input type="checkbox"/> |
| 4. POZO SÉPTICO | <input type="checkbox"/> |
| 5. POZO CIEGO | <input type="checkbox"/> |
| 6. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |

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

- | | |
|---------------------|--------------------------|
| 1. CARRO RECOLECTOR | <input type="checkbox"/> |
| 2. SE QUEMA | <input type="checkbox"/> |
| 3. SE ENTIERRA | <input type="checkbox"/> |
| 4. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |

3.20. Existen establecimientos de salud en la comunidad:

1. Sí
 2. No

3.21. Instancias y/o establecimientos de salud que existen: Puede marcar más de una casilla si es necesario.

	Cuantos		Cuantos
1. PARTERAS CAPACITADAS	<input type="text"/>	9. HOSPITAL PÚBLICO	<input type="text"/>
2. PARTERAS NO CAPACITADAS	<input type="text"/>	10. DISPENSARIO PÚBLICO	<input type="text"/>
3. PROMOTORES DE SALUD	<input type="text"/>	11. UNIDAD MÓVIL	<input type="text"/>
4. CURANDERO TRADICIONAL	<input type="text"/>	12. CONSULTORIO PRIVADO	<input type="text"/>
5. SHAMAN	<input type="text"/>	13. CLÍNICAS	<input type="text"/>
6. BOTIQUIN COMUNITARIO	<input type="text"/>	14. HOSPITAL PRIVADO	<input type="text"/>
7. SUB-CENTRO DE SALUD	<input type="text"/>	15. FARMACIA	<input type="text"/>
8. CENTRO DE SALUD	<input type="text"/>	16. OTRO	<input type="text"/>

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

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

ENERGIA

3.23. Existe servicio de energía eléctrica en la comunidad:

1. Sí
2. No

3.24. Distancia al lugar más cercano con energía eléctrica: _____ Km.

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

3.26. Existen gasolineras en la comunidad

1. Sí ¿Cuántas? _____
2. No

3.27. Distancia a la gasolinera más cercana: _____ Km.

4. GOBERNANZA

4.1. De qué instituciones recibe o ha recibido apoyo la comunidad para su desarrollo: nombre a las instituciones involucradas, el periodo en que se recibió el apoyo de las mismas. Puede obtener información en municipios, juntas parroquiales o el líder de la comuna.

INSTITUCIÓN	NOMBRE	DESDE	HASTA	ACTIVIDAD
1 NACIONALES				
2 INTERNACIONALES				

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

1. Sí	<input type="checkbox"/>		PLAN	AÑO

2. No

4.3. Qué tipo de organizaciones tiene la comunidad (marque con una x):

TIPO DE ORGANIZACIÓN	
1. JUNTA PARROQUIAL	<input type="checkbox"/>
2. COMITÉ DE BARRIO	<input type="checkbox"/>
3. DIRECTIVA COMUNITARIA	<input type="checkbox"/>
4. COMITÉ DE DESARROLLO	<input type="checkbox"/>
5. COOPERATIVAS	<input type="checkbox"/>
6. ORGANIZACIÓN DE MUJERES	<input type="checkbox"/>
7. COMITÉ DE PADRES DE FAMILIA	<input type="checkbox"/>
8. ORGANIZACIONES RELIGIOSAS	<input type="checkbox"/>
9. CLUBES	<input type="checkbox"/>
10. ASOCIACIONES DE TURISMO	<input type="checkbox"/>
11. Otras	<input type="checkbox"/>

5. COMUNIDAD RECEPTORA

5.1. A qué actividades económicas principales se dedica la población (Para contestar esta pregunta se puede consultar en el INEC. Llene las casillas con porcentajes):

1. AGRICULTURA, CAZA, AVICULTURA, PESCA, GANADERÍA	<input type="checkbox"/>	6. SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES	<input type="checkbox"/>
2. EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS	<input type="checkbox"/>	7. TRANSPORTE Y COMUNICACIÓN	<input type="checkbox"/>
3. INDUSTRIAS MANUFACTURERAS 3.1 ARTESANÍAS	<input type="checkbox"/>	8. ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS	<input type="checkbox"/>
4. ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	<input type="checkbox"/>	9. COMERCIO	<input type="checkbox"/>
5. CONSTRUCCIÓN	<input type="checkbox"/>	10. TURISMO, HOTELES Y RESTAURANTES	<input type="checkbox"/>
		11. ACTIVIDADES NO ESPECIFICADAS _____	<input type="checkbox"/>

Fuente:

5.2. ¿Cuáles son las tres actividades productivas más rentables de la comunidad? Nómbralas.

1. _____
2. _____
3. _____

Fuente: _____

5.3. Tipo de empleo turístico (Sólo para comunidades que prestan servicios turísticos). Para contestar esta pregunta se encuestó a _____ personas.

	Porcentaje%
1. EMPLEOS FORMALES EN TURISMO (PERSONAL CON CONTRATO VERBAL O ESCRITO, ESTABLECIMIENTOS CON DOCUMENTOS EN REGLA)	
2. EMPLEOS INFORMALES EN TURISMO (VENEDORES INFORMALES, PRESTADORES DE SERVICIOS SIN DOCUMENTOS EN REGLA O SIN PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO)	

5.4. Tipo de actividad en la que participa la comunidad: puede marcar más de uno si así fuere el caso.

- | | |
|-------------------------|--|
| 1. TRABAJO EN GRUPO | |
| 2. MINGA | |
| 3. ASAMBLEA COMUNITARIA | |
| 4. OTRAS | |

Comentarios:

5.5. Ha participado la Comunidad o la Directiva Comunitaria en la elaboración de los Planes Estratégicos locales con:

	Si	No
1. MUNICIPIO		
2. GOBIERNO PROVINCIAL		

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

	# de personas
1. INGLÉS	
2. CAPACIDAD O EXPERIENCIA EN GUIANZA	
3. COCINA	
4. CONTABILIDAD / ADMINISTRACIÓN	
5. OTRA _____	

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

Para contestar esta pregunta se encuestó a _____ - personas.

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

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

Auxiliar de campo:

Fecha:

Anexo 3: Encuesta aplicada

La presente encuesta tiene como fin realizar el estudio de la demanda que se presenta en la ruta cultural “Loja Patrimonial” en la ciudad de Loja, la información que será proporcionada en la siguiente encuesta serán anónimas, es decir, no se pedirá su nombre en ningún momento, ya que esta información es parte del trabajo “**PROPUESTA DE FORTALECIMIENTO DE LA RUTA CULTURAL "LOJA PATRIMONIAL" DE LA CIUDAD Y PROVINCIA DE LOJA**”, previa a la obtención del título en Licenciado en Turismo.

Perfil demográfico del visitante

Sexo:

Masculino ()

Femenino ()

Edad:

Menor de 18 ()

19 a 24 ()

25 a 30 ()

31 a 36 ()

37 a 42 ()

43 a 48 ()

Más de 49 ()

Lugar de procedencia:

Local ()

Nacional ()

Provincia ()

Extranjero ()

Uso de medio de información

1. ¿Qué medios de información utiliza antes de visitar un destino turístico?

Redes sociales ()

Páginas web ()

Noticiero digital ()

Radio ()

Televisión ()

2. ¿Con que frecuencia utiliza las redes sociales para informarse sobre los destinos turísticos?

Casi siempre ()

Frecuentemente ()

A veces ()

Casi nunca ()

Nunca ()

3. ¿Por medio de que plataforma o medio usted prefiere encontrar información acerca de la ruta?

Redes Sociales ()

Medio de comunicación ()

Boletines ()

e-mail ()

Características del viaje

4. ¿Ha realizado viajes direccionados al turismo cultural en Loja?

Si ()

No ()

Talvez ()

5. ¿Considera que el turismo cultural es importante para preservar la historia del Loja?

Si ()

No ()

- Talvez ()
- 6. ¿Cree que Loja cuenta con el suficiente potencial para ofertar el turismo cultural?**
 Si ()
 No ()
 Desconozco ()
- 7. ¿Alguna vez ha visitado la ruta cultural “Loja Patrimonial”, en la ciudad de Loja?**
 SI () NO ()
- 8. En el caso de no haber visitado la ruta, ¿le gustaría participar en la misma?**
 SI () NO ()
- 9. De las siguientes actividades culturales ¿Cuáles le gusta realizar dentro de la ruta “Loja Patrimonial”?**
- Visita a Iglesias ()
 Visita a Museos ()
 Visita a tiendas artesanales ()
 Visita a restaurantes de comida típica ()
 Visita a casas patrimoniales ()
- 10. ¿Considera que sea necesario la implementación de material audio visual (vídeos) en los teatros durante el recorrido para mejor conocimiento de la historia en Loja?**
 SI () NO ()
- 11. En el caso de los Museos del Casco Urbano, ¿Cree que el recorrido tendría que ser realizado por el guía local, o por los encargados de los mismos?**
- Guía local ()
 Encargados ()
- 12. Si su respuesta fue que tendría que ser realizado por una persona encargada del museo, ¿Por qué?**
- Tiene mejor conocimiento de la historia del museo ()
 El encargado conoce mejor las instalaciones ()
 Se tendría información de forma directa ()

13. Durante el recorrido por los Museos del casco urbano de Loja, ¿cree que sea importante mostrar o planificar para los turistas obras teatrales que representen la cultura de Loja?

SI ()

NO ()

14. ¿Cuál es el tiempo que considera adecuado para poder cumplir con una ruta cultural en el casco urbano de la ciudad de Loja?

1 hora ()

2 horas ()

3 horas ()

Más de 3 horas ()

15. Considerando la importancia de la ruta ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el recorrido de la ruta cultural “Loja Patrimonial”?

Menos de \$5 ()

\$5 ()

\$10 ()

Más de \$10 ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 4: Transporte terrestre que presta servicio a la ruta

RUTA	RECORRIDO	TIPO DE TRANSPORTE	
		LOCAL	INTERCANTONAL
L1	PITAS – EL ROSAL	X	
L2	SAUCES – ARGELIA	X	
L4	BORJA – ISIDRO AYURA	X	
L5	COLINAS LOJANAS – ZAMORA HUAYCO	X	
L7	MOTUPE – PUNZARA	X	
L8	CIUDAD VICTORIA – CARIGÁN	X	
L10	SAUCES NORTE – JULIO ORDOÑEZ	X	
L11	BOLONIA – TIERRAS COLORADAS	X	
L12	SOL DE LOS ANDES – EL PARAISO	X	

Fuente: (MOOVIT, 2022)

Elaboración: Steven Gonzalo Muicela Quizhpe.

Anexo 5: Itinerario de la ruta cultural “Loja Patrimonial”

Ruta Cultural “Loja Patrimonial”

Hora	Actividad
08:50 – 09:00	Punto de encuentro en la Plaza Central (indicaciones e introducción al recorrido)
09:00 – 09:30	Inicio del recorrido (explicación de la Iglesia La Catedral y Plaza Central)
09:30 – 09:35	Traslado al Museo de la Lojanidad
09:35 – 10:00	Visita al Museo de la Lojanidad
10:00 – 10:05	Traslado al Museo de las Madres Conceptas
10:05 – 11:00	Visita al Museo de las Madres Conceptas
11:00 – 11:05	Traslado al Teatro Bolívar
11:05 – 11:40	Visita al Teatro Bolívar
11:40 – 11:45	Traslado al museo de la Música
11:45 – 12:40	Visita al museo de la Música
12:40 – 12:45	Traslado a la Plaza de Santo Domingo
12:45 – 13:20	Visita a la Plaza de Santo Domingo
13:20 – 13:25	Traslado a la Plaza San Sebastián
13:25 – 14:00	Visita a la Plaza San Sebastián
14:00 – 14:05	Traslado al restaurante “La Casa del TAMAL”
14:05 – 14:30	Degustación de platillo típico en el restaurante “La Casa del TAMAL”
14:30	Fin del recorrido (plaza San Sebastián)

Fuente: Salida de Campo.

Elaboración: Steven Gonzalo Muicela Quizhpe.

Anexo 6: Fotografías de la validación



Fig. 1.- “Plaza Central”



Fig. 2.- “Museo de la Lojanidad”



Fig. 3.- “Plaza Santo Domingo”



Fig. 4.- “Museos de las Madres Conceptas ”



Fig. 5.- “Teatro Simón Bolívar”



Fig. 6.- “Degustación gastronómica en el restaurante “La Casa del TAMAL”

Fuente: Salida de Campo.

Elaboración: Steven Gonzalo Muicela Quizhpe.



CERTIFICATE

Lic. Keyla Gabriela Carpio Moreno
PARTICULAR ENGLISH TEACHER

CERTIFICA:

Que el documento aquí compuesto es fiel traducción del idioma español al idioma inglés del resumen de tesis " Propuesta de fortalecimiento de la ruta cultural "Loja Patrimonial" de la ciudad y provincia de Loja", autoría del señor **Steven Gonzalo Muicela Quizhpe** con número de cédula **1104982424**, egresado de la Carrera de Turismo de la Universidad de Loja.

Lo certifico en honor a la verdad y autorizo al interesado hacer uso del presente en lo que a sus intereses convenga.

Loja, 23 de Octubre de 2023



Keyla Gabriela Carpio Moreno

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA EDUCACION MENCION INGLES

REG. 1031-2022-2574264