



unl

Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Turismo

Productos turísticos digitales para la parroquia urbana de Catamayo

Trabajo de Integración Curricular
Previo la obtención del título de
licenciado en Turismo

AUTOR

Carlos Enrique Jimbo Veintimilla

DIRECTORA:

Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene, Mg. Sc.

Loja- Ecuador

2024

Educamos para **Transformar**

Certificación del trabajo de integración curricular

Loja, 21 de noviembre de 2024.

Ing. Maruxi Loarte Tene. Mg. Sc.

DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

C E R T I F I C O:

Que he revisado y orientado todo proceso de la elaboración del trabajo de Integración Curricular denominado: **Productos turísticos digitales para la parroquia urbana de Catamayo**, Previo a la obtención del título de **Licenciado en Turismo**, de la autoría del estudiante **Carlos Enrique Jimbo Veintimilla**, con **cédula de identidad Nro. 1104791841**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para la respectiva sustentación y defensa.

Ing. Maruxi Loarte Tene. Mg. Sc.

DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Autoría

Yo, **Carlos Enrique Jimbo Veintimilla**, declaro ser autor/a del presente Trabajo de Integración Curricular eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular o de Titulación, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

Cedula de Identidad: 1104791841

Fecha: 21/11/2024.

Correo electrónico: carlos.jimbo@unl.edu.ec

Celular: 0985077137

Carta de autorización del estudiante

Yo, **Carlos Enrique Jimbo Veintimilla**, declaro ser autor del trabajo de Integración Curricular: **Productos turísticos digitales para la parroquia urbana de Catamayo**, como requisito para optar el título de **Licenciado en Turismo**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 24 días del mes de agosto del dos mil veintitrés.

Autor: Carlos Enrique Jimbo Veintimilla

C.I: 1104791841

Dirección: Catamayo, Vía a la Costa

Correo electrónico: carlos.jimbo@unl.edu.ec

Celular: 0985077137

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director del trabajo de integración curricular: Ing. Maruxi Loarte Tene. Mg. Sc.

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación, lo dedico en primer lugar, a Dios por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida, por ser parte de mi guía durante este proceso de formación y por a verme bendecido.

A mis padres Enrique Jimbo y Ana Veintimilla, quienes con su esfuerzo y sacrificio me dieron apoyo incondicional, por haberme enseñado que cada sacrificio tarde o temprano tendrá su recompensa, por a verme enseñado valores que me permitieron ser cada día una mejor persona y gracias a ellos lo estoy logrando.

A mis hermanos Willian, Lesly y Lady por el cariño y apoyo que me brindaron durante este proceso, por a ver estado conmigo en todo momento, por cada consejo que me han dado para poder cumplir con esta meta.

A abuelo José Veintimilla por cada uno de sus consejos y palabras de apoyo.

Este logro es el resultado de cada uno de ustedes.

Carlos Enrique Jimbo Veintimilla

Agradecimiento

Mis agradecimientos más sinceros a la Universidad Nacional de Loja y en especial a la carrera de Turismo, a mis docentes por haberme brindado sus conocimientos, sus consejos los cuales me han servido durante esta preparación.

A mi directora de tesis la Ing. Maruxi Loarte expreso mi agradecimiento y aprecio por su apoyo y confianza, le agradezco por a verme brindado sus conocimientos, su tiempo y paciencia durante esta investigación.

A la Ing. Jhohana Larrea por su paciencia y por su tiempo durante este ciclo, también por a verme motivado para cumplir cada uno de mis objetivos.

Finalmente, a cada uno de mis compañeros que han sido parte de esta formación, los cuales me brindaron su amistad y confianza a todo ellos les deseo éxitos en su vida profesional.

Carlos Enrique Jimbo Veintimilla

Índice de Contenidos

portada.....	i
Certificación del trabajo de integración curricular	ii
Autoría	iii
Carta de autorización del estudiante	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice de Contenidos.....	vii
Índice de tablas	x
Índice de figuras.....	xii
Índice de Anexos.....	xiii
1.Titulo.....	1
2.Resumen.....	2
2.1 Abstract.....	4
3.Introducción	5
4.Marco teórico	8
4.1. Marco conceptual.....	8
4.1.1. Aplicación Wikiloc Outdoor Navigation GPS.....	8
4.1.2. Clasificación del turismo	8
4.1.3. Inventario de atractivos turísticos	9
4.1.4. Sistema Turístico	9
4.1.5. Proceso de la Planificación Turística	11
4.1.6. Turismo digital.....	12
4.2. Marco referencial	13

4.3. Marco legal	15
4.3.1. Ley de turismo	15
4.3.2. Constitución de la República del Ecuador.	15
5. Metodología	16
5.1. Área de estudio	16
5.2. Técnicas	16
5.3 Metodología por objetivos	19
Metodología objetivo 1.	19
Metodología objetivo 2.	20
6. Resultados	21
6.1. Diagnosticar turísticamente la parroquia urbana de Catamayo.	21
6.1.1. Caracterización turística de comunidades.....	21
6.1.2. Oferta de servicios	22
6.1.3. Infraestructura de servicios básicos	24
6.1.4. Gobernanza	26
6.1.5 Resultado de la entrevista	33
6.1.6 Resultado de las encuestas	34
6.1.7. Matriz FODA	43
6.1.8 Matriz FODA Estratégico	45
6.1.9 Nombre e identificación de la ruta.....	47
6.2. Determinar el concepto de los productos turísticos digitales.....	54
6.2.1. Propuesta de herramienta digital: Blog del Municipio de Catamayo	54
7. Discusión.....	59
8. Conclusiones	60
9. Recomendaciones	61

10. Bibliografía	62
11. Anexos	65

Índice de tablas

Tabla 1. Clasificación del turismo	8
Tabla 2. Modalidades, categoría y actividades turísticas.....	9
Tabla 3. Caracterización de la Oferta Turística	10
Tabla 4. Tamaño de población.....	17
Tabla 5. Diagnóstico de la parroquia urbana de Catamayo	21
Tabla 6. Alojamientos de la parroquia urbana de Catamayo.....	22
Tabla 7. Restaurantes y cafeterías de la parroquia urbana de Catamayo.....	23
Tabla 8. Bares y discotecas de la parroquia urbana de Catamayo.....	24
Tabla 9. Servicios complementarios de la parroquia urbana de Catamayo.....	24
Tabla 10. Servicio de transporte de la parroquia urbana de Catamayo	25
Tabla 11. Instituciones de salud.....	25
Tabla 12. Servicio de gasolineras	26
Tabla 13. Atractivos turísticos	26
Tabla 14. Ficha del atractivo Parque Cuerno de la Abundancia.....	27
Tabla 15. Ficha del atractivo Parque Central de Catamayo.....	28
Tabla 16. Ficha de Resumen del Atractivo.....	28
Tabla 17. Ficha de Resumen Iglesia Católica María Auxiliadora	29
Tabla 18. Ficha de resume del atractivo Mirador “La Cruz”.....	30
Tabla 19. Ficha de Resumen del atractivo El Boquerón.....	31
Tabla 20. Ficha de resume del atractivo peregrinación de la Virgen de El Cisne	31
Tabla 21. Ficha de resumen Plato típico Cecina.....	32
Tabla 22. Edad.....	34
Tabla 23. Genero.....	35
Tabla 24. Nivel de instrucción	35
Tabla 25. Ocupación actual.....	36
Tabla 26. Nacionalidad	36
Tabla 27. Lugar de Procedencia.....	36
Tabla 28. Ingresos mensuales	37
Tabla 29. Conoce la Parroquia.....	37
Tabla 30. Modalidad de Turismo.....	38
Tabla 31. Gasto Promedio.....	38
Tabla 32. Lugares Turísticos.....	39
Tabla 33. Actividades Turísticas.....	39
Tabla 34. Elementos de importancia.....	40
Tabla 35. Servicios Turísticos.....	40
Tabla 36. Productos Turísticos	41
Tabla 37. Manejo de Tecnología	41
Tabla 38. Información Turística	42
Tabla 39. Información Turística	42
Tabla 40. Plataformas digitales.....	42
Tabla 41. Promoción de Productos	43
Tabla 42. FODA.....	43

Tabla 43. Matriz FODA estratégico.....	45
Tabla 44. Presupuesto	53
Tabla 45. Presupuesto	55
Tabla 46. Presupuesto Aplicación Wikiloc.....	57
Tabla 47. Presupuesto Video en 360.....	58

Índice de figuras

Figura 1. Sistema Turístico	10
Figura 2. Proceso de Planificación.....	11
Figura 3. Mapa de la parroquia urbana de Catamayo	21
Figura 4. Marca turística	47
Figura 5. Mapa Georreferenciación Ruta Turística "El Valle del Eterno Sol"	48
Figura 6. Ruta Turística	50
Figura 7. Circuito Turístico.....	51
Figura 8. Circuito Turístico.....	52
Figura 9. Página del GAD de Catamayo.....	54
Figura 10. Página de Catamayo	54
Figura 11. Página de Catamayo	55
Figura 12. Diseño de la propuesta plataforma digital	55
Figura 13. Aplicación Wikiloc.....	56
Figura 14. Aplicación Wikiloc.....	56
Figura 15. Aplicación Wikiloc.....	57
Figura 16. Página de YouTube	58

Índice de Anexos

Anexo 1. Certificación de designación de director de TIC.....	65
Anexo 2. Ficha de Diagnóstico Turístico de Comunidades.....	66
Anexo 3. Ficha de caracterización de la demanda.....	75
Anexo 4. Ficha de caracterización de atractivos y recursos turísticos.....	77
Anexo 5. Ficha técnicas del Mintur.....	84
Anexo 6. Modelo de entrevista.....	94
Anexo 7. Modelo de Encuesta.....	95
Anexo 8. Resultado de las encuestas.....	99
Anexo 9. Realización de entrevistas.....	107
Anexo 10. Resultado de la entrevista.....	108
Anexo 11. Certificado abstract.....	110

1. Título

“Productos turísticos digitales para la parroquia urbana de Catamayo.”

2. Resumen

Un producto digital es un bien intangible elaborado mediante el uso de las tecnologías, este producto se puede adquirir de una manera gratuita o pagada a través del uso del internet. El desarrollo de los productos turísticos digitales es un medio que permite fortalecer y promocionar los espacios turísticos de las localidades que no cuenta con la promoción que se debe realizar para incrementar la afluencia de turistas hacia la comunidad. Por lo tanto, el objetivo de esta investigación fue la creación productos turísticos digitales para promover el desarrollo del turismo. Como objetivo específico fue diagnosticar turísticamente la parroquia urbana de Catamayo, luego determinar el concepto de los productos turísticos digitales priorizados como resultado del diagnóstico. El primer objetivo, **Diagnosticar turísticamente la parroquia urbana de Catamayo**, tiene como finalidad conocer lo que tienen la parroquia para esto se utilizó la metodología de Carla Ricaurte la cual permitió hacer un diagnóstico del potencial del sitio turístico, se utilizó las encuestas para determinar el perfil del turista que visita la parroquia y obtener información sobre los productos que ellos crean que son importantes para el lugar, se aplicó entrevistas a la encargada de la unidad de turismo y a dueños de establecimientos turísticos, Seguidamente se utilizó la metodología de levantamiento de atractivos de espacios turísticos del Ecuador establecida por el MINTUR. A través de los datos recabados se utiliza la matriz de FODA, posteriormente se utilizó el FODA cruzado para definir las posibles propuestas. En los resultados obtenidos se pudo evidenciar que el lugar cuenta con un gran número de establecimientos de alojamiento y alimentación, atractivos culturales y el producto que se escogió fue el diseño de una ruta turística llamada “El Valle del Eterno Sol” la cual también cuenta con dos circuitos llamados La Cruz y El Boquerón. Para el segundo objetivo, **Determinar el concepto de los productos turísticos digitales priorizados como resultado del diagnóstico** se aplicó el modelo Canvas para desglosar los elementos o instrumentos digitales esenciales para los productos turísticos, en base al segmento de mercado seleccionado en el primer objetivo. Para poder digitalizar la ruta se identificó distintas herramientas digitales para el funcionamiento del producto turístico, se hizo un bosquejo en la cual se redacta cada uno de los pasos que se tienen que considerar para poder implementarlo en las distintas plataformas digitales, se realizó un presupuesto aproximado del valor que podría costar para poder realizar las propuestas en conclusión la Ruta Turística “El Valle del Eterno Sol” es una propuesta que busca impulsar la parte turística de la localidad permitiendo la promoción y difusión de cada uno de los atractivos, en cuento a las recomendaciones que el GAD de Catamayo realice capacitaciones a establecimientos turísticos y a pequeños

emprendedores, al ministerio de turismo de la zona 7 que realice un proyecto enfocado a la promoción de la parroquia y difundíéndolo a nivel nacional como un destino a tomar en cuenta.

Palabras clave: promoción, ruta turística, diseño, turismo.

2.1 Abstract

A digital product is an intangible good elaborated through the use of technologies, this product can be acquired in a free or paid way through the use of the internet. The development of digital tourism products is a means to strengthen and promote the tourist areas of the localities that do not have the promotion that should be done to increase the influx of tourists to the community. Therefore, the objective of this research was the creation of digital tourism products to promote tourism development. The specific objective was to diagnose tourism in the urban parish of Catamayo, then determine the concept of digital tourism products prioritized as a result of the diagnosis. The first objective, **Diagnose tourism in the urban parish of Catamayo**, aims to know what the parish has, for this we used the methodology of Carla Ricaurte which allowed us to make a diagnosis of the potential of the tourist site, Surveys were used to determine the profile of tourists who visit the parish and obtain information about the products that they believe are important for the place, interviews were conducted with the head of the tourism unit and owners of tourist establishments, followed by the methodology for the survey of attractions of tourist areas of Ecuador established by the MINTUR. Through the data collected, the SWOT matrix was used, then the cross SWOT was used to define the possible proposals. The results obtained showed that the place has a large number of lodging and food establishments, cultural attractions and the product chosen was the design of a tourist route called "El Valle del Eterno Sol" which also has two circuits called La Cruz and El Boquerón. For the second objective, **to determine the concept of digital tourism products prioritized as a result of the diagnosis**, the Canvas model was applied to break down the essential digital elements or tools for tourism products, based on the market segment selected in the first objective. In order to digitize the route, different digital tools were identified for the operation of the tourist product, a draft was made in which each of the steps that have to be considered to be able to implement it in the different digital platforms, an approximate budget was made of the value that it could cost to make the proposals in conclusion the Tourist Route "The Valley of the Eternal Sun" is a proposal that seeks to boost the tourist part of the town allowing the promotion and dissemination of each of the attractions, In terms of recommendations, the GAD of Catamayo should provide training to tourist establishments and small entrepreneurs, and the Ministry of Tourism of zone 7 should carry out a project focused on promoting the parish and disseminating it nationally as a destination to be taken into account.

Key words: promotion, tourist route, design, tourism.

3. Introducción

Según la OMT (Organización Mundial del Turismo) el turismo es el desplazamiento de las personas de un lugar a otro con el fin de realizar actividades distintas a su entorno habitual, con un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con el fin de ocio, trabajo entre otros. El turismo mundial experimentó un incremento del 4% en 2021, en comparación con 2020 Sin embargo, las llegadas de turistas internacionales se mantuvieron un 72% por debajo de las de 2019, el año previo a la pandemia, según las estimaciones preliminares de la OMT (OMT, 2022).

El turismo interno sigue impulsando la recuperación del sector en un número cada vez mayor de destinos, en particular los que tienen grandes mercados internos. Según los expertos, el turismo doméstico y los viajes cerca de casa, así como las actividades al aire libre, los productos basados en la naturaleza y el turismo rural son algunas de las principales tendencias de viaje que seguirán configurando el turismo en 2022.

Hoy en día la industria del turismo vive momentos de grandes cambios con las TIC, la necesidad de involucrarse, interactuar y atraer es vital por esta razón los líderes de las industrias del turismo conocen la gran importancia de utilizar las nuevas tecnologías para atraer a más turistas (Gonzaga Vallejo, 2019).

A nivel mundial existen nuevas tendencias turísticas donde la demanda exige nuevos productos turísticos, ofreciendo experiencias de viajes que permiten difundir el potencial de los atractivos de un destino turístico.

En la actualidad muchas ciudades del país existen productos digitales de los cuales han permitido elevar el número de turistas que visitan estas zonas, en la parroquia urbana de Catamayo como uno de los lugares más visitados de la provincia de Loja no cuenta con productos digitales para su entorno. Se da la posibilidad de desarrollar nuevas herramientas basadas en las nuevas tecnologías para que los turistas tanto como nacionales y extranjeros que desean conocer la parroquia se mantengan informados de la gran variedad de atractivos que existes en ella.

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad buscar nuevos productos turísticos digitales los cuales permitan fortalecer la actividad turística, mediante la determinación de la situación turística actual de la zona de estudio, tomando en cuenta la recopilación de información, los recursos turísticos existentes, los atractivos, los servicios, la infraestructura, la accesibilidad entre otros.

La parroquia urbana de Catamayo tiene una gran potencial para la creación de productos turísticos digitales, expresada a través de la diversidad turística de sus parroquias cuyo fortalecimiento puede ayudar a la reactivación de la actividad turística, sus principales actividades económicas son la agricultura y ganadería de lo cual el 80% está directamente relacionada con la agricultura y el 20% con la ganadería en la zona existe otras actividades como el turismo, el comercio y la manufactura, siendo reconocida a nivel cantonal por su actividad turística. Sin embargo, no cuenta con una estrategia que permita la difusión y promoción de las actividades como sus festividades, su gastronomía, su riqueza natural y cultural. El desconocimiento, descuido por parte de las autoridades del GAD parroquial, no ha permitido que exista una importante afluencia de turistas, dando como consecuencia la inexistencia de productos turísticos digitales los cuales se pueda ofrecer en el mercado para fortalecer el desarrollo turístico en el sector.

Esta investigación permitirá identificar las distintas actividades y servicios que presta la localidad para que se desarrollen turísticamente. Los beneficiarios son los habitantes del sector que brinda servicios turísticos (hospedaje, bares, gastronomía, entre otros), además de las personas dedicadas a la agricultura y al GAD de Catamayo. Al plantear los conceptos de productos turísticos digitales, las personas dedicadas al turismo y el municipio podrían implementar estas estrategias para el beneficio propio del lugar, para el desarrollo del turismo generando mejores ingresos económicos que ayudaran al beneficio de su población local. Esto ayudará a incrementar el número de visitantes en la localidad, reactivado la actividad económica del sector.

Este estudio se relaciona con otros trabajos previos con temas como “ Diseño de una plataforma digital para el turismo interno en Colombia” (Buitrago, 2020), “transformación digital en impacto del big data en el sector turístico” (Canosa , 2023), Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local (Ramírez, 2019).

Es importante mencionar que la presente investigación tiene como objetivo general “Proponer productos turísticos digitales para la parroquia urbana de Catamayo”, así como dos objetivos específicos los cuales son: Diagnosticar turísticamente la parroquia urbana de Catamayo y Determinar el concepto de los productos turísticos digitales priorizadas como resultado del diagnóstico.

Este estudio busca establecer las características importantes para la creación de productos turísticos digitales los cuales permitan posicionar a la parroquia urbana como un

destino, además de esto obtener preferencia por los visitantes, logrando fortalecer la imagen y permitiendo al turista tener nuevas experiencias, la implementación de estos productos dependerá de las autoridades del GAD de Catamayo. Dentro de las limitaciones encontradas durante la investigación fueron que existió poca colaboración por parte de los actores involucrados y poca disposición por parte del GAD de Catamayo.

4. Marco teórico

4.1. Marco conceptual

Mediante la revisión literaria de varios documentos, se establece los siguientes temas para el desarrollo de la investigación:

4.1.1. Aplicación Wikiloc Outdoor Navigation GPS

Es una plataforma digital diseñada para la navegación, y seguimiento de rutas, utilizada por aficionados y profesionales de distintas actividades como el ciclismo, senderismo, escalada, kayak entre otras. La aplicación permite a los usuarios realizar un trazado de la ruta, permitiendo recolectar los puntos GPS, grabar la ruta, utilizar funciones de navegación guiadas por asistentes. (Justuseapp.com, 2024)

4.1.2. Clasificación del turismo

Esta clasificación resulta muy útil para analizar la actividad turística y su evolución a través de las cuentas turísticas. Al examinar aspectos como si los turistas son nacionales o extranjeros, si ingresan o salen de un territorio determinado, o si pernoctan en el destino, se identifican tipos como: turismo receptivo, egresivo, extranjero, nacional, internacional e interno. (Ibañez Pérez & Canrera Villa, 2011).

Luego de analizar lo investigado, se establece la siguiente categorización del turismo.

Ver tabla 1.

Tabla 1. Clasificación del turismo

Clasificación del turismo	
Turismo Receptivo	No residentes procedentes de un país determinado.
Turismo Domestico	Residentes visitando su propio país.
Turismo Emisor	Residentes del propio país se dirigen a otros países.
Combinación del turismo	
Turismo Nacional	Doméstico y Emisor.
Turismo Internacional	Emisor y Receptivo.
Turismo Interno	Doméstico y Receptivo.

Fuente: Clasificación de Turismo obtenido de Sancho (2008).

Tipos de Turismo.

En los últimos años, el turismo ha experimentado cambios significativos para adaptarse a las demandas de los turistas que visitan diferentes lugares. Las preferencias de los visitantes

han sido la base para el desarrollo de nuevos tipos y formas de turismo, según han revelado investigaciones llevadas a cabo por diversas organizaciones. Ver tabla 2

Tabla 2. Modalidades, categoría y actividades turísticas

Tipos y modalidades del turismo		
Modalidad turística	Categoría	Actividad
Turismo tradicional	Sol y playa	Actividades acuáticas
	Actividades culturales	Visitas a sitios históricos
	Actividades de esparcimiento	Disfrute de restaurantes, casinos, discotecas, etc.
Turismo alternativo	Ecoturismo	Talleres de educación Ambiental
		Senderismo interpretativo
		Observación de flora y fauna
		Observación de atractivos naturales
	Turismo de Aventura	Montañismo
		Rappel
		Cabalgata
		Escalada
		Caminata
		Ciclismo de montaña
Turismo rural	Talleres Artesanales	
	Etnoturismo	
	Agroturismo	
	Preparación y uso de medicina tradicional	
	Talleres y disfrute gastronómico	
	Fotografía Rural	
	Aprendizaje de Dialectos	
Vivencias Místicas		

Fuente: información de Secretaría de Turismo (SeCtur)-Cámara de Senadores y Diputados de los Estados

Unidos Mexicanos (Ibañez & Rodríguez Villalobos, 2017).

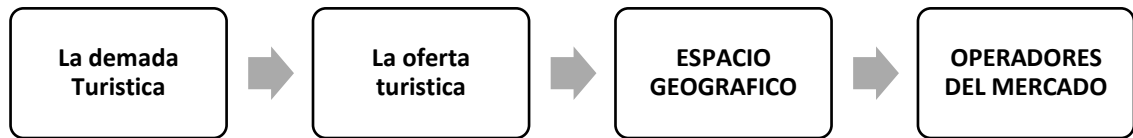
4.1.3. Inventario de atractivos turísticos

El inventario de atractivos turísticos, se concibe como un registro valorado de todos los atractivos que por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio turístico nacional. Se constituye como un instrumento dinámico de información integrada para respaldar la gestión por su capacidad de aportar datos consistentes para planificar, ejecutar y evaluar el territorio facilitando la toma de decisiones en materia de desarrollo turístico (Turismo, 2018).

4.1.4. Sistema Turístico

Ledhesma (2018) quien cita al autor (Beni 2008) define al sistema Turístico como al conjunto de procedimientos, ideas y principios, ordenados lógicamente y conexos con la intención de ver el funcionamiento de la actividad turística.

Según los atractivos turísticos, los servicios y la infraestructura necesarios para el turismo, se compone de cuatro elementos básicos que hacen que la actividad turística sea una experiencia única. Ver figura 1



Fuente: Sistema turístico obtenido de Ledhesma (2018).
 Figura 1. Sistema Turístico

Demanda turística

La demanda turística es un concepto que se refiere al conjunto de personas que están dispuestas a viajar y consumir productos o servicios turísticos. Esta demanda puede clasificarse en varias categorías según diferentes autores. Por ejemplo, Gonzalez alatorre & Conde Pérez (2011) indica que la clasificación de la demanda efectiva o actual (personas que están viajando de un lugar a otro), la demanda latente (aquellas personas que desean viajar, pero no lo hacen por diferentes motivos), y la no demanda (personas que no tienen interés en viajar).

Oferta Turística

La oferta turística es el conjunto de recursos, servicios y productos disponibles de un destino para complacer las necesidades de los visitantes. Autores como Rodney , García Reinoso , & Rodríguez Ortega (2017) destacan que este concepto abarca no solo los atractivos turísticos, sino también la infraestructura y los servicios que permiten a los turistas aprovechar de ellos. Además, se hace énfasis en su importancia para el desarrollo económico y sostenible de un lugar, promoviendo tanto el bienestar social como la conservación del entorno natural y cultural. Ver tabla 3

Tabla 3. Caracterización de la Oferta Turística

Caracterización de la oferta turística	
Atractivos	Volcanes, Cascadas, Ríos, Lagos, Museos.
Planta turística	Alojamiento, Alimentación, Servicios Turísticos Complementarios.
Infraestructura	Red Vial, Red Eléctrica.

Fuente: Tabla de Caracterización de la Oferta Turística obtenido de Peña-Cortés et al, (2001)

Espacio Geográfico

El concepto de espacio geográfico se refiere a la interacción entre los elementos naturales y las modificaciones humanas de un determinado lugar, según diversos autores como Vargas Ulate (2012) en su artículo “Espacio y territorio en el análisis geográfico” argumenta

que el espacio geográfico está centrado en los factores físicos y otros en la interacción humana con el ambiente.

Operadores del Mercado

Son los organismos y empresas cuya función es facilitar la conexión entre la oferta y la demanda turística, son principalmente las agencias de viajes, las compañías de transporte, así como las entidades públicas y privadas que participa en la organización, promoción y difusión del turismo. Estos actores son encargados de ejecutar y coordinar los servicios y productos turísticos para asegurar que los turistas puedan acceder de manera eficiente los servicios turísticos (Socatelli, 2013).

Innovación Turística

El concepto de innovación turística ha sido objeto de numerosos estudios estos se ven reflejado en sectores de negocios, economía y entornos sociales. La innovación turística se refiere a la adaptación y implementación de transformaciones con el objetivo de mejorar la calidad, esto puede presentar en la creación de nuevos producto o servicios, así como el desarrollo de nuevos modelos de negocios (Mullo Romero, Castro Salceso, & Guillén Herrera, 2019).

4.1.5. Proceso de la Planificación Turística

Quijano (2009) menciona que en la planificación turística se debe realizar etapas en las cuales se incluyan el diagnostico, análisis y propuestas para el lugar de investigación, por ejemplo, la OMT propone un proceso de 7 etapas secuenciales que pueden modificarse según el enfoque de planificación y las condiciones locales. Ver figura 2 Proceso de Planificación



Fuente: Metodología de Quijano (2009).
Figura 2. Proceso de Planificación

Las etapas iniciales que define la OMT (Organización Mundial del Turismo) corresponden específicamente al proceso de planificación y las dos últimas las actividades de ejecución y aplicación de las nuevas estrategias de desarrollo.

4.1.6. Turismo digital

El turismo digital se refiere al empleo de las herramientas tecnológicas antes, durante y después de un viaje, esto involucra tanto a los turistas como a otros actores clave del sector. Este entorno ha sido uno de los más afectados por la llamada “nueva era digital”, este cambio exige que existan nuevas estrategias, herramientas y e nuestro ecosistema turístico. Adaptándose a la nueva realidad digital, aprovechando nuevas oportunidades para la innovación y superar desafíos para dar cumplimiento a las expectativas de los turistas (Uribe, 2022).

Tecnologías de la información y la comunicación aplicadas al turismo

Los sistemas de información turística se entienden como un proceso continuo y organizado que permite recolectar, procesar, clasificar y difundir de datos en destino turístico. Este sistema es una herramienta clave para quienes ofrezcan productos y servicios turísticos, ya que permite el diseño de planes y programas. Además, ofrece información oportuna para la toma de decisiones empresariales en relación con las políticas públicas y ofrece a los turistas datos importantes para su experiencia en el destino (Larrea Paredes & Zambrano Aguilar, 2021).

Marketing digital en el turismo

La llegada del internet ha facilitado a una nueva forma de interacción entre las empresas y los clientes, las tecnologías que respalda a esta red global han permitido impulsar el marketing permitiendo que las empresas ofrezcan diferentes tipos de propuestas para el consumidor. El crecimiento del internet ha permitido que las grandes y medianas empresas pueda participar del mercado global, lo que exige que se mantenga en un constante crecimiento ya sea a nivel local, nacional o internacional (Frede, 2008)

4.2. Marco referencial

El tema de esta investigación requiere una revisión de antecedentes que permita investigar sobre el diseño de productos turísticos digitales, tanto a nivel nacional como internacional, con el objetivo de proporcionar una base sólida de conocimiento que permita el desarrollo del proyecto. Esta investigación busca integrar información relevante y valiosa sobre cómo se ha utilizado estas estrategias en diferentes contextos, aportando así perspectivas y enfoques que enriquecen al análisis y la aplicación en el presente trabajo:

Buitrago (2020) en la tesis “ Diseño de una plataforma digital para el turismo interno en Colombia”. Al concluir su proyecto expresa que:

No se trató solamente de elaborar una aplicación para un comercio electrónico sino de comprender un sector, sus dinámicas y sus necesidades. Este proyecto concluye que una de las respuestas para la recuperación de turismo en Colombia es ampliar la oferta turística en el ecosistema digital, los viajeros y prestadores de servicios turísticos hace cada vez mayor uso de las herramientas digitales, como redes sociales, mapas electrónicos y buscadores online. La aportación principal de este trabajo consiste en el diseño de una aplicación digital para el turismo interno en Colombia que incluye la oferta de actividades y destinos de los prestadores de servicios nacionales (pág. 114).

Con lo antes expuesto, se concluye que este proyecto busca responder a varias preguntas relacionadas con la oferta digital y el acceso a los productos turísticos digitales, más allá de crear una simple aplicación de comercio electrónico se centra en entender las dinámicas y necesidades del sector turístico. La recuperación del turismo en el país es expandir la oferta turística en el entorno digital, ya que los viajeros esta usando los servicios de herramientas digitales como redes sociales, aplicaciones digitales, mapas en línea entre otros. la principal contribución de este trabajo es en el desarrollo de una aplicación digital enfocada en el turismo en Colombia, esta plataforma incluye la oferta de actividades turísticas y destinos proporcionados por los prestadores de servicios turísticos, facilitado el acceso y promoción del lugar.

Por otra parte, Canosa (2023) en su tesis “transformación digital en impacto del big data en el sector turistico”. Al concluir su proyecto expresa que:

El desarrollo de las herramientas basicas, como las primeras tecologias de la informacion y la comunicacion, los sistemas CRS y los smartphoes ha sido

especial para construir las bases sobre las que se cimentaran las posteriores soluciones tecnologicas mas avanzadas como la inteligencia artificial.

Por otra parte Ramírez (2019) en la tesis “propuesta metodologica para la generacion de productos turisticos a partir de la comunidad local”. Al concluir su proyecto expresa que:

Las nuevas exigencias sociales, ecocomicas y ambietales hace necesario que se diseñe productos turisticos para la comunidad, esas son consideras pilar fundamental para el desarrollo. Esto se componen por diferentes etapas como diseño de productos turísticos, identificación y análisis de la demanda, estos componentes permiten dar oportunnidades para el desarrollo del turismo, garantizando mejores condiciones de vida , esto se ve reflejado en los entornos sociales, economicos de la comunidad receptora.

Con lo antes expuesto, se concluye que este proyecto busca conocer las demandas sociales, económicas y ambientales que se requiere para la creación de productos turísticos, la cual es un elemento muy importante para el desarrollo de la comunidad. Estos procesos abarcan varias fases, como el diseño de productos turísticos y el análisis de la demanda. Estos componentes buscan dar soluciones para impulsar el turismo permitido mejorar las condiciones de vida de su población y en el ámbito económico.

4.3. Marco legal

Según en el marco legal actual la ley de turismo en el artículo 3 respaldan la presente investigación, al igual que la constitución en el artículo 16.

4.3.1. Ley de turismo

Capítulo 1. Generalidades

Art. 3.- son principales de la actividad turística, los siguientes:

b) participación de los gobiernos provinciales y cantonales para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

c) el fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas.

4.3.2. Constitución de la República del Ecuador.

Art. 16. CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR (2018) indica que todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Metodología

5.1. Área de estudio

Métodos

El presente trabajo de investigación conto de una metodología cuantitativa y cualitativa, se empleó el enfoque cuantitativo para recopilar y analizar datos de un número específico de personas que nos dará en la muestra, los cuales serán previamente calculados y analizados para el desarrollo de la investigación. Por otro lado, se empleó el enfoque cualitativo para obtener bibliografías, fotografías y otra información relevante del lugar, la cual permitió entender con mayor profundidad la realidad de los turistas, propietarios de establecimientos turísticos y responsables de la unidad de turismo de la parroquia urbana de Catamayo.

Método descriptivo

Se describió cada una de las características importantes que tiene la parroquia de Catamayo, características que se mostró para los posibles productos digitales y así buscar beneficios de acuerdo a las necesidades obtenidas de las entrevistas y encuestas.

Método Empírico

El método empírico nos sirvió para poder observar de forma directa, medir y experimentar la realidad que queremos dar a conocer para obtener información sobre las necesidades de la demanda y la oferta turística, así también poder determinar los posibles productos digitales que servirán para nuestro estudio.

5.2. Técnicas

Encuesta

La encuesta facilita tanto la recopilación de datos necesarios para el diagnóstico de los productos turísticos digitales, se realizó encuestas a turistas entre 18 a 50 años de edad o más, ya sean locales como nacionales y extranjeros en los establecimientos de alojamiento, terminales, atractivos turísticos; para entender la necesidad y accesibilidad del usuario que visita la parroquia de Catamayo.

Entrevista

La entrevista se realizó con autoridades del municipio y a personas vinculadas con el turismo, esto permitió recopilar datos importantes del lugar, además de los posibles productos digitales para la parroquia de Catamayo.

Visita a la unidad de Turismo

Se utilizó el método observación, ya que se necesitó obtener datos reales sobre la situación de viajes turísticos y la opinión pública sobre los posibles productos digitales para la parroquia urbana de Catamayo.

Revisión bibliográfica

Favoreció con el desarrollo del proyecto de investigación, ya que está diseñado para recopilar información histórica, actual y real de la zona turística que se tuvo los conceptos de los productos turísticos digitales.

Los materiales que se utilizaron para el desarrollo de este proyecto, se detallan a continuación:

- Computadoras - internet
- Fichas bibliográficas
- Libros, Revistas, Manuales, Guías, Mapas
- Cámara fotográfica
- Ficha de inventario de atractivos
- Transporte local
- Material didáctico (bolígrafos, lápices, borradores, Tijeras)
- Grapadora, Perforador

Tamaño de la muestra.

Según GEOVIT (Geoportal de Viajes Internos Turísticos del Ecuador) en esta plataforma se puede encontrar información sobre la demanda interna de turismo, tanto el número de personas por origen como por destino, por lo que según en las pernoctaciones en el cantón de destino encontramos la siguiente información:

Tabla 4. Tamaño de población

Cantón Catamayo	
Año 2017	107 226
Año 2018	107 949
Total	215 175

Fuente: Geoportal de Viajes Internos Turísticos del Ecuador (GEOVIT)

Para poblaciones finitas la fórmula para determinar el tamaño de la muestra es:

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

Donde:

N: tamaño de la población (215 175) – Poblaciones Finitas

Z: nivel de confianza, (95%) / (1,96)

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

Q: probabilidad de fracaso (50%)

E: precisión (d, e, Error máximo admisible en términos de proporción) (5%)

Con esto podemos reemplazar valores logrando determinar lo siguiente:

$$n = \frac{215175 \times (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,05)^2 \times (215175 - 1) + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{20665407}{5388954}$$

$$n = 384$$

Como resultado de la aplicación de la formula se obtiene que el número de personas a las que se debe encuestar es de 384.

5.3 Metodología por objetivos

Metodología objetivo 1.

Diagnosticar turísticamente la parroquia urbana de Catamayo.

Para lograr la meta de definir el concepto de los productos turísticos digitales prioritarios, se adoptó el método de Design Thinking adaptado, cuyo enfoque pone al usuario en el centro del proceso, impulsando soluciones tanto innovadoras como efectivas. Esta metodología se despliega en diversas fases: Primeramente, se empieza con la etapa de Definición (diagnóstico), donde se recopila información relevante para esclarecer el problema a solucionar, lo cual se desglosa a continuación.

En primer lugar para diagnosticar la parroquia urbana de Catamayo se utilizó la metodología de Carla Ricaurte Quijano, para lo cual se aplicó las ficha de Diagnóstico Turístico de Comunidades lo cual permitió obtener información técnica acerca del potencial del sitio turístico (Anexo 1), seguidamente se aplicó la ficha de caracterización de la demanda la cual permite recoger información mayormente cualitativa por medio de observación directa de la demanda (Anexo 2) y finalmente la ficha de caracterización de atractivos y recursos turísticos (Anexo 3).

Seguidamente se utilizó la Guía Metodológica para el levantamiento de atractivos de Espacios Turísticos del Ecuador (Anexo 4) establecida por el Ministerio de Turismo (Ministerio de Turismo, 2009).

Posteriormente se aplicará la entrevista al encargado de la unidad de turismo del cantón Catamayo y a dueños de establecimientos turísticos para conocer qué productos consideren importantes y priorizarlos (Anexo 5).

Seguidamente se aplicó encuestas a los turistas para determinar el perfil del turista que visita la parroquia urbana de Catamayo y obtener información sobre los productos turísticos que ellos crean que son importantes para el lugar (Anexo 6).

A través de los datos recabados, se formula una declaración del problema que refleja de manera efectiva las necesidades y aspiraciones de los usuarios (FODA). Este proceso se lleva a cabo sintetizando y analizando los hallazgos de la etapa previa de empatía (apoyados en la encuesta). Entonces, con la información levantada se procederá a realizar el FODA.

Posteriormente, se transitará a la etapa de Ideación. En esta fase, se organiza sesiones de brainstorming con el objetivo de generar lluvias de ideas potenciales para enfrentar el

problema identificado (lo que está sintetizado en las entrevistas y en ciertas preguntas de la encuesta, ya que no es posible realizar reuniones de grupo en razón del tiempo disponible y la poca colaboración de los involucrados), lo cual queda plasmado en el FODA Estratégico que permitirá definir los posibles productos turísticos en los que se basará el segundo objetivo.

Metodología objetivo 2.

Determinar el concepto de los productos turísticos digitales priorizados como resultado del diagnóstico.

Seleccionadas las ideas más prometedoras mediante un análisis exhaustivo a través del FODA Estratégico se realizó el planteamiento de los aspectos principales que debe llevar el o los productos turísticos digitales mediante el manual Estructura de productos con base de un atractivo turístico, del Ministerio de Turismo del año 2021.

Se aplicó el modelo Canvas para desglosar los elementos o instrumentos digitales esenciales para el producto turístico, en base al segmento de mercado seleccionado en el objetivo 1. En Recursos Clave (herramientas), se identificó los activos vitales para el funcionamiento del producto turístico digital. Finalmente, en Actividades Clave, se subrayará las acciones imprescindibles para asegurar el correcto funcionamiento de los productos turísticos digitales.

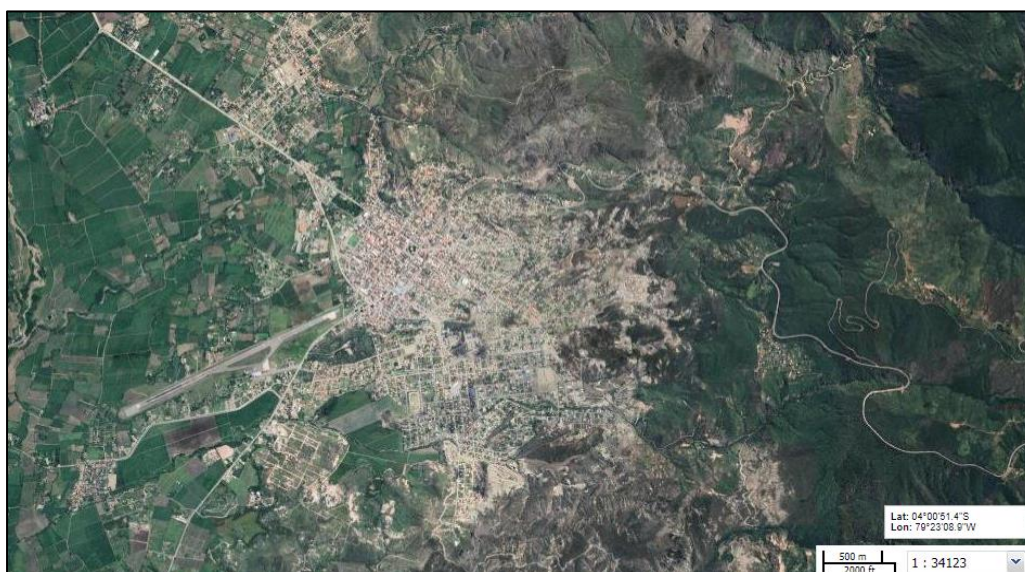
6. Resultados

6.1. Diagnosticar turísticamente la parroquia urbana de Catamayo.

Para dar cumplimiento del primer objetivo se realizó con la metodología de Carla Ricaurte Quijano, la cual permitió obtener información acerca del potencial turístico que tiene la localidad a continuación, se obtuvo los siguientes resultados:

6.1.1. Caracterización turística de comunidades

Tomando en cuenta la referencia del sitio de estudio se puede observar en la figura 3 y en las características de la comunidad en la tabla 5.



Fuente: Instituto Geográfico Militar
Figura 3. Mapa de la parroquia urbana de Catamayo

Tabla 5. Diagnóstico de la parroquia urbana de Catamayo

Diagnóstico de la Parroquia urbana de Catamayo		
Provincia: Loja	Cantón: Catamayo	Parroquia: Parroquia urbana de Catamayo
Extensión: 146,20 km ²	Población: 27.530	
Altitud: 700 – 3000 m.s.n.m.	Idioma: Castellano	
Temperatura: 24°C		
Clima: Subtropical húmedo		
Fecha de cantonización: 22 de mayo de 1981		
Límites: Norte: con la provincia de El Oro y el cantón Loja. Sur: con los cantones Gonzanamá y Loja. Este: con el cantón Loja. Oeste: por el cantón Chaguarpamba y el cantón Olmedo.		
División política:		
Parroquias urbanas: Catamayo y San José		
Parroquias rurales: Guayquichuma, Zambí, San Pedro de la Bendita y El Tambo		
Descripción.		
El cantón Catamayo se encuentra ubicado a 36 km noroeste de la ciudad de Loja, es uno de los cantones más grandes y fértiles de los valles, cuenta con riquezas inagotables de los cuales son exportadas, la hospitalidad y sencillez de su gente hacen que este lugar sea de gran atracción para los turistas.		

En este lugar se cultiva la caña de azúcar motivo por el cual tiene instalado la fábrica de producción de azúcar llamado ingenio monterrey, es de gran importancia para la economía tanto local como nacional.

6.1.2. Oferta de servicios

La información de los servicios turísticos se contempla los registrados en el catastro del ministerio de Turismo del año 2023 de la cual se tomó la información, debido a que se encuentra actualizada a la fecha, entre esas se considera el nombre del establecimiento, categoría, tipo, dirección y la capacidad.

Alojamiento

En el catastro se pudo evidenciar que existen 4 hoteles, 1 hostel y 4 hosterías legalmente inscritas, luego se procedió a verificar en el trabajo de campo se realizó el levantamiento de información, el número de habitaciones que cuenta cada establecimiento además el número de plaza y se plasmaron en la siguiente tabla 6.

Tabla 6. Alojamientos de la parroquia urbana de Catamayo

N°	Nombre del establecimiento	Tipo	Dirección	Servicios				# Hab.	# plaza
				Alim	a/a	Tv	Bar		
1	Hotel Ciudad de Catamayo	Hotel	Bolívar, primero de mayo	X		X	X	16	30
2	Gran Cesar	Hotel	Av. Isidro Ayora SN 24 de Mayo					18	30
3	Reina Del Cisne	Hotel	Isidro Ayora SN AV. Catamayo	X		X		10	20
4	Gran Marjohn's	Hotel	Isidro Ayora S/N 24 de mayo	X		X	X	41	60
5	Yesmar hostel	Hostal	Isidro Ayora SN 24 de Mayo			X		20	44
6	Hostería ecológica campo alegre	Hostería	Av. Isidro Ayora SN Av. Isidro Ayora Km 1 ½ vía a la costa	X		X	X	30	60
7	Hostería Rosal del Sol	Hostería	Av. Eliseo Arias km 1 vía a la costa S/N frente a la gasolinera	X		X	X	12	24
8	Aguamania LTDA	CIA. Hostería	Gasolinera primax	X		X	X	15	30
9	Hostería Bella Vista	Hostería	Trapichillo S/N Trapichillo	X		X	X	10	30
Total								172	328

Fuente: Catastro Mintur del cantón Catamayo

Alimentación

La parroquia urbana de Catamayo cuenta con los diferentes restaurantes en la cual se puede encontrar diferentes tipos de establecimientos, según el catastro del ministerio de turismo la parroquia urbana de Catamayo cuenta con 24 restaurantes, 3 cafeterías y 7 bares de bebidas ver tabla 7.

Tabla 7. Restaurantes y cafeterías de la parroquia urbana de Catamayo

#	Nombre de establecimiento	Tipo	Capacidad	especialidad	Tipo de servicio
1	Las Cuatro Esquinas Del Sabor	Restaurante	80 personas	Sudamericana, ecuatoriana	Servicio Americano
2	Lucio´S	Restaurante	80 personas	Comida típica	Servicio Americano
3	D Faro	Restaurante	75 personas	Comida típica	Servicio Americano
4	Restaurante La Magdalena	Restaurante	60 personas	Comida típica	Servicio Americano
5	Roma Pizzería Suc. Catamayo	Restaurante	40 personas	Comida típica	Servicio Americano
6	Cecinas Viejo Lucho65-75	Restaurante	60 personas	Comida típica	Servicio Americano
7	Mesón Del Valle	Restaurante	45 personas	Comida típica	Servicio Americano
8	Mama Toya	Restaurante	40 personas	Comida típica	Servicio Americano
9	Bachita Restaurant	Restaurante	40 personas	Comida típica	Servicio Americano
10	Doña Tere	Restaurante	50 personas	Comida típica	Servicio Americano
11	Mar Adentro	Restaurante	50 personas	Mariscos	Servicio Americano
12	Katamaran Suc.	Restaurante	45 personas	Mariscos	Servicio Americano
13	Super Menestras Del Carbonero	Restaurante	70 personas	Parrilladas (barbacoas)	Servicio Americano
14	Restaurante Y Asaditos Pp's	Restaurante	50 personas	Comida típica	Servicio Americano
15	Mar Azul Catamayo	Restaurante	60 personas	Mariscos	Servicio Americano
16	Asadero El Forastero	Restaurante	45 personas	Comida típica y parrilladas (barbacoas)	Servicio Americano
17	El Zuquito	Restaurante	50 personas	Comida típica	Servicio Americano
18	From Perú Cevichería	Restaurante	40 personas	Comida peruana	Servicio Americano
19	Restaurant Don Leo	Restaurante	60 personas	Comida típica	Servicio Americano
20	Restaurant Típico	Restaurante	60 personas	Comida típica	Servicio Americano
21	Cabaña Los Magos	Restaurante	50 personas	Comida típica	Servicio Americano
22	Cumbres	Restaurante	40 personas	Comida típica	Servicio Americano
23	Opam Grill	Restaurante	40 personas	Comida típica	Servicio Americano
24	Marisquería La Chozza Del Gato	Restaurante	50 personas	Marisquería	Servicio Americano
25	Topping	Cafetería	15 personas	Heladería	Servicio Americano
26	Ice Planet	Cafetería	20 personas	Heladería	Servicio Americano
27	Los nachos de Pato	Cafetería	30 personas	Comida rápida	Servicio Americano
28	Jorobar	Bar	100 personas	Bar cervecería	Bebidas alcohólicas, no alcohólicas y aperitivos
29	Lizbar	Bar	120 personas	Bar cervecería	Bebidas alcohólicas, no alcohólicas y aperitivos
30	Buba´S	Bar	110 personas	Bar cervecería	Bebidas alcohólicas, no alcohólicas y aperitivos
31	B52	Bar	110 personas	Bar cervecería	Bebidas alcohólicas, no alcohólicas y aperitivos
32	Opam Concert Club	Bar	250 personas	Bar cervecería	Bebidas alcohólicas, no alcohólicas y aperitivos
33	Bar Retro	Bar	100 personas	Bar cervecería	Bebidas alcohólicas, no alcohólicas y aperitivos
34	El Mirador Bembohar	Bar	100 personas	Bar cervecería	Bebidas alcohólicas, no alcohólicas y aperitivos
Total			2235		

Fuente: Catastro Mintur del cantón Catamayo

Esparcimiento

En el catastro se pudo evidenciar que existen 5 discotecas legalmente inscritas, luego se procedió a verificar en el trabajo de campo, se realizó el levantamiento de información para conocer la capacidad que tiene cada uno de los establecimientos y se plasmaron en la siguiente tabla 8.

Tabla 8. Bares y discotecas de la parroquia urbana de Catamayo

Nombre	Tipo	Dirección	Capacidad	Contacto
Mambo Club	Concert	Discoteca av. Isidro ayora 12-12 Calderón	300 personas	0996395712
Casa Concert Club	Corona	Discoteca a media cuadra de la aduana Catamayo	500 personas	0996395712
Latín Brother	Discoteca	Atahualpa s/n y 8 de Diciembre	250 personas	S/N
Zona 7 Live Music Discoteca Karaoke	Discoteca	los Rosales s/n Alonzo de mercadillo	200 personas	S/N
D Class	Discoteca	calle Rosales e/ Sucre y Alonso de Merca dillo s/n Sucre y Alonso de Merca dillo	250 personas	S/N

Fuente: trabajo de campo

Otros servicios

La parroquia urbana de Catamayo cuenta con 1 Agencias de viajes, con 4 bancos, 12 cajeros de diferentes entidades bancarias. Las operadoras y guías de turismo no se encuentran en la parroquia urbana de Catamayo, pero el lugar más cercano es la ciudad de Loja en ella si se puede encontrar esos servicios ver tabla 9.

Tabla 9. Servicios complementarios de la parroquia urbana de Catamayo

Servicios complementarios	Nombres de la entidad
Bancos y Cajeros	<ul style="list-style-type: none">• Coopcomego• Banco pichincha• Banco de Loja• Cooperativa Jep
Agencias de viaje	<ul style="list-style-type: none">• 360 grados tu agencia de viajes

Fuente: trabajo de campo

6.1.3. Infraestructura de servicios básicos

Principales vías de acceso a la comunidad

La principal vía de acceso en la que se puede acceder a la parroquia urbana de Catamayo, es desde la ciudad de Loja en la cual esta vía se encuentra pavimentada o asfaltada. Dentro de la comunidad existe señalización vial, en la parte turística actualmente no se encuentra la señalización.

Transporte

En el trabajo de campo se realizó el levantamiento de información, la parroquia cuenta con el servicio de transporte público de los cuales podemos encontrar servicios de bus, camiones, taxis, y deferentes tipos de aerolíneas, en la siguiente tabla encontraremos los siguientes resultados, ver tabla 10.

Tabla 10. Servicio de transporte de la parroquia urbana de Catamayo

Oficina	Nombre de cooperativa
Bus inter cantonal	<ul style="list-style-type: none">• Coop. Transporte Loja inter cantonal• Coop. Transporte Catamayo express• Coop. De transporte unión Cariamanga• Coop. Nambija
Cooperativa de taxi	<ul style="list-style-type: none">• Coop. Transporte mixto 1ro de mayo• Coop. De transporte “ Valle Hermoso”• Sede Coop. Transporte 29 de abril• Coop. De transporte mixto la vega
oficina aérea	<ul style="list-style-type: none">• Aeroregional• Latam

Fuente: Trabajo de campo

Comunicaciones.

Mediante la salida de campo se pudo observar que existen servicios telefónicos de diferentes empresas de telecomunicaciones las cuales ofrecen este servicio esta se encuentra aproximadamente a 5 minutos del parque central y también con oficinas de correo, además de esto también cuenta con establecimientos de cibercafés además con internet gratuito en diferentes puntos de la ciudad.

Sanidad

Durante la investigación se pudo conocer que la mayor parte de la población cuenta con el servicio de agua potable, además de esto las viviendas se encuentran conectado a la red pública de alcantarillado. Las instituciones de salud que se encuentran dentro de la parroquia urbana de Catamayo se observan en la tabla 11.

Tabla 11. Instituciones de salud

Instituciones de salud	Dirección
Centro de salud tipo C	Barrio Trapichillo
Centro de salud tipo B del IESS	Catamayo, 18 de Noviembre
Unidad médica municipal	Catamayo, Calle Juan Montalvo y 12 de Octubre
Fundación Alberto Hidalgo	Catamayo, calle bolívar y 3 de Noviembre

Fuente: trabajo de campo

Energía

En la parte urbana de Catamayo la gran mayoría de viviendas cuenta con el servicio de energía eléctrica, en la salida de campo pudo observar que existen gasolineras, la distancia a la

gasolinera más cercana desde el centro de la ciudad es a 1/2 kilómetro vía a la costa. En la siguiente tabla encontramos los siguientes resultados que se observa en la tabla 12.

Tabla 12. Servicio de gasolineras

Gasolinera	Dirección
• Estación de servicios gasosilva Catamayo	Isidro Ayora Sn y circunvalación
• Gasolinera del sindicato de choferes	Vía Gonzanamá
• Gasolinera Ortega/ Petrocomercial	Vía Loja
• Gas Castillo PyS	Carretera panamericana, Catamayo

Fuente: trabajo de campo

6.1.4. Gobernanza

La ingeniera Sara Quizmpe secretaria de la unidad de turismo de Catamayo informa que existió el apoyo por parte del MINTUR, ese apoyo se viene dando desde agosto del 2020 hasta diciembre de 2020 cuyo objetivo era la reactivación de establecimientos turísticos. Los planes de desarrollo dentro de la comunidad están dentro del PDOT del año 2019 hasta el año 2023, actualmente se encuentran realizando nuevos planes de desarrollo para el cantón.

Comunidad receptora

Las actividades económicas dentro de la parroquia urbana de Catamayo donde se concentran el mayor número de actividades productivas, se encuentran en la agricultura, seguido por el comercio al mayor y menor esto se pudo evidenciar durante el recorrido realizado además de esto el turismo.

El tipo de actividad en la que participa la comunidad es trabajo en grupo y mingas estas son realizadas cuando existen festividades en la localidad, entregas de obras por parte del municipio entre otros. La comunidad de la parroquia urbana de Catamayo ha participado en la elaboración de planes estratégico con la municipalidad.

Atractivos turísticos

La parroquia urbana de Catamayo encontró 7 atractivos turísticos, el mismo que han sido seleccionados por la gran importancia de afluencia de turistas hacia el lugar y por su valor histórico podemos observar en la tabla 13.

Tabla 13. Atractivos turísticos

Atractivos Turísticos de la parroquia urbana de Catamayo					
N°	Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
1	Parque cuerno de la abundancia	Manifestaciones-Culturales	Arquitectura	Espacio Público	II
2	Parque central de Catamayo	Manifestaciones-Culturales	Arquitectura	Espacio Público	II

3	Centro recreacional Arias Carrión	turístico Eliseo	Manifestaciones-Culturales	Arquitectura	Infraestructura Recreativa	II
4	Iglesia Católica auxiliar	María	Manifestaciones-Culturales	Arquitectura	Histórica/ Vernácula	II
5	Mirador la cruz		Manifestaciones-Culturales	Arquitectura	Espacio Público	II
6	Centro "Víctor Manuel Palacio" (El Boquerón)	Recreacional	Manifestaciones-Culturales	Arquitectura	Infraestructura Recreativa	II
7	Peregrinación de El Cisne"	"virgen	Manifestaciones-Culturales	Acervo cultural y popular	Fiestas Religiosas, Tradiciones y Creencias Populares	II
8	Cecina		Manifestaciones-Culturales	Acervo Cultural y Popular	Gastronomía	II


Fuente: trabajo de campo

Seguidamente se procedió a ir al levantamiento de información mediante las fichas del MINTUR, se tomó fotografías, información de cada atractivo y la toma de las coordenadas.

Inventario de atractivos turísticos de la parroquia urbana de Catamayo.

Fichas de resumen de los atractivos turísticos de la parroquia urbana de Catamayo

Tabla 14. Ficha del atractivo Parque Cuerno de la Abundancia

Nombre del atractivo: Parque cuerno de la Abundancia	Jerarquía: II	
Categoría: Manifestación cultural	Tipo: arquitectura	Subtipo: espacio publico
Provincia: Loja	Cantón: Catamayo	localidad: parroquia urbana de Catamayo
Foto1. Parque cuerno de la Abundancia		Ubicación: Se encuentra ubicado a 5 minutos del parque central de Catamayo, vía al aeropuerto. Puntos GPS Latitud: -3.991371 Longitud: -79.361531
		
<p>Descripción: Este atractivo turístico se encuentra ubicado a 5 minutos del parque central, Vía al aeropuerto encontramos el parque denominado el Cuerno de la Abundancia, el monumento de caracol representa la producción del cantón, la abundancia en su agricultura y variedad de cultivo. En el centro del mismo se exhibe representaciones de frutas como: pepino, plátano, maduros, papaya, naranja, mango, limo, melón. En los alrededores hay variedades de árboles incluyendo el níspero, coco, palmeras, y césped que resalta el paisaje natural del lugar. En el escudo de Catamayo también se puede apreciar este cuerno, razón que les dio para la construcción del monumento.</p>		
Recomendaciones:		
<ul style="list-style-type: none"> • Protector solar 		


- Ropa y zapatos deportivos
- Gorra
- Agua

Actividades turísticas:

- fotografía
- caminata
- recreación
- descanso

Fuente: trabajo de campo

Tabla 15. Ficha del atractivo Parque Central de Catamayo

Nombre del atractivo: Parque central de Catamayo		Jerarquía: II
Categoría: Manifestación cultural	Tipo: arquitectura	Subtipo: espacio publico
Provincia: Loja	Cantón: Catamayo	Localidad: parroquia urbana de Catamayo
Foto 2 parque central de Catamayo, 2023		Ubicación: Ubicado en el centro de la ciudad, frente a la iglesia Católica María Auxiliadora.
		Puntos GPS Latitud: -3.98675 Longitud: -79.3763

Descripción: El parque central de Catamayo se encuentra ubicado en el centro de ciudad, frente de la iglesia católica María Auxiliadora. Es parque es de estilo modernista, en su centro se destaca el obelisco que representa al trabajador descansando sobre una montaña, su mirada esta fija al norte, este monumento simboliza valores como la libertad, el trabajo, la honestidad y la paz, además, está acompañado de un molino que representa el avance y el progreso de este fértil rincón del sur de Ecuador.

Este monumento tiene aproximadamente 18 metros de altura, en su base se encuentra cuatro monumentos que hacen homenaje a importantes figuras del cantón: como el padre Eliseo Arias Carrión, monseñor Ángel Tinoco Ruiz, la señora Isabel María Carrión conocida como la mama Nina y Moisés Alerto Hidalgo. Estas personalidades son recordadas por su significativa contribución con la comunidad.

Recomendaciones:

- Protector solar
- Ropa y zapatos cómodos
- Cámara fotográfica
- Agua
- Gorra o sombrilla

Actividades turísticas:

- Fotografía
- Caminata
- Descanso
- Zona wifi
- Compra de artesanías

Fuente: trabajo de campo

Tabla 16. Ficha de Resumen del Atractivo

Nombre del atractivo: centro recreacional Eliseo Arias Carrión	Jerarquía: II
Categoría:	Tipo: Arquitectura Subtipo: Infraestructura Recreativa

Manifestaciones culturales

Provincia: Loja

Cantón: Catamayo

Localidad: parroquia urbana de Catamayo

Foto 3 centro recreacional Eliseo Arias Carrión, 2024



Ubicación:

Ubicado a 10 minutos de la ciudad de Catamayo vía a la costa.

Puntos GPS

Latitud: -3.96057

Longitud: -7939319

Descripción: se encuentra ubicado a 10 minutos de la ciudad de Catamayo vía a la costa, la infraestructura fue diseñada para brindar a los visitantes una experiencia completa. Ofrece una variedad de opciones, en las que se incluye cabañas rústicas, un castillo, áreas verdes, cachas deportivas la cual se puede realizar distintos deportes y una zona de juegos infantiles las cuales cuenta con rodaderos, columpios, sube y baja y laberintos. Cuenta con una zona de piscinas, toboganes, sauna, turco e hidromasaje, ofrece una variedad de restaurantes en la cuales se podrán degustar de platos típicos del lugar. su horario de atención es de 8h00 a 18h00, los días miércoles a domingo.

Recomendaciones:

- Protector solar
 - Ropa y zapatos cómodos
 - Terno de baño
 - Se puede llevar sus propios alimentos
 - Gorra
 - Agua
-

Actividades turísticas:

- Piscinas
 - Canchas deportivas
 - Caminata
 - Chozas que se pueden utilizar para cualquier evento familiar
 - Ciclismo
 - Fotografía
 - Camping
-

Fuente: trabajo de campo

Tabla 17. Ficha de Resumen Iglesia Católica María Auxiliadora

Nombre del atractivo:

Iglesia Católica María Auxiliadora

Jerarquía: II

Categoría:

Manifestación Cultural

Tipo: Arquitectura

Subtipo: Historia/ Vernácula

Provincia: Loja

Cantón: Catamayo

localidad: Parroquia urbana de Catamayo

Foto 4 Iglesia Católica María Auxiliadora, 2023

Ubicación:

Se ubica en el centro de la ciudad de Catamayo, frente del parque central.

Puntos GPS

Latitud: -3.98663

Longitud: -79.35842



Descripción: La iglesia Católica María Auxiliadora fue construida en el siglo XX, el 24 de mayo de 1948 por el Obispo Dr. obispo Don Nicanor Roberto Aguirre, tiene un estilo clásico- moderno. Cuenta con dos torres en los laterales y una torre central en la parte baja de la torre se encuentra ubicado la imagen de la virgen María Auxiliadora.

Las principales fiestas que son la llegada de la Virgen del Cisne el 18 hasta el 20 de agosto en la cual se celebra la misa a la honorada virgen de El Cisne y su retorno de la ciudad de Loja a Catamayo es del 1 al 6 de noviembre.

Recomendaciones:

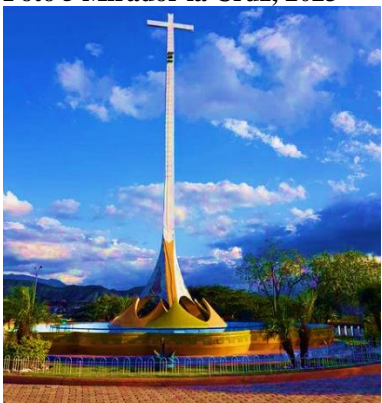
- Se recomienda visitar en los días de pascua, e las fiestas en honor a la virgen de El Cisne en donde se realizan distintos eventos como la quema de castillos, la vaca loca entre otros.
- Ropa cómoda
- Protector solar
- Gorra

Actividades turísticas:

- Eucaristía
- Fotografía
- Eventos religiosos

Fuente: trabajo de campo

Tabla 18. Ficha de resume del atractivo Mirador “La Cruz”

Nombre del atractivo: Mirador “La Cruz”		Jerarquía: II
Categoría: Manifestación cultural	Tipo: arquitectura	Subtipo: Espacio Publico
Provincia: Loja	Cantón: Catamayo	localidad: Parroquia urbana de Catamayo
Foto 5 Mirador la Cruz, 2023		Ubicación: Se localiza en el barrio el Carmen a 7 minutos del parque central Puntos GPS Latitud: -3.98593 Longitud: -79.35856
		

Descripción: El Mirador La Cruz se encuentra a 5 minutos en automóvil y 15 en un recorrido a pie desde el parque central de Catamayo, está ubicado en el barrio El Carmen, es un atractivo cultural, la cruz que tiene una altura de 25 metros y su alrededor cuenta con una pileta de agua, tiene un área verde con juegos infantiles para los niños, un restaurant y senderos de piedra. Es un lugar estratégico donde se puede observar los atardeceres y vista panorámica la ciudad de Catamayo.

Recomendaciones:


- Llevar protector solar
- Cámara fotográfica
- Ropa y calzado deportivo
- Gorra o sombrilla
- Agua

Actividades turísticas:

- Caminata
- fotografía
- Mirador
- Juegos recreacionales
- Comida típica

Fuente: trabajo de campo

Tabla 19. Ficha de Resumen del atractivo El Boquerón

Nombre del atractivo: Centro Recreacional "Víctor Manuel Palacio" (El Boquerón)		Jerarquía: II
Categoría: Manifestación cultural	Tipo: arquitectura	Subtipo: Infraestructura Recreativa
Provincia: Loja	Cantón: Catamayo	localidad: Parroquia urbana de Catamayo
Foto 6 El Boquerón, 2023		Ubicación: Se localiza a 15 minutos del parque central, vía Cariamanga
		Puntos GPS
		Latitud: -4.056401
		Longitud: -79.376374

Descripción: es uno de los centros más visitados por quienes buscan relajarse de naturaleza, el centro cuenta con varias formaciones de lagunas, lo que permite al visitante la oportunidad de disfrutar de sus aguas cristalinas y frescas, ideales para nadar y refrescarse de su clima cálido, también cuenta de árboles frutales, juegos infantiles, cancha de uso múltiple, cabañas rústicas donde se puede realizar reuniones familiares, también se degustar de la gastronomía típica de Catamayo.

El ingreso de este atractivo es gratuito, en un horario de 8h00 a 17h00 los días miércoles a viernes y los fines de semana.

Recomendaciones:

- Llevar protector solar
- Cámara fotográfica
- Ropa y calzado deportivo
- Gorra o sombrilla
- Agua

Actividades turísticas:

- Caminata
- fotografía
- Mirador
- Juegos recreacionales
- Comida típica

Fuente: trabajo de campo

Tabla 20. Ficha de resume del atractivo peregrinación de la Virgen de El Cisne

Nombre del atractivo: Peregrinación Virgen de El Cisne	Jerarquía: II
--	----------------------

Categoría: Manifestación cultural	Tipo: Acervo cultural y popular	Subtipo: fiestas religiosas, tradicionales y creencias populares
Provincia: Loja	Cantón: Catamayo	localidad: Parroquia urbana de Catamayo

Foto 6 Perigrinacion Virgen de El Cisne,2023



Ubicación:

Se celebra en los días 18 y 19 de agosto, esta fiesta religiosa es pertenece a El Cisne.

Puntos GPS

Latitud: -3.98663

Longitud: -79.35842

Descripción: la historia relata que e el año 1594, la zona de El Cisne fue afectada por una gran sequía y plagas en los cultivos, lo que ocasiono una gran hambruna que llevo a los habitantes a abandonar sus hogares. En ese momento, se les apareció a la Virgen María, quien les pido que se construyera un templo en a qué lugar, prometiéndoles que les proveerá de alimentos durante todo el año. Luego de haber terminado la construcción de la iglesia en honor a la Virgen, la sequía empezó a terminar ya que empezaron a haber lluvias y se terminó la hambruna.

Con el tiempo, la devoción hacia la Virgen del Cisne ha perdurado, convirtiéndose una de las figuras más importantes de la fe de los ecuatorianos, cada año miles de fieles celebran la peregrinación de la Virgen de El Cisne, la cual atrae a los fieles feligreses de distintas partes del país y a extranjeros, la caminata empieza desde la basílica de El Cisne, esta larga travesía va primero por la parroquia San Pedro de la Bendita en el cual se quedan un día, a las 7 a.m. se traslada hacia la ciudad de Catamayo, a las 11 a.m. se oficiara una misa en la hacienda Monterrey, luego de eso la imagen tiene una llegada previa a las 14 p.m. a la ciudad de Catamayo para finalmente trasladarse a la ciudad de Loja.

Recomendaciones:

- Protector solar
- Gorra o sombrilla
- Zapatos deportivos
- Ropa cómoda
- Cámara fotográfica

Actividades turísticas:

- Fotografía
- Caminata
- Participación en festividades religiosas

Fuente: trabajo de campo

Tabla 21. Ficha de resumen Plato típico Cecina

Nombre del plato típico: Cecina	Jerarquía: II	
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Acervo Cultural y Popular	Subtipo: Gastronomía
Provincia: Loja	Cantón: Catamayo	localidad: parroquia urbana de Catamayo

Foto 7 cecina,2023



Ubicación:

Se encuentra en diversos restaurantes del cantón Catamayo.

Puntos GPS

Latitud: -3.986091

Longitud: -79.356588

Descripción: Este plato típico se obtiene en varios procesos los cuales consisten en cortar en láminas delgadas la carne de cerdo, después de eso se adoba con distintas especias luego se expone al sol para que esta se seque y finalmente se lleva a la parrilla.

Ingredientes:

- Carne de cerdo o de res
- Especias o condimentos
- Arroz
- Yuca
- Frejol
- Cebolla
- Sal

Preparación:

1. Se corta la carne en láminas delgadas
2. Se procede a aliñar con distintas especias
3. Luego se procede a secar al sol por varias horas
4. Luego se procede a cocinar en la parrilla

Como se sirve:

La Cecina de la parroquia Catamayo se sirve acompañado con una porción de arroz y menestra, junto a una porción de yuca con una ensalada de cebolla.

Donde se encuentra: se encuentra ubicado frente al parque central donde podemos encontrar distintos establecimientos que ofrecen este plato.

Valor:

Media Cecina 5 \$

Cecina completa 7\$

Recomendaciones:

- Se puede degustar en los distintos restaurantes del cantón Catamayo, su precio ronda entre los \$5.00 la media Cecina y la Cecina entera cuesta \$7.00.

Actividades turísticas:

- Gastronomía típica

Fuente: trabajo de campo

6.1.5 Resultado de la entrevista

Los resultados de la entrevista fueron aplicadas a la coordinadora de la unidad de turismo del cantón Catamayo y a la propietaria de 4 establecimientos de restauración. (ver anexo 10)

La entrevista tuvo como resultado que el turismo en Catamayo ha tenido un incremento de turistas, estos llegan de diferentes partes del Ecuador y también del extranjero, la afluencia de turistas ha ido aumentando con el tiempo lo que ha permitido fortalecer la actividad turística

de la zona, los meses que más afluencia de turistas ha tenido Catamayo son en los meses de febrero, marzo, mayo, agosto y el mes de noviembre.

Los principales destinos que visita los turistas son: el cetro recreacional Eliseo Arias Carrión conocido como el Guayabal, el parque central, el mirador la cruz, la degustación de la gastronomía y la romería de la Virgen del Cisne. En cuanto a productos locales se ha realizado el festival de la colada morada desde el año 2019 que comenzó con la participación de 30 personas, también se ha organizado la feria de emprendedores que tiene lugar todos los fines de semana en el parque central.

Los productos que sería beneficiosos para la parroquia sería el diseño de una ruta turística y circuitos, que promueva los atractivos del lugar, lo que permitirá el crecimiento económico del sector. Además, se sugiere el desarrollo de una aplicación digital que permita conocer lo que ofrecen los diferentes restaurantes, así como crear una guía digital para promocionar los atractivos turísticos, incluyendo lugares de interés, festividades y gastronomía. La implementación de estas rutas y circuitos turísticos permitirán fomentar el crecimiento del turismo en la ciudad. Para concluir la promoción de las plataformas digitales es pieza clave para atraer turistas, ya que permite difundir los atractivos del lugar y despertar el interés. Además, los medios digitales son una herramienta eficaz para mostrar los sitios turísticos del destino.

6.1.6 Resultado de las encuestas

Población de estudio

Se realizó encuestas a turistas entre 18 a 50 años de edad o más, ya sean locales como nacionales y extranjeros en los establecimientos de alojamiento, terminales, atractivos turísticos; para entender la necesidad y accesibilidad del usuario que visita la parroquia urbana de Catamayo. Los Resultado de las encuestas aplicadas a los turistas las podemos visualizar en las siguientes tablas.

Edad

Tabla 22. Edad

Rango de edad		
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
18 a 25 años	78	20%
26 a 33 años	11	29%

34 a 41 años	95	25%
42 a 49 años	49	13
Mayor a 50 años	51	13
Total	384	100%

Fuente: trabajo de campo

De la encuesta aplicada a los turistas, se pudo dividir que existen varios segmentos de edades, la cual el 29% tiene entre 26 a 33 años, un 25% de 34 a 41 años, un 20% de 18 a 25 años, y 13% de 42 hasta los 50 años.

Género

Tabla 23. Genero

Genero		
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	134	34,90%
Masculino	250	65,10%
Total	384	100%

Fuente: trabajo de campo

De la encuesta aplicada, el 65% de las personas encuestadas son de género masculino, y el 35% son de género femenino

Nivel de instrucción

Tabla 24. Nivel de instrucción

Nivel de instrucción		
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	49	12,76%
Secundaria	240	62,50%
Superior	80	20,83%
Maestría	15	3,91%
Doctorado	0	0,00%
Total	384	100%

Fuente: trabajo de campo

De las encuestas aplicadas el nivel de instrucción de los turistas, el 62% cuenta con estudios secundarios, el 21% cuenta con estudio superior, el 13% cuenta con estudios de primaria y el 4% cuenta con estudio de maestría.

Ocupación actual

Tabla 25. Ocupación actual

Ocupación actual		
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Estudiante	36	9,38%
Ama de casa	0	0,00%
Jubilado	36	9,38%
Trabajador publico	176	45,83%
Trabajar privado	16	4,17%
Trabajo independiente	120	31,25%
Total	384	100%

Fuente: trabajo de campo

Según la encuesta aplicada a las 384 personas, el 46% es trabajador público, el 31% es trabajador independiente, el 10% es estudiante, el 9% es jubilado y el 4% es trabajador privado.

Nacionalidad

Tabla 26. Nacionalidad

Nacionalidad		
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Nacional	368	96%
Extrajera	16	4%
Total	384	100%

Fuente: trabajo de campo

Según las encuestas aplicadas a 384 personas el 96% son Nacional mientras el 4% son extranjeras.

Lugar de procedencia

Tabla 27. Lugar de Procedencia

Lugar de procedencia		
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Loja	155	40,4%
Quito	94	24,5%
Guayaquil	83	21,6%

Cuenca	36	9,4%
Perú	16	4,2%
Total	384	100%

Fuente: trabajo de campo

Según las encuestas aplicada a 384 personas, el 40% provienen de la ciudad de Loja, el 25% de la ciudad de Quito, el 22% provienen de la ciudad de Guayaquil, mientras el 9% de la ciudad de Cuenca y el 4% de Perú.

Ingresos mensuales

Tabla 28. Ingresos mensuales

Ingresos Mensuales		
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
menor a 450 \$	85	22,14%
451 a 500 \$	149	38,80%
501 a 600 \$	57	14,84%
601 a 700 \$	0	0,00%
Mayor a 701 \$	93	24,22%
Total	384	100%

Fuente: trabajo de campo

Según las encuestas aplicadas a 384 personas, el 39% su ingreso mensual es de 451 a 500\$, el 24% tiene un ingreso mayor a 701\$, el 22% tiene un ingreso menor a 450, y finalmente el 15% tiene un ingreso de 501 a 600\$.

¿Conoce la parroquia urbana de Catamayo o le gustaría conocerla?

Tabla 29. Conoce la Parroquia

Le gustaría Visitar		
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	384	100,00%
No	0	0,00%
Total	384	100%

Fuente: trabajo de campo

Según las encuestas aplicadas a 384 personas, el 100% le gustaría conocer la parroquia urbana de Catamayo.

Usted, ¿Qué tipo de modalidad de turismo prefiere?

Tabla 30. Modalidad de Turismo

Qué tipo de modalidad de turismo prefiere		
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Turismo de recreación	384	16%
Turismo tecnológico	290	13%
Agroturismo	203	9%
Turismo de aventura	384	16%
Turismo religioso	289	12%
Turismo de investigación	217	9%
Turismo sostenible	384	16%
De negocios	202	9%
Total	384	100%

Fuente: trabajo de campo

Según las encuestas aplicadas a 384 personas el 16% de las personas prefiere la modalidad de turismo de recreación, turismo de aventura y el turismo sostenible, el 13% le gusta el turismo tecnológico, el 12% le gusta la modalidad de turismo religioso, mientras el 9% le gusta la modalidad de Agroturismo, turismo de investigación y de negocios.

¿Cuál es su gasto promedio al día, cuando viaja?

Tabla 31. Gasto Promedio

Gasto Promedio		
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
15 A 30 USD	291	75,78%
31 A 45 USD	93	24,22%
Total	384	100%

Fuente: trabajo de campo

Según las encuestas realizadas a 384 personas, el 76% su gasto al día es de 15 a 30\$ y el 24% su gasto diario es de 31 a 45\$.

Del siguiente listado ¿qué atractivos de la parroquia urbana de Catamayo ha visitado o le gustaría conocer?

Tabla 32. Lugares Turísticos

Lugares que les gustaría conocer		
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Parque cuerno de la abundancia	369	16%
Parque central de Catamayo	305	12%
Centro turístico recreacional Eliseo Arias Carrión	384	16%
Iglesia Católica María auxiliadora	368	15%
Mirador la cruz	306	12%
Peregrinación “Virgen de El Cisne”	305	13%
gastronomía típica	383	16%
Total	384	100%

Fuente: trabajo de campo

Según las encuestas realizadas a 384 personas, el 16% de les gustaría conocer el parque Cuerno de la abundancia, el centro turístico recreacional Eliseo Arias Carrión y la gastronomía típica, el 15% le gustaría conocer la iglesia Católica María Auxiliadora, el 13% la Peregrinación “Virgen de El Cisne”, mientras el 12% le gustaría conocer el parque central de Catamayo y el Mirador la Cruz

¿Qué actividades le gustaría realizar durante su visita a la parroquia? Marque más de una si es necesario

Tabla 33. Actividades Turísticas

Actividades Le Gustaría Realizar		
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Caminata	384	15%
Observación de flora y fauna	305	12%
Degustación de gastronomía	385	15%
Participación en festividades	291	11%
Compra de artesanías	289	11%
Ciclismo	353	14%
Camping	291	11%
Fotografía	282	11%
Total	384	100%

Fuente: trabajo de campo

Según las encuestas realizadas a 384 personas, el 15% le gustaría realizar caminata degustación de gastronomía, el 14% le gustaría realizar ciclismo, el 12% le gustaría la observación de flora y fauna y el 11% le gustaría participar e festividades, compra de artesanías, camping y fotografía.

¿Qué elementos considera más importante dentro del ámbito turístico en la parroquia urbana de Catamayo?

Tabla 34. Elementos de importancia

Elementos Importantes		
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Acceso a los atractivos naturales y culturales	147	38,3%
Calidad de los servicios	236	61,5%
Guianza	1	0,3%
Total	384	100%

Fuente: trabajo de campo

Según las encuestas aplicadas a 384 personas, el 62% de las personas cree que la calidad de los servicios es importante, el 38% de las personas cree que el acceso a los atractivos a los atractivos naturales y culturales son importantes mientras el 0,3% cree que es importante la guianza.

De los siguientes servicios turísticos cuales son los que mayor valor le da usted.

Tabla 35. Servicios Turísticos

Servicios Turísticos		
Descripción	frecuencia	Porcentaje
Servicio de alojamiento	384	28%
Servicio de alimentación	384	27%
Servicio de transporte	370	26%
Servicio de guianza	246	18%
Agencias de viaje	15	1%
total	384	100%

Fuente: trabajo de campo

Según las encuestas realizadas a 384 personas, el 28% el mayor valor que le da a los servicios turísticos es al servicio de alojamiento, el 27% le da más importante al servicio de

alimentación, el 26% le da mayor valor al servicio de transporte, mientras el 18% al servicio de guianza, y el 1% al servicio de agencia de viaje.

¿Cuáles de los siguientes productos turísticos le gustaría participar?

Tabla 36. Productos Turísticos

Productos Turísticos		
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Rutas turísticas	370	32%
Circuitos turísticos	369	32%
Camping	283	24%
Senderismo	143	12%
Total	384	100%

Fuente: trabajo de campo

Según las encuestas realizadas a 384 personas, el 32% les gustaría participar en Rutas Turísticas y circuitos Turísticos, el 24% le gustaría realizar camping mientras el 12% le gustaría participar en senderismo.

¿Qué usos, usted le da a la tecnología?

Tabla 37. Manejo de Tecnología

¿Qué usos, usted le da a la tecnología?		
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Estudiar	113	9%
Informarse Sobre Viajes	370	31%
Realizar Reservaciones (Alojamiento, Alimenticio, Entre Otros)	287	24%
Compras Online	210	18%
Venta De Productos	216	18%
Total	384	100%

Fuente: trabajo de campo

Según las encuestas realizadas a 384 personas, el 31% le gusta informarse sobre viajes, el 24% le gusta realizar reservaciones (alojamiento, alimenticio, entre otros), el 18% le gusta hacer compras online y estudiar, además el 9 le gusta realizar ventas de productos.

¿Le agradaría hacer uso de una aplicación que le permita informar sobre la actividad turística?

Tabla 38. Información Turística

Aplicación Que Le Permita Informar Sobre La Actividad Turística		
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	384	100%
No	0	0%
Total	384	100%

Fuente: trabajo de campo

Según las encuestas realizadas a 384 personas, el 100% le agradaría que existiera una aplicación que permita informar sobre la actividad turística dentro de la parroquia.

¿Le gustaría que la aplicación que brinda información sobre turismo sea?

Tabla 39. Información Turística

¿Le gustaría que la aplicación que brinda información sobre turismo sea?		
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Gratuita	384	100%
Pagada	0	0%
Pre-Pagada	0	0%
Total	384	100%

Fuente: trabajo de campo

Según las encuestas realizadas a 384 personas, el 100% le gustaría que la aplicación sea gratuita

Está de acuerdo que la información turística se la debería encontrar en plataformas digitales

Tabla 40. Plataformas digitales

Está de acuerdo que la información turística se la debería encontrar en plataformas digitales		
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	384	100%
No	0	0%

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

Fuente: trabajo de campo

Según las encuestas realizadas a 384 personas, el 100% de las personas le gustaría que la información debería encontrarse en plataformas digitales.

¿Por qué medio le gustaría que se promocione los productos turísticos en la parroquia?

Tabla 41. Promoción de Productos

¿Por qué medio le gustaría que se promocione los productos turísticos en la parroquia?		
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Redes Sociales	384	26%
Páginas Web	384	26%
Guías Turísticas Digitales	370	25%
Radio	202	13%
Televisión	87	6%
Agencias De Viajes	67	4%
Total	386	100%

Fuente: trabajo de campo

Según las encuestas realizadas a 384 personas, el 26% les gustaría que se promocionen los productos por medios de redes sociales, páginas web, el 25% le gustaría que se promocionen por guías turísticas digitales, el 13% le gustaría que se promocionen por la radio y el 6% por la televisión.

6.1.7. Matriz FODA

A través de los datos recabados, se formula una declaración del problema que refleja de manera efectiva a las necesidades y aspiraciones de los usuarios se realizó el análisis FODA a continuación se refleja los hallazgos realizados en la siguiente tabla 42.

Tabla 42. FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuenta con 4 hoteles, 1 hostel y 4 hosterías, además de los cuales cuenta con todos los servicios necesarios para el alojamiento de los turistas. 2. Posee una gran variedad de establecimientos de alimentos y bebidas. 3. Existen establecimientos de diversión nocturna. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se ubica a 45min de la ciudad de Loja. 2. Su gastronomía es reconocida a nivel nacional. 3. A proximidad con otros atractivos turísticos de gran jerarquía. 4. Existen 8 atractivos culturales dentro de la parroquia.

-
- | | |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 4. Existen establecimientos de complementarios como bancos y agencia de viajes. 5. Cuenta con señalética vial 6. Dentro de la parroquia la vía se encuentra asfaltada. 7. Existe el servicio de transporte público de los cuales se puede encontrar servicio de bus, camiones, taxis y aerolíneas. 8. Existe servicio de telefonía de diferentes empresas, además de esto cuenta con oficinas de correos y cibercafés de los cuales podemos encontrar en distintas partes de la parroquia. 9. Existe el servicio de agua potable dentro de la parroquia, además de esto se encuentra conectado a la red pública de alcantarillado. 10. Existen diferentes instituciones de salud dentro de la localidad. 11. cuenta con el servicio de energía eléctrica. 12. cuenta con 4 estaciones de gasolineras de las cuales se encuentran a pocos minutos de la parte céntrica. 13. Su clima es agradable. 14. Las actividades productivas se centran en la agricultura, comercio al mayor y menos. 15. La demanda potencial determina que sería conveniente la realización de rutas, circuitos turísticos y camping. 16. Tiene accesibilidad de diferentes transportes público hacia la comunidad. 17. Existen servicios básicos en la comunidad. | <ol style="list-style-type: none"> 5. Existe gran demanda en épocas de agosto y noviembre hacia el cantón, por la tradicional romería de la Virgen de El Cisne. 6. El plan de marketing debe actualizarse para una mejor difusión. |
|--|--|
-

DEBILIDADES

1. El acceso hacia la parroquia urbana desde la ciudad de Loja se encuentra en deterioro.
2. Deficiente planificación en la promoción turística.
3. Falta de señalética Turística en los atractivos.
4. No posee planes actualizados de desarrollo en la comunidad.

AMENAZAS

1. El MINTUR no establece un cronograma o presupuesto de apoyo al cantón.
 2. No cuenta con apoyo de inversiones públicas y privadas para la actividad turística
 3. La comunidad no forma parte del plan de desarrollo actual.
 4. Deterioro en las vías de acceso hacia los atractivos turísticos.
-

Fuente: trabajo de campo

6.1.8 Matriz FODA Estratégico

Tabla 43. Matriz FODA estratégico

	Fortalezas	Debilidades
Factores Interno	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuenta con 4 hoteles, 1 hostel y 4 hosterías, además de los cuales cuenta con todos los servicios necesarios para el alojamiento de los turistas. 2. Posee una gran variedad de establecimientos de alimentos y bebidas. 3. Existen establecimientos de diversión nocturna. 4. Existen establecimientos de complementarios como bancos y agencia de viajes. 5. Cuenta con señalética vial 6. Dentro de la parroquia la vía se encuentra asfaltada. 7. Existe el servicio de transporte público de los cuales se puede encontrar servicio de bus, camiones, taxis y diferentes aerolíneas. 8. Existe servicio de telefonía de diferentes empresas, además de esto cuenta con oficinas de correos y cibercafés de los cuales podemos encontrar en distintas partes de la parroquia. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El acceso hacia la parroquia urbana desde la ciudad de Loja se encuentra en deterioro. 2. Deficiente planificación en la promoción turística. 3. Falta de señalética Turística en los atractivos. 4. No posee planes de desarrollo en la comunidad.
Factores Externo	<ol style="list-style-type: none"> 9. Existe el servicio de agua potable dentro de la parroquia, además de esto se encuentra conectado a la red pública de alcantarillado. 10. Existen diferentes instituciones de salud dentro de la localidad. 11. cuenta con el servicio de energía eléctrica. 12. cuenta con 4 estaciones de gasolineras de las cuales se encuentran a pocos minutos de la parte céntrica. 13. Su clima es agradable. 14. Las actividades productivas se centran en la agricultura, comercio al mayor y menos. 15. La demanda potencial determina que sería conveniente la realización de rutas, circuitos turísticos y camping. 16. Tiene accesibilidad de diferentes transportes público hacia la comunidad. 17. Existen servicios básicos en la comunidad. 	
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO

<ol style="list-style-type: none"> 1. Se ubica a 45min de la ciudad de Loja. 2. Su gastronomía es reconocida a nivel nacional. 3. A proximidad con otros atractivos turísticos de gran jerarquía. 4. Existen 7 atractivos culturales dentro de la parroquia. 5. Existe gran demanda en épocas de agosto noviembre hacia el cantón, por la tradicional romería de la Virgen de El Cisne. 6. El plan de marketing debe actualizarse para una mejor difusión. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Propuesta de productos turísticos para una mejor difusión de la parroquia urbana de Catamayo y todo el cantón F1,F2,F3,F4,F,F6,F7,F8,F9,10,F11,F12,F13,F14,F15; O2,O3,O4,O5,O6,O7,O8 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar una propuesta para promocionar de mejor manera el desino Catamayo D1,D4; O1,O2,O3,O4 2. Propuesta de promoción para los atractivos turísticos de la parroquia urbana D2,D3; O5,O6,
--	---	---

Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. El MINTUR no establece un cronograma o presupuesto de apoyo al cantón. 2. No cuenta con apoyo de inversiones públicas y privadas para la actividad turística 3. La comunidad no forma parte del plan de desarrollo actual. 4. Deterioro en las vías de acceso hacia los atractivos turísticos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Generar productos turísticos rutas y circuitos turísticos digitalizados para potenciar el turismo en la parroquia urbana de Catamayo F1,F2,F13; O1,O4 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promover los productos turísticos propuestos mediante distintas plataformas digitales D2,D3; A1,A4

Fuente: trabajo de campo

De acuerdo a las estrategias que se presentan en el FODA cruzado se puede evidenciar los siguientes resultados:

- Propuesta de productos turísticos para una mejor difusión de la parroquia urbana de Catamayo y todo el cantón.
- Elaborar una propuesta para promocionar de mejor manera el destino Catamayo.
- Propuesta de promoción para los atractivos turísticos de la parroquia urbana
- Generar productos turísticos rutas y circuitos turísticos digitalizados para potenciar el turismo en la parroquia urbana de Catamayo.
- Promover los productos turísticos propuestos mediante distintas plataformas digitales.

De acuerdo a las características presentadas se puede evidenciar que es necesario diseñar un producto turístico para la parroquia urbana de Catamayo.

Para el diseño de la ruta turística se describe los pasos 1 y 2 del manual para la generación de rutas e itinerarios turísticos del MINTRUR en la que parte del análisis del destino:

6.1.9 Nombre e identificación de la ruta

El nombre de la Ruta Turística “EL VALLE DEL ETERNO SOL” surgió como resultado de la aplicación de encuestas, la recopilación de información y la recolección de sugerencias de algunos actores involucrados. El nombre de la ruta es considera por el clima que es idóneo para disfrutar de sus balnearios, de su variada gastronomía entre otros. ver figura 4

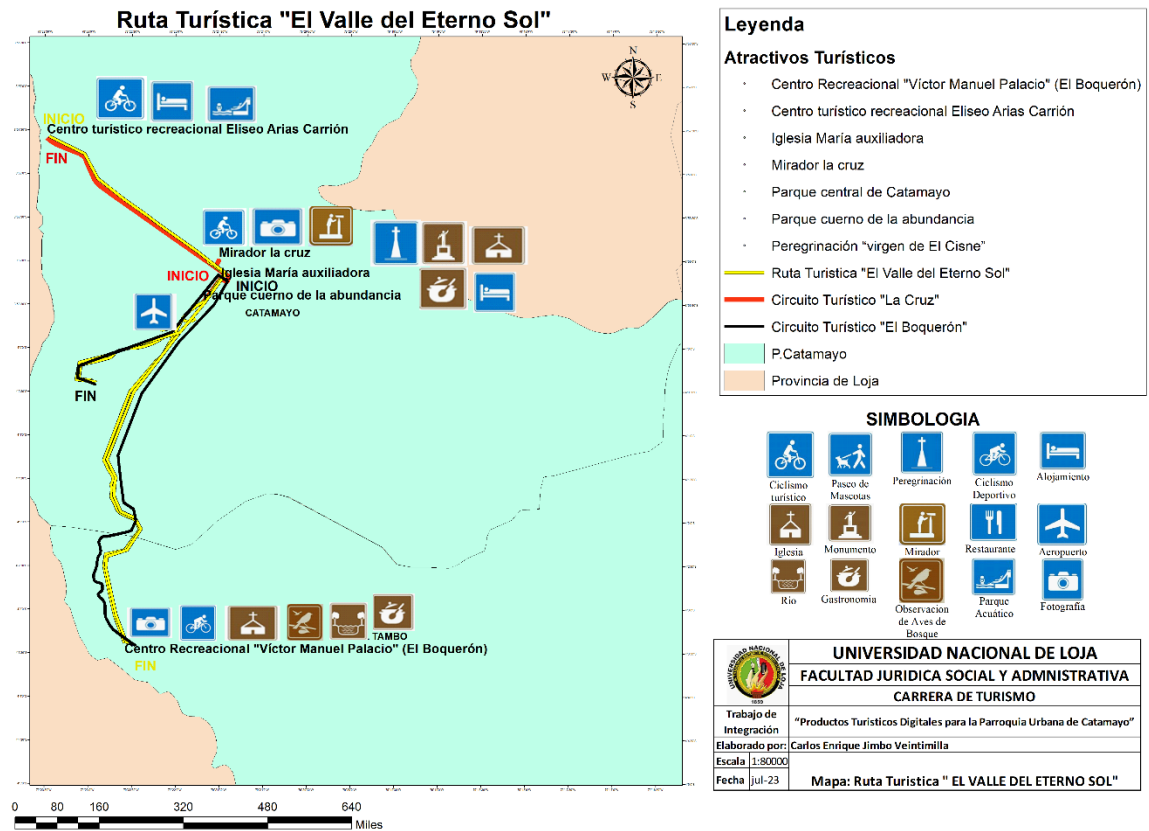
Marca



Fuente: Trabajo de campo
Figura 4. Marca turística

Descripción: En el logo está plasmado el sol que caracteriza al lugar como el terno sol junto a él se puede observar las montañas, que en hora de la tarde se puede observar un hermoso atardecer y en la cual es muy representativo del lugar. ver figura 5

Diseño de la Ruta y georreferenciación



Fuente: Trabajo de campo
 Figura 5. Mapa Georreferenciación Ruta Turística "El Valle del Eterno Sol"

Modalidades de Turismo

El turismo que se realiza en este lugar está enfocado al turismo de aventura, religioso y gastronómico, por esta razón se ha diseñado esta ruta, en la cual podemos encontrar tantos atractivos culturales y naturales.

Perfil del turista

Está enfocado a personas de entre 18 a 50 años de edad quienes por su condición física estarían dispuestos a participar de caminatas, ciclo paseos y visitar los atractivos que ofrece el lugar.

Seguridad turística

En la parroquia cuenta con un cuartel policial, unidad de policía y el servicio de emergencias ECU911 además de esto cuenta con 4 establecimientos de salud los cuales estarían dispuestos a brindar seguridad y atención inmediata en caso que se presente algún inconveniente.

Oferta de servicios

En la localidad cuenta con 8 establecimientos de alojamiento, entre ellos 4 hoteles 1 hostel, y 4 hosterías, además de esto cuenta con 24 establecimientos de alimentación, 3 cafeterías, 7 bares que están distribuido en diferentes partes de la localidad y estos se encuentran en la parte céntrica. En servicios complementarios el lugar con cuenta con 5 discotecas, diferentes cooperativas de transporte público y por último este cuenta con diferentes entidades bancarias.

Necesidades Turísticas

Las entrevistas realizadas, las encuestas y el FODA me permitió determinar que la parroquia urbana de Catamayo existen necesidades que requieren ser trabajadas, entre ellos están el mejoramiento de la infraestructura de los atractivos, mantenimiento de los lugares sobre todo la difusión de los atractivos.

6.1.9. Rutas





















La Ruta Turística comprende diferentes puntos de gran atracción para los turistas, en la cual pueden apreciar atractivos culturales y naturales, además permite que se promocionen cada uno de los atractivos que cuenta el lugar, lo cual permitirá el desarrollo el desarrollo de las pequeñas y grandes emprendimientos que existe en el lugar.

Estructura de la ruta

La ruta esta estructura de acuerdo al siguiente cronograma (Itinerario) lo cual se tomó en cuenta los atractivos con mayor relevancia de la parroquia. A continuación, detallaremos el itinerario de la Ruta. Ver figura 6

Ruta Turística "El Valle del Eterno Sol"



Duración 2 días		Temperatura 20°-29°		Atractivos culturales		Actividades turísticas		Servicios	
	Tiempo 5 Horas				Iglesia		Ciclismo turístico		Restaurante
	Distancia 32 Km		Dificultad		Monumento		Peregrinación		Alojamiento
					Gastronomía		Fotografía		Parque Acuático
					Observación de Aves de Bosque		Paseo de Mascotas		Aeropuerto
									

Fuente: Trabajo de campo
Figura 6. Ruta Turística

Inicio: Iglesia Católica María Auxiliadora

Fin: Mirador la Cruz

Duración: El tiempo de la ruta tiene una duración de 2 días

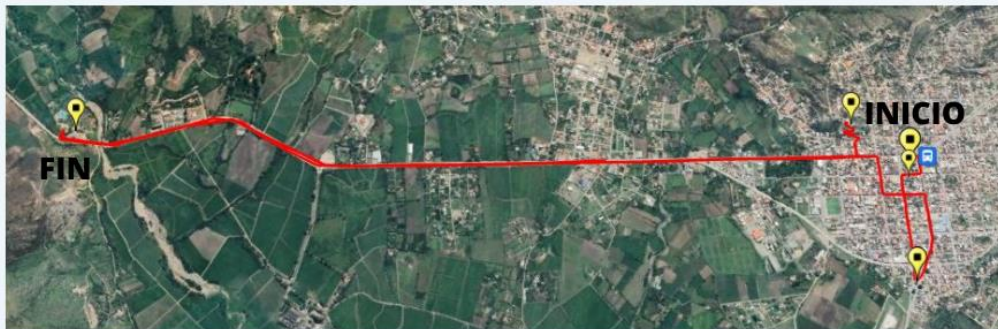
Extensión de la ruta: 32km.

Itinerario

Punto de encuentro: Parque Central de Catamayo.

CIRCUITO TURISTICO "La Cruz"

Circuito Turístico "La Cruz"



Itinerario

Día 1: Iglesia Católica María Auxiliadora- Mirador la Cruz- Centro Recreacional Eliseo Arias Carrión.
07:00 Punto de encuentro, Parque Central de Catamayo.
07:30 Desayuno en el Restaurant Don Leo
08:15 Visita a la Iglesia Católica María Auxiliadora
09:45 Recorrido por la parte urbana de Catamayo
12:00 Almuerzo
13:30 Traslado al Centro Recreacional Eliseo Arias Carrión
17:30 Traslado hacia el Mirador la Cruz
19:00 Cena en el restaurant Don Leo
20:00 Traslado hacia el Hotel Reina del Cisne.

Recomendaciones

- Llevar protector solar
- Calzado deportivo
- Gorra o sombrero, gafas y ropa cómoda
- Cámara fotográfica
- Hidratación
- Ropa de Baño
- Entre otros



Fuente: Trabajo de campo
Figura 7. Circuito Turístico

Día 1: Iglesia Católica María Auxiliadora- Mirador la Cruz- Centro Recreacional Eliseo Arias Carrión.

07:00 Punto de encuentro, Parque Central de Catamayo.

07:30 Desayuno en el Restaurant Don Leo

08:15 Visita a la Iglesia Católica María Auxiliadora

09:45 Recorrido por la parte urbana de Catamayo (Parque central de Catamayo- Parque Cuerno de la Abundancia)

12:00 Almuerzo en Restaurant Cecinas Viejo Lucho en donde se degustara la tradicional Cecina de Catamayo

13:30 Traslado al Centro Recreacional Eliseo Arias Carrión

14:00 Llegada y recorrido hacia el lugar, además se hará uso de las instalaciones en donde el turista podrá utilizar la piscina, hidromasaje, baño turco, instalaciones deportivas entre otros

17:30 Traslado hacia el Miradora la Cruz

18:00 Llegada recorrido hacia el lugar, se podrá observar toda la parroquia urbana y a su vez el atardecer.

19:00 Cena en el restaurant Don Leo

20:00 Traslado hacia el Hotel Reina del Cisne.

CIRCUITO TURISTICO "El Boquerón"

Circuito Turístico "El Boquerón"



Itinerario

Día 2: Centro Recreacional "Víctor Manuel Palacio" (El Boquerón)- Barrió La Vega
08:00 Desayuno en el restaurant Don Leo
09:00 Traslado hacia el centro recreacional "Víctor Manuel Palacio"
10:30 Llegada al El Boquerón
13:00 Almuerzo en el lugar
14:00 visita al Barrió la Vega
18:00 cena en el Restauran Lo Nuestro.
19:00 Traslado hacia el hotel Reina del Cisne y fin del recorrido.

Recomendaciones

- Llevar protector solar
- Calzado deportivo
- Gorra o sombrero, gafas y ropa cómoda
- Cámara fotográfica
- Hidratación
- Ropa de Baño
- Entre otros



Fuente: Trabajo de campo
Figura 8. Circuito Turístico

Día 2: Centro Recreacional "Víctor Manuel Palacio" (El Boquerón)- Barrió La Vega

08:00 Desayuno en el restaurant Don Leo

09:00 Traslado hacia el centro recreacional “Víctor Manuel Palacio” (El Boquerón), la primera parada se hará en Catamayito de ahí se utilizará la bicicleta para llegar al centro recreacional.

10:30 llegada al El Boquerón, se realizará actividades, como caminata, fotografía, juegos deportivos, observación de flora y fauna, entre otros.

13:00 Almuerzo en el lugar

14:00 visita al Barrio la Vega

14:30 recorrido por el lugar, además de esto se podrá observar cómo se elabora el tradicional Chivo al hueco.

18:00 cena en el Restauran Lo Nuestro.

19:00 Traslado hacia el hotel Reina del Cisne y fin del recorrido.

Recomendaciones para la realización del recorrido

- Llevar protector solar
- Calzado deportivo
- Gorra o sombrero, gafas y ropa cómoda
- Cámara fotográfica
- Hidratación
- Ropa de Baño
- Entre otros

Presupuesto por Circuito

Tabla 44. Presupuesto

		Desayuno	\$3.00
Día 1	Alimentación	Almuerzo	\$7.00
		Cena	\$3.50
		Alojamiento	X Noche
Día 2	Alimentación	Desayuno	\$3.00
		Almuerzo	\$3.50
		Cena	\$3.50
	Alquiler de Bicicletas	X Día	\$5.00
	Transporte	X Día	\$6.50
		Total	\$50.00

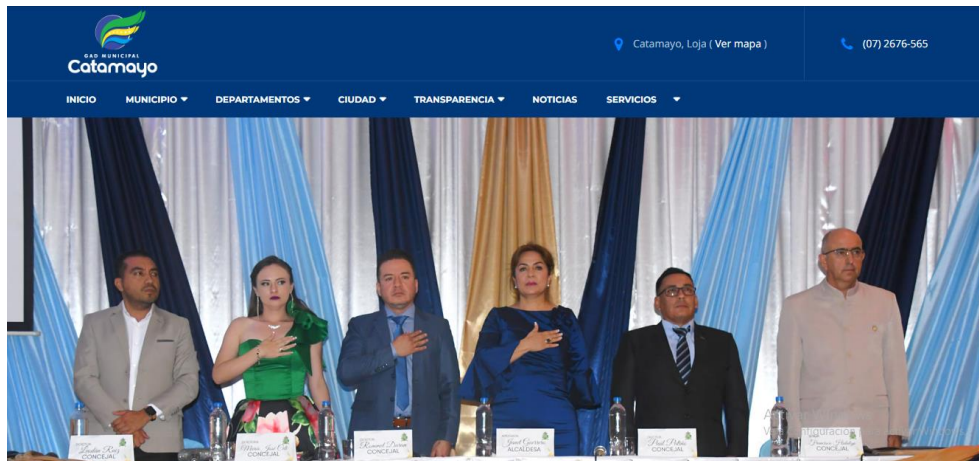
Fuente: Trabajo de campo

6.2. Determinar el concepto de los productos turísticos digitales priorizados como resultado del diagnóstico.

Luego de establecer el diseño de la ruta Turística se procede a escoger los elementos esenciales que debe llevar el producto turístico digital.

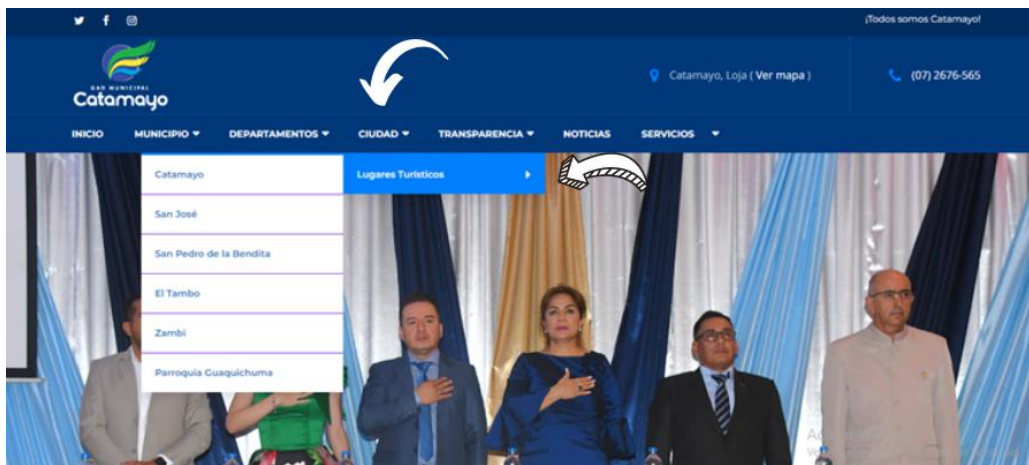
De acuerdo a los demandan estos manejan o tiene conocimiento en 100% sobre plataformas digitales, es así que se planean las siguientes alternativas como referente de los mismos.

6.2.1. Propuesta de herramienta digital: Blog del Municipio de Catamayo



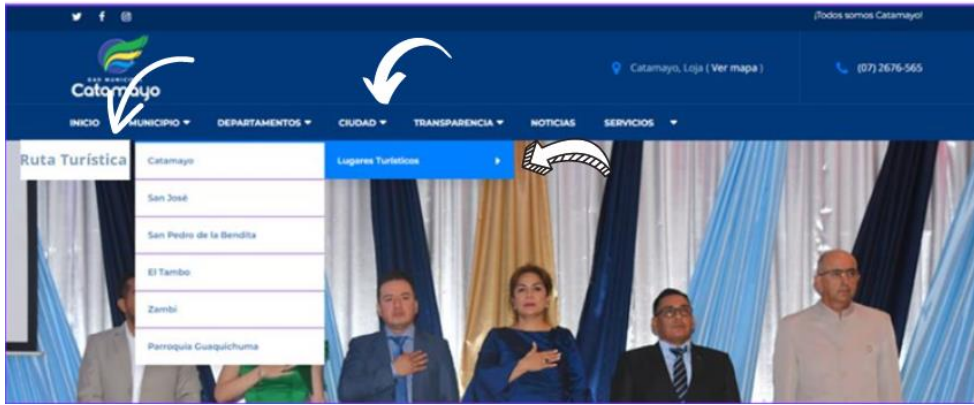
Fuente: Trabajo de campo
Figura 9. Página del GAD de Catamayo

- 1) Para la propuesta de la ruta en primer lugar se tiene que ir a la página del municipio.
Ver figura 10



Fuente: Trabajo de campo
Figura 10. Página de Catamayo

- 2) Seguidamente ir a la opción ciudad, luego aparecerá la opción de lugares turísticos y por último en Catamayo. Ver figura 11



Fuente: Trabajo de campo
 Figura 11. Página de Catamayo

3) En la sección de Catamayo aparecerá la propuesta con el nombre de la ruta turística, dando un clic en ella nos llevará a otra página en donde se podrá apreciar el mapa de la ruta turística con sus respectivos circuitos, atractivos, itinerario y los costos. Ver figura 12



Fuente: Trabajo de campo
 Figura 12. Diseño de la propuesta plataforma digital

Presupuesto aproximado

Tabla 45. Presupuesto

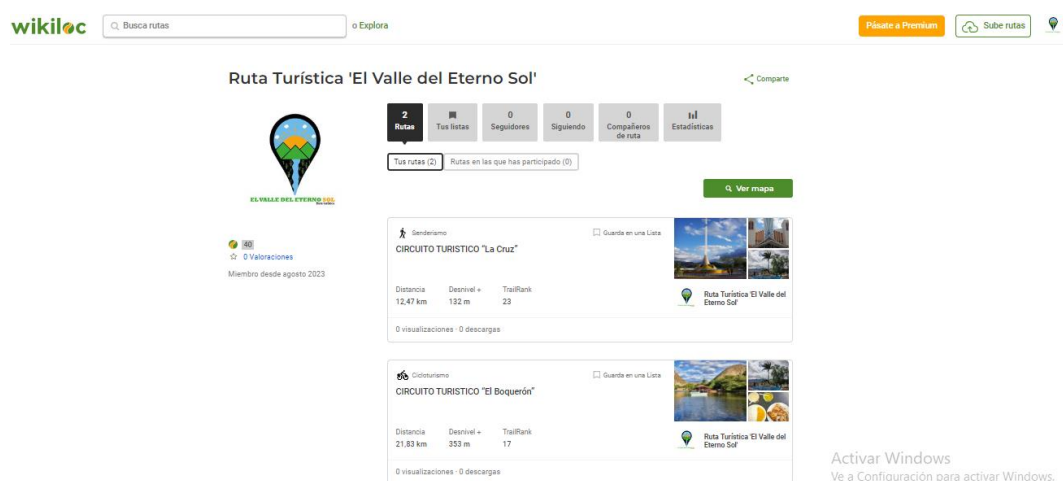
Detalle	cantidad	Valor unitario	Valor total
GoPro Max	1	\$499.99	\$499.99
Volta (accesorio)	1	\$90.00	\$90.00
Editor	1	\$150.00	\$150.00
Publicidad	1	\$350.00	\$350.00
Mantenimiento	1	\$500.00	\$500.00
		Total	\$1,489.99

Fuente: Trabajo de campo

Aplicación Wikiloc Outdoor Navigation GPS.

Wikiloc es una plataforma tecnología que permite facilitar la navegación y el seguimiento de recorridos al aire libre, siendo de gran ayuda para distintos de turistas y de profesionales, estos pueden realizar actividades como senderismo, ciclismo, escalada, entre otras. La aplicación está disponible en el Google Play Store para dispositivos Android y en la App Store para IOS, luego de haber descargado la aplicación se de seleccionar crear cuenta o registrarse, esto lo puede realizar con el correo electrónico o por Facebook, luego de haber realizado el registro se podrá completar el perfil añadiendo una foto, nombre de usuario y otra información.

La Aplicación de Wikiloc nos permitirá realizar el trazado de la ruta turística, para ello se hizo el registro en la aplicación. Ver figura 13.



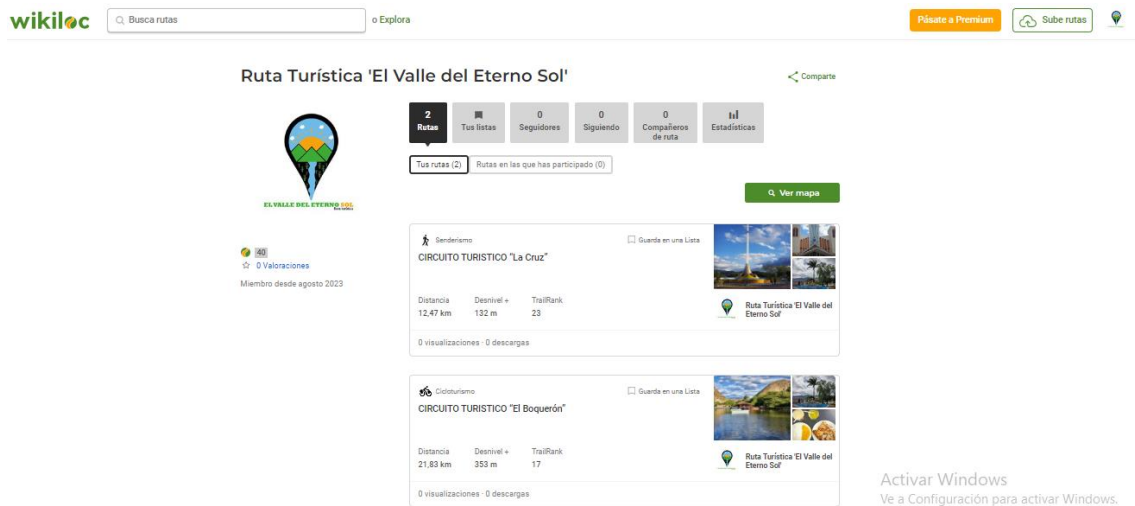
Fuente: Trabajo de campo
Figura 13. Aplicación Wikiloc

- 1) Para poder subir los circuitos correspondientes de ruta, se tiene que ir en la opción subir ruta, de ahí aparecerá varias opciones de las cuales seleccionares el fichero GPS con las rutas y puntos de interés a publicar, en esta sección podremos subir los puntos que contiene los circuitos.



Fuente: Trabajo de campo
Figura 14. Aplicación Wikiloc

- 2) Luego de a ver subido los puntos de la ruta aparecerá en plataforma en la cual podremos observar los distintos circuitos que cuenta el lugar, con sus respectivas fotografía de los atractivos que contiene el lugar.



Fuente: Trabajo de campo
 Figura 15. Aplicación Wikiloc

Para la propuesta de la Ruta Turística se tiene que considerar que el presupuesto para la aplicación es de \$890.00 ya que se tiene que realizar la toma de puntos referenciales, fotografías, editor y la publicidad, además de esto se tiene que realizar la creación de la cuenta.

Presupuesto

Tabla 46. Presupuesto Aplicación Wikiloc

Detalle	cantidad	Valor unitario	Valor total
GoPro Max	1	\$499.99	\$500.00
Editor	1	\$150.00	\$150.00
Publicidad	1	\$250.00	\$250.00
		Total	\$890.00

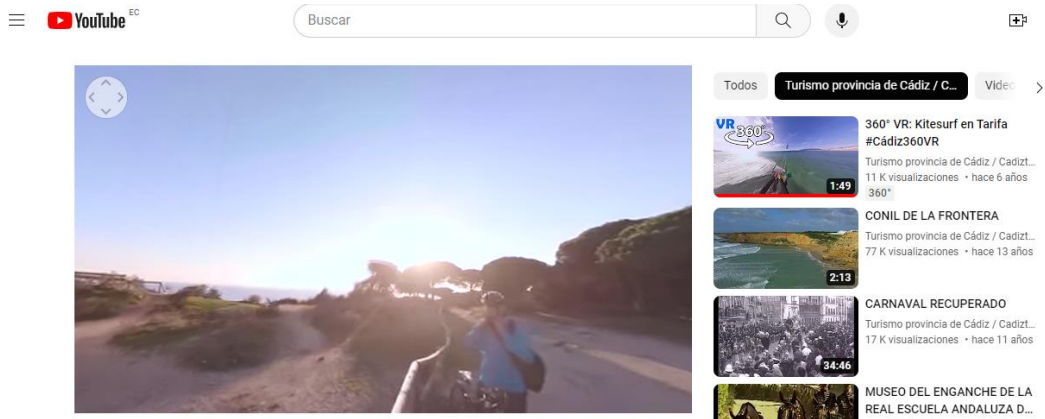
Fuente: Trabajo de campo

Video en 360

Video en 360° en ella se podría implementar un recorrido de ruta mediante la toma de la GoPro Max lo cual permitirá conocer cada uno de los circuitos turísticos.

Para esto se tiene que utilizar la cámara GoPro MAX la cual permitirá grabar todo el recorrido de los circuitos.

- 1) Seguidamente se tendría que realizar la edición por parte de un editor de publicidad, luego de esto se realiza la subida del video por medio de las redes sociales, y en la plataforma de Youtube lo cual es totalmente gratuito.
- 2) Video de referencia <https://www.youtube.com/watch?v=VY0ImQIuYs8>



Fuente. Plataforma YouTube
 Figura 16. Página de YouTube

Presupuesto

Tabla 47. Presupuesto Video en 360

Detalle	cantidad	Valor unitario	Valor total
GoPro Max	1	\$499.99	\$499.99
Volta (accesorio)	1	\$90.00	\$90.00
Editor	1	\$150.00	\$150.00
Publicidad	1	\$250.00	\$250.00
		Total	\$989.99

Fuente: Trabajo de campo

7. Discusión

Para el presente trabajo de investigación la cual se basa en la propuesta de productos turísticos digitales para la parroquia urbana de Catamayo, se utilizó la Matriz adaptada de diagnóstico turístico de comunidades de Carla Ricaurte, la cual nos permitió realizar un diagnóstico turístico de la comunidad además se utilizó las fichas del MINTUR del año 2018, la cual nos permito realizar la actualización y el inventario de cada uno de los atractivos turísticos, las cuales se pudo determinar que existen 8 atractivos culturales.

Mediante la realización de la entrevista a actores involucrados se pudo determinar que la creación de Rutas y Circuitos son de gran importancia para la promoción de la parroquia, además se aplicó las encuestas para sacar la demanda potencial y saber que productos ellos consideran importante para el lugar. (Buitrago, 2020) menciona que la elaboración de una aplicación digital sirve para incrementar el comercio electrónico sino también de comprender un entorno, sus dinámicas y sus necesidades. En el proyecto concluye que la recuperación de turismo en Colombia es ampliar la oferta turística en plataformas digitales, esto ayudara a viajeros y prestadores de servicios turísticos ya que estos pueden hacer uso de las herramientas digitales, como redes sociales, mapas digitales y buscadores online.

Actualmente la parroquia urbana de Catamayo cuenta con los servicios de alojamiento y alimentación las cuales se encuentran en el catastro del MINTUR, en las cuales existe una buena infraestructura para recibir a los turistas, también se pudo identificar que existen los servicios de energía eléctrica, servicios de luz y agua además cuenta con el servicio de alcantarillado, también se pudo identificar que existen distintas compañías de transporte que prestan servicios a la comunidad. En la matriz de Quijano (2009) menciona que en el diagnostico turístico se tienen que identificar todos los componen que existen en el lugar para definir las los procesos de planificación.

Según Ramírez (2019) las demandas sociales, económicas y ambientales requieren de la creación de productos turísticos que permitan a la comunidad tener ingresos económicos para su desarrollo, para esto se debe realizar distintas fases como conocer el entorno, el diseño de productos turísticos y identificar la demanda. Para la propuesta de productos turísticos para la parroquia urbana de Catamayo se diseñó de la ruta turística mediante el manual de Generación de Rutas e Itinerario Turísticos del MINTUR de las cuales se pudo hacer el análisis del destino y también el diseño de las cuales se elaboró los circuitos que son parte de la ruta.

8. Conclusiones

A partir del enfoque de estudio mixto y del análisis de datos obtenidos durante el desarrollo de esta investigación, y con el objetivo de cumplir las metas planteadas se puede concluir que:

- Mediante la metodología de adaptada Design Thinking en su primera fase se realizó un diagnóstico en el cual se permitió identificar la situación actual de la parroquia, se logró conocer que la oferta de servicios que cuenta el lugar es muy amplia, además se identificó que existen atractivos turísticos potenciales para el desarrollo del turismo.
- Se procedió a realizar las entrevistas en donde se obtuvo información relevante, la cual aportó positivamente para el desarrollo de la presente investigación, los resultados de estas fueron fundamentales ya que se logró identificar posibles productos digitales, y con la ayuda de las encuestas y el FODA estratégico se determinó la creación de rutas y circuitos turísticos.
- Luego de determinar los conceptos de productos digitales se realizó la propuesta de una herramienta digital (Blog) que consiste en dar a conocer al turista la ruta y circuitos que cuenta el lugar, mostrado de forma detallada los lugares turísticos.
- La herramienta Wikiloc Outdoor Navigation GPS es una aplicación que permitirá al visitante poder navegar de una forma fácil, sin ayuda de un guía local ya que esta cuenta con un mapa de tiempo real, la cual dará indicaciones para llegar al lugar de destino deseado. Esto beneficiara a la generación de empleos y el crecimiento económico del lugar.

9. Recomendaciones

- Se recomienda al Gad de Catamayo la implementación de las propuestas dadas, ya que esto permitirá un crecimiento económico para sus habitantes, también es necesario que el GAD realice la promoción turística masiva de cada uno de los atractivos.
- Se recomienda al GAD de Catamayo que realice la compra de equipos electrónicos con un presupuesto \$890, la cual permitirá que el personal que trabaja en el área de comunicación tenga a disposición estos equipos, permitiendo que estos puedan promocionar de una forma diferente los atractivos y eventos.
- A las entidades públicas y privadas para que realicen una campaña de difusión de los establecimientos que cuentan, a su vez promocionando los servicios y promoviendo los atractivos en cada uno de plataformas digitales.
- Al Ministerio de Turismo para que realice un proyecto de promoción la cual permita hacer conocer nivel nacional la parroquia urbana de Catamayo, y también que cada uno de los atractivos que cuenta el lugar contengan la respectiva señalética turística.

10. Bibliografía

- Arriols, e. (2023, 09 04). *Ecología verde*. From <https://www.ecologiaverde.com/que-es-el-ecoturismo-y-sus-caracteristicas-1075.html>
- Buitrago, E. (2020). *DISEÑO DE UNA PLATAFORMA DIGITAL PARA EL TURISMO INTERNO EN COLOMBIA*. BOGOTÁ: UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO.
- Canosa , E. (2023). *Repositorio Comillas*. From <http://hdl.handle.net/11531/69931>
- CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. (2018). *Art. 16. (TituloI)*. Quito-Ecuador. From <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador.pdf>
- CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. (2018, 01 de agosto.). *Art. 385 (TituloVII)*. Quito- Ecuador. From <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador.pdf>
- Frede, L. F. (2008). *Marketing digital aplicado al turismo*. Argetina : Repositorio Digital de la FCEyS. UNMDP.
- Gonzaga Vallejo, L. C. (2019, abril 05). *dialoguemos*. From <https://dialoguemos.ec/2019/04/la-utpl-presento-una-app-web-para-el-monitoreo-de-indicadores-hoteleros-en-loja/>
- Gonzalez alatorre, a., & Conde Pérez, E. (2011, 12). *TURyDES revista de investigacion en turismo y desarrollo local* . From <https://www.eumed.net/rev/turydes/11/gacp.html>
- Ibañez Pérez , R., & Canrera Villa, C. (2011). *Teoría General del Turismo: un enfoque global y nacional*. México : Academia Mexicana de Investigacionn Turística .
- Ibañez, R., & Rodríguez Villalobos, I. (2017). *Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo*. From <https://agua.org.mx/biblioteca/tipologias-antecedentes-la-actividad-turistica-turismo-tradicional-turismo-alternativo/>
- Justuseapp.com. (2024, 05 20). *Justuseapp.com*. From <https://justuseapp.com/en/app/432102730/wikiloc-outdoor-navigation-gps/reviews>
- Larrea Paredes, M. d., & Zambrano Aguilar, C. M. (2021). *Manual de práctica Módulo: Gestión de servicios de información turística*. Quito, Ecuador : VVob EDucation For DEVElopMEnt.

Ledhesma, M. (2018). *Tipos de Turismo: Nueva Clasificación*. Buenos Aires.

Ley de comercio electrónico, firmas y mensajes de datos. (2002). *Ley No. 67*. From chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/Ley-de-Comercio-Electronico-Firmas-y-Mensajes-de-Datos.pdf

Ley de turismo. (2014). *Ley No. 97*. From chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf

Molina, G. (2015). *Información y atención al visitante*. UF0082. Editorial Tutor Formación.

Ministerio de Turismo. (2009). *Ministerio de Turismo, EC*. From Ministerio de Turismo, EC.: http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=2294&Itemid=111

Mora López, R. D., & Sinchire Capa, D. M. (2012). *ELABORACIÓN DE UNA GUÍA TURÍSTICA*. From <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/931>

Mullo Romero, E. d., Castro Salceso, J. P., & Guillén Herrera, S. R. (2019, septiembre 02). *Revista Universidad y Sociedad*, 11(4), 394-399. From http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000400394&lng=es&tlng=es.

OMT. (2022, JUNIO 18). *ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO DE PRENSA*. From AMAZON AWS: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-01/220118-unwto-barometer-es.pdf?VersionId=Iy28ChJPKpnZz36KDaaTfsADYvbumFfK>

Pérez, A. M. (2022, 04 25). *entornoturistico*. From <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-turismo-de-aventura/>

Quijano, C. R. (2009). *Manual para Diagnóstico Turístico Local*. Escuela Superior Politécnica del Litoral. From https://www.academia.edu/9266030/Manual_para_Diagn%C3%B3stico_Tur%C3%A1stico_Local_Carla_Ricaurte_Quijano_1_MANUAL_PARA_EL_DIAGN%C3%93STICO_TUR%C3%8DSTICO_LOCAL_Gu%C3%ADa_para_planificadores_CONTE_NIDO

- Ramírez, O. (2019). *Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local*. Mexico: Revista de Ciencias de la Administración y Economía.
- Rilo, C. (2014). *Organización del servicio de información turística local* (5.1 ed.). EDITORIAL ELEARNING S.L.
- Rodney , A., García Reinoso , N., & Rodríguez Ortega , A. (2017, julio 14). *ECA Sinergia*. From <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/785>
- Socatelli, M. (2013). *Mercadeo Aplicado al Turismo*. Consultores en Turismo.
- Turismo, M. (2018). *Portal Servicios MINTUR*. From <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRACTIVOS-TURISTICOS.pdf>
- Uribe, I. (2022, septiembre 28). *SecmotiC*. From <https://secmotiC.com/turismo-digital/#gref>
- Vargas Ulate, G. (2012). *ESPACIO Y TERRITORIO EN EL ANÁLISIS GEOGRÁFICO*. Costa Rica: Reflexiones, vol. 91, núm. 1, 2012, pp. 313-326.

11. Anexos

Anexo 1. Certificación de designación de director de TIC



unl

Universidad
Nacional
de Loja

FACULTAD, JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA
TURISMO

Presentada el día de hoy, 15 de mayo del 2023, a las 09h10. Lo certifica, la Secretaria Abogada de la Facultad Jurídica Social y Administrativa de la UNL.

ENA REGINA
PELAEZ SORIA

Firmado digitalmente por
ENA REGINA PELAEZ SORIA
Fecha: 2023.05.15 12:15:26
-05'00'

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

Loja, 15 de mayo del 2023, a las 09h15. Atendiendo la petición que antecede, de conformidad a lo establecido en el **Art. 228 Dirección del trabajo de integración curricular o de titulación**, del Reglamento de Régimen Académico de la UN vigente; una vez emitido el informe favorable de estructura, coherencia y pertinencia del proyecto, se designa a la **Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene, Mg. Sc.**, Docente de la Carrera de Administración Turística de la Facultad Jurídica Social y Administrativa, como **DIRECTOR/A del Trabajo de Integración Curricular o Titulación**, titulado: **"PRODUCTOS TURÍSTICOS DIGITALES PARA LA PARROQUIA URBANA DE CATAMAYO Y SAN JOSÉ"**, de autoría del Sr./Srita. **Carlos Enrique Jimbo Veintimilla**. Se le recuerda que conforme lo establecido en el Art. 228 antes mencionado. Usted en su calidad de director del trabajo de integración curricular o de titulación *"será responsable de asesorar y monitorear con pertinencia y rigurosidad científico-técnica la ejecución del proyecto y de revisar oportunamente los informes de avance, los cuales serán devueltos al aspirante con las observaciones, sugerencias y recomendaciones necesarias para asegurar la calidad de la investigación. Cuando sea necesario, visitará y monitoreará el escenario donde se desarrolle el trabajo de integración curricular o de titulación"*. **NOTIFÍQUESE para que surta efecto legal.**

RUBEN DARIO
ROMAN AGUIRRE

Firmado digitalmente por
RUBEN DARIO ROMAN AGUIRRE
Fecha: 2023.05.15 09:37:11
-05'00'

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

Loja, 15 de mayo del 2023, a las 09h20. Notifiqué con el decreto que antecede a la Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene, Mg. Sc., para constancia suscriben:



Firmado digitalmente por:
MARUXI YADIRA
LOARTE TENE

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

Elaborado por: Soledad Medina G.



Firmado digitalmente por:
SOLEDAD ELIZABETH
MEDINA GORDILLO

ENA REGINA
PELAEZ SORIA

Firmado digitalmente por
ENA REGINA PELAEZ
SORIA
Fecha: 2023.05.15
12:15:33 -05'00'

Dra. Ena Regina Peláez Soría Mg. Sc
SECRETARIA ABOGADA

Página 1 | 1

072 - 545187

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

Educamos para Transformar

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	#		4. BARES	#	
2. CAFETERIAS			5. CANTINAS		
3. FUENTES DE SODA			6. KIOSKOS DE COMIDA		
			7. OTROS _____		

2.3 Esparcimiento

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

1. DISCOTECAS	#		3. INSTALACIONES DEPORTIVAS	#	
2. CINES/ TEATROS			4. BINGOS		
			5. OTROS		

2.4 Otros servicios

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

1. AGENCIAS DE VIAJE	#		4. GUÍAS DE TURISMO	#	
2. OPERADORAS			5. BANCOS		
3. INFORMACIÓN AL TURISTA			6. CAJEROS AUTOMÁTICOS		
			7. OTROS		

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	<input type="checkbox"/>	6. FLUVIAL	<input type="checkbox"/>
2. ADOQUINADA	<input type="checkbox"/>	7. MARÍTIMA	<input type="checkbox"/>
3. EMPEDRADA	<input type="checkbox"/>	8. AÉREA	<input type="checkbox"/>
4. LASTRADA	<input type="checkbox"/>	9. SENDERO	<input type="checkbox"/>
5. DETIERRA (CARROSABLE)	<input type="checkbox"/>	10. OTRO _____	<input type="checkbox"/>

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

a) VIAL

1. SÍ	<input type="checkbox"/>
2. NO	<input type="checkbox"/>

b) TURÍSTICA

1. SÍ	<input type="checkbox"/>
2. NO	<input type="checkbox"/>

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

1. BUS	<input type="checkbox"/>	5. CANOA	<input type="checkbox"/>
2. CAMIONETA	<input type="checkbox"/>	6. AVIÓN	<input type="checkbox"/>
3. TAXIS	<input type="checkbox"/>	7. AVIONETA	<input type="checkbox"/>
4. LANCHA	<input type="checkbox"/>	8. NINGUNO	<input type="checkbox"/>
		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. RIO, 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. EXCLUSADO Y ALCANTARILLADO
 2. LETRINA
 3. AIRE LIBRE, RÍO, ESTERO
 4. POZO SÉPTICO
 5. POZO CIEGO
 6. OTRO _____

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

1. CARRO RECOLECTOR
 2. SE QUEMA
 3. SE ENTIERRA
 4. OTRO _____

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

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
- | 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.	OTRO	<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? Nómbrelas.

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)	<input type="checkbox"/>
2. EMPLEOS INFORMALES EN TURISMO (VENEDORES INFORMALES, PRESTADORES DE SERVICIOS SIN DOCUMENTOS EN REGLA O SIN PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO)	<input type="checkbox"/>

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 | <input type="checkbox"/> |
| 2. MINGA | <input type="checkbox"/> |
| 3. ASAMBLEA COMUNITARIA | <input type="checkbox"/> |
| 4. OTRAS | <input type="checkbox"/> |

Comentarios:

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

- | | | |
|------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | SI | NO |
| 1. MUNICIPIO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. GOBIERNO PROVINCIAL | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

5.6. Destrezas para turismo encontradas en 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 | <input type="text"/> |
| 2. CAPACIDAD O EXPERIENCIA EN GUANZA | <input type="text"/> |
| 3. COCINA | <input type="text"/> |
| 4. CONTABILIDAD / ADMINISTRACIÓN | <input type="text"/> |
| 5. OTRA _____ | <input type="text"/> |

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.) | <input type="text"/> |
| 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) | <input type="text"/> |
| 3. Indiferencia hacia el desarrollo local de la actividad turística (La comunidad no contesta preguntas relacionadas al turismo, no opinan) | <input type="text"/> |
| 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) | <input type="text"/> |

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:

Apéndice 1

(Opcional si no existe información disponible en el Catastro del MINTUR)

ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO

#	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	Tipo	Servicios				# Hab.	# Plazas
			Alim	a/a	Tv	Bar		
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
		TOTALES						

Apéndice 2

(Opcional si no existe información disponible en el Catastro del MINTUR)

ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTACIÓN

#	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	TIPO	CAPACIDAD	ESPECIALIDAD	TIPO DE SERVICIO
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
		TOTALES			

FICHA 2

CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA

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

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

- 1. Sí
- 2. No

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

_____ VISITANTES DE LUNES A VIERNES
_____ VISITANTES LOS DÍAS SÁBADO
_____ VISITANTES LOS DÍAS DOMINGO
_____ VISITANTES LOS DÍAS FERIADOS

Fuente de información:

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

- 1. PERMANENTE (TODO EL AÑO)
- 2. ESTACIONAL (SÓLO POR TEMPORADAS)
- 3. ESPORÁDICA (DE VEZ EN CUANDO)
- 4. INEXISTENTE

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

- 1. INDEPENDIENTE
- 2. ORGANIZADO (PAQUETES, "TOURS")

Fuente de información:

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

A) CON RESPECTO AL ORIGEN

- | | |
|------------------|--------------------------|
| 1. INTERNACIONAL | <input type="checkbox"/> |
| 2. NACIONAL | <input type="checkbox"/> |
| 3. REGIONAL | <input type="checkbox"/> |

A) CON RESPECTO AL TIEMPO DE ESTADÍA

- | | |
|-------------------|--------------------------|
| 1. TURISTAS | <input type="checkbox"/> |
| 2. EXCURSIONISTAS | <input type="checkbox"/> |

Fuente de información:

1.6. El gasto promedio diario de los visitantes es: (escriba la respuesta en dólares).

USD

- | | |
|-------------------|--------------------------|
| 1. TURISTAS | <input type="checkbox"/> |
| 2. EXCURSIONISTAS | <input type="checkbox"/> |

Fuente de información:

1.7. Indique tres razones o atractivos principales por los cuales es visitada la comunidad (puede contestar esta pregunta por observación directa, a través de un taller, por percepción comunitaria o a través de encuestas a los visitantes).

1. _____
2. _____
3. _____

1.8. Los servicios turísticos que consumen los visitantes son: (Si dispone de datos cuantitativos, marque la respuesta en porcentajes, si no, puede marcar con X).

TIPO DE SERVICIO

- | | |
|------------------------------|--------------------------|
| 1. ALOJAMIENTO | <input type="checkbox"/> |
| 2. RESTAURANTES | <input type="checkbox"/> |
| 3. KIOSCOS DE COMIDA | <input type="checkbox"/> |
| 4. BARES | <input type="checkbox"/> |
| 5. SERVICIO DE GUIANZA LOCAL | <input type="checkbox"/> |
| 6. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |
| 7. NINGUNO | <input type="checkbox"/> |

FICHA 3

CARACTERIZACIÓN DE ATRACTIVOS Y RECURSOS TURÍSTICOS

Utilice una de estas fichas por cada uno de los atractivos o recursos turísticos que identifique en la comunidad. Toda la información que se recaba a través de esta ficha tiene que ver con el atractivo o recurso³ turístico específicamente.

1. DATOS GENERALES

1.1 Nombre del recurso o atractivo

1.2 Ubicación del atractivo

1.3 El atractivo se encuentra:

1. DENTRO DE LA COMUNIDAD (EN EL ÁREA URBANA)
2. FUERA DE LA COMUNIDAD (EN LOS ALREDEDORES)

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

1.4 La comunidad más cercana al atractivo es _____.

1.5 El atractivo dista de la comunidad más cercana a _____ Km.

2. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO

2.1 Natural

1. PLAYA DE RÍO/LAGUNA
2. PLAYA DE MAR
3. RÍO/LAGUNA SIN PLAYA
4. MAR SIN PLAYA
5. ISLA/SLOTE

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

7. BAHÍA
8. CAÍDA DE AGUA
9. AGUAS TERMALES
10. BOSQUE
11. OBSERVACIÓN DE FLORA O FAUNA

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

³ Como "recurso o atractivo potencial" se entiende a todos los recursos naturales y culturales que reúnen las condiciones estéticas para ser considerados como tales, pero que no cuentan con la planta y/o infraestructura adecuada para ser utilizados turísticamente.

6. ESTERO 12. OTRO _____

2.2 Cultural

1. MUSEO	<input type="checkbox"/>	7. ARTESANÍA	<input type="checkbox"/>
2. ARQUITECTURA TRADICIONAL	<input type="checkbox"/>	8. ARTES (ESPECIFIQUE)	<input type="checkbox"/>
3. LUGAR HISTÓRICO	<input type="checkbox"/>	9. COMIDA Y/O BEBIDA TÍPICA	<input type="checkbox"/>
4. RUINA /SITO ARQUEOLÓGICO	<input type="checkbox"/>	10. GRUPO ÉTNICO	<input type="checkbox"/>
5. MANIFESTACIÓN RELIGIOSA	<input type="checkbox"/>	11. ACONTECIMIENTO PROGRAMADO	<input type="checkbox"/>
6. FERIA Y/O MERCADO	<input type="checkbox"/>	12. OTRO _____	<input type="checkbox"/>

2.3 El atractivo o recurso puede disfrutarse durante:

1. TODO EL AÑO

2. POR TEMPORADAS (ESPECIFIQUE)

3. EVENTO PROGRAMADO (ESPECIFIQUE FECHA)

2.4 Horarios de atención / horas de disfrute del recurso

2.5 El atractivo o recurso tiene algún uso por parte de la comunidad local

1. Sí

2. No

¿CUÁL? _____

3. DEMANDA REAL DEL ATRACTIVO

3.1. El atractivo tiene una demanda aproximada de (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave).

_____ VISITANTES DE LUNES A VIERNES

_____ VISITANTES LOS DÍAS SÁBADO

_____ VISITANTES LOS DÍAS DOMINGO

_____ VISITANTES LOS DÍAS FERIADOS

Fuente de información:

3.2. Frecuencia de demanda que posee el atractivo (Marcar con una x)

1. PERMANENTE (TODO EL AÑO)	<input type="checkbox"/>
2. ESTACIONAL (SÓLO POR TEMPORADAS)	<input type="checkbox"/>
3. ESPORÁDICA (DE VEZ EN CUANDO)	<input type="checkbox"/>
4. INEXISTENTE	<input type="checkbox"/>
5. OTRA _____	<input type="checkbox"/>

Fuente de información:

3.3. Tipo de demanda que posee el atractivo (Marcar con una x)

- 1. INTERNACIONAL
- 2. NACIONAL
- 3. REGIONAL
- 4. LOCAL

4. SITUACIÓN ACTUAL DEL RECURSO O ATRACTIVO

4.1 El recurso o atractivo se encuentra actualmente

- 1. CONSERVADO
- 2. DETERIORADO CON POSIBILIDAD DE RECUPERACIÓN
- 3. DETERIORADO SIN POSIBILIDAD DE RECUPERACIÓN

4.2 El atractivo está a cargo de _____ y el número de teléfono o dirección de contacto es _____

4.3 Tenencia de la tierra donde se asienta el recurso o atractivo

- 1. PRIVADA
- 2. PÚBLICA
- 3. COMUNAL
- 4. OTRA _____

4.4 Se han realizado gestiones para su conservación o restauración

- 1. SÍ
- 2. NO

¿Cuáles?

4.5 Existen restricciones, regulaciones, políticas para el uso del atractivo

- 1. SÍ

--

CUALES

2. No

4.6 El atractivo tiene impactos ocasionados por el turismo u otras actividades productivas QUE PUEDAN AFECTAR SU CALIDAD ESTÉTICA (puede contestar esta pregunta por observación directa o a través de informantes clave)

	POSITIVOS	NEGATIVOS
IMPACTOS SOCIALES		
	POSITIVOS	NEGATIVOS
IMPACTOS AMBIENTALES		

5. TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

5.1. Las vías de acceso que conducen al atractivo específicamente, son accesibles durante:

1. TODO EL AÑO
2. POR TEMPORADAS, LOS MESES DE: _____

5.2. Principales vías de acceso al atractivo:

- | | | | |
|---------------------------|--------------------------|----------------|--------------------------|
| 1. PAVIMENTADA/ ASFALTADA | <input type="checkbox"/> | 6. FLUVIAL | <input type="checkbox"/> |
| 2. ADOQUINADA | <input type="checkbox"/> | 7. MARÍTIMA | <input type="checkbox"/> |
| 3. EMPEDRADA | <input type="checkbox"/> | 8. AÉREA | <input type="checkbox"/> |
| 4. LASTRADA | <input type="checkbox"/> | 9. SENDERO | <input type="checkbox"/> |
| 5. DE TIERRA (CARROSABLE) | <input type="checkbox"/> | 10. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |

5.3. Para llegar al atractivo existe señalización:

a) VIAL

1. SÍ
2. No

b) TURÍSTICA

1. SÍ
2. No

5.4. Para llegar al atractivo existen los siguientes tipos de transporte público (puede marcar más de una opción):

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

5.5. Descripción del transporte público terrestre disponible para llegar al atractivo

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

6. FACILIDADES Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS

6.1. Servicios turísticos que existen actualmente **EN** el atractivo o sus alrededores

TIPO DE SERVICIO	#
1. RESTAURANTES	<input type="text"/>
2. KIOSCOS DE COMIDA	<input type="text"/>
3. BARES	<input type="text"/>
4. SERVICIO DE GUANZA LOCAL	<input type="text"/>
5. OTRO _____	<input type="text"/>

6.2. En caso de que el atractivo no cuente con servicios turísticos, marque con una (x) los que usted considera necesarios para satisfacer las necesidades de la demanda.

1. RESTAURANTES
2. KIOSCOS DE COMIDA

3. BARES
4. SERVICIO DE GUANZA LOCAL
5. OTRO _____
6. NINGUNO

6.3. Actividades recreativas que se pueden realizar en el recurso o atractivo. Señale todas las actividades recreativas que se realizan actualmente con un asterisco (*), y las que usted recomienda que podrían realizarse con un visto (√). Recuerde que cuenta con espacios en blanco para las actividades que no se hayan incluido en el formulario.

- | | | | |
|------------------------------------|--------------------------|------------------------------------|--------------------------|
| 1. NATACIÓN | <input type="checkbox"/> | 12. COMPRAS | <input type="checkbox"/> |
| 2. PESCA DEPORTIVA | <input type="checkbox"/> | 13. GASTRONOMÍA | <input type="checkbox"/> |
| 3. CAZA | <input type="checkbox"/> | 14. CONOCIMIENTO ANTROPOLÓGICO | <input type="checkbox"/> |
| 4. DEPORTES DE CANCHA | <input type="checkbox"/> | 15. EVENTOS PROGRAMADOS | <input type="checkbox"/> |
| 5. DEPORTES DE AVENTURA/RIESGO | <input type="checkbox"/> | 16. CAMPING | <input type="checkbox"/> |
| 6. COMPETENCIAS DEPORTIVAS | <input type="checkbox"/> | 17. PICNIC | <input type="checkbox"/> |
| 7. CAMINATAS | <input type="checkbox"/> | 18. CICLISMO/ BICICLETA DE MONTAÑA | <input type="checkbox"/> |
| 8. PASEOS EN BOTE/LANCHA | <input type="checkbox"/> | 19. PARAPENTE | <input type="checkbox"/> |
| 9. PASEOS A CABALLO/MULA | <input type="checkbox"/> | 20. BUCEO / SNORKEL | <input type="checkbox"/> |
| 10. VISITAS GUIADAS | <input type="checkbox"/> | 21. _____ | <input type="checkbox"/> |
| 11. OBSERVACIÓN DE FLORA Y/O FAUNA | <input type="checkbox"/> | 22. _____ | <input type="checkbox"/> |

Comentarios: _____

6.4. Instalaciones con que cuenta actualmente el atractivo para la realización de actividades recreativas y turísticas (indique cuántas unidades existen de cada instalación).

- | | | | |
|-----------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. PISCINA | <input type="checkbox"/> | 6. PUENTES | <input type="checkbox"/> |
| 2. VESTIDORES | <input type="checkbox"/> | 7. CIRCUITOS DE SENDEROS | <input type="checkbox"/> |
| 3. CANCHAS DEPORTIVAS | <input type="checkbox"/> | 8. REFUGIO | <input type="checkbox"/> |
| 4. MUELLE | <input type="checkbox"/> | 9. PASARELAS | <input type="checkbox"/> |
| 5. MIRADOR | <input type="checkbox"/> | 10. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |

Comentarios con respecto a la calidad de las instalaciones existentes:

6.5. En caso de que el atractivo no cuente con instalaciones, marque con una (x) qué instalaciones cree usted que el atractivo necesita para la realización de actividades recreativas y turísticas.

- | | | | |
|-----------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. PISCINA | <input type="checkbox"/> | 6. PUENTES | <input type="checkbox"/> |
| 2. VESTIDORES | <input type="checkbox"/> | 7. CIRCUITOS DE SENDEROS | <input type="checkbox"/> |
| 3. CANCHAS DEPORTIVAS | <input type="checkbox"/> | 8. REFUGIO | <input type="checkbox"/> |

- 4. MUELLE
- 5. MIRADOR

	9. PASARELAS	
	10. OTRO _____	

7. CALIDAD INTRINSECA DEL RECURSO O ATRACTIVO

En este espacio, haga sus comentarios sobre las características intrínsecas del recurso o atractivo, para lo cual puede utilizar la clasificación de atractivos y la metodología del MINTUR 2004. Otros factores a describir son si se considera que el atractivo es relevante, si con acondicionamiento podría ser desarrollado turísticamente, si podría atraer demanda local, regional, nacional o internacional, si la calidad estética del atractivo es óptima, cómo debería manejarse el atractivo, la comunidad quiere que el atractivo se use para turismo o para otras actividades productivas, etc.



Auxiliar de campo:
Fecha:

Anexo 5. Ficha técnicas del Mintur

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	0	0	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	0	0	0	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal			2.6 Número		2.7 Transversal								
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales) Click				2.10 Altura (msnm)									
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador:								b. Nombre de la Institución:									
c. Nombre del Administrador:								d. Cargo que ocupa:									
e. Teléfono / Celular:								f. Correo Electrónico:									
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas <input type="checkbox"/>																	
a. Clima:				b. Temperatura(°C):				c. Precipitación Pluviométrica (mm):									
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input type="checkbox"/>																	
a. Cultura <input type="checkbox"/>				b. Naturaleza <input type="checkbox"/>				c. Aventura <input type="checkbox"/>									
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																	
a. Prístino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>		d. Rural <input type="checkbox"/>		e. Urbano <input type="checkbox"/>					
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input type="checkbox"/>																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención												
		Ingreso	Salida	Todos los días	Fines de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro	Especificar									
Libre <input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto									
Restringido <input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto									
Pagado <input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto									
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>			f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>	Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>	Depósito Bancario <input type="checkbox"/>	Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>									
e. Precio: Desde 0,00 Hasta 0,00		Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>			Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>	Cheque <input type="checkbox"/>											
g. Meses recomendables de visita:																	
Observaciones:																	
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):												texto					
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		0 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:00 h/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.: 0	Long.: 0								
Observaciones:																	
4.2 Vías de Acceso (M) <input type="checkbox"/>																	
Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado							
a. Terrestre (M) <input type="checkbox"/>		a. Primer orden <input type="checkbox"/>		0		0		0		texto							

	Segundo orden	b. <input type="checkbox"/>	0	0	texto		
	Tercer orden	c. <input type="checkbox"/>	0	0	texto		
Observaciones:							
<input type="checkbox"/> b. Acuático (U)	Mar	<input type="checkbox"/>	uerto / Muelle de partida	exto	uerto / Muelle de Llegada	exto	
	Lac	<input type="checkbox"/>	uerto / Muelle de partida	exto	uerto / Muelle de Llegada	exto	
	F	<input type="checkbox"/>	uerto / Muelle de partida	exto	uerto / Muelle de Llegada	exto	
Observaciones:							
<input type="checkbox"/> c. Aéreo (U)	Nacional: <input type="checkbox"/> Internacional: <input type="checkbox"/>						
Observaciones:							
4.3 Servicio de transporte (M) <input type="checkbox"/>							
Bus b. Buseta	<input type="checkbox"/>	a. <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4	<input type="checkbox"/>	d. Taxi	<input type="checkbox"/>	
Lancha h. Bote	<input type="checkbox"/>	g. <input type="checkbox"/>	i. Barco	<input type="checkbox"/>	j. Canoa	<input type="checkbox"/>	
Helicóptero n. Otro	<input type="checkbox"/>	m. <input type="checkbox"/>	Especifique		k. Aviónl. Avioneta	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia	d. Detalle (Traslado origen / destino)				
		<input type="checkbox"/>					
		<input type="checkbox"/>					
		<input type="checkbox"/>					
		<input type="checkbox"/>					
		<input type="checkbox"/>					
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>							
a. Accesibilidad motriz	<input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual	<input type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva	<input type="checkbox"/>	d. No es accesible	
Observaciones:							
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>							
a. Señalización de aproximación al atractivo	<input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:							
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo			b. En la ciudad o poblado cercano				
Alojamiento	<input type="checkbox"/>	registrados	Establecimientos Habitaciones	Número de Plazas	Número de	Establecimiento	
						registrados	
						Habitaciones	
						Plazas	
						Número de	
Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0		Hotel	<input type="checkbox"/>	0
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0		Hostal	<input type="checkbox"/>	0
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0		Hostería	<input type="checkbox"/>	0
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0		Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0		Lodge	<input type="checkbox"/>	0
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0		Resort	<input type="checkbox"/>	0
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0		Refugio	<input type="checkbox"/>	0

<input type="checkbox"/>	0	0		<input type="checkbox"/>	0	0	
Turístico				ento Turístico			
<input type="checkbox"/>	0	0		<input type="checkbox"/>	0	0	
de Huéspedes				de Huéspedes			
Observaciones:				Observaciones:			
<input type="checkbox"/>	Establecimientos	Número de	Número de	<input type="checkbox"/>	Establecimientos	Número de	Número de
Alimentos y bebidas	registrados	Mesas	Plazas	Alimentos y Plazas	registrados	bebidas	registrados Mesas
<input type="checkbox"/>	0	0		<input type="checkbox"/>	0	0	0
Restaurantes				Restaurantes			
<input type="checkbox"/>	0	0		<input type="checkbox"/>	0	0	0
Cafeterías				Cafeterías			
<input type="checkbox"/>	0	0		<input type="checkbox"/>	0	0	0
Bares				Bares			
<input type="checkbox"/>	0	0		<input type="checkbox"/>	0	0	0
Fuentes de soda				Fuentes de soda			
Observaciones:				Observaciones:			
<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		
Agencias de Viaje				Agencias de Viaje			
<input type="checkbox"/>	0			<input type="checkbox"/>	0		
Mayoristas				Mayoristas			
<input type="checkbox"/>	0			<input type="checkbox"/>	0		
Internacionales				Internacionales			
<input type="checkbox"/>	0			<input type="checkbox"/>	0		
Operadoras				Operadoras			
Observaciones:				Observaciones:			
<input type="checkbox"/>	Local	Nacional	Especializado	Cultura	<input type="checkbox"/>	Local	Nacional
	0	0	0	Aventura		0	0
Observaciones:				Observaciones:			
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>							
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad	Estado (U)	
					universal	B	R M
a. De apoyo a la gestión turística	Información	Punto de <input type="checkbox"/>		0	texto		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	I-Tur	<input type="checkbox"/>		0	texto		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	interpretación	Centro de <input type="checkbox"/>		0	texto		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	facilitación turística	Centro de <input type="checkbox"/>		0	texto		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	recepción de visitantes	Centro de <input type="checkbox"/>		0	texto		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia	guardianía	Garitas de <input type="checkbox"/>		0	texto		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Miradores	<input type="checkbox"/>		0	texto		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	avistamiento de aves	Torres de <input type="checkbox"/>		0	texto		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
		Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>		0	texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso	Senderos	<input type="checkbox"/>		0	texto		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	sombra y descanso	Estaciones de <input type="checkbox"/>		0	texto		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	acampar	Áreas de <input type="checkbox"/>		0	texto		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	montaña	Refugio de alta <input type="checkbox"/>		0	texto		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

<input type="checkbox"/> d. De servicio	Baterías sanitarias <input type="checkbox"/>		0	texto		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input type="checkbox"/>		0	texto		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> e. Otros			0	texto		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observaciones:							
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>			
Alquiler especializado <input type="checkbox"/>	Venta de Casa <input type="checkbox"/>	venta de merchandising de cambio <input type="checkbox"/>	de artesanías y Cajero automático <input type="checkbox"/>	equipo <input type="checkbox"/>	y equipo especializado <input type="checkbox"/>	venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler de de y <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>					Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Especifique: texto				Especifique: texto			
Observaciones:							
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input type="checkbox"/>							
6.1 <input type="checkbox"/> Atractivo (U)							
a. Conservado <input type="checkbox"/>		b. Alterado <input type="checkbox"/>		c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>		d. Deteriorado <input type="checkbox"/>	
Observaciones:							
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)							
6.1.1.1 Naturales (M)				6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)			
a. Erosión <input type="checkbox"/>		ganaderas		a. Actividades agrícolas y <input type="checkbox"/>		b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	
b. Humedad <input type="checkbox"/>		industriales		d. Actividades <input type="checkbox"/>		e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	
c. Desastres <input type="checkbox"/>		naturales		g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>		h. Condiciones de uso y <input type="checkbox"/>	
d. Flora/Fauna <input checked="" type="checkbox"/>		ambiente		j. Contaminación del <input type="checkbox"/>		k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	
e. Clima <input type="checkbox"/>		social		m. Conflicto político / <input type="checkbox"/>		n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	
Otro <input type="checkbox"/>		Especifique:					
Observaciones:							
6.2 <input type="checkbox"/> Entorno (U)							
a. Conservado <input type="checkbox"/>		b. <input type="checkbox"/>		. En pr <input type="checkbox"/>		oceso de deterioro <input type="checkbox"/>	
Alter <input type="checkbox"/>		ado		Deteriorado <input type="checkbox"/>		d. <input type="checkbox"/>	
Observaciones:							
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)							
6.2.1.1 Naturales (M)				6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)			
a. Erosión <input type="checkbox"/>		ganaderas		a. Actividades agrícolas y <input type="checkbox"/>		b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	
b. Humedad <input type="checkbox"/>		industriales		d. Actividades <input type="checkbox"/>		e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	
c. Desastres <input type="checkbox"/>		naturales		g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>		h. C <input type="checkbox"/>	
				ondiciones de uso y <input type="checkbox"/>			

		<input type="checkbox"/>	i. F	<input type="checkbox"/>			
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente	alta de mantenimiento exposición	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. <input type="checkbox"/>			
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social	Expansión urbana	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. <input type="checkbox"/>			
Otro <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	Vandalismo					
Observaciones:							
6.3 . Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>							
a. Declarante:	b. Fecha de b. Denominación: declaración:	c. Alcance:					
Observaciones:							
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA <input checked="" type="checkbox"/>							
7.1 Servicios Básicos <input type="checkbox"/>							
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>					
<input type="checkbox"/>	Agua:	<input type="checkbox"/>	Agua				
Especifique:		Especifique:					
<input type="checkbox"/>	Energía eléctrica:	<input type="checkbox"/>	Energía eléctrica				
Especifique:		Especifique:					
<input type="checkbox"/>	Saneamiento:	<input type="checkbox"/>	Saneamiento:				
Especifique:		Especifique:					
<input type="checkbox"/>	Disposición de desechos	<input checked="" type="checkbox"/>	Disposición de desechos				
Especifique:		Especifique:					
Observaciones:							
7.2 Señalética en el <input type="checkbox"/> atractivo							
2.1 Ambiente	7	7.2.2 . Tipo	7.2.3. Materialidad			7.2.4 . Estado B R M	
			a. Madera	b. Aluminio	c. Otro		Especifique
		Pictograma de atractivos naturales		0		texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
		Pictograma de atractivos culturales		0		texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
		Pictograma de actividades turísticas		0		texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo		0		texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
	Pictogramas de restricción		0		texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
	Tótems de atractivos turísticos		0		texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
	Tótems de sitio		0		texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
	Tótems direccionales		0		texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
n áreas urbanas	E	u	7.2.3. Materialidad			7.2.4 . Estado B R M	
			a. Madera	b. Aluminio	c. Otro		Especifique
			Pictograma de atractivos naturales		0		
n áreas naturales	E	n	7.2.3. Materialidad			7.2.4 . Estado B R M	
			a. Madera	b. Aluminio	c. Otro		Especifique
Pictograma de atractivos culturales		0		texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
Pictograma de actividades turísticas		0		texto	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		

		Pictograma de servicios de apoyo		0		texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Pictogramas de restricción		0		texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Señales turísticas de aproximación		0		texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Paneles de direccionamiento hacia atractivos		0		texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Panel informativo de atractivos		0		texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades		0		texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Mesas interpretativas		0		texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Tótem de sitio		0		texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Tótem de direccionamiento		0		texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L eternos informativos <input type="checkbox"/>		De información botánica		0		texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Normativos de concienciación		0		texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/> O tros		Protección de los elementos del atractivo		0		texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	texto							
Observaciones:								
7.3 Salud (más cercano) <input type="checkbox"/> (M)								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado más cercano <input type="checkbox"/>				
<input type="checkbox"/>		Hospital o Clínica		0	<input type="checkbox"/>	Hospital o Clínica		0
<input type="checkbox"/>		Puesto / Centro de salud		0	<input type="checkbox"/>	Puesto Centro de salud		0
<input type="checkbox"/>		Dispensario médico		0	<input type="checkbox"/>	Dispensario médico		0
<input type="checkbox"/>		Botiquín de primeros auxilios		0	<input type="checkbox"/>	Botiquín de primeros auxilios		0
<input type="checkbox"/>		Otros		0	<input type="checkbox"/>	Otros		0
Observaciones:								
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>		texto						
b. Policía nacional <input type="checkbox"/>		texto						

c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>	texto	
d. Otra	<input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones:			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	Telefonía (M) <input type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Satelital <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>	De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>	
Observaciones:			
7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>	Sismos <input type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	Incendios forestales <input type="checkbox"/>
Sequía <input type="checkbox"/>	Inundaciones <input type="checkbox"/>	Aguajes <input type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento.	texto	Nombre del documento: texto Año de elaboración: de 0
Observaciones:			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Año de elaboración: 2016
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:
Observaciones:			
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
texto			
Observaciones:			
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d Otro <input type="checkbox"/>
texto			
Observaciones:			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>
i. Caminata <input type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>	k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones:			
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>			

9.2.1	<input type="checkbox"/>	Tangibles e intangibles
a. Recorridos guiados	<input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/> c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/> i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporalesf. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc.,	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> i. Actividades vivenciales y/o lúdicas y eventualesoriginales. <input type="checkbox"/>
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/> g. Fotografía <input type="checkbox"/>
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/> m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>
n. Convivencia <input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> texto
Observaciones:		
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)		
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique:		
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> SI		
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL:	
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre:	
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre:	
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre:	
e. Oficina de Información <input type="checkbox"/>	Nombre:	
f. Medios de comunicación <input type="checkbox"/> (radio, tv, prensa)	Nombre:	
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre:	
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre:	
Observaciones:		
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: texto		
Observaciones:		
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
11.1 . Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>		
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/> Años de registro 0		
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:	

c. Temporalidad de visita al atractivo						
(meses)	Alta <input type="checkbox"/>				texto	
(meses)	Baja <input type="checkbox"/>				texto	
d. Llegada de turistas						
<input type="checkbox"/>	Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/>	Turista extranjero	Llegadas mensuales
				Anual		Total
Ciudades de origen	te xto			Países de origen	exto	0
	te xto				exto	0
	te xto				exto	0
	te xto				exto	0
Observaciones:						
11.2 . Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>						
Nombre del Informante				Co		
Clave:				ntactos:		
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>				Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>		
Lunes a viernes <input type="checkbox"/>	Fines de semana <input type="checkbox"/>	Días		Permanente <input type="checkbox"/>	Estacional <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
feriados <input type="checkbox"/>				Esporádica <input type="checkbox"/>	Inexistente	
Observaciones:						

12. RECURSO HUMANO			SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo				<input type="checkbox"/>	d. Número de personas especializadas en turismo				<input type="checkbox"/> 0
0								0	
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):		<input type="checkbox"/>	f. Número de personas capacitadas por temática (M)		<input type="checkbox"/>	g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M)			
Primaria	0	0	Primeros Auxilios	0	0	Inglés	0		
Secundaria			Hospitalidad	0	0	Alemán			
Tercer Nivel	0	0	Atención al Cliente	0	0	Francés	0		
Cuarto Nivel			Guianza	0	0	Italiano			
Otro	texto		Sensibilización de discapacidades	0	0	Chino	0		
			Otro	texto		Otro	exto		
Observaciones:									
13 .DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)									
14. ANEXOS									
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)									
Fuente:									
c. Ubicación gráfica del Atractivo									
Fuente:									
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)									
ELABORADO POR:			VALIDADO POR:			APROBADO POR:			
Apellido y Nombre			Apellido y Nombre			Apellido y Nombre			
Institución			Institución			Institución			
Cargo			Cargo			Cargo			
Correo Electrónico			Correo Electrónico			Correo Electrónico			
Teléfono			Teléfono			Teléfono			
Firma			Firma			Firma			
Fecha			Fecha			Fecha			

Anexo 6. Modelo de entrevista



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Carrera de Turismo

Reciba un cordial saludo por parte del estudiante Carlos Jimbo de octavo Ciclo de la Carrera de Turismo de la Universidad Nacional de Loja. La presente entrevista tiene como finalidad recolectar datos importantes para realizar una investigación en la parroquia urbana de Catamayo. En la cual se pretende realizar productos turísticos digitales que brinde información actualizada de los atractivos, hoteles, restaurantes. etc. Los datos serán de vital importancia para verificar las posibles causas y efectos del proyecto. En virtud a lo anterior, se le agradecerá de forma muy especial su colaboración para responder las preguntas que encontrará a continuación.

Entrevistado: _____

Cargo: _____

1. Dentro de su conocimiento, ¿Cuál es la situación actual del turismo en Catamayo?
2. Que épocas del año existe más afluencia de turistas a Catamayo
3. Que lugares visitan más los turistas en Catamayo
4. Han creado o productos turísticos en Catamayo
5. Considera usted, que los productos ofertados pudiera hacer digitalizados
6. Qué productos turísticos digitales le gustaría que se implemente en la parroquia urbana de Catamayo?
7. La información turística de Catamayo esa actualizada?
8. ¿Los medios digitales como redes sociales, páginas web, blogs, etc permite la promoción del turismo en Catamayo
9. Cree usted, que la tecnología es un instrumento positivo para la promoción del turismo de Catamayo.

Anexo 7. Modelo de Encuesta



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Carrera de Turismo

La presente encuesta tiene como finalidad recolectar datos importantes para realizar una investigación en la parroquia urbana de Catamayo, para lo cual se necesita de manera más comedida que digne en responder la siguiente encuesta, que está encaminada a determinar el perfil de turista que visitará la parroquia.

DATOS GENERALES:

Marque con una X.

1. Edad

18 A 25 años ()

26 A 33 años ()

34 A 41 años ()

42 A 49 años ()

Mayor a 50 años ()

2. Género

Masculino ()

Femenino ()

Otro.....

3. Nivel de instrucción

Primaria ()

Secundaria ()

Superior ()

Maestría ()

Doctorado ()

Otro....

4. Ocupación actual

Estudiante	<input type="checkbox"/>	Ama de casa	<input type="checkbox"/>
Profesión	<input type="checkbox"/>	Jubilado	<input type="checkbox"/>
Trabajador público	<input type="checkbox"/>	Privado	<input type="checkbox"/>
Trabajo Independiente	<input type="checkbox"/>		

5. Nacionalidad

Nacional _____

Extranjero _____

6. Lugar de procedencia

Loja ()

Cuenca ()

Quito ()

Guayaquil ()

Otro _____

7. Ingresos mensuales

Menos de 450 \$	<input type="checkbox"/>	451 a 500\$	<input type="checkbox"/>
501 a 600\$	<input type="checkbox"/>	601 a 700\$	<input type="checkbox"/>
401 A 500 \$	<input type="checkbox"/>	Mayor a 701\$	<input type="checkbox"/>

8. ¿Conoce la parroquia urbana de Catamayo o le gustaría conocerla?

Si ()

No ()

Porque.....

9. Usted, ¿Qué tipo de modalidad de turismo prefiere?

Turismo de recreación	<input type="checkbox"/>	Turismo tecnológico	<input type="checkbox"/>
Agroturismo	<input type="checkbox"/>	Turismo de aventura	<input type="checkbox"/>
Turismo religioso	<input type="checkbox"/>	Turismo de investigación	<input type="checkbox"/>
Turismo sostenible	<input type="checkbox"/>	Visita a familiares	<input type="checkbox"/>
Trabajo	<input type="checkbox"/>	De negocios	<input type="checkbox"/>

Otro:.....

10. ¿cuál es su gasto promedio al día, cuando viaja?

15 A 30 USD	<input type="checkbox"/>
31 A 45 USD	<input type="checkbox"/>
46 A 60 USD	<input type="checkbox"/>
MÁS DE 60 USD	<input type="checkbox"/>

11. Del siguiente listado ¿qué atractivos de la parroquia urbana de Catamayo ha visitado o le gustaría conocer?

Parque cuerno de la abundancia	<input type="checkbox"/>
Parque central de Catamayo	<input type="checkbox"/>
Centro turístico recreacional Eliseo Arias	<input type="checkbox"/>
Carrión	<input type="checkbox"/>
Iglesia Católica María auxiliadora	<input type="checkbox"/>
Mirador la cruz	<input type="checkbox"/>
Peregrinación “virgen de El Cisne”	<input type="checkbox"/>
Gastronomía típica	<input type="checkbox"/>

12. ¿Qué actividades le gustaría realizar durante su visita a la parroquia? Marque más de una si es necesario

Caminata	<input type="checkbox"/>	Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>
Degustación de gastronomía	<input type="checkbox"/>	Participación en festividades	<input type="checkbox"/>
Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>	Ciclismo	<input type="checkbox"/>
Camping	<input type="checkbox"/>	Fotografía	<input type="checkbox"/>

13. Que elementos considera más importante dentro del ámbito turístico en la parroquia urbana de Catamayo

Acceso a los atractivos naturales y culturales	<input type="checkbox"/>
Calidad de los servicios	<input type="checkbox"/>
Guianza	<input type="checkbox"/>
Otro.....	

14. De los siguientes servicios turísticos cuales son los que mayor valor le da usted.

Servicio de alojamiento	()
Servicio de alimentación	()
Servicio de transporte	()
Agencias de viaje	()

Otros.....

15. Cuáles de los siguientes productos turísticos le gustaría participar

Rutas turísticas ()

Circuitos turísticos ()

Camping

Senderismo

Otros.....

16. Que usos le da a la tecnología usted.

Estudiar

Informarse sobre viajes

Realizar reservaciones (alojamiento, alimenticio, entre otros)

Compras online

Venta de productos

Otros.....

17. Le agradecería hacer uso de una aplicación que le permia informar sobre la actividad turística

Si ()

No () Porque.....

18. Le gustaría que la aplicación que brinda información sobre turismo sea:

Gratuita ()

Pagada ()

Pre pagada ()

Otro.....

19. Esta de acuerdo que la información turística se la debería encontrar en plataformas digitales

Si ()

No ()

20. ¿por qué medio le gustaría que se promocioe los productos turísticos en la parroquia?

Redes sociales

Guías turísticas digitales

Televisión

Otro:.....

Páginas web

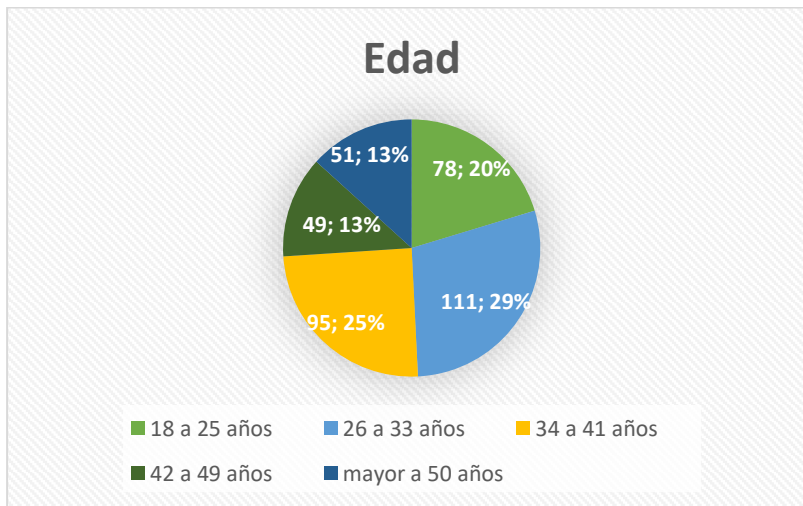
Radio

Agencias de viajes

Gracias Por Su Colaboración

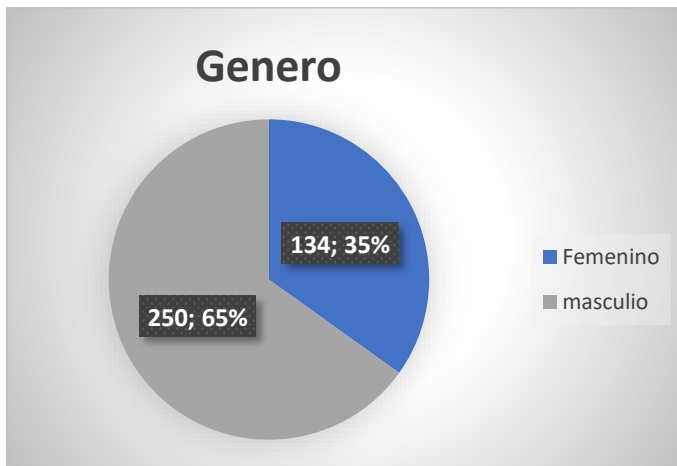
Anexo 8. Resultado de las encuestas

Edad



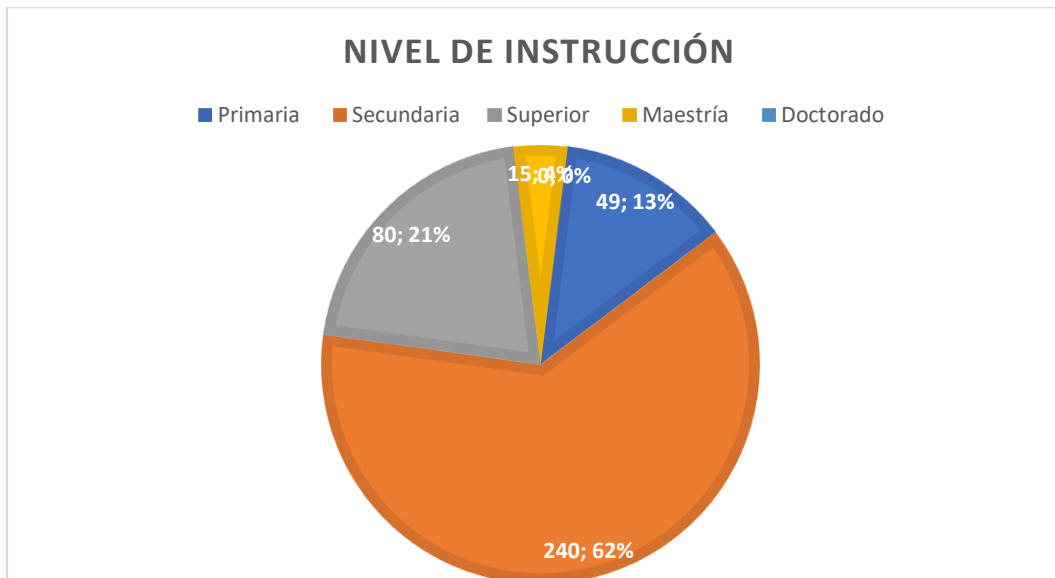
Fuente: trabajo de campo

Género



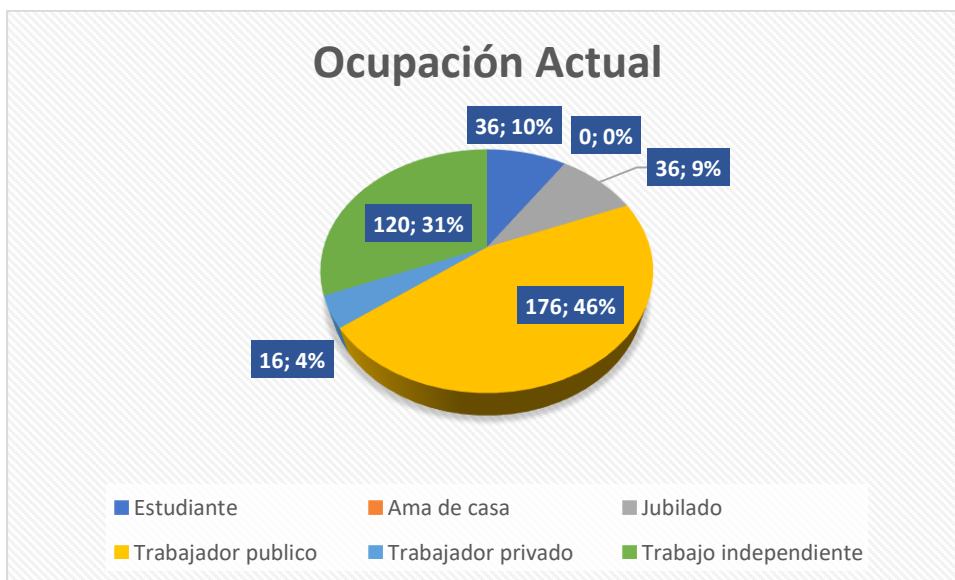
Fuente: trabajo de campo

Nivel de instrucción



Fuente: trabajo de campo

Ocupación actual



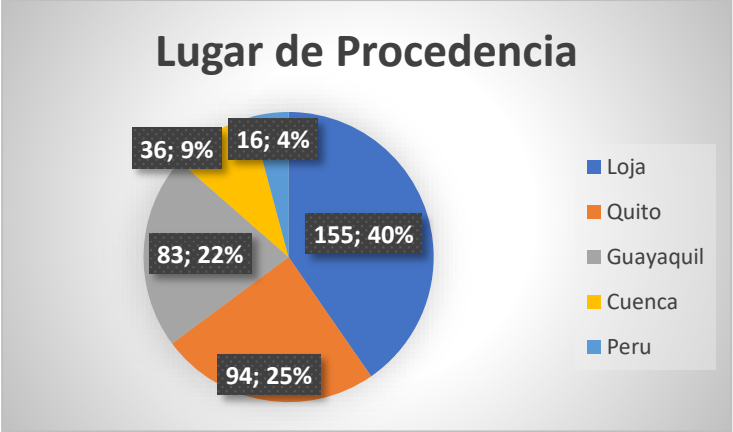
Fuente: trabajo de campo

Nacionalidad



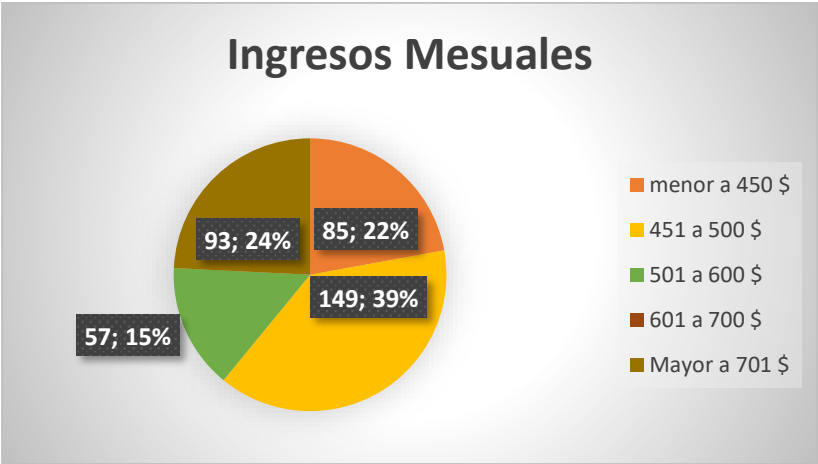
Fuente: trabajo de campo

Lugar de procedencia



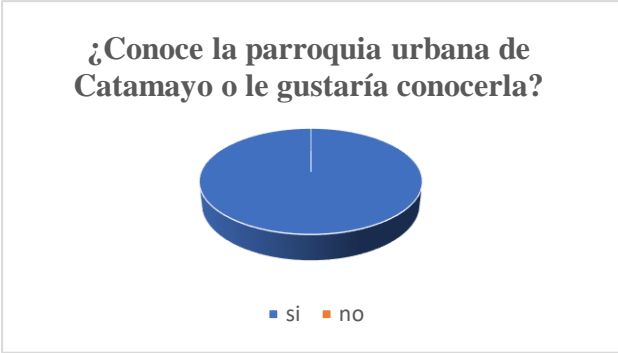
Fuente: trabajo de campo

Ingresos mensuales



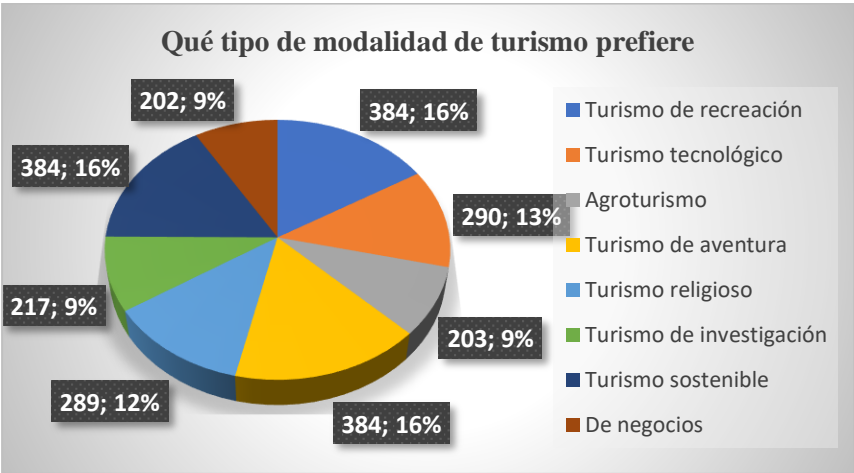
Fuente: trabajo de campo

¿Conoce la parroquia urbana de Catamayo o le gustaría conocerla?



Fuente: trabajo de campo

Usted, ¿Qué tipo de modalidad de turismo prefiere?



Fuente: trabajo de campo

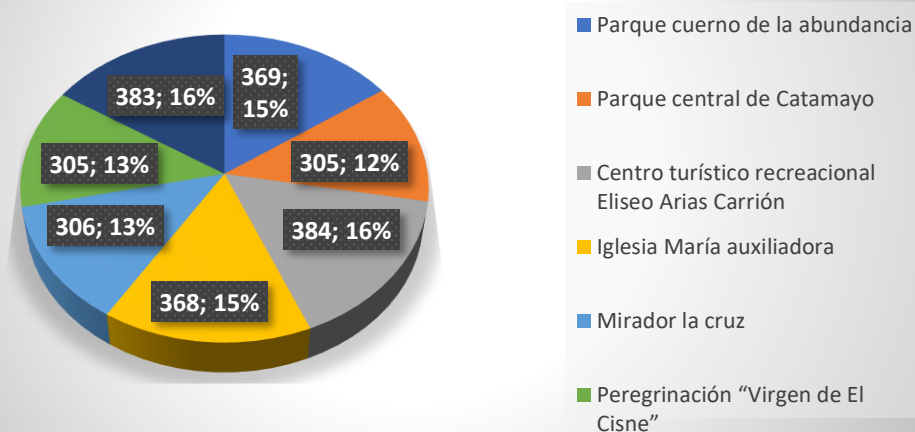
¿Cuál es su gasto promedio al día, cuando viaja?



Fuente: trabajo de campo

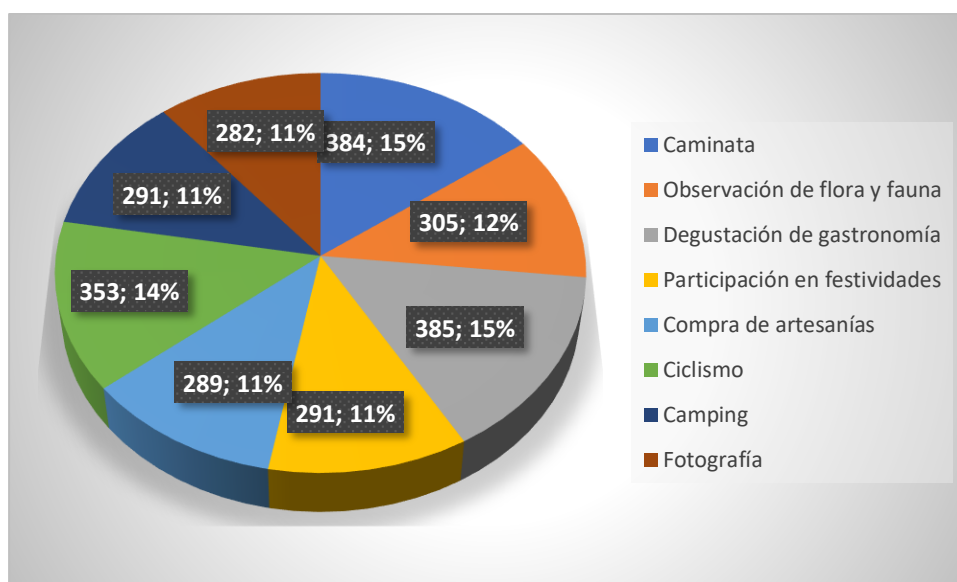
Del siguiente listado ¿qué atractivos de la parroquia urbana de Catamayo ha visitado o le gustaría conocer?

Lugares que les gustaría conocer



Fuente: trabajo de campo

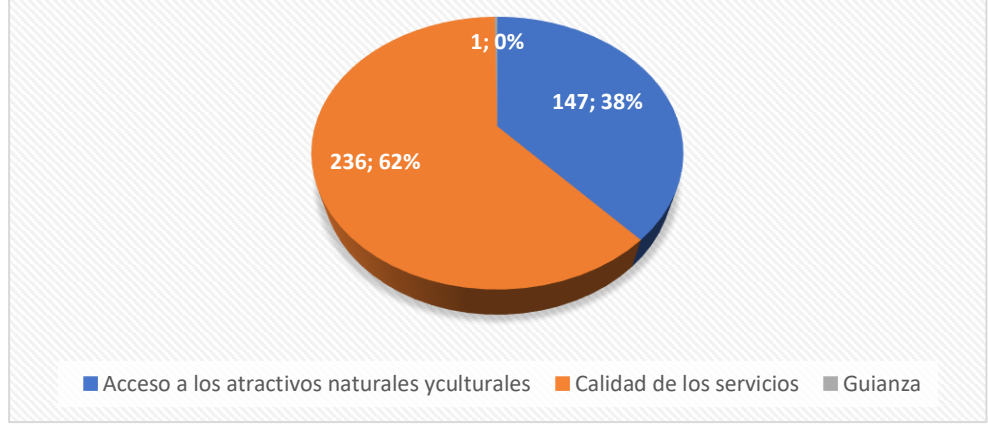
¿Qué actividades le gustaría realizar durante su visita a la parroquia? Marque más de una si es necesario



Fuente: trabajo de campo

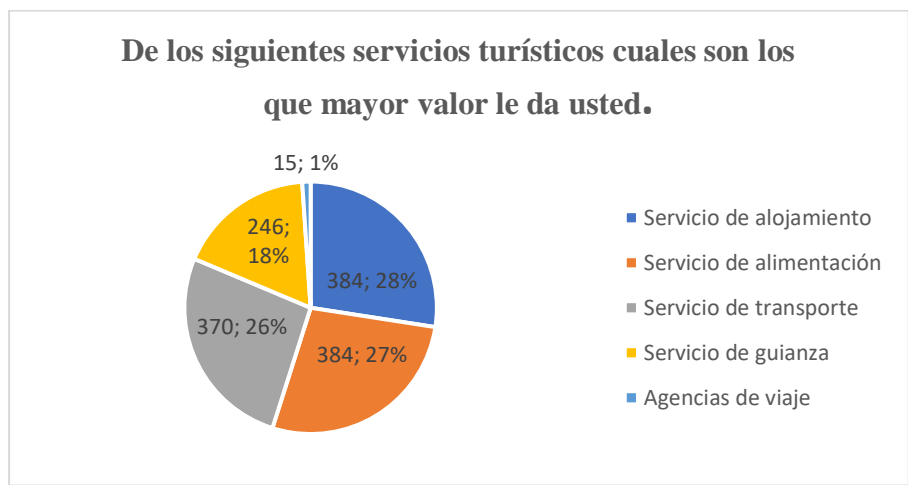
¿Qué elementos considera más importante dentro del ámbito turístico en la parroquia urbana de Catamayo?

¿Qué elementos considera más importante dentro del ámbito turístico en la parroquia urbana de Catamayo?



Fuente: trabajo de campo

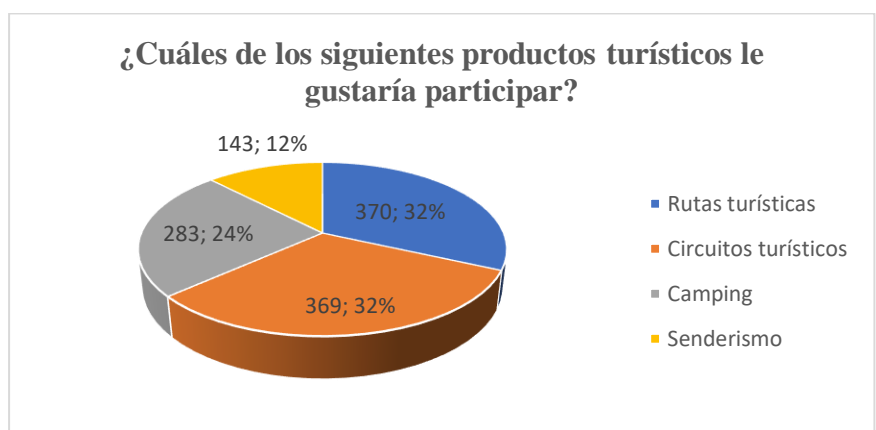
De los siguientes servicios turísticos cuales son los que mayor valor le da usted.



Fuente: trabajo de campo

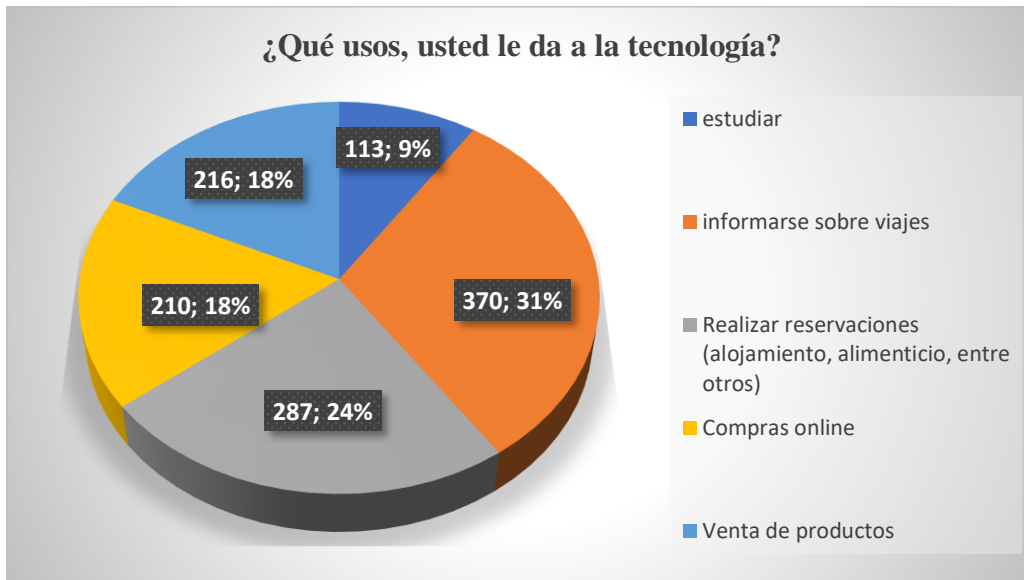
¿Cuáles de los siguientes productos turísticos le gustaría participar?

Elaborado: Carlos Enrique Jimbo Veintimilla



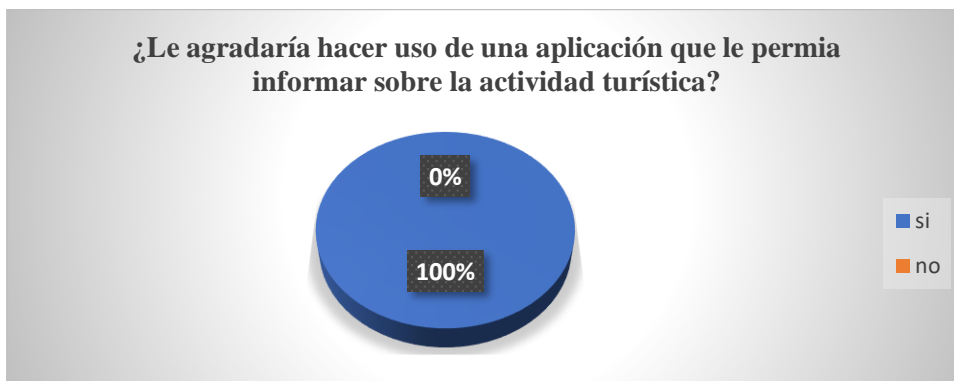
Fuente: trabajo de campo

¿Qué usos, usted le da a la tecnología?



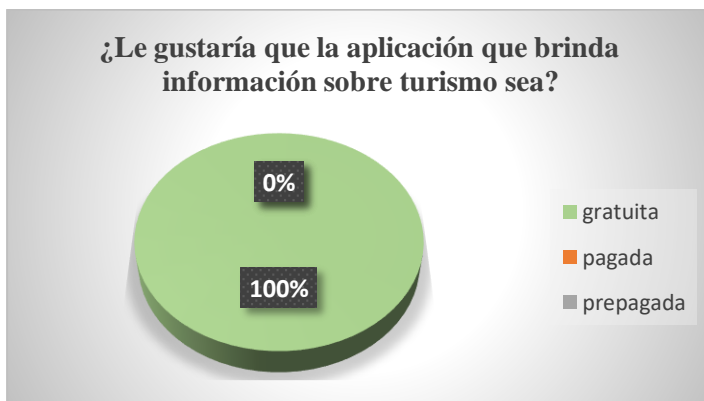
Fuente: trabajo de campo

¿Le agradecería hacer uso de una aplicación que le permia informar sobre la actividad turística?



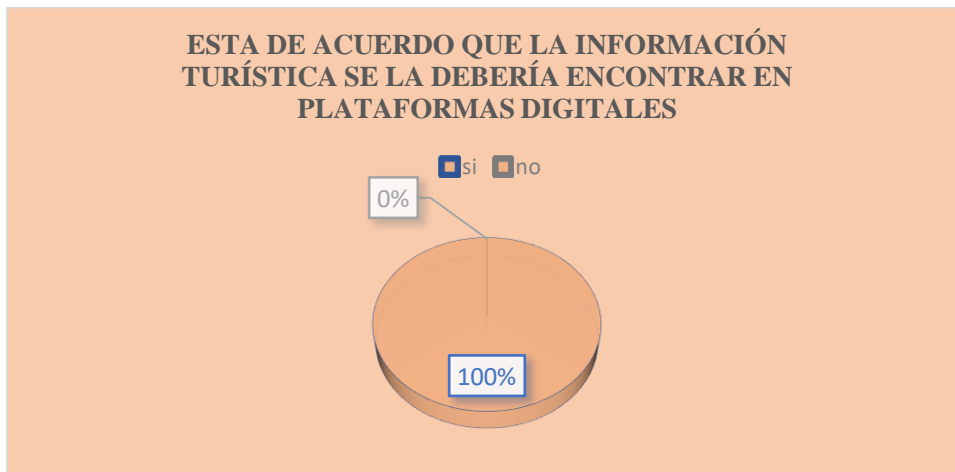
Fuente: trabajo de campo

¿Le gustaría que la aplicación que brinda información sobre turismo sea?



Fuente: trabajo de campo

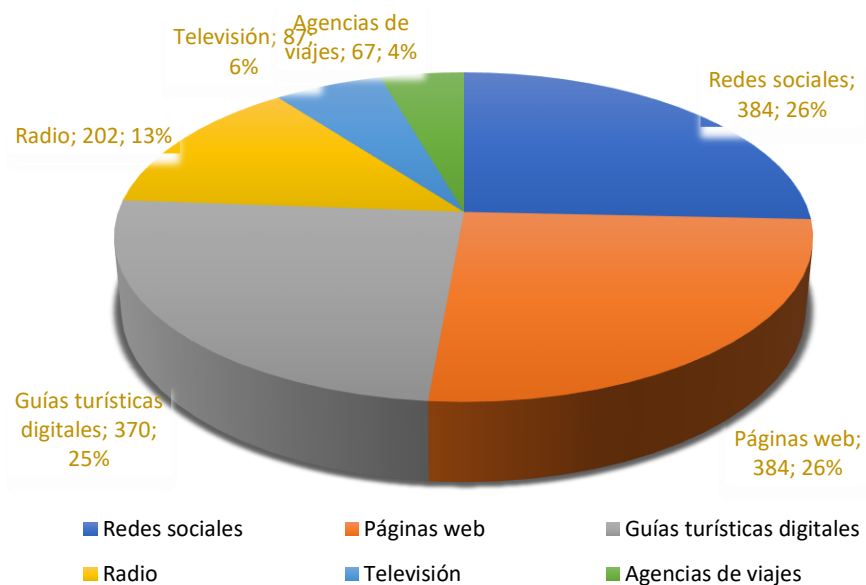
Esta de acuerdo que la información turística se la debería encontrar en plataformas digitales



Fuente: trabajo de campo

¿Por qué medio le gustaría que se promocioe los productos turísticos en la parroquia?

¿Por qué medio le gustaría que se promocioe los productos turísticos en la parroquia?



Fuente: trabajo de campo

Anexo 9. Realización de entrevistas



Ing. Sara Quizmpe



Sra. Raquel Villalta



Sra. Carmita Galan

Anexo 10. Resultado de la entrevista

Entrevistado	Ing. Sara Jimena Quizmpe vire	Sra. Raquel Villalta	Sra. Carmita Galván
1. Pregunta: Dentro de su conocimiento, ¿Cuál es la situación actual del turismo en Catamayo?	La situación del turismo en Catamayo ha sido frecuente, se ha ido incrementando cada vez más la llegada de turistas de los cuales llegan de diferentes partes del Ecuador y del extranjero	Se ha visto que hay un incremento de turismo en la parroquia	La situación del turismo en Catamayo se ha ido incrementando a medida que se acerca la romería de la Virgen del Cisne.
2. Que épocas del año existe más afluencia de turistas a Catamayo	La afluencia de turistas ha sido en los meses de febrero, marzo, mayo, agosto, y en el mes de noviembre	En la fiesta de carnavales, fiestas de agosto, en época de vacaciones	La afluencia de turista se ve en los meses de Agosto, septiembre y en fechas de carnavales.
3. Que lugares visitan más los turistas en Catamayo	Los lugares más visitados por los turistas es el centro recreacional Eliseo arias Carrión o el guayabal, el parque central, el mirador la cruz y también su gastronomía	Se ha visto más afluencia en el parque central, el mirador, guayabal y Aguamania	Los lugares que ellos más visitan son el guayabal, la cruz, el boquerón entre otros.
4. Han creado productos turísticos en Catamayo	Como producto se ha realizado el festival de la colada morada, que empezó desde el año 2019 lo cual empezó con 30 participantes Y también la feria de emprendedores que se realiza los días sábados y domingos en el parque central	Como producto la cecina, seco de chivo, sopa de alverja entre otros.	Por parte de la unidad de turismo no ha existido la creación de productos para la localidad pero lo recomendable es que lo realicen
5. Considera usted, que los productos ofertados pudiera hacer digitalizados	Si podrían y también serían beneficiosos para la parroquia	Si, podría ver un incremento del turismo	La creación de la ruta podría ser digitalizada por distintas plataformas.

6. Qué productos turísticos digitales le gustaría que se implemente en la parroquia urbana de Catamayo?	Como productos serian el diseño de una ruta turística, circuitos gastronómicos, la cual permita impulsar cada uno de los atractivos que tiene el lugar además de esto ayudará al crecimiento económico.	Como producto digital seria el diseño una aplicación lo cual permita conocer lo que ofrece los diferentes restaurantes y también el diseño de una guía digital para la promoción de los atractivos donde se muestre los lugares turísticos, las festividades y su gastronomía.	La creación de Rutas y circuitos Turísticos permitirán el crecimiento del turismo e la ciudad.
7. La información turística de Catamayo esa actualizada	Si, se actualiza trimestralmente	Se encuentra un desactualizada, los turistas que visitan el lugar preguntan por los lugares frecuentados y algunas veces no saben dónde quedan.	La información turística no se encuentra actualizada, lo cual no permite que el turista conozca el lugar.
8. ¿Los medios digitales como redes sociales, páginas web, blogs, etc. permite la promoción del turismo en Catamayo	Las redes sociales influyen en el turismo, se debería hacer la creación de mapas turísticos digitales los cuales permita al turista tener información a la mano	Es importante la promoción por medios digitales ya que esto ayuda a que los turistas sepan del lugar y que quieran conocer	Es importante que los medios digitales se promocionen los atractivos ya que estos permiten hacer conocer del lugar.
9. Cree usted, que la tecnología es un instrumento positivo para la promoción del turismo de Catamayo.	Es muy importante hoy en día, ya que existe impactos positivos para el lugar	Para mi parecer sí, porque que existe una mayor demanda de los turistas	Es de mucha importancia ya que permiten beneficiar a todos los sectores del lugar.

Anexo 11. Certificado abstract

Loja, 19 de noviembre de 2024

CERTIFICADO DE TRADUCCIÓN

Yo, **Andrea Ivanova Carrión Jaramillo**, con cédula **1104691108**, con el **“Certificate of Proficiency in English”** otorgado por Fine Tuned English Language Institute.

CERTIFICO:

Que he realizado la traducción de español al idioma inglés del resumen del presente estudio investigativo denominado: **“Productos turísticos digitales para la parroquia urbana de Catamayo”**. De autoría de **Carlos Enrique Jimbo Veintimilla**, portador de la cédula de identidad número **1104791841**, egresado de la carrera de Turismo de la Universidad Nacional de Loja

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



Andrea Ivanova Carrión Jaramillo
C.I.: 1104691108