



Universidad
Nacional
de Loja

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE TURISMO

**“Propuesta de desarrollo de productos turísticos para el
Parador Turístico El Bermejo de la parroquia Jimbura,
cantón Espíndola, provincia de Loja”.**

Trabajo de integración curricular
previo a la obtención del título
de Licenciada en Turismo.

AUTORA:

Yessenia Gabriela Castillo Jiménez

DIRECTOR:

Ing. Rubén Darío Román Aguirre MAE

Loja - Ecuador

2025

Certificación del director del Trabajo de Integración Curricular



1859

UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Sistema de Información Académico
Administrativo y Financiero - SIAAF

CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **Roman Aguirre Ruben Darío**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado **PROPUESTA DE DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA EL PARADOR TURÍSTICO EL BERMEJO DE LA PARROQUIA JIMBURA, CANTÓN ESPÍNDOLA, PROVINCIA DE LOJA**, perteneciente al estudiante **Yessenia Gabriela Castillo Jimenez**, con cédula de identidad N° **1106035734**.

Certifico:

Que luego de haber dirigido el **Trabajo de Integración Curricular**, habiendo realizado una revisión exhaustiva para prevenir y eliminar cualquier forma de plagio, garantizando la debida honestidad académica, se encuentra concluido, aprobado y está en condiciones para ser presentado ante las instancias correspondientes.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el/la señor/a docente de la asignatura de **Integración Curricular**, proceda al registro del mismo en el Sistema de Gestión Académico como parte de los requisitos de acreditación de la Unidad de Integración Curricular del mencionado estudiante.

Loja, 27 de Febrero de 2024



RUBEN DARIO ROMAN
AGUIRRE

F)

DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR



Certificado TIC/TT.: UNL-2024-000318

Autoría del trabajo de Integración Curricular

Yo, **Yessenia Gabriela Castillo Jiménez**, declaro ser la autora del presente Trabajo de Integración Curricular **“Propuesta de desarrollo de productos turísticos para el Parador Turístico el Bermejo de la parroquia Jimbura, cantón Espíndola, provincia de Loja”** y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula de identidad: 1106035734

Fecha: 13-01-2025

Correo electrónico: yessenia.castillo@unl.edu.ec

Teléfono celular: 0967942532

Carta de autorización del estudiante

Yo, **Yessenia Gabriela Castillo Jiménez**, declaro ser el autora del Trabajo de Integración Curricular denominado: “**Propuesta de desarrollo de productos turísticos para el Parador Turístico el Bermejo de la parroquia Jimbura, cantón Espíndola, provincia de Loja**”, como requisito para optar el título de **Licenciada en Turismo**; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, publique 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 RI, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad Nacional de Loja.

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los trece días del mes de enero del dos mil veinticinco.

Firma:

Autor: Yessenia Gabriela Castillo Jiménez.

C.I: 1106035734

Correo electrónico: yessenia.castillo@unl.edu.ec

Teléfono celular: 0967942532

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director del Trabajo de Integración Curricular: Ing. Rubén Darío Román Aguirre
MAE

Dedicatoria

Primeramente, a Dios, ya que es él quien guía mi camino en todo momento.

A mis padres Santos Castillo y Magdalena Jiménez, quienes han sido y son el apoyo incondicional para lograr mis metas, forjando en mí, principios y valores muy importantes y el sentimiento de perseverancia.

De manera muy especial a mi esposo Paúl Jiménez, por acompañarme en mis triunfos, fracasos y apoyarme en mis decisiones, metas que me he planteado.

A mis hermanas/o, por su apoyo quienes han sido mis compañeros y amigos, brindándome su apoyo incondicional, aconsejándome y guiándome en cada momento de mi vida, con el único afán de que sea una mejor persona y cumpla mis sueños.

Y, sobre todo, dedico mi TIC a mi adorada hija Paula Gabriela Jiménez Castillo, quien ha sido en mi vida mi motivación e inspiración para salir adelante, me ha enseñado cosas maravillosas que me ha dejado lecciones de vida, para ti hija que eres la mayor bendición que Dios puso en mi vida.

Yessenia Gabriela Castillo Jiménez

Agradecimiento

En primer lugar, a Dios, mi fuente de fuerza y guía constante, quien ha estado a mi lado en cada paso de mi camino; así como por haber colocado en mi senda a las personas que han sido un sólido apoyo durante mi período de estudio.

Expreso también mi más grande y sincero agradecimiento a mi director de tesis Ingeniero Rubén Román, quien me guió durante este proceso investigativo, gracias por sus conocimientos, consejos, de la misma manera a la Ing. Jhoana Larrea, por ser un gran apoyo en este proceso. Y a todos los docentes de la carrera por impartirme sus conocimientos y tiempo.

A mi querida amiga Victoria Pineda, agradezco por su amistad y compañía durante estos años de carrera universitaria, ha sido un pilar fundamental en este proceso motivándome en los momentos difíciles.

Mi gratitud para mi apreciada prima Elsa Pintado, por todo su apoyo incondicional, más que una prima, has sido una hermana en quien siempre puedo confiar.

Así mismo, mi agradecimiento a los propietarios del parador turístico El Bermejo de la parroquia Jimbura, por brindarme información útil y necesaria durante el desarrollo del Trabajo de Integración Curricular.

Yessenia Gabriela Castillo Jiménez

Índice de contenido

Portada.....	i
Certificación del director del Trabajo de Integración Curricular	ii
Autoría del trabajo de Integración Curricular	iii
Carta de autorización del estudiante.....	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de contenido.....	vii
Índice de tablas	x
Índice de figuras	xiii
Índice de anexos	xiv
1. Título	1
2. Resumen	2
2.1 Abstract	3
3. Introducción.....	4
4. Marco teórico.....	6
4.1 Marco Conceptual	6
4.1.1 Turismo.....	6
4.1.2 Turista.....	6
4.1.3 Cliente.....	7
4.1.4 Sistema Turístico	7
4.1.5 Recursos y atractivos turísticos	11
4.1.6 Producto turístico.....	11
4.1.7 Tipos de productos turísticos.....	14
4.1.8 Desarrollo de productos turísticos.....	15
4.1.9 Potencial turístico	16
4.1.10 Planta turística.	16
4.1.11 Empresa turística	17
4.1.12 Parador turístico.....	18

4.1.13 Diagnóstico turístico.....	18
4.1.14 Análisis FODA	20
4.2 Marco Referencial	21
4.2.1 Caso 1	21
4.2.2 Caso 2	21
4.2.3 Caso 3	22
4.3 Marco Legal.....	23
4.3.1 Reglamento de alimentos y bebidas	23
4.3.2 Ordenanzas Municipales de turismo del Cantón Espíndola	23
5. Metodología.....	25
5.1 Área de estudio	25
5.1.1 Datos generales de la parroquia de Jimbura	25
5.1.2 Mapa de ubicación parroquia de Jimbura.....	25
5.1.3 Datos generales del parador turístico El Bermejo	26
5.2 Mapa de ubicación.....	27
5.3 Métodos de investigación.....	27
5.3.1 Método descriptivo.....	27
5.3.2 Método analítico.....	27
5.3.3 Método inductivo	28
5.3.4 Método deductivo.....	28
5.3.5 Método sintético	28
5.4 Técnicas.....	28
5.4.1 Observación directa.....	28
5.4.2 Entrevista.....	28
5.4.3. Encuesta	28
5.5 Población y muestra	29
5.5.1 Determinación de la población	29

5.5.2 Muestra.....	29
5.6 Enfoque de investigación	30
5.6.1 Materiales	30
5.7 Metodología por objetivos.....	31
5.7.1 Metodología para el objetivo 1	31
5.7.2 Metodología para el objetivo 2	32
6. Resultados	34
6.1 Situación turística actual del parador turístico El Bermejo.	34
6.1.1 Análisis interno.	34
6.1.2 Factores internos	38
6.1.3 Análisis de entrevistas aplicadas	42
6.1.4 Fichas resumen de los atractivos turísticos del P.T El Bermejo.	43
6.1.5 Análisis externo.....	49
6.1.6 Fichas resumen de atractivos turísticos de la parroquia Jimbura	60
6.1.7 Análisis de las encuestas	71
6.1.8 Perfil del visitante potencial.....	85
6.1.9 Análisis FODA general	85
6.2 Desarrollo de productos turísticos para el parador turístico “El Bermejo.”	91
6.2.1 Macro y micro productos turísticos.....	91
6.2.2 Paquete turístico Nro. 1 – El Bermejo Adventure Tour.....	91
6.2.3 Determinación de gastos de operación.	100
6.2.4 Medios de difusión y comercialización del producto turístico.	101
6.2.5 Desarrollo de estrategias.	103
7. Discusión.....	109
8. Conclusiones.....	111
9. Recomendaciones.....	112
10. Bibliografía.....	113
11. Anexos.....	118

Índice de tablas

Tabla 1 . Proyecciones PEA.	29
Tabla 2 . Diagnóstico del Parador turístico.	34
Tabla 3 . Flora representativa del parador turístico El Bermejo.....	40
Tabla 4 . Fauna representativa del Parador Turístico El Bermejo.....	41
Tabla 5 . Datos del personal entrevistado.....	42
Tabla 6. Resumen de recursos turísticos internos.....	44
Tabla 7. Ficha resumen - piscina para cultivo de trucha.	45
Tabla 8. Ficha resumen – trapiche.....	46
Tabla 9. Ficha resumen - bosque natural.....	47
Tabla 10. Ficha resumen - apicultura.	48
Tabla 11. Gobernanza de la parroquia Jimbura.	49
Tabla 12. Actividades económicas de la parroquia Jimbura.	50
Tabla 13. Proyección de la población de la parroquia Jimbura.	52
Tabla 14. Organizaciones sociales de la parroquia Jimbura.....	52
Tabla 15 . Instituciones educativas de la parroquia Jimbura.	54
Tabla 16. Festividades de la parroquia Jimbura.	55
Tabla 17. Platos típicos de la parroquia Jimbura.....	55
Tabla 18. Distancia y tiempo desde diferentes cantones a la parroquia Jimbura.	57
Tabla 19. Tipo de servicio higiénico en la parroquia Jimbura.	58
Tabla 20 . Entrevista al presidente de la Junta parroquial.	59
Tabla 21 . Resumen de los atractivos naturales y culturales de la parroquia Jimbura. ..	60
Tabla 22. Ficha resumen - Laguna Negra.....	61
Tabla 23. Ficha de resumen - Laguna de los patos.....	63
Tabla 24. Ficha resumen - Picachos de Jimbura.	64
Tabla 25. Ficha resumen - Laguna Bermeja.....	65
Tabla 26. Ficha resumen - petroglifos.....	66
Tabla 27. Ficha resumen de molino de piedra.....	67
Tabla 28. Ficha resumen - fiestas en honor a Nuestra Señora del Carmen.	68
Tabla 29. Ficha resumen - fiesta de parroquialización.....	69
Tabla 30. Ficha resumen - Iglesia Nuestra Señora del Carmen.....	70
Tabla 31 . Disponibilidad de visitar el Parador Turístico El Bermejo.	71

Tabla 32 . Género.	71
Tabla 33. Estado civil.	72
Tabla 34 . Edad.....	72
Tabla 35 . Lugar de residencia.....	73
Tabla 36 . Nivel de instrucción.....	73
Tabla 37 . Ocupación.....	74
Tabla 38 . Ingresos económicos.	74
Tabla 39 . Recursos que le gustaría que se encuentre dentro del producto turístico.	75
Tabla 40. Actividades turísticas que le gustaría realizar en el Parador Turístico.....	75
Tabla 41 . Productos turísticos que le gustaría encontrar en el Parador Turístico.	76
Tabla 42 . Con quién prefiere visitar el Parador Turístico.	77
Tabla 43 . Servicios que le gustaría encontrar en el Parador Turístico.	77
Tabla 44 . Días que le gustaría permanecer en el lugar.	78
Tabla 45 . Tipo de alojamiento.....	79
Tabla 46 . Tipo de comida.	79
Tabla 47 . Disponibilidad de pago por un servicio de alimentación.	79
Tabla 48 . Días que prefiere visitar el Parador Turístico.....	80
Tabla 49 . Medio de transporte hacia el Parador Turístico.....	80
Tabla 50 . Consideraciones a tomar en cuenta al visitar el sitio.....	81
Tabla 51 . Medios por los que conocería los servicios que tiene el Parador Turístico...	82
Tabla 52 . Recuerdos que le gustaría llevar del Parador Turístico.	82
Tabla 53 . Disponibilidad de gasto durante la visita.....	83
Tabla 54 . Lugar de adquisición del producto turístico relacionado con la propuesta. ..	83
Tabla 55 . Segmento de mercado.....	84
Tabla 56 . Matriz de análisis FODA.....	86
Tabla 57 . Matriz de FODA estratégico.	88
Tabla 58 . Matriz de Productos Turísticos.....	91
Tabla 59. Producto turístico - El Bermejo Adventure Tour.	91
Tabla 60. Paquete turístico - El Bermejo Adventure Tour.	96
Tabla 61 . Costos de operación por persona.....	100
Tabla 62 . Costo de operación por un pax grupal de 10 personas.	100
Tabla 63 . Tabla de operación por persona.....	101
Tabla 64 . Costo de operaciones por un pax de 10 personas.	101
Tabla 65. Elementos del logo del Parador Turístico.	103

Tabla 66. Manual de funciones - administrador.....	105
Tabla 67. Manual de funciones - cocinero.	106
Tabla 68. Manual de funciones - mesero.....	107
Tabla 69. Manual de funciones - guía turístico.	107

Índice de figuras

Figura 1	Funcionamiento del sistema turístico.....	8
Figura 2.	Mapa de localización de la parroquia Jimbura.....	26
Figura 3.	Mapa del parador turístico El Bermejo	27
Figura 4.	Piscina de cultivo de trucha.....	45
Figura 5.	Trapiche.....	46
Figura 6.	Bosque natural El Bermejo	47
Figura 7.	Apicultura.....	48
Figura 8.	Organigrama funcional Jimbura.....	49
Figura 9.	Laguna negra.....	61
Figura 10.	Laguna de los patos.....	63
Figura 11.	Picachos.....	64
Figura 12.	Laguna Bermeja	65
Figura 13.	Petroglifos	66
Figura 14.	Molino de piedra	67
Figura 15.	Fiesta religiosa	68
Figura 16.	Fiesta de parroquialización	69
Figura 17.	Iglesia de Jimbura	70
Figura 18.	Recorrido paquete turístico 1	93
Figura 19.	Presentación paquete turístico 1	94
Figura 20.	Infografía paquete turístico 1	95
Figura 21.	Recorrido paquete turístico 2	97
Figura 22.	Presentación paquete turístico 2.....	98
Figura 23.	Infografía paquete turístico 2	99
Figura 24.	Post publicitario	102
Figura 25.	Estructura organizacional.....	105

Índice de anexos

Anexo 1. Oficio designación director de trabajo de integración curricular.....	118
Anexo 2. Modelo de ficha de observación directa.	119
Anexo 3. Ficha descriptiva de establecimientos turísticos del MINTUR (Adaptada).	120
Anexo 4. Matriz de síntesis de entrevistas del parador turístico El Bermejo.	124
Anexo 5. Preguntas para identificar el perfil del visitante del Parador.	128
Anexo 6. Ficha de jerarquización de atractivos turísticos (Adaptada).	129
Anexo 7. Modelo de ficha resumen de atractivos turísticos (Adaptada).	134
Anexo 8. Modelo de encuesta.....	135
Anexo 9. Registro fotográfico.	138
Anexo 10. Certificado del abstract	140

1. **Título**

Propuesta de desarrollo de productos turísticos para el parador turístico el Bermejo de la parroquia Jimbura, cantón Espíndola, provincia de Loja

2. Resumen

El turismo rural es un plus clave para promover el desarrollo turístico en comunidades. Por consiguiente, el objetivo central del presente Trabajo de Integración Curricular (TIC) fue “Desarrollar productos turísticos para el parador turístico El Bermejo de la parroquia Jimbura, cantón Espíndola, provincia de Loja”. Por lo tanto, esta investigación lleva por título “Propuesta de desarrollo de productos turísticos para el parador turístico El Bermejo de la parroquia Jimbura, cantón Espíndola, provincia de Loja. Para esta investigación, se plantearon dos objetivos específicos: Diagnosticar la situación turística actual del parador turístico El Bermejo de la parroquia Jimbura; Elaborar la propuesta de productos turísticos, para el parador turístico El Bermejo de la parroquia Jimbura. Para el primer objetivo se utilizó la ficha de descripción de empresas turísticas; se aplicó la ficha del MINTUR para levantamiento y jerarquización de atractivos, para el análisis interno. Además, se realizó la matriz de PESTEL para un análisis externo, analizando los aspectos; políticos, económicos, sociales, tecnológicos y ecológicos del entorno del objeto de estudio. Para el segundo objetivo se utilizaron metodologías como la del ICCA 2019, como autora Miroslava González, que contribuyó para el diseño y gestión de los productos turísticos; el manual de (Guía del Guía) de Xavier Álvaro, permitiendo observar a qué estudio de mercado va dirigido el producto turístico y cómo será la promoción y comercialización de los productos turísticos. Se realizó la estructura de los itinerarios del paquete, contiene nombre, el tiempo y la ruta de su recorrido, el mismo está detallado con las actividades que se realizarán en el paquete, tiene especificación de lo que incluye y no incluye. Se identificaron cuatro recursos turísticos para ser aprovechados turísticamente. Se diseñó el modelo de paquetes turísticos que integraban todos los recursos identificados, basándose en un enfoque de turismo de aventura y rural.

Palabras clave: turismo rural, diagnóstico turístico, aventura, natural.

2.1 Abstract

Rural tourism is a key plus to promote tourism development in communities. Therefore, the main objective of this Curricular Integration Work (TIC) was "To develop tourism products for the tourist parador El Bermejo of Jimbura parish, Espindola canton, province of Loja". Therefore, this research is entitled "Proposal for the development of tourism products for the El Bermejo tourist parador in the Jimbura parish, Espíndola canton, Loja province". For this research, two specific objectives were proposed: To diagnose the current tourism situation of the El Bermejo tourist parador in the Jimbura parish; To elaborate a proposal of tourism products for the El Bermejo tourist parador in the Jimbura parish. For the first objective, the description sheet of tourism enterprises was used; the MINTUR sheet was applied for the survey and ranking of attractions, for the internal analysis. In addition, the PESTEL matrix was used for an external analysis, analyzing the political, economic, social, technological and ecological aspects of the environment of the object of study. For the second objective, methodologies were used such as the ICCA 2019, as author Miroslava Gonzalez, who contributed to the design and management of tourism products; the manual (Guide of the Guide) by Xavier Alvaro, allowing to observe which market study is aimed at the tourism product and how the promotion and marketing of tourism products will be. The structure of the itineraries of the package was made, it contains the name, the time and the route of the tour, it is detailed with the activities that will be carried out in the package, it has specification of what is included and what is not included. Four tourist resources were identified to be used for tourism. The tourism package model was designed to integrate all the identified resources, based on an adventure and rural tourism approach.

Key words: rural tourism, tourism diagnosis, adventure, natural.

3. Introducción

A nivel mundial, las nuevas tendencias turísticas han provocado que la demanda sea más exigente con los productos turísticos que los destinos ofrecen. De acuerdo a los datos del Ministerio de Turismo (2020) en Ecuador, el turismo representa la tercera fuente de ingresos no petroleros más importantes, contribuyendo generalmente con el 2% del Producto Interno Bruto (PIB). Un producto turístico satisface una necesidad, se ofrece en el mercado para su consumo, es decir, se encuentra públicamente disponible a través de canales de distribución, con un precio y promoción definidos, y está asociado a algún atractivo que motiva el viaje de las personas.

El producto turístico de acuerdo a la Sernatur (2018), determina como la característica de la prestación de servicios y experiencias turísticas, por lo que se requiere profundizar el conocimiento acerca de la importancia de los destinos, esto no solo implica entender su geografía o infraestructura, sino también su cultura, historia y la esencia que lo hace único. Con este conocimiento, se puede crear productos que no solo sean atractivos, sino que también resalten la identidad del lugar y resuenen con las expectativas de los turistas.

Los productos turísticos son claves para generar empleo, emprendimientos y aumentar ingresos de las comunidades. La OMT entiende el turismo rural como un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés, menciona que tiene un gran potencial para estimular el crecimiento de la economía local y el cambio social, por su complementariedad con otras actividades económicas, su contribución al PIB y la creación de empleo y su capacidad de promover la dispersión de la demanda en el tiempo (OMT, 2018)

Por ende, esta investigación estuvo orientada por un objetivo general que versa sobre la propuesta de desarrollo de productos turísticos para el parador turístico “El Bermejo” de la parroquia Jimbura, cantón Espíndola, provincia de Loja. Esto se consiguió mediante la identificación de los recursos turísticos para la creación de los productos turísticos en este caso, respondiendo a las necesidades de los encuestados, paquetes turísticos. Los objetivos específicos que se proyectaron en esta investigación fueron: el “Diagnosticar la situación turística actual del parador turístico El Bermejo de la parroquia Jimbura, cantón

Espíndola” y “ Elaborar la propuesta de productos turísticos para el parador turístico El Bermejo de la Parroquia Jimbura cantón Espíndola ” Para comprender la situación turística actual del sitio de estudio, la estructuración y diseño de una propuesta de productos turísticos y finalmente la comercialización de los productos turísticos.

El lugar en cuestión se encuentra en un entorno poco explorado, con potencial turístico, pero presenta una limitada visión de la actividad del turismo, además este potencial turístico se encuentra subutilizado y desperdiciado actualmente, debido principalmente al desconocimiento de la población sobre los recursos del parador, al abandono administrativo y deterioro de su infraestructura luego de la emergencia sanitaria, a la carencia de gestión y servicios turísticos de calidad, la priorización de otras actividades económicas por sobre el turismo y la muy limitada promoción del parador como destino atractivo para visitantes, y se convierte en un objeto de estudio ideal para trabajar con propuestas de productos turísticos, ya que con la creación de los mismos permiten diversificar la oferta, atrayendo a un público más amplio y adaptándose a las cambiantes preferencias y demandas de los visitantes. contribuyendo a la fidelización del mismo. Además, el desarrollo de productos turísticos puede ser una estrategia efectiva para destacar frente a la competencia, diferenciando al parador turístico “El Bermejo” como un destino memorable generando ingresos adicionales y promoviendo la participación activa de la comunidad local.

El desarrollo del presente trabajo de investigación curricular, representa una oportunidad invaluable para adquirir y reforzar competencias como investigador, adicional a ello implica adentrarse de lleno en un tema específico, manejando con rigor métodos y técnicas científicas que permitieron recabar información de forma sistemática y objetiva.

El alcance de esta investigación se encaminó al diseño, creación, propuesta y comercialización de dos productos turísticos para el desarrollo económico del parador y por ende la comunidad, es importante mencionar que el presente TIC está a responsabilidad de los propietarios del parador turístico El Bermejo de la parroquia Jimbura, mismos que tendrán el poder y la responsabilidad de su ejecución si así es su voluntad.

4. Marco teórico

4.1 Marco Conceptual

4.1.1 Turismo

Turismo se entiende por las diferentes actividades que realizan las personas durante sus viajes o estancias en lugares diferentes a donde viven habitualmente. Estas personas que realizan turismo viajan a diferentes lugares en periodos menores a un año por diversos motivos como: salud, ocio, bienestar, negocio, aventura, entre otros. (Jiménez Alverca, 2022)

4.1.2 Turista

Según Morillo (2020), citado por Condolo (2022) define al turista a toda persona cuyo propósito de viaje incluye a los “negocios”. Actualmente este tipo de viajeros supera, en muchas regiones, al número de viajeros por vacaciones y además utiliza los mismos servicios turísticos (transporte, restaurantes, alojamiento y otros). No sucede así con los movimientos migratorios cuyos traslados obedecen a la búsqueda de trabajo o contratos de servicios, pagados por las mismas comunidades receptoras.

4.1.2.1 Tipos de turismo. El turismo es una de las actividades que más se realizan en el mundo y hay un sinfín de tipos de turismo. Por ello se describe los tipos de turismo que están relacionados al presente trabajo de investigación, a continuación, se detallan.

- **Turismo rural.** Se considera que es un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con actividades de naturaleza, la agricultura, las culturas rurales. (Cajal, 2022). El turismo rural es un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés (Turismo O. M., 2019)

Las actividades de turismo rural se desarrollan en entornos no urbanos (rurales) con las siguientes características:

1. Baja densidad demográfica.
2. Paisajes y ordenación territorial donde prevalecen la agricultura y la silvicultura
3. Estructuras sociales y formas de vida tradicionales.

- **Ecoturismo.** El ecoturismo es un tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local. (Turismo O. M., 2019)

- **Turismo de aventura.** El turismo de aventura es un tipo de turismo que normalmente tiene lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos y tiende a asociarse con una actividad física, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza. Esta experiencia puede implicar algún tipo de riesgo real o percibido y puede requerir un esfuerzo físico y/o mental significativo. (Organización Mundial de Turismo., 2019)

- **Turismo gastronómico.** Morocho (2022), define que es aquel relacionado con productos alimenticios o especialidades culinarias. Normalmente el turismo gastronómico es el principal motivo por el que realizar un viaje cuando se producen ferias, jornadas, certámenes, y fiestas de esta índole.

El turismo gastronómico es un tipo de actividad turística que se caracteriza por el hecho de que la experiencia del visitante cuando viaja está vinculada con la comida y con productos y actividades afines. Además de experiencias gastronómicas auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico puede implicar también otras actividades afines tales como la visita a productores locales, la participación en festivales gastronómicos y la asistencia a clases de cocina. (Turismo O. M., 2019)

4.1.3 Cliente

Un cliente es quien adquiere un producto y lo aprovecha para un fin, por lo que tiene un papel más pasivo en la transacción, en tanto que la empresa hace una oferta y el cliente solamente «acepta» adquirirla. Para las empresas, resulta su fuente de ingresos principal. (Rodríguez, 2021)

4.1.3.1 Importancia del cliente. En una empresa el cliente es quien hace rentable un negocio, posibilita que una empresa crezca, señala los puntos débiles del negocio, brinda un feedback valioso sobre la oferta, señala el camino del progreso para una compañía.

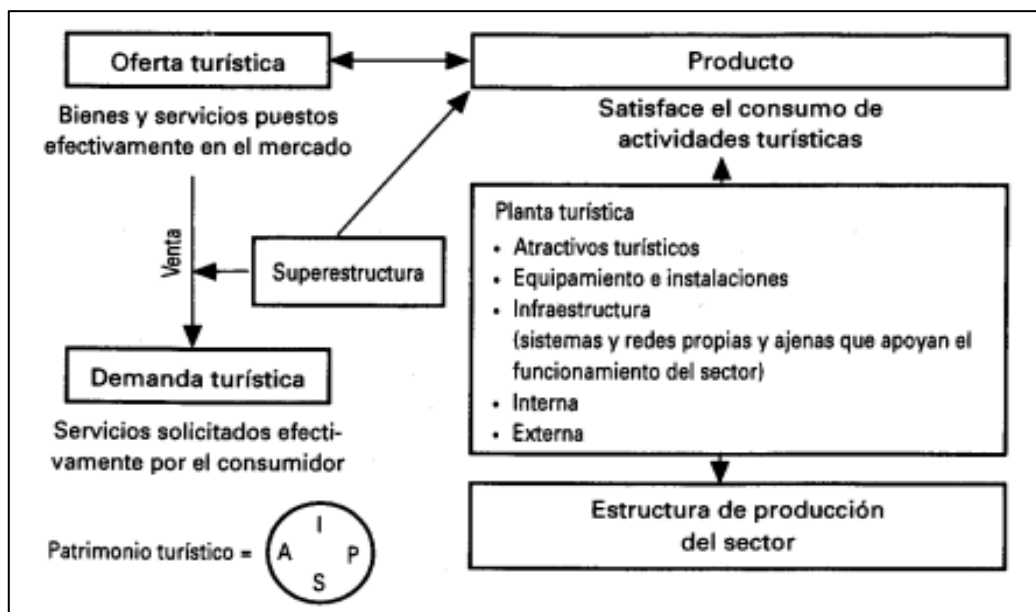
4.1.4 Sistema Turístico

Según Boullón (2006, págs. 32-33) se entiende por sistema turístico a todo el conjunto de relaciones que surgen a raíz de los viajes de los turistas con el entorno que

visitan. El funcionamiento del sistema se origina en el encuentro de la oferta con la demanda, además el Ceupe (2020), define a la demanda turística como la suma de bienes y servicios solicitados por los consumidores. Se tiene en cuenta para la contabilización de la misma, no sólo la cantidad de turistas que ingresan a un destino sino también los ingresos que generan estos mismos al destino.

Por otro lado, la oferta turística es definida como los servicios que son ofrecidos a los turistas a un precio dado. La oferta turística está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos. Como fue mencionado anteriormente, forman parte también, del sistema turístico la infraestructura, constituida por el transporte, sistemas de comunicación, sanidad y servicios de energía. Y finalmente la superestructura turística que comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como privados, encargados de optimizar el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema, así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples servicios que componen el producto turístico. (Boullón, 2006, pág. 32)

A continuación, podrá observarse un esquema(figura.1) que deja clara la interacción entre los componentes del sistema turístico.



Fuente: (Boullón, 2006, pág. 32)

Figura 1. Funcionamiento del sistema turístico

4.1.4.1 Elementos del sistema turístico. Los elementos del sistema turístico según el presente autor presentan los siguiente:

4.1.4.1.1 Oferta Turística. La oferta turística es una combinación de servicios y productos que se presentan para su consideración por un cliente turístico que desea realizar un viaje. Su objetivo principal es que el turista consiga una experiencia única y satisfactoria durante su estancia. Se entiende por este concepto al conjunto de bienes y servicios turísticos que se ofrecen al turista, con la finalidad de satisfacer sus requerimientos. El análisis económico entiende por oferta a la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a precio dado y por un periodo dado. (Bullón, 2006, pág. 34)

La oferta turística está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos, los cuales se comercializan mediante el sistema turístico. Se puede diferenciar una oferta básica compuesta por los servicios de alojamiento, transporte y alimentación y una oferta complementaria compuesta por servicios de esparcimiento y otros que ayudan al bienestar del turista. El atractivo turístico es parte de la oferta. Las principales características de la oferta turística son su rigidez y heterogeneidad. La primera proviene de la lentitud de adaptar la oferta de servicios a los requerimientos de la demanda, la imposibilidad de las empresas prestatarias de almacenar el producto turístico, como así también la imposibilidad de trasladar el mismo, motivo por el cual es el turista el que se traslada a la fuente de producción. Se dice que la oferta es heterogénea por los diversos servicios que la integran y estos a su vez son altamente complementarios porque un aumento en el precio de uno de ellos, provoca la disminución de la compra de ese servicio y del conjunto. (Bullón, 2006, pág. 34)

4.1.4.1.2 Demanda turística. Según la OMT la demanda turística se define como: el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades económicamente, la definimos como la cantidad de “producto turístico” que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado un precio determinado.

Morocho (2022), menciona que la demanda turística es el conjunto de consumidores que se desplazan y consumen servicios y/o productos turísticos, motivados por diferentes intereses como el descanso, la cultura.

La demanda turística es la cantidad de productos y servicios turísticos que pueden ser adquiridos o se han adquirido por parte de los turistas motivados por intereses varios, es de gran importancia ya que, se refleja el total de turistas que visitan un destino, esto muestra los ingresos que genera la visita de turistas, la concurrencia, temporalidad alta y hasta los gastos que se reflejan, esto ayuda a obtener sistemas estadísticos que ayudan a mejorar los productos y servicios, estos se convierten en registros generales del destino con cifras casi exactas del turismo receptivo y la estimación de gasto (Ilerna, 2019)

4.1.4.1.3 Perfil del visitante. El perfil del visitante sea nacional o internacional se acopla a las características del atractivo turístico a visitar, esta caracterización se basa en factores socioeconómicos y demográficos del turista, el perfil turístico también permite reconocer preferencias, necesidades y expectativas de los turistas con la finalidad de mejorar la actividad turística en un lugar determinado.

Los estudios del perfil del turista son óptimos para el estudio y evidenciar el desarrollo turístico de un atractivo o un destino turístico. Son necesarios para apegarse a la realidad turística actual por la que atraviesa el destino o atractivo, también ayuda a determinar el tipo y la cantidad aproximada de demanda que lo visita con el objeto de adecuar la oferta turística acorde a las preferencias del turista para satisfacer sus expectativas y necesidades. Por lo que se puede concluir que con este tipo de estudios se puede contribuir al desarrollo turístico de un atractivo o destino. (Maldonado Rodríguez, 2019)

4.1.4.1.4 Infraestructura. Para que el sistema turístico pueda funcionar se requiere que a los atractivos y a la planta turística se sume la infraestructura. En la economía moderna se entiende por infraestructura a la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas. Forman parte de la misma: la educación, los servicios sanitarios, la vivienda, los transportes, las comunicaciones y la energía. Uno de las funciones primordiales de la infraestructura es vincular entre sí a los asentamientos humanos y resolver las necesidades internas de los mismos, a fin de permitir la circulación de mercaderías, personas, fluidos, energías y noticias. Una forma de dividir la infraestructura es en externa e interna. Es externa porque es general y sirve a todos los sectores sin pertenecer especialmente a alguno de ellos.

Conjunto de bienes y servicios que complementan tanto a la planta como al atractivo, estos son indispensables para el desarrollo de toda actividad turística. Existe la

controversia sobre el concepto de "Infraestructura turística", definir el alcance de su aplicación dependerá del contexto en el que se desarrolle y el uso que se le otorgue. (Bullón, 2006)

4.1.4.1.5 Superestructura turística. Para que el sistema turístico funcione adecuadamente requiere del auxilio de un subsistema superior que regule todo el sistema, al que se denomina superestructura. La superestructura turística comprende todos los organismos especializados tanto públicos, como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes del sistema, así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico. (Bullón, 2006)

4.1.5 Recursos y atractivos turísticos

4.1.5.1 Recurso natural. Los recursos naturales son los elementos y fuerzas de la naturaleza que el hombre utiliza para sostener su existencia. Entre ellos se encuentran la luz solar, el agua, el suelo, el aire, los minerales, la energía de las mareas, la energía eólica, la flora y la fauna, el calor intraterrestre y otros. (Ceupe, 2020)

Según Gromé (2019), los recursos naturales son todos aquellos elementos, energéticos o materiales, que nos ofrece la naturaleza con los cuales el ser humano puede satisfacer sus necesidades. El sol, el agua, el viento, la fauna y el suelo son recursos naturales fundamentales para el hombre.

4.1.5.2 Atractivo natural. Las áreas naturales están consideradas como un lugar físico o espacio geográfico donde se conservan elementos característicos y especies autóctonas del mismo. Las que son utilizadas para actividades turísticas, incluyen elementos que por su valor se consideran atractivos turísticos, los cuales pueden atraer a un considerable número de turistas; estos elementos son parte del sistema turístico.

4.1.6 Producto turístico

Según Amoroso (2023), el producto turístico es una mezcla inseparable de elementos que van más allá de los bienes o servicios que se ofrecen directamente al visitante. Incluye también aspectos intangibles, como la imagen y la ubicación, que pueden influir significativamente en la experiencia y en la decisión de los turistas. En este sentido, el producto turístico no solo está compuesto por lo que se proporciona directamente al visitante, sino también por el entorno y los recursos disponibles que lo rodean, que forman parte fundamental de la experiencia del cliente.

El Manual para el Desarrollo de Productos Turísticos, publicado por la Organización Mundial de Turismo, menciona que “el producto turístico de un destino es una amalgama de numerosas experiencias, en lo que al turista se refiere. No se trata solamente del hotel en el que se aloja, los lugares, museos, parques, restaurantes, teatros, tiendas, etc., que visita, ni el trayecto hacia y desde el destino. Son todas esas cosas y más. Al planificar el desarrollo de nuevos productos turísticos, es necesario observar cómo encajan las ideas con la oferta existente.” (Dupuis, 2020)

Un producto turístico es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital. (Organización Mundial del Turismo, 2019, pág. 19)

La OMT, Organización Mundial del Turismo (2019), determina que producto turístico es una combinación de elementos materiales e inmateriales tales como recursos naturales, culturales y humanos, así como atracciones turísticas o recursos turísticos, instalaciones, servicios y actividades en torno a elementos específicos de interés, que representan la esencia de planificación de un destino y proporcionar a los clientes potenciales una experiencia de viaje integrada con un elemento emocional. Sin embargo, se comercializan a través de canales de distribución, que también fijan precios y tienen un ciclo de vida.

A criterio de Socatelli (2020), menciona que producto turístico es un sistema de componentes tangibles e intangibles ensamblados capaces de hacer viajar a la gente para realizar actividades que satisfacen sus necesidades otorgándoles beneficios y satisfacción de manera integral, de esta forma el producto turístico (tangibles o intangibles), es cualquier cosa que se le pueda venderle al turista, y que está compuesto de paquetes, viajes, servicios e información, o cualquier otro elemento que esté relacionado con el turismo. El desarrollo de los productos turísticos es de suma importancia para en el posicionamiento e identidad de los diferentes destinos turísticos con los que se cuenta. Es a través de ellos que se puede atraer nuevos clientes, incluso de mercados lejanos, consolidar el turismo de un país, región, ciudad o una población.

Entre los elementos que conforman un producto turístico destacan los siguientes:

- Recursos turísticos propios del destino, naturales y culturales.
- Servicios, equipamiento e infraestructura presentes.
- Accesibilidad al destino y movilidad dentro del mismo. Así como los medios de transporte disponibles.
- Imagen de marca del destino turístico, los destinos también tienen una imagen de marca presente en la mente de los consumidores. (Turismo O. M., 2019)

4.1.6.1. Macro producto turístico. De acuerdo al contexto citado por Sarango (2023), son las modalidades de turismo en áreas rurales con potencial de crecimiento se consideran macro-productos, ya que están organizadas en función de los atractivos naturales y culturales disponibles y se definen tras evaluar el potencial turístico de la zona. Entre las opciones de estos macro-productos se incluyen el ecoturismo, el turismo rural, el turismo de aventura, el turismo agropecuario y el turismo gastronómico, cada uno de los cuales ofrece experiencias únicas que aprovechan y ponen en valor los recursos locales.

4.1.6.2. Micro producto turístico. Son aquellos que se definen y ofrecen para cada macro producto, como rutas, senderismo, montañismo, etc. Los productos turísticos específicos se clasifican por motivos de mercadeo y se planifican utilizando un macro producto destinado a servir a un mercado amplio. (ICCA, 2019, pág. 33)

4.1.6.3 Características de un producto turístico. El turismo como actividad económica se ubica en el sector de servicios y actualmente en el país es la segunda actividad generadora de divisas. Como actividad de servicios necesita de ciertas características para su funcionamiento adecuado, por tal motivo a continuación cita 8 principales. (Senz, 2019)

4.1.6.3.1 Intangibilidad. No es posible gustar, sentir, ver, oír u oler los servicios antes de comprarlos. Cuando el consumidor compra un paquete turístico, está adquiriendo una promesa que comprende unos servicios específicos, para un tiempo determinado y a un precio establecido.

4.1.6.3.2 Caducidad. Los productos turísticos no se pueden almacenar por tal motivo deben ser consumidos continuamente, y acaban en el momento de su uso. Esta caducidad afecta a la industria hotelera, debiéndose optar por vender a ritmo del mercado de acuerdo a la oferta y la demanda.

4.1.6.3.3 Inseparabilidad. Esta característica se da entre la producción y el consumo, es decir, los servicios de la actividad turística no se pueden separar de las personas encargadas de su prestación, por tanto, se establece una relación personal con el consumidor, haciendo que el producto prestado sea único.

4.1.6.3.4 Heterogéneo. Dentro de la definición se puede indicar que el producto turístico es un conjunto complejo de prestaciones, en donde intervienen diferentes agentes productivos del sector.

4.1.6.3.5 Agradabilidad. El producto turístico se puede formar agregando varios productos, lo cual en algunos casos dificulta tanto su comercialización, como llevar un control de la calidad adecuado.

4.1.6.3.6 Simultaneidad de producción y consumo. Los productos en general, tienen un ciclo de vida diferente al de los productos turísticos ya que son fabricados, comprados y posteriormente consumidos. En cambio, los productos turísticos en principio son comprados, para luego ser producidos y consumidos simultáneamente por el cliente.

4.1.6.3.7 Puede ser estacional. Una de las principales características dentro del desarrollo de un producto turístico, es la estacionalidad ya que ciertos destinos son sometidos a diferentes condiciones climáticas que impiden su operación en determinadas épocas. (Senz, 2019)

4.1.7 Tipos de productos turísticos.

Un producto turístico puede incluir: transporte, alojamiento, servicios de excursión, servicios adicionales, bienes adquiridos durante el viaje, etc. El mercado de la industria del turismo está representado por tres tipos principales de productos:

- Un conjunto de servicios interconectados entre sí para la realización de un solo objetivo. Por lo general, incluyen un paquete completo de servicios turísticos, incorporando alojamiento, catering, transporte y servicios al consumidor, recreación, animación, deportes.
- Elementos separados de un producto turístico estándar. Por ejemplo, solo alojamiento o la comida, la excursión, y etc.

- Productos relacionados y equipo de campamento que son necesarios para viajar. Los productos de recuerdo también pertenecen a este tipo. (Ceupe, 2020)

4.1.8 Desarrollo de productos turísticos.

Dupuis (2020), manifiesta que existen diversas posibilidades para abordar el desarrollo de productos turísticos, particularmente tomando en cuenta la escala o nivel territorial que los definen y la participación de los actores.

Es decir, el enfoque varía de manera importante si se abordan desde una perspectiva regional, nacional, subnacional, local o inclusive limitándose a un sitio o negocio específico. En su manual para el desarrollo de productos turísticos la Organización Mundial de Turismo, se enfoca, particularmente, en aquellos productos que competen a la articulación de las autoridades nacionales y locales y define el desarrollo de productos turísticos como “un proceso de reconfiguración de los activos de un destino determinado para responder a las necesidades de clientes nacionales e internacionales.”

La aproximación de la OMT, desde una visión de desarrollo del producto parece orientarse principalmente a una escala nacional, lo cual parece lógico en tanto que es un organismo internacional, que dentro de sus funciones se encuentra brindar herramientas a los gobiernos nacionales para direccionar sus inversiones a través de programas presupuestarios que, generalmente, se orientan al desarrollo de infraestructura o capacidades de los actores a nivel regional.

Con base en el concepto explorado, se destaca que los productos turísticos son aquellos que agregan valor acumulado a sus usuarios haciendo uso de distintos elementos tecnológicos, humanos, culturales y ambientales, entre otros, que al presentarse de forma combinada construyen y entregan una experiencia única, significativa y memorable para los visitantes haciendo el mejor uso de los recursos y siendo responsables con las comunidades locales. Al momento de diseñar un producto turístico, se debe tomar en cuenta que antes que un producto turístico como tal, en turismo lo que “vendemos” realmente son experiencias. Por eso, se debe enfocar antes que nada en saber las bases de cómo se construyen las experiencias significativas y memorables que se queden para siempre en la memoria de quienes las viven. (Dupuis, 2020)

4.1.8.1 Importancia del desarrollo de productos turísticos. El desarrollo de productos turísticos es un factor vital para poder poner en valor los atractivos turísticos y que los turistas puedan satisfacer sus expectativas y necesidades, así como abordar de manera sistemática los aspectos de competitividad turística, que conduzcan al debido planeamiento y consolidación del desarrollo del turístico. Mediante el desarrollo de productos turísticos aporta una buena cantidad de ingresos principalmente y particularmente en las zonas más necesitadas económicamente, pues en ellas donde se ubican la mayoría de los recursos turísticos de carácter natural, lo cual a su vez genera muchas ventajas y desventajas, pero es una buena manera de dar conocer los recursos con los que cuenta un país, región o comunidad. (Socatelli, 2020)

4.1.9 Potencial turístico

Según la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT, Organización Mundial del Turismo , s.f.) el potencial turístico es la capacidad de un territorio para atraer visitantes, determinada por la combinación de sus atractivos naturales y culturales, así como por las facilidades de acceso y la calidad de los servicios turísticos, ofreciéndoles experiencias y servicios de calidad. Este potencial se basa en los recursos naturales, culturales, históricos y sociales de la región, así como en la infraestructura turística disponible.

4.1.10 Planta turística.

Son todos los bienes y servicios que se ofertan a los turistas; está integrado por el equipamiento e instalaciones, entre otros. Esto podrá evidenciarse en el sitio o en el poblado más cercano mismas que son aquellas empresas que facilitan al turista la permanencia en el lugar de destino (alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento. (Bullón, 2006, pág. 36)

4.1.10.1 Alojamiento. Son los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios. En este campo están los establecimientos regulados en el reglamento de alojamiento turístico vigente: hotel, hostel, hostería, hacienda turística, lodge, resort, refugio, campamento y casa de huéspedes.

4.1.10.2 Alimentos y bebidas. Son los establecimientos dedicados a la elaboración y expendio de alimentos. En este campo se encuentran restaurantes, cafeterías, quioscos, comedores, entre otros. En este casillero deberán colocarse el número de mesas (capacidad instalada) y plazas (capacidad efectiva) de los establecimientos cercanos al atractivo.

4.1.10.3 Transporte. Se aplicará si existe algún tipo de transporte o movilización al interno del atractivo.

4.1.10.4 Esparcimiento. Hace referencia a la presencia una serie de actividades secundarias para variar la rutina a la que puede llevar la misma actividad recreativa principal.

4.1.11 Empresa turística

Las empresas turísticas son aquellas que prestan servicios a los turistas, es decir, a las personas que viajan por motivos de ocio, negocios, eventos.

Las empresas turísticas ofrecen servicios a las personas que viajan. Estas empresas suelen estar concentradas en destinos turísticos donde hay un gran tráfico de viajes ofreciendo todo tipo de servicios a los visitantes. Los servicios pueden llegar a ser desde alojamiento, como excursiones, servicios de hostelería, actividades de ocio, etc., por lo tanto, hay una gran variedad de servicios ofrecidos y su red es tan extensa que existen destinos que viven exclusivamente del turismo (Dominguez Morales, 2023).

Por lo tanto, las empresas turísticas ofrecen servicios turísticos, este tipo de servicios son creados para satisfacer las necesidades del turista en su experiencia y pueden variar dependiendo del tipo de turismo.

4.1.11.1 Características de una empresa turística. Una empresa turística presenta una serie de características generales importantes, entre las que destacan:

- La actividad de la empresa turística está definida por lugares y periodos. De acuerdo a la temporada, las actividades y promociones variarán durante el año.

- Los precios, promociones e intercambios están sujetos de acuerdo a la oferta y demanda de los servicios.
- La planeación de la empresa de turismo se enfoca a todas las actividades y servicios que son necesarios para estos lugares.
- La empresa turística debe atender a una variedad y cantidad de clientes, por lo que se debe de ajustar a las necesidades de cada cliente.
- La empresa del turismo tiene un fuerte índice de generación de empleo, formación de su personal, y contacto directo todo el tiempo con los clientes. (Dominguez Morales, 2023)

4.1.12 Parador turístico.

En el ámbito del turismo se conoce como parador turístico a un espacio que puede ser tanto público como privado en donde se ofrecen diferentes servicios y posibilidades a los turistas para que disfruten de una experiencia. Los paradores tienen ese nombre porque los primeros paradores eran justamente paradas en el camino para que las personas que se dirigían a determinados destinos turísticos pudieran encontrar algunos servicios o productos necesarios; por lo general, los paradores cuentan con un servicio principal de gastronomía.

Una de las características de los paradores es el paraje que los rodea, situados en plena naturaleza, pues dan la oportunidad de vivir durante unos días en entorno naturales protegidos. De esta forma, se podrá convivir entre una vegetación y fauna salvaje sin perjudicar el ecosistema. (Orellana, 2024)

4.1.13 Diagnóstico turístico

Según el Manual para diagnóstico turístico de Ricaurte (2009), manifiesta que: el diagnóstico turístico se lo entiende como la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turísticas en el destino. Vera (1997: 388), desde un enfoque físico-territorial indica que el diagnóstico consiste en el análisis de los componentes básicos de la estructura turística oferta y demanda del uso y estructura del territorio, así como del medio ambiente del sitio a planificar. Al diagnóstico se lo conoce también como línea base o estado de situación actual y lo que busca específicamente es definir la situación del destino turístico en el presente, es decir, antes de que se ejecute la planificación. Desde este punto de vista, se ha identificado que el diagnóstico sirve para tres propósitos muy concretos.

4.1.13.1 Análisis PESTEL. El análisis PESTEL es una herramienta que permite a las organizaciones descubrir y evaluar los factores que pueden afectar el negocio en el presente y en el futuro. PESTEL es un acrónimo de político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal. Este análisis se utiliza para evaluar estos seis factores externos en relación con la situación comercial. El análisis consiste en examinar oportunidades y amenazas que surgen a partir de dichos factores. Con los resultados que ofrece el análisis PESTEL es posible tener una visión favorable al llevar a cabo una investigación de mercados, crear estrategias de marketing, desarrollar productos y tomar mejores decisiones para la organización.

- **Factores políticos.** - Permiten determinar y evaluar cómo la intervención del Gobierno puede afectar el funcionamiento y desempeño de la empresa. Esto se da por medio de las leyes y las políticas que aplica el ente gubernamental. En general podrían ser aspectos como las políticas fiscales y monetarias del Gobierno, subsidios, tratados comerciales y las políticas internacionales. Es decir, se refiere a toda ley y política que afecte a la empresa ya sea a nivel nacional, regional e internacional. (Mercado, 2022)

- **Factores económicos.** - Toman en cuenta todas las variables macroeconómicas, estas variables se consideran tanto a nivel nacional como internacional, dado que podrían favorecer o entorpecer el desempeño de la organización. Las variables económicas más importantes son el comportamiento del producto interior bruto (PIB), la tasa de desempleo, el nivel de precio y la balanza comercial. Además, se deben considerar eventos como las variaciones de los ciclos económicos, especialmente los períodos de crisis y de auge dentro de la economía pues son factores que pueden beneficiar o poner en riesgo a la empresa.

- **Factores sociales.** - Estos factores incluyen elementos como la religión, las creencias, la cultura, los hábitos, los intereses y las preferencias de las personas. Todos estos elementos afectan de manera favorable o desfavorable los resultados que una empresa espera alcanzar. Dado que los aspectos sociales van cambiando y van presentando nuevas tendencias.

- **Factores tecnológicos.** - Son vitales para una empresa, por los niveles de innovación que se están dando en los mercados actuales. Los cambios tecnológicos pueden traer grandes beneficios para las empresas que saben aprovecharlos. Pero por el contrario puede ocasionar mucho daño a las empresas que se quedan obsoletas y que no cambian su infraestructura. Estos elementos pueden ser el uso de nuevos programas

informáticos, aprovechamiento de nuevas formas de energía y cualquier cambio en la tecnología implementada. (Mercado, 2022)

- **Factores ecológicos o ambientales.** - Los aspectos ecológicos tienen que ver con todos los factores relacionados directa o indirectamente con el medioambiente. Cualquier cambio en la regulación gubernamental o tendencias sociales para la protección del medioambiente afectan a la empresa.

- **Factores legales.** - Los aspectos legales incluyen todas las leyes que la empresa se ve obligada a cumplir. La normativa legal puede perjudicar o beneficiar el desempeño de la empresa. Las leyes pueden incidir sobre el proceso de producción y de comercialización de los productos que ofrece una empresa. Del mismo modo puede afectar a nivel nacional e internacional. Se pueden incluir leyes sobre propiedad intelectual, seguridad social, salarios mínimos, licencias. (Mercado, 2022)

4.1.14 Análisis FODA

La matriz de análisis DAFO o FODA, es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz DAFO es una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejoras en el futuro. Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. La matriz de análisis DAFO permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestran nuestra empresa. (Morocho Merino, 2019)

4.1.14.1 Elementos del análisis FODA. Los elementos del análisis FODA se detallan a continuación:

4.1.14.1.1 Matriz de evaluación de los factores internos (MEFI). Sirve para formular estrategias, ya que se resume y evalúa las principales fortalezas y debilidades en áreas funcionales de una organización ofreciendo una base para identificar y evaluar las relaciones entre ellas. (Morocho Merino, 2019)

4.1.14.1.2 Matriz de evaluación de los factores externos (MEFE). La matriz de evaluación de factores externos (MEFE) resume y evalúa la información política, gubernamental, y legal (P); económica y financiera (E), social, cultural, y demografía (S);

tecnológica (T); y, ecológica y ambiental (E) y calcula los resultados a través de las oportunidades y amenazas identificadas en el entorno. (Morocho Merino, 2019)

4.2 Marco Referencial

Dentro del marco referencial se presenta a continuación casos de investigaciones exitosas referente al tema de investigación.

4.2.1 Caso 1

El presente trabajo de investigación se realizó en el cantón Gonzanamá de la provincia de Loja año 2022, cuyo objetivo general fue elaborar un Plan de Negocios, para la implementación de productos turísticos para la finca “DELITA” el cual se desglosaron objetivos específicos que ayudaron a cumplirlo. a) Realizar un diagnóstico turístico de la situación actual de la finca “DELITA”; b) Proponer un Plan de negocios para productos turísticos de la Finca “DELITA”; c) Proponer las estrategias para la implementación del Plan de negocios de productos turísticos en la Finca “DELITA. Cuya metodología se basó en recopilación de información secundarias, se elaboraron encuestas para el estudio de la demanda, de la misma manera se realizó entrevistas para obtener información actual del estado en que se encontró la Finca Delita. El autor ha utilizado métodos como: deductivo, inductivo, analítico y descriptivo; a lo que respecta técnicas tales como: encuestas, entrevistas, observación directa, se construyó la matriz FODA misma que se obtuvieron objetivos estratégicos. Como resultados más destacados fueron que en el cantón existe ecosistemas que puedan brindar potencialmente servicios ambientales a la población dentro del territorio, con especial énfasis en: protección de fuentes de agua, protección forestal, conocimiento, biotecnología, cambio climático, turismo, soberanía alimentaria, protección ecosistemas frágiles, la finca no cuenta con todos los servicios básicos entre ellos se pueden nombrar uno de los más importantes es el alcantarillado; con el resto de servicios básicos con que si cuenta es el de energía eléctrica y agua potable. (Bravo Delgado, 2019)

4.2.2 Caso 2

El presente trabajo de investigación fue realizado en la parroquia Timbara cantón Zamora provincia de Zamora Chinchipe, en el año 2019, por María Fernanda Riofrío Andrade, proyecto que cuyo objetivo general fue “Elaborar un Plan de Negocios para productos turísticos en la Finca “Los Riofrío” parroquia Timbara, en el Cantón Zamora”, contó con tres objetivos específicos que fueron un apoyo para el desarrollo del objetivo

general; a) : Realizar un diagnóstico de la situación actual de la finca “Los Riofrío”, b) Proponer un Plan de Negocios para productos turísticos en la finca “Los Riofrío”, c) Proponer las estrategias para la implementación del Plan de Negocios para productos turísticos en la finca “Los Riofrío” parroquia Timbara del cantón Zamora de la provincia de Zamora Chinchipe. Para el desarrollo de esta investigación se utilizó los métodos inductivo, deductivo, analítico, descriptivo, con los cuales se analizó toda la información de campo; así mismo técnicas como la encuesta y la entrevista, matriz de Carla Ricaurte y observación directa, también se ha utilizado las fichas de inventario y resumen del Ministerio de Turismo; mismas que ha permitido elaborar la Matriz FODA, permitiendo conocer la situación real a la que se enfrenta la finca, para luego de ello lograr desarrollar la Matriz MEFE y matriz MEFI que se encargan del análisis interno y externo para poder llegar a establecer las estrategias para diseñar la propuesta. (Riofrío Granda, 2019)

4.2.3 Caso 3

La presente investigación fue realizada en la parroquia Los Encuentros, cantón Yantzaza, de la provincia Zamora Chinchipe en el año 2019 por Evelyn Noelia Morocho Merino. Para la elaboración de la investigación estableció como objetivo general “Elaborar un Plan de Negocios para la implementación de productos turísticos en la finca Anfigranja Nankais” de la parroquia rural Los Encuentros, cantón Yantzaza, provincia Zamora Chinchipe, se plantearon tres objetivos específicos: realizar un diagnóstico de la situación actual de la finca “Anfigranja Nankais” de la parroquia rural Los Encuentros, en el que se conoció la situación interna de la finca. Proponer un plan de negocios para productos turísticos de la finca “Anfigranja Nankais” Para el cumplimiento de los objetivos específicos de investigación se utilizaron los métodos deductivo, inductivo, analítico y descriptivo, los mismos que ayudaron a recopilar información. La autora ha utilizado fichas de atractivos turísticos del MINTUR y fichas de resumen. En las técnicas ha desarrollado encuesta, entrevista y la observación directa, que le permitieron realizar la matriz FODA, dando este a su vez la matriz de objetivos estratégicos para la implementación de productos turísticos en la finca. (Morocho Mernino, 2019)

4.3 Marco Legal.

4.3.1 Reglamento de alimentos y bebidas

El objeto del presente reglamento es regular, clasificar, categorizar, controlar y establecer los requisitos para el ejercicio de la actividad turística de alimentos y bebidas a nivel nacional.

Se define a un restaurante como: Establecimiento donde se elaboran y/o expenden alimentos preparados. En estos establecimientos se puede comercializar bebidas alcohólicas y no alcohólicas. También podrá ofertar servicios de cafetería y, dependiendo de la categoría, podrá disponer de servicio de autoservicio.

De la clasificación, requisitos de categorización y sistema de puntuación.

Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasificarán en:

Cafetería, bar, restaurante, discoteca, establecimiento móvil, plazas de comida, servicio de catering. plazas de comida, servicio de

El **Art. 18** se refiere a la categorización de los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas, los cuales se categorizarán mediante un sistema de puntuación, obtenida de acuerdo al cumplimiento de requisitos establecidos en este reglamento. (Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas, 2018)

4.3.2 Ordenanzas Municipales de turismo del Cantón Espíndola

La Ordenanza que Regula, Planifica, Controla y Gestiona las facultades para el desarrollo de actividades turísticas en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Espíndola, “garantiza el uso y disfrute de cada uno de los atractivos y recursos turísticos que posee el cantón, a la vez que realiza un control adecuado de las actividades turísticas que se cumplen” GAD Municipal de Espíndola. (Espíndola, 2021)

Cap. 3 Art. 5: En el marco del desarrollo de actividades turísticas, corresponde al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Espíndola en su respectiva circunscripción territorial, el ejercicio de las facultades de planificación cantonal, regulación cantonal, control cantonal y gestión cantonal, en los términos establecidos en esta ordenanza y la normativa nacional vigente.

Cap.7 Art.18: La Unidad de Gestión de Turismo y Cultura o la que haga sus veces del GAD Municipal de Espíndola receptorá, gestionará y sustanciará los procesos de denuncias efectuadas por el turista o visitantes respecto de los servicios recibidos por

parte de los prestadores de servicios turísticos, y consolidará esta información a fin de reportar trimestralmente al Ministerio de Turismo, de acuerdo a los lineamientos de la autoridad nacional de turismo.

Cap. 8 Art.24: El personal a cargo de las inspecciones tiene las siguientes funciones:

- a. Ejecutar programas preventivos y disuasivos de cumplimiento de la normativa turística vigente;
- b. Identificar infracciones para la instrumentación de la sanción;
- c. Efectuar los procedimientos de control solicitados por oficio por la autoridad competente;
- d. Brindar acompañamiento a la autoridad nacional de turismo en caso de considerarlo;
- e. Solicitar acompañamiento a la autoridad nacional de turismo en caso de considerarlo;
- f. Dar inicio a los procesos administrativos sancionados por LUAF de ser el caso.

5. Metodología

En el presente trabajo investigativo se establecieron herramientas necesarias para lograr los objetivos propuestos por tal razón se basó en la información otorgada por el propietario del “parador turístico El Bermejo” Sr. Gliserio Jiménez y por fuentes de investigación secundarias, para esto fue necesario contar con recursos adecuados.

5.1 Área de estudio

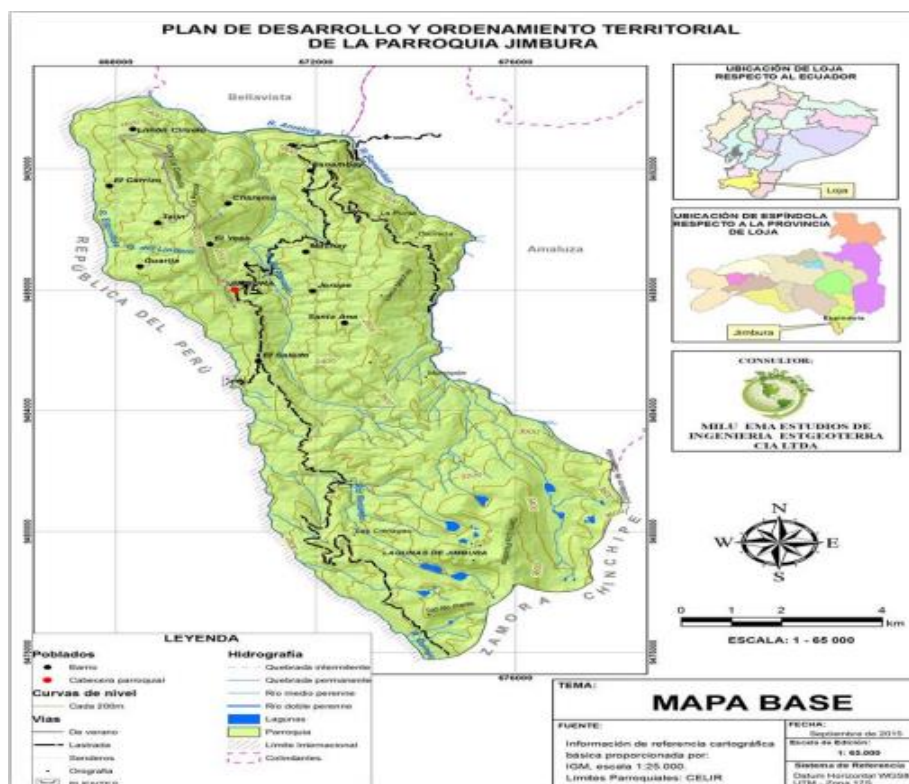
Para realizar el contexto geográfico de donde se desarrolló el trabajo de investigación curricular, se hace referencia a la macro localización sobre los datos geográficos de la parroquia Jimbura.

5.1.1 Datos generales de la parroquia de Jimbura

La parroquia Jimbura se encuentra situada al sur del cantón Espíndola perteneciente a la provincia de Loja y la distancia de Jimbura a la cabecera cantonal es de 10 km, Jimbura está situada a 2140 m.s.n.m la cabecera parroquial está asentada en las siguientes coordenadas UTM: Longitud: 670416 Latitud: 9488348 (Lima Maza, 2019) Los límites de la parroquia de Jimbura está conformada al norte con la parroquia Bellavista y Amaluza, al sur con Zamora Chinchipe y la Republica del Perú, al este con la provincia de Zamora Chinchipe y Perú, al oeste con Zamora Chinchipe y Amaluza.

5.1.2 Mapa de ubicación parroquia de Jimbura

La figura 2 muestra la ubicación geográfica de la parroquia Jimbura, proporcionando un contexto visual que permite identificar su posición exacta dentro del territorio y su relación con los alrededores.



Fuente: (PDyOTJimbura, 2019)

Figura 2. Mapa de localización de la parroquia Jimbura

5.1.3 Datos generales del parador turístico El Bermejo

La micro localización de la investigación se realizó en base a lo siguiente:

Ubicación:

El parador turístico El Bermejo se encuentra ubicado al Sur de la provincia de Loja, en la parroquia de Jimbura del cantón Espíndola, vía a las lagunas de Jimbura y vía a Zumba de la provincia de Zamora Chinchipe, el parador turístico El Bermejo es de propiedad privada, cuenta con una extensión de 5 ha.

La distancia existente desde la ciudad de Loja al parador turístico el Bermejo es exactamente a 168 km (4 horas en carro particular) bajo unas coordenadas de Latitud: 4°41'14.4"S Longitud: 79°26'35.6"W y una Elevación: 2762msnm. Sus límites están conformados por al norte con la parroquia Bellavista y Amaluza, al sur con Zamora Chinchipe y la República del Perú, al este con la provincia de Zamora Chinchipe y Perú, al oeste con Zamora Chinchipe y Amaluza.

5.2 Mapa de ubicación.

El mapa de la figura 3 fue elaborado en el programa ArcGIS e incluye elementos clave como la rosa de los vientos, leyenda, escala y una representación de los principales recursos que ofrece el parador turístico.



Figura 3. Mapa del parador turístico El Bermejo

5.3 Métodos de investigación

5.3.1 Método descriptivo

Con la aplicación de este método se logró describir las características del área de estudio y presentar sistemáticamente los resultados del diagnóstico sobre la situación turística actual del parador turístico “El Bermejo”.

5.3.2 Método analítico

El presente método permitió realizar un análisis de los factores tanto internos como externos que inciden en el “parador turístico El Bermejo”; además de ello, se utilizó para la interpretación de los resultados obtenidos en las encuestas y entrevistas aplicadas a los clientes, población y personal involucrado en el parador turístico El Bermejo.

5.3.3 Método inductivo

El método inductivo apoyó en el presente trabajo, mediante la observación directa conocer y realizar el diagnóstico turístico del objeto de estudio, para luego analizar la información obtenida y con ello a la formulación de conclusiones.

5.3.4 Método deductivo

Este método contribuyó para deducir los propósitos de poder cumplir los productos turísticos.

5.3.5 Método sintético

Luego de la información recaudada este método se lo utilizó para sintetizar conclusiones y recomendaciones.

5.4 Técnicas

5.4.1 Observación directa

Esta técnica se lo utilizó para recopilar información de manera directa de la situación actual del parador turístico El Bermejo, además de ello para la realización de las fichas de inventario de los recursos que posee, y determinar las principales necesidades del mismo.

5.4.2 Entrevista

Este instrumento permitió entrevistar a 4 personas fundamentales en las cuales fueron el Sr Gliserio Jiménez propietario del parador turístico, a su hijo Franco Jiménez quien está como administrador del mismo, a la Sra. Martha Peña encargada de cocina para los visitantes y por último al Sr. Jorge Jiménez presidente de la Junta Parroquial de Jimbura como interesado para potenciar el turismo en la comunidad, los cuales son personas básicas para el emprendimiento y así poder conocer los intereses, sobre la idea del desarrollo de productos turísticos en el parador turístico El Bermejo.

5.4.3. Encuesta

Se aplicó a la población económicamente activa, Loja, Calvas, Catamayo, Quilanga, Gonzanamá y Espíndola, por ende, a la parroquia donde se encuentra el parador.

5.5 Población y muestra

5.5.1 Determinación de la población

A continuación, se presenta la estructura de la población con la que se trabajó a través de las bases de datos mismas en las que se verificó el número de personas que componen el mercado meta para determinar si es una población finita o infinita, para ello se utilizó el PEA (Población Económicamente Activa) de los cantones Loja, Catamayo, Gonzanamá, Calvas, Quilanga y Espíndola del Censo 2022, haciendo una proyección para el año 2023. Se trabajó con el PEA debido a que el cantón Espíndola no se encuentra dentro del GEOVIT.

Tabla 1 . Proyecciones PEA.

Cantón	PEA base 2022	Tasa de crecimiento	PEA 2022 (Proyectada)
Loja	156.563	1,215%	158.465
Catamayo	20.930	0,05%	21.963
Gonzanamá	6.560	0,03%	6.7634
Calvas	14.475	0,03%	14.892
Quilanga	2.112	0,03%	2.174
Espíndola	7.881	0,04%	8.210
Total			273.338

Una vez proyectado el PEA de los cantones Espíndola, Quilanga, Calvas, Gonzanamá, Catamayo y Loja, para el año 2023, que sumadas permitió establecer que la población a encuestar para el TIC, es de 273.338 personas que llegaría ser parte del universo de estudio, por lo tanto, se considera una población finita, por lo que se procede a utilizar la fórmula de poblaciones finitas para el cálculo del tamaño de la muestra como se lo indica a continuación.

5.5.2 Muestra

Formula finita

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

En donde:

N: tamaño de la población – 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:

$$n = \frac{273.338 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,5)^2 * (273.338 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{262513.8152}{68335.2104}$$

n= 384 encuestas

Una vez determinado el tamaño de la muestra se estableció el número de encuestas al cual se aplicó al total de la población objetiva dando un total de 384 encuestas, y se procedió a establecer el número de encuestas a aplicar en cada uno de los cantones seleccionados:

5.6 Enfoque de investigación

En el presente TIC se aplicó basándose al enfoque mixto, puesto que se combinó tanto al enfoque cualitativo como cuantitativo. El enfoque cualitativo se utilizó para recopilar datos cualitativos a través de la aplicación de la entrevista al propietario del parador turístico El Bermejo (Sr. Gliserio Jiménez). El enfoque cuantitativo se lo utilizó para la obtención de datos luego de aplicar la técnica de la encuesta a los posibles visitantes o clientes que hacen uso de los servicios que ofrece el parador turístico; éste mismo método cuantitativo permitió la tabulación, análisis y obtención de resultados finales mismas que contribuyeron para la determinación de los posibles productos turísticos para el parador turístico El Bermejo.

5.6.1 Materiales

Para el desarrollo de la investigación los siguientes métodos y materiales permitieron establecer las herramientas necesarias para lograr los objetivos propuestos.

5.6.1.1 Materiales de oficina. Se utilizó solo elementos indispensables para el funcionamiento correcto del lugar de estudio.

5.6.1.2 Materiales tecnológicos. Dentro de los materiales tecnológicos se utilizó un dron el mismo que fue alquilado para plasmar el campo y de esa manera lograr hacer una publicidad del sitio a estudiar.

5.7 Metodología por objetivos

5.7.1 Metodología para el objetivo 1

Para el objetivo 1 denominado: **“Diagnosticar la situación turística actual del parador turístico El Bermejo de la parroquia de Jimbura cantón Espíndola.”** se realizó lo siguiente:

Para el cumplimiento y desarrollo de este objetivo, se inició mediante la observación directa del sitio de estudio, se diseñó un modelo de ficha de observación directa como lo indica en el [anexo 2](#), de la misma manera al trabajar con la metodología de análisis interno, externo se empezó analizando la parte interna utilizando la ficha para descripción de empresas turísticas adaptada del MINTUR 2017, como lo indica [anexo 3](#), de manera de obtener la información interna, la información de llenado de la ficha de empresas se obtuvo mediante observación directa del parador turístico, por ende visitas de campo. Seguidamente para complementar el análisis interno, se tomó como referencia el capítulo 3 (página 57) del libro Administración de Robbins y Coulter, que presenta el análisis del entorno específico y general. Este enfoque permitió examinar detalladamente a los proveedores, clientes y competidores del arador turístico El Bermejo.

También se utilizó factores como; factor demográfico, político legal, económico, social-cultural, tecnológico y factor ambiental. Dentro del análisis interno se aplicó entrevistas a personas involucradas con el parador turístico El Bermejo, el cuestionario constó de 15 preguntas [anexo 4](#).

Se realizó el estudio de demanda efectiva y demanda potencial. Para determinar el perfil del visitante (demanda efectiva) se utilizó las preguntas de la metodología de Carla Ricaurte ficha 2 (adaptada) que constan en el [anexo 5](#), mismas que fueron aplicadas al propietario del parador turístico, lo que permitió conocer y caracterizar la demanda actual. Además de ello, con el fin de conseguir un análisis de los recursos que tiene el parador, se empleó la ficha de levantamiento de atractivos turísticos y jerarquización del Ministerio de Turismo año 2017 ver [anexo 6](#), la misma que se resumió en una ficha a partir del inventario realizado [anexo 7](#).

Para el análisis externo, previo a presentar el detalle de cada ficha resumen de atractivos complementarios de la parroquia que pueden servir para la generación de productos turísticos, la cual se complementó con atractivos que están dentro de la parroquia y son cercanos al objeto de estudio [anexo 7](#), cada una de las fichas resumen de atractivos levantados y en otros casos actualizados de la parroquia Jimbura, la información fue recolectada de otras investigaciones correspondientes a los años 2019-2023.

Una vez que se tiene el análisis interno se analiza los factores externos que ayudan a tomar decisiones mediante el instrumento PESTEL, el mismo que permitió analizar los factores positivos y negativos del entorno. Para completar el análisis externo se aplicó una encuesta a los posibles visitantes del parador (demanda potencial), misma que constó de 23 preguntas como lo indica el [anexo 8](#), la cual ayudó a determinar el perfil del visitante potencial que visitará el parador turístico El Bermejo y que ayudó a definir las posibles estrategias para potenciar el sitio.

Finalmente, con la información obtenida del análisis interno y externo se elaboró el FODA simple, que permitió mediante el cruce de fortalezas y oportunidades obtener el FODA estratégico del cual se establecieron las estrategias a plantear.

5.7.2 Metodología para el objetivo 2

Para el objetivo 2 denominado **“Elaborar la propuesta de productos turísticos para el parador turístico El Bermejo de la Parroquia Jimbura cantón Espíndola.”** se realizó lo siguiente:

Para este objetivo se desarrolló dos segmentos de mercado, ya que con el análisis de las encuestas se pudo observar a qué segmento del mercado va dirigido el producto turístico. Se utilizó la metodología de diseño y operación de productos turísticos rurales, como autora Miroslava Gonzáles, a partir de la unidad 3 desde la fase 2 en la que ayudó a identificar la modalidad turística de los posibles productos turísticos, tomando en cuenta al diagnóstico del primer objetivo, clasificándolos en macro y micro productos turísticos específicos en una matriz.

Seguidamente se aplicó la metodología adaptada de itinerarios turísticos del manual (Guía del Guía) de Xavier Álvaro, en la que permitió observar a qué estudio de mercado va dirigido el producto turístico y cómo será su promoción y comercialización de los productos turísticos. Se realizó la estructura de los itinerarios del paquete, va con

su nombre, el tiempo, el mismo está detallado con las actividades que se realizarán en el paquete, tiene una especificación de lo que incluye y no incluye, sumado esto cada itinerario tiene su presupuesto.

6. Resultados

6.1 Situación turística actual del parador turístico El Bermejo.

6.1.1 Análisis interno.

6.1.1.1 Reseña histórica del parador turístico El Bermejo. El lugar en donde se encuentra actualmente situado el parador turístico El Bermejo fue de propiedad del Sr. Juan Mendoza, oriundo del barrio el Salado de la parroquia Jimbura desde el año 1980, el lugar era utilizado para la crianza del ganado vacuno hasta el 2013, siendo ese año en donde el Sr. Gliserio Jiménez y esposa, quien con una visión de crear un atractivo turístico a futuro adquirió dicha propiedad. En el año 2018 aprovechando las bondades de la naturaleza, se empieza a fomentar la crianza de trucha, puesto que una de las quebradas produce este tipo de pez; primeramente, se empezó con 4 piscinas con capacidad para la crianza de 1.000 alevines cada una y posteriormente se fueron incrementando hasta llegar a 15 piscinas.

El parador cuenta con 5 hectáreas de las cuales 2 están destinadas para la crianza de trucha y espacios de recreación y los 3 restantes para la flora y fauna.

Cabe recalcar que el sitio se encuentra rodeado por el río Bermejo mismo que nace de las lagunas encantadas de la parroquia de Jimbura, siendo este la explicación del nombre del parador turístico El Bermejo.

6.1.1.2 Descripción general del parador turístico El Bermejo con la ficha del MINTUR. A continuación, se presenta en la tabla 2 información más detallada.

Tabla 2 . Diagnóstico del Parador turístico.

Información general del parador turístico El Bermejo	
Ubicación	
Provincia: Loja	Cantón: Espíndola
Parroquia: Jimbura	Barrio: El Salado
Extensión: 5 ha	Coordenadas geográficas: Latitud; 4°41'14.4"S Longitud: 79°26'35.6"W
Referencia	Vía a las lagunas de Jimbura y vía a Zumba
Datos climatológicos	
Altitud: 2762msnm	Temperatura: 11 y 21 °C
Tipo de vegetación: Arbusto o matorral/ matorral de montaña	Clima: Frío moderado
Plataformas digitales	
Teléfono 073033177	Correo electrónico parador1riobermejo@gmail.com

Facebook	Parador Bermejo	El	Otros	TikTok
----------	-----------------	----	-------	--------

Datos administrativos

Propietario del Parador Turístico El Bermejo	Sr. Gliserio Jiménez Jiménez
Administrador del Parador Turístico El Bermejo:	Arq. Franco Bolívar Jiménez Peña
Empleados:	2
Tipo del establecimiento	Privado
Inicio de funciones	2018

Capacitaciones para el éxito empresarial

Atención al cliente	1
Reconocimientos o certificaciones	0

Buenas prácticas

Ambiente	El Parador turístico realiza un buen manejo ambiental siendo importante para preservar su entorno natural. Implementa medidas de ahorro de energía utilizando paneles solares y gestión eficiente de residuos. Ofrece una experiencia turística con un modelo ejemplar de respeto hacia la naturaleza, se involucra la armonía entre el desarrollo turístico y la preservación ambiental, brinda a los visitantes la oportunidad de sumergirse en un destino que valora y protege la naturaleza que lo rodea.
Calidad	En esta capacitación del servicio al cliente el Administrador del Parador Turístico, se enfoca en cultivar la excelencia en la atención al cliente, reconociendo que cada interacción una oportunidad para crear experiencias memorables, abordando la importancia de la empatía, la escucha activa y la resolución eficiente de problemas para garantizar la satisfacción del cliente. Esta capacitación se ha centrado en empoderar a su equipo para ofrecer un servicio al cliente no solo eficiente, sino también auténtico con sus visitantes.

Recursos turísticos

Nombre	Características
Trapiche	Trapiche elaborado manualmente con piezas de madera cuenta con 2 mazas de 1m y medio x 1m de alto el compromiso de la familia Jiménez con la elaboración de dicho trapiche es para mantener viva la tradición de sus antepasados, con este se ofrece a los clientes un delicioso jugo de caña fresca.
Piscinas para el cultivo de trucha	Son pozas de diferentes medidas unas más grandes que otras con una profundidad de 2 m, y de 5x3m de largo y otras de 3 x 5 m, en cada una de ellas se da la producción y crianza de trucha la cual cuenta con más de 2.000. La pesca deportiva se realiza en estas instalaciones de cultivo de truchas, donde los visitantes pueden disfrutar de esta actividad en un entorno controlado y adecuado para la práctica de la pesca.

Bosque natural	Alta densidad de árboles maderables y no maderables como también arbustos, además se encuentra un número de plantas medicinales. Estos ecosistemas forestales ocupan aproximadamente 3 ha de lo que corresponde al Parador Turístico El Bermejo, son el hábitat perfecto para la vida animal.
Apicultura (enjambre)	Se encuentran ubicados en la parte superior del Parador Turístico El Bermejo, actualmente existen 10 colmenas, mismas que son cosechadas 2 veces al año. El Sr Gliserio Jiménez y su hijo el Arq. Franco Jiménez son quienes están a cargo de esta labor, posteriormente la comercialización de la miel se realiza a intermediarios y al consumidor final en las ferias principalmente. Al precio de \$ 15 americanos.
Equipos recreativos	Especialmente para niños son equipos estructurados con tubos redondos de fierro galvanizado, Las uniones entre tubos son efectuados mediante soldadura, se cuenta con 3 asientos para columpio, sube y baja triple de tubo galvanizado, además se tiene columpios hechos con neumáticos en forma de animales. Dentro de los equipos recreativos, también se incluyen las canchas deportivas, que permiten llevar a cabo actividades complementarias como el vóley y el fútbol. En este sentido, disponen con dos canchas deportivas: una dedicada al fútbol, que mide 35 metros de largo por 20 metros de ancho, y está cubierta de césped natural; y otra destinada para vóley.

Servicios turísticos

- Restauración
- Pesca deportiva
- Recreación
- Camping
- Esparcimiento.

Información para ofertantes de actividades

Infraestructura

Servicio de alimentación

Capacidad	50 personas
Medida del área de alimentación.	15 x5m ²
Medida del área de cocina	4 x3m ²
Numero de mesas	6 mesas redondas (2m x 1.5m) y 3 mesas largas (3m)
Número de sillas	50
Tipos de platos que se ofrece	<ul style="list-style-type: none"> • Trucha Frita • Chicharrón de trucha • Gallina Criolla • Fritada

Otros servicios

Servicios higiénicos

Número de servicios	2 (Uno para damas y otro para caballeros)
----------------------------	---

Misión	Ofrecer a nuestros clientes una experiencia extremadamente natural en su visita, priorizando la satisfacción de sus necesidades a través de una óptima oferta que garantice su pleno disfrute y placer dentro de nuestras instalaciones, brindándole un espacio lleno de aventura, diversión, tranquilidad, seguridad y confianza.
Visión	Perdurar en la mente de nuestros usuarios como uno de los mejores lugares turísticos del cantón Espíndola, ser un centro turístico líder en la región Sur del Ecuador, que garantice experiencias inolvidables a los visitantes en las diferentes áreas de recreación y aventura. Siempre estar comprometidos en la protección y conservación del medio ambiente e instruir a nuestros visitantes para que ellos también ayuden en la conservación del mismo. Satisfacer todas las necesidades del cliente y contribuir al desarrollo turístico y económico de la localidad, generando en ellos el deseo de volver a visitarnos.

6.1.1.3 Clientes. Aunque algunos de los clientes pueden no estar identificados individualmente, se ha llevado a cabo 1 entrevista significativa al propietario del parador turístico, para comprender el tipo de cliente que llegan al sitio y así tener una información clara acerca de sus necesidades y preferencias. A través de este diálogo, se ha obtenido una valiosa información que permitió perfilar de manera integral el perfil del visitante.

6.1.1.3.1 Perfil del visitante efectivo. El perfil más común del visitante del Parador Turístico El Bermejo, corresponde a personas regionales e internacionales pues en su mayoría son visitantes de las ciudades de Loja, Gonzanamá, Calvas, Quilanga, Amaluza, y a nivel local. En cuanto a nivel internacional hablamos de visitantes de Perú debido a que el parador se encuentra en una parroquia fronteriza, son visitantes de aproximadamente 20 a 50 años de edad amantes a la pesca deportiva y al turismo de naturaleza, siendo los fines de semana y feriados que visitan el sitio con una frecuencia esporádica, trasladándose por medio de auto propio, son visitantes independientes, quiere decir que no viajan mediante una agencia de viajes, las razones de visita lo hacen por ocio haciendo uso del tiempo libre, siendo el servicio de alimentación que más consumen, y de actividad turística la pesca deportiva, caminata y deporte con un gasto promedio de \$10 a \$15 por visitante.

6.1.1.3.2 Proveedores. El parador turístico El Bermejo establece asociaciones cercanas con quienes cultivan los ingredientes que conforman la esencia de su experiencia gastronómica, respaldando la agricultura local, no solo garantizan la frescura y calidad de sus productos, sino que también contribuyen directamente al sustento de la comunidad en la que se encuentra el objeto de estudio. Es importante mencionar que como parador turístico también cuentan con un espacio donde se cultiva una variedad de productos, desde aromáticas hierbas hasta hortalizas, cada ingrediente se cosecha en su momento óptimo.

El proveedor de alevines de trucha proviene de la provincia del Azuay, son dedicados proveedores, suministran alevines saludables, garantizando la autenticidad de sus platillos de trucha. Los propietarios mencionan, que les enorgullece establecer relaciones sólidas con sus proveedores de alimentos y bebidas, asegurando una experiencia culinaria excepcional para sus visitantes, colaborando estrechamente con proveedores locales del cantón, de la misma manera cooperando con bodegas locales y cervecerías que añaden un toque distintivo a su oferta de bebidas.

6.1.1.3.3 Competidores. En la localidad específica del parador turístico no cuenta con competidores directos, aunque es cierto que en el cantón existen otras opciones, entre los competidores se encuentran otros establecimientos mismos que también buscan ofrecer experiencias únicas y auténticas a los visitantes como, por ejemplo: Balneario Skay-Way ubicado en la ciudad de Amaluza del cantón Espíndola y posada descanso el Floro, ubicada en la parroquia del Ingenio cantón Espíndola. Sin embargo, el parador turístico El Bermejo es la única opción que ofrece una conexión auténtica con la naturaleza, estableciéndose como un destino para aquellos que buscan una experiencia turística enriquecedora y totalmente inmersa en el entorno natural.

6.1.2 Factores internos

6.1.2.1 Factor demográfico. El factor demográfico del parador turístico El Bermejo está intrínsecamente ligado a su identidad como un negocio familiar. Con ocho miembros de la familia involucrados en el servicio para el desarrollo del parador turístico.

. Este componente demográfico específico no solo define su cultura empresarial, sino que también influye en la atmósfera acogedora y el ambiente familiar que ofrecen a sus visitantes. Cada miembro de la familia contribuye con su experiencia única, desde la

gestión hasta las actividades diarias, proporcionando una experiencia auténtica y personalizada que distingue el parador turístico.

6.1.2.2 Factor político legal. En el complejo contexto político en el que opera el parador turístico El Bermejo, enfrenta desafíos particulares al no contar con la documentación necesaria. La ausencia de ciertos documentos puede afectar su capacidad para participar plenamente en programas gubernamentales y podrían influir en la percepción de las autoridades locales. Están comprometidos a abordar esta situación de manera proactiva, colaborando estrechamente con las instancias gubernamentales pertinentes para regularizar esta situación y asegurarse de cumplir con todas las exigencias normativas. A través de este proceso, esperan superar estos obstáculos políticos y fortalecer su posición como un actor integral y responsable en el panorama turístico local.

6.1.2.3 Factor económico. El parador turístico El Bermejo creada en el año 2018 se encuentra involucrada especialmente en la actividad de la pesca deportiva de trucha, y platos preparados a base de la misma, generando de esta forma fuerzas de trabajo y empleo directo para algunas familias de la parroquia. A criterio del Sr. Propietario, dentro de las actividades económicas del parador turístico se realizan la venta de trucha a un valor de \$3.50 la libra, actualmente la venta de la producción se la realiza en la parroquia de Jimbura, ciudad de Amaluza y otras parroquias aledañas del cantón en algunas ocasiones se da la necesidad de ir a la ciudad de Cariamanga para la venta del producto manifestó.

Es importante mencionar que, al consultarle al Sr propietario de los ingresos de la venta de trucha, mencionó que son poco favorables y no dió valores exactos; sin embargo, comentó que, de esta forma, la familia mantiene la economía de su hogar trabajando en la producción y venta de trucha y ofreciendo servicios turísticos en su parador, además de ello cuentan con siembras de legumbres para consumo y para la venta. También cuentan con la producción de apicultura, actualmente cuentan con 10 colmenas mismas que son cosechadas cada 6 meses, es decir 2 veces al año, posteriormente la miel es enfrascada y se la vende en la localidad y en la ciudad de Loja a \$ 15 dólares. No detallaron ni acotaron algún otro argumento referente a la parte económica.

6.1.2.4 Factor social-cultural. El factor social del Parador Turístico El Bermejo se fundamenta en una conexión con la comunidad local. Desde el inicio, se ha priorizado

la inclusión comunitaria, fomentando la participación activa de residentes locales en ciertas actividades y eventos que existen en el sitio. La creación de empleo local es fundamental, brindando oportunidades laborales y contribuyendo al desarrollo económico de la región. El Sr. Gliserio Jiménez propietario del parador turístico El Bermejo, ha terminado sus estudios hasta décimo año de educación básica, su esposa la Sra. Martha Peña Merino tiene educación igualmente hasta el décimo año de educación básica en el Colegio Julio Ernesto Celi; el Sr. Franco Bolívar como administrador tiene educación de tercer nivel con título de Arquitecto y sus demás hijos todos cuentan con estudio de tercer nivel quienes son miembros directamente del parador turístico El Bermejo.

6.1.2.5 Factor tecnológico. En el parador turístico debido a su ubicación geográfica no cuenta con luz, no existe cobertura de señal de telefonía móvil, por ende, tampoco existe el servicio de internet, pero si se cuenta con servicio de teléfono fijo.

6.1.2.6 Factor ambiental. El parador turístico realiza un buen manejo ambiental siendo importante para preservar su entorno natural. Implementa medidas de ahorro de energía utilizando paneles solares y gestión eficiente de residuos. Ofrece una experiencia turística con un modelo ejemplar de respeto hacia la naturaleza, se involucra la armonía entre el desarrollo turístico y la preservación ambiental, brinda a los visitantes la oportunidad de sumergirse en un destino que valora y protege la naturaleza.

A continuación, se presenta parte del factor ambiental con la que cuenta el parador turístico El Bermejo.

Medio biótico.

- **FLORA**

El parador turístico El Bermejo cuenta con una variedad de especies de flora que se distribuyen a lo largo del territorio, se puede mencionar los siguientes como se las enlista en la tabla N^{ro}. 3.

Tabla 3 . Flora representativa del parador turístico El Bermejo.

Nombre científico	Nombre Común
<i>Hesperomeles obtusifolia</i>	Kike
<i>Morella pubescens</i>	Laurel
<i>Podocarpus sprucei</i>	Romerillo
<i>Oreocallis grandiflora</i>	Cucharillo
<i>Cinchona Pitayensis</i>	Cascarilla
<i>Pinus patula</i>	Pino
<i>Cupressus</i>	Cipré

Nota: La información fue suministrada de acuerdo al trabajo de campo.

- **FAUNA**

Las principales especies de fauna que se puede encontrar en el parador turístico se detallan a continuación:

Tabla 4 . Fauna representativa del Parador Turístico El Bermejo

Nombre científico	Nombre Común
<i>Penélope obscura</i>	Pava del monte
<i>Conepatusse mistriatus</i>	Zorro perro
<i>Sylvilagus brasiliensis</i>	Conejo
<i>Mazama americana</i>	Venado
<i>Tremarctos ornatus</i>	Oso de anteojos
<i>Lutrinae</i>	Nutria del río
<i>Leucopternisoc cidentalis</i>	Gavilán
<i>Apis mellifera scutellata)</i>	Abejas
<i>Didelphis marsupialis</i>	Guanchaca
<i>Icterus sp</i>	Chiroca

Nota: La información fue suministrada de acuerdo al trabajo de campo.

Medio abiótico

- **Clima:** El clima como ya se lo ha manifestado anteriormente está influenciado por su ubicación geográfica presentando variaciones que va desde el frío moderado hasta templado cálido, presentando una oscilación de temperaturas desde 21 °C. Se pueden evidenciar dos temporadas climáticas; la lluviosa que va desde diciembre hasta abril o mayo y los siguientes meses a la temporada seca.

- **Agua:** El agua que se utiliza en el parador turístico El Bermejo, proviene de la laguna Bermeja, quien forma parte de una de las lagunas de Jimbura, está compuesta de aguas cristalinas y de ella nace el río el Bermejo, el mismo que pasa por los alrededores del parador turístico y se accede al uso de sus aguas, quien también por su temperatura son aptas para la producción de cultivo de trucha.

- **Suelo:** El suelo que lo conforma al parador turístico, es relativamente húmedo, de color negro o café con una gran capacidad de retención de agua; sin embargo este suelo se lo considera extremadamente infértil, es por ello que el Sr. Propietario del parador turístico, manifestó que para sembrar cualquier tipo de legumbres u otro producto, ellos lo preparan al suelo mediante abonos naturales, es así como logran obtener

ciertos productos; se dice que el suelo cuenta con estas características debido a que pertenece a un ecosistema de páramo.

6.1.3 Análisis de entrevistas aplicadas

Se realizó 4 entrevistas dirigidas a personas que están involucradas directamente con el parador turístico El Bermejo y al presidente del GAD parroquial Jimbura, con fecha de 15/11/2023, mismas que tuvieron muy buena acogida por parte de los entrevistados, se permitió conocer el punto de vista a cada una de las preguntas que se hizo, con la finalidad de conocer la situación turística actual; además para recabar datos para analizar la parte interna empresarial del parador turístico El Bermejo de la parroquia Jimbura, cantón Espíndola, provincia de Loja. Las entrevistas se sintetizan de la siguiente forma como se lo indica en la tabla # 5.

Tabla 5. Datos del personal entrevistado.

Nombre del entrevistado	Cargo	Profesión	Institución a la que pertenece
Sr. Gliserio Jiménez	Propietario del parador turístico.	Ninguna	Parador turístico el Bermejo
Arq. Franco Jiménez	Administrador del parador turístico.	Arquitecto	Parador turístico el Bermejo
Lic. Paúl Jiménez	Hijo del propietario (Trabajador)	Licenciado	Parador turístico el Bermejo
Econ. Jorge Jiménez	Presidente Junta parroquial Jimbura	Economista	GAD Jimbura

El detalle de las entrevistas realizadas a los colaboradores del parador turístico El Bermejo, se encuentra en el [anexo 4](#). En este anexo, se presentan las transcripciones completas de las entrevistas, las cuales proporcionan información clave sobre la operatividad, los servicios y las perspectivas del establecimiento. A través de estas entrevistas, se obtiene una visión directa y detallada sobre la gestión del parador y los aspectos que contribuyen al parador.

6.1.3.1 Resultado general de la entrevista. En conclusión, de las entrevistas aplicadas se determinó que los servicios que actualmente ofrece el parador turístico El Bermejo esta alimentación, pesca deportiva, recreación, camping y las instalaciones del mismo se considera que están en condiciones para recibir al visitante, puesto que al contar

con recursos y elementos complementarios hace del lugar más acogedor por los turistas, los días que el parador turístico recibe más visitantes son los fines de semana y feriados; sin embargo manifiestan que actualmente no existe una afluencia de visitantes pero si hay personas que visitan de una forma eventual, debido a la falta de un buen servicio y sobre todo de una mejor organización. Como proyecto a futuro tienen presente a la prestación de servicio de alojamiento (hospedaje) para que los visitantes se sientan satisfechos con lo ofrecido, de la misma manera mencionaron que si se lo ha promocionado al lugar pero no de una forma profesional, si no que creando campañas de promoción y comunicación mediante plataformas digitales y por último manifestaron que la propuesta de desarrollo de productos turísticos les parece muy bien ya que con ello mejoraría turísticamente su demanda, el turismo en la parroquia y por ende el del cantón.

Por otro lado, el presidente de la Junta Parroquial, considera que el parador turístico El Bermejo, cuenta con instalaciones aptas para realizar turismo, por su ambiente acogedor y por su actividad principal que es la pesca deportiva. Así mismo cree que con la propuesta planteada de desarrollo de productos turísticos para el parador, fomentaría el turismo de la parroquia y se daría a conocer la parroquia aún más en el ámbito turístico, por consiguiente, la economía se fomentaría local. También considera que el parador, aparte de prestar actividades turísticas sea un lugar en donde el turista o visitante pueda adquirir productos propios de la parroquia como es el chuno y artesanías entre otros. Menciona que al parador se lo considera como uno de los atractivos turísticos más que conforma la parroquia por que incentiva a los turistas que visiten la parroquia. El GAD parroquial como para fomentar el turismo en la parroquia tienen en mente dar a conocer por medio de los centros de comunicación de la provincia a todos los atractivos que posee y trabajar conjuntamente con el Ministerio de Turismo para mejorar la imagen y adecuar instalaciones necesarias para mejorar el turismo. Es importante mencionar que como Junta parroquial si existe el interés en apoyar a los emprendimientos turísticos de la parroquia.

6.1.4 Fichas resumen de los atractivos turísticos del P.T El Bermejo.

Las fichas que a continuación se presentan, están elaboradas de acuerdo al reglamento de las fichas de atractivos turísticos que ofrece el MINTUR, es de suma importancia un análisis de las fichas internas del TIC, los cuales deben clasificarse como recursos turísticos ya que no hay un aprovechamiento a fin de que se haga buen uso de ellos, en la tabla 7 se puede observar el resumen de los atractivos internos del parador.

Tabla 6. *Resumen de recursos turísticos internos.*

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Piscina para cultivo de trucha	Manifestación Cultural	Realizaciones Técnicas y científicas	Centros agropecuarios y pesqueros	Recurso
Trapiche	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Artesanías y artes	Recurso
Bosque natural El Bermejo	Manifestación natural	Bosque	Páramo	Recurso
Apicultura	Manifestación cultural	Realizaciones técnicas y científicas.	Centros Industriales	Recurso

Tabla 7. Ficha resumen - piscina para cultivo de trucha.

FICHA N° 1		
NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
PISCINA PARA CULTIVO DE TRUCHA		Recurso
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestación Cultural	Realización Técnicas	Centros agropecuarios y pesqueros
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Espíndola	Jimbura

Fotografía:



Ubicación: Se ubica dentro del parador turístico El Bermejo, barrio el Salado de la parroquia Jimbura.

Georreferenciación:

Latitud: 4°41'14.4"S

Longitud: 79°26'35.6"W

Altura: 2762msnm.

Figura 4. Piscina de cultivo de trucha

Descripción:

En total, cuenta con 15 piscinas de diferentes dimensiones, diseñadas específicamente para la crianza de trucha negra (*Percichthys melanops*) y trucha arcoíris (*Oncorhynchus mykiss*). De estas, 2 piscinas albergan alevines, 8 están ocupadas por truchas en crecimiento y 5 se encuentran actualmente vacías, preparadas para futuros cultivos. Las piscinas varían en tamaño, con algunas que alcanzan dimensiones de 5x3 metros y otras de 3x5 metros, y una profundidad de hasta 2 metros. En total, se estima que hay más de 2,000 truchas en producción, lo que garantiza una experiencia de pesca satisfactoria para los visitantes. En este entorno controlado, los amantes de la pesca deportiva pueden disfrutar de la actividad en un ambiente seguro y adecuado, rodeados de la naturaleza que ofrece el parador. Además, el río Bermejo, que fluye cerca de las instalaciones, actúa como un canal de riego vital para las piscinas, asegurando condiciones óptimas para la crianza de las truchas.

ACTIVIDADES TURISTICAS:

- Observación del proceso de la crianza de la trucha.
- Pesca deportiva

RECOMENDACIONES:

Se recomienda llevar ropa cómoda si es posible abrigada, gorra, zapato de senderismo o botas, llevar cámara fotográfica.

Tabla 8. Ficha resumen – trapiche.

FICHA N° 2		
NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUIA
Trapiche		Recurso
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Artesanías y artes
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Espíndola	Jimbura

Fotografía:



Ubicación: Se ubica dentro del parador turístico El Bermejo, barrio el Salado de la parroquia Jimbura.

Georreferenciación:

Latitud: 4°41'14.4"S

Longitud: 79°26'35.6"W

Altura: 2762msnm.

Figura 5.Trapiche

Descripción:

El trapiche del parador turístico El Bermejo es considerada por los propietarios como una joya de la tradición artesanal, elaborado de manera rústica y manual utilizando piezas de madera cuidadosamente seleccionadas. Este ingenio cuenta con dos mazas cilíndricas de madera dura, cada una con unas impresionantes dimensiones de 1.5 metros de altura y 1 metro de diámetro. Su diseño, que respeta las técnicas ancestrales de extracción de jugo de caña, permite a los visitantes apreciar el trabajo manual y la dedicación que implica la producción de este néctar. El funcionamiento del trapiche es completamente mecánico, basado en la fuerza del hombre, lo que añade un elemento interactivo y participativo a la experiencia. Los visitantes tienen la oportunidad de involucrarse en el proceso, ayudando a moler la caña y, a su vez, aprendiendo sobre las tradiciones culturales que rodean la producción de jugo de caña. Este enfoque no solo enriquece la experiencia, sino que también promueve una conexión más profunda con las raíces culturales de la región.

ACTIVIDADES TURISTICAS:

- Observación de la extracción del jugo de caña
- Degustación del guarapo (jugo de caña)

RECOMENDACIONES:

Se recomienda llevar ropa cómoda, abrigada, llevar cámara fotográfica.

Fuente: Trabajo de campo

Tabla 9. Ficha resumen - bosque natural.

FICHA N° 4		
NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUIA
Bosque natural		Recurso
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Atractivos naturales	Bosque	Páramo
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Espíndola	Jimbura

Fotografía:



Figura 6. Bosque natural El Bermejo

Ubicación: Se ubica dentro del parador turístico El Bermejo, barrio el Salado de la parroquia Jimbura.

Georreferenciación:

Latitud: 4°41'14.4"S

Longitud: 79°26'35.6"W

Altura: 2762msnm.

Descripción:

Es uno de los recursos con los que cuenta El Parador Turístico El Bermejo, mismas que está conformado de aproximadamente 3 hectáreas para habitar tanto de flora y fauna a lo que corresponde a flora se tiene como: hesperomelas obtusifolia “ Kike”, molella pubescens “ Laurel”, podocarpus sprucei “ Romerillo”, oreocallis grandiflora “ Cucharillo”, cinchona pitayensis “ Cascarill”, pinus putula “ Pino”, cupresus “ Ciprés”, Catharanthus roseus “ chabelas” y especies de fauna tales como: penélope obscura “ Pava de monte, conepatusse mistratus “ zorro perro, sylvilagus brasiliensis “ conejo”, mazama americana “venado”, tremarctos ornatus “ oso de anteojos”, lunitrea “ nutria del río, leucopternisoc cidentalís “gavilán”, apis mellifera scutellate “ abejas”, didelphis marsupialis “ guanchaca”, icterus sp “ chiroca. Es un lugar propio para aquellos que admiran la naturaleza y la aventura.

ACTIVIDADES TURISTICAS:

- Observación flora y fauna
- Fotografía
- Caminata

RECOMENDACIONES:

Se recomienda llevar ropa cómoda si es posible abrigada, gorra, zapato de senderismo o botas, llevar cámara fotográfica.

Fuente: Trabajo de campo

Tabla 10. Ficha resumen - apicultura.

FICHA N° 5		
NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUIA
Apicultura		Recurso
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestación cultural	Realizaciones técnicas y científicas.	Centros industriales
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Espíndola	Jimbura

Fotografía:



Figura 7. Apicultura

Ubicación: Se ubica dentro del parador turístico El Bermejo, barrio el Salado de la parroquia Jimbura.

Georreferenciación:

Latitud: 4°41'14.4"S

Longitud: 79°26'35.6"W

Altura: 2762msnm.

Descripción:

En la parte superior del parador turístico El Bermejo se encuentran ubicadas 10 colmenas con abejas de aguijón, que representan un componente clave de la oferta agro-turística del lugar. Estas colmenas son cuidadosamente gestionadas por el Sr. Gliserio Jiménez y su hijo, el Arq. Franco Jiménez, quienes han dedicado tiempo y esfuerzo a la apicultura, una práctica enriquece la experiencia de los visitantes. La cosecha de miel se realiza dos veces al año, en un proceso que requiere atención meticulosa y conocimientos especializados para garantizar la calidad del producto. Una vez cosechada, la miel es comercializada tanto a intermediarios como directamente al consumidor final, principalmente en ferias locales, donde el sabor y la calidad del producto han ganado reconocimiento. La miel se ofrece a un precio de \$15.00, lo que refleja su calidad y el esfuerzo involucrado en su producción. Esta actividad no solo genera ingresos para la familia, sino que también fomenta la conexión entre los visitantes y la cultura local. La apicultura en el parador turístico no solo es una fuente de ingresos, sino que también desempeña un papel importante en la educación de los visitantes sobre la importancia de las abejas en el ecosistema y su contribución a la agricultura. A través de esta experiencia, los turistas pueden apreciar la interrelación entre la naturaleza, la agricultura y la vida comunitaria.

ACTIVIDADES TURISTICAS:

- Fotografía
- Recolección de miel

RECOMENDACIONES:

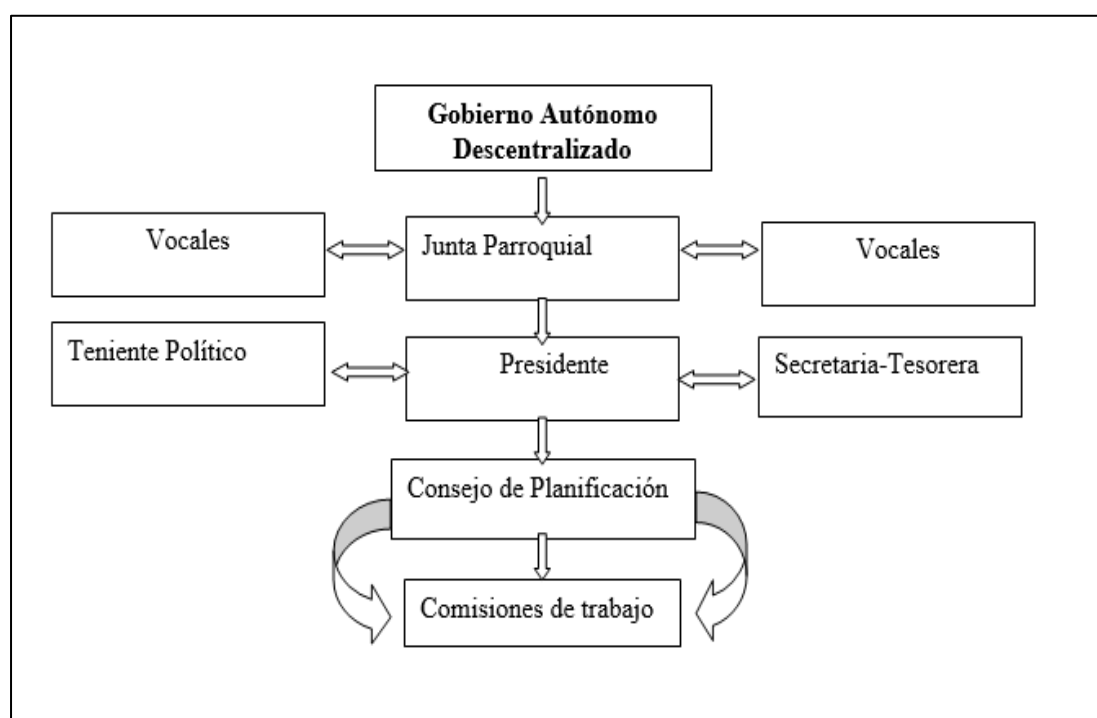
Se recomienda usar ropa adecuada de apicultor para evitar picaduras.

Fuente: Trabajo de campo

6.1.5 Análisis externo

Para el análisis externo se procedió determinar las fuerzas y factores que influyen ya sea positiva o negativamente en el área de estudio, utilizando la técnica de análisis PESTEL, analizando los aspectos políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos, ecológicos y legales.

6.1.5.1 Aspecto político. En la parroquia Jimbura, la principal organización es el (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial. Y además de ello cuenta con organizaciones sociales como se lo indica en la figura 8.



Fuente. (PDyOTJimbura, 2019)

Figura 8. Organigrama funcional Jimbura

En la tabla N^{ro}. 11 se indica la gobernanza y líderes de la parroquia Jimbura

Tabla 11. Gobernanza de la parroquia Jimbura.

GOBERNANZA		
Nombres y apellidos	Cargo	Representación
Econ. Jorge Luis Jiménez	Presidente	Presidente del GAD Jimbura
Srta. Jenny Álvarez Castillo	Vicepresidenta	Vocal del GAD Jimbura
Sr. Cosme Jiménez	Vocal	Primer vocal GAD Jimbura
Srta. Liliana Troya	Vocal	Segunda vocal GAD Jimbura
Lcda. Lola Castillo	Secretaria	Secretaria del GAD Jimbura

Dr. Fernando Jiménez	Teniente político	Teniente Político de la Parroquia.
Dra. Angela Encalada	Directora subcentro de salud	Centro de salud de la parroquia
LIDERES COMUNITARIOS		
Rvdo. Carlos Ovaco	Párroco	Párroco de la comunidad
Hna. Mirian Maza	Directora del colegio de la parroquia	Colegio Julio Ernesto Celi

Fuente: Trabajo de campo

6.1.5.2 Aspecto económico. La tasa de ocupación bruta resulta de la relación entre la población económicamente activa y la población en edad de trabajar, teniendo que el valor correspondiente para la parroquia Jimbura 49.9 %, en la parroquia existe un total de 2316 habitantes, de los cuales 1467 son personas en edad de trabajar, y 732 corresponden a la (PEA) Población Económicamente Activa. La estructura de la PEA de Jimbura con respecto a su especialización económica, concentra la mayor parte de la población en el sector primario de la economía, especialmente en lo referente a la “agricultura, ganadería, silvicultura y pesca” con un 73.9%, seguido de trabajadores no declarados con el 13%, y una pequeña proporción de personas que se dedican a la administración pública, la enseñanza, el comercio al por mayor y menor, construcción, entre otros mismas que se puede observar en la tabla 12 . (PDyOTJimbura, 2019)

Tabla 12. Actividades económicas de la parroquia Jimbura.

Rama de actividades (Primer Nivel)	Casos	%
• Agricultura, ganadería, silvicultura	541	73,91
• No declarado	95	12,98
• Enseñanza	25	3,42
• Administración pública y defensa	20	2,73
• Construcción	12	1,64
• Comercio al por mayor y menor	9	1,23
• Artes, entretenimiento y recreación	1	0,14
Total	703	96.05

Fuente: PDyOT Jimbura

Las actividades económicas de la parroquia en gran parte son propias del sector rural como son la agricultura de subsistencia, producción agrícola, ganadería, turismo, comercio y servicios.

6.1.5.2.1 Otras Actividad económicas de la parroquia.

- **Actividades Comerciales.**

La actividad comercial al por mayor y menor ocupa en la parroquia el 1,23 %, de la población económicamente activa. Los mercados para vender los productos y adquirir aquellos que permiten satisfacer las necesidades de consumo de la población. Estos mercados para el flujo comercial de la producción de la parroquia son los mercados de Amaluza, Cariamanga, Zumba; es común también observar proveedores de alimentos que vienen de otras partes a ofertar sus productos. Es preciso evidenciar que los principales rubros productivos que dinamizan la economía a nivel de parroquia son el maíz, maní y arveja, la comercialización entre los productores, acopiadores, comerciantes locales-regionales en temporada de cosecha provoca un gran movimiento comercial. (contratación de jornaleros, transporte, alimentación, entre otros.)

- **Infraestructura para el fomento productivo.**

Jimbura al ser una parroquia fronteriza, no tiene infraestructura de apoyo a la producción agrícola como silos y para la producción agropecuaria como acopios o camales. En la cabecera parroquial cuentan con una cancha y cubierta para el fomento deportivo, pero mas no cuenta con todos los servicios para impulsar y mejorar la comercialización de sus productos; actualmente la producción de las pequeñas cantidades de productos de ciclo corto, frutas, se está quedando en la misma parroquia para consumo interno. Este efecto se produce por la falta de redes de comunicación, sean estas vías en excelente estado, medios de transporte adecuado, y mercados aptos para su comercialización.

Jimbura no cuenta con el espacio para la comercialización de productos, tan solo existe una construcción pequeña que funciona como mercado, donde existen 6 puestos, los cuales trabajan de manera informal, donde se vende comida y no cumplen con las normativas higiénicas. (Calva, 2019-2023)

6.1.5.3 Aspecto Social-Cultural

- **Demografía**

Población (Habitantes).

Jimbura tiene una población de aproximadamente 2316 habitantes, “con densidad poblacional de 13 habitantes por km², de los cuales, el 50% son hombres. La población más representativa comprende las edades entre 10 a 14 años, de 5 a 9 años y de 15 a 19 años de edad (INEC, 2022), en la tabla 13 se detalla.

Tabla 13. Proyección de la población de la parroquia Jimbura.

PEA	Población	%
Hombres	1.169	81.3
Mujeres	1.147	18.70
Total	2316	100%

Fuente: Censo de Población y vivienda 2022 – INEC.

- **Organizaciones Sociales**

En la tabla 14 se puede verificar las organizaciones con las que cuenta la comunidad de Jimbura, siendo organizaciones las cuales ayudan al desarrollo de la misma, de acuerdo a su ámbito y competencias. Estas organizaciones son de índole social y tienen sus objetivos encaminados a beneficiar a los sectores más vulnerables de la sociedad, niños, madres solteras, adultos mayores. (PDyOTJimbura, 2019)

Tabla 14. Organizaciones sociales de la parroquia Jimbura.

Tipo de organización	Identificación
Entidades públicas, en el ámbito de la gestión	Gobierno Parroquial
	Tenencia Política
	Unidad de Control Migratorio
Apoyo a la comunidad	Seguro Social Campesino
	Policía Comunitaria
	Sub-Centro de Salud Jimbura
	Destacamento Militar
	MIES (Ministerio de Inclusión Económica y Social), CNH (programa creciendo con nuestros hijos)
Organizaciones deportivas	Club Deportivo Especializado Formativo “Nuestra Señora del Carmen”
	Clubs de los sectores rurales.
Otras	Canales de riego
	Junta de agua potable
	Asociación de Productores Orgánicos “Fe y Esperanza del Mañana”
	Centro comunitario Jimbura

Fuente: (PDyOT de la parroquia Jimbura, 2019. p. 103).

- **Salud**

Según datos registrados por el Distrito 11D05 Espíndola – Salud, los principales motivos de mortalidad son: neumonía, por organismos no especificados; e infarto agudo de miocardio. Amaluza, por ser cabecera parroquial y por albergar la mayor población, es donde se concentran la mayor cantidad de personas con discapacidad dentro del cantón, entre las cuales resalta la discapacidad físico-motora con 116 casos, discapacidad intelectual con 77, discapacidad visual con 75, discapacidad auditiva con 51 y discapacidad mental con 28 casos. Profesionales de la medicina explican que este índice es elevado, tomando en consideración el porcentaje poblacional. Atribuyen los casos de discapacidad a la mala alimentación durante la etapa de gestación, lo que afecta al desarrollo del feto. (Hora, 2022)

Mediante una pequeña entrevista que se realizó a la Sra. Martha Peña Merino, moradora de la parroquia Jimbura y a su vez propietaria del parador turístico El Bermejo, afirma que mediante el proyecto de agua potable que viene desde el 2022, la parroquia se beneficia, sin embargo, asegura que el recurso hídrico que llega hasta sus hogares no es totalmente potable y que carece de calidad, por tal motivo, se ven obligados a hervirlo para el consumo. Ante esta postura, la desconfianza e incertidumbre prevalece en los habitantes, quienes consideran que su ingesta ha causado cáncer de estómago.

- **Educación**

El nuevo Sistema Nacional de Educación ofrece dos tipos de educación escolarizada y no escolarizada; entendiéndose por educación escolarizada a aquella que es acumulativa, progresiva y conlleva a la obtención de un título, brindando oportunidades de formación y desarrollo de las y los ciudadanos dentro de los niveles inicial, básico y bachillerato. Y la educación no escolarizada es la que no está relacionada con los currículos determinados para los niveles educativos.

De acuerdo con la Constitución de la República del Ecuador, en el Art. 26 menciona que: la educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo. Según la información

recopilada en el Distrito de 11D05- Espíndola-Zonal 7 del Ministerio de Educación, en la parroquia Jimbura se cuentan con las siguientes, ver tabla 15. (Calva, 2019-2023)

Tabla 15 . Instituciones educativas de la parroquia Jimbura.

Institución Educativa	Barrio	Sostenimiento	Nivel	Total, de Estudiante	Docente
Unidad Educativa Fiscomisional Julio Ernesto Celi.	Jimbura	Fiscomisional	Educación Básica y Bachillerato	275	20
Escuela de E.B Carlos Mantilla. Jacome	Santa Ana	Fiscal	EGB 1ero a 7mo	9	1
Escuela de E.B "Diego Vaca de Vega	Guarinja	Fiscal	EGB 1ero a 7mo	10	1
Escuela de E.B Diez de Octubre	Machay	Fiscal	EGB 1ero a 7mo	33	2
Escuela de E.B "Ecuador	Tailín	Fiscal	EGB 1ero a 7mo	11	1
Escuela de E.B "Dr. Gonzalo Córdova Galarza	Carrizo	Fiscal	EGB 1ero a 7mo	7	1
Escuela de E.B "Mons. José Ignacio Checa	Limón	Fiscal	EGB 1ero a 7mo	36	2
Escuela de E.B Dr. José Luis Tamayo.	Charama	Fiscal	EGB 1ero a 7mo	16	2
Escuela de E.B Mons. José María Macias	Sanambay	Fiscal	EGB 1ero a 7mo	49	3
Escuela de E.B "26 de Septiembre	El Salado	Fiscal	EGB 1ero a 7mo	5	1
Total				451	33

- **Festividades de la parroquia**

Jimbura una parroquia con diversas manifestaciones culturales, entre sus fiestas se destacan las siguientes: fiesta en honor a la Virgen del Carmen que se realiza el 16 de Julio, las fiestas de parroquialización que se llevan a cabo el 24 de abril, las fiestas moteras el 24 de junio, a continuación, se detallan en la tabla 16.

Tabla 16. *Festividades de la parroquia Jimbura.*

TIPO	NOBRE	FECHA
Fiestas Cívicas	Fiesta de parroquialización	24 de abril
Fiestas Religiosas	Fiesta en honor a la Virgen del Carmen	16 de Julio
	Fiesta motera en honor a San Juan	24 de junio

- **Manifestaciones culturales**

Gastronomía de la parroquia Jimbura

La gastronomía de la parroquia tiene como base a productos agrícolas y ganaderos de producción local, los alimentos son preparados de acuerdo a las tradiciones que por décadas son parte del aspecto culinario de la población. La parroquia tiene como plato típico la achira con queso, el cual consiste en cocer la raíz de la achira que es similar a la papa por un tiempo aproximado de tres horas, y se acompaña con queso, también la colada de chuno, a esta se la elabora con la harina que se obtiene de la raíz de la achira. (GooRaymi, 2020).

A continuación, se detallan los platos típicos de la parroquia en la tabla 17.

Tabla 17. *Platos típicos de la parroquia Jimbura.*

Gastronomía de la parroquia	
Achira con queso	Se lava muy bien el tubérculo de la achira y luego se lo pone a hervir de ocho a doce horas. Al estar cocido se le quita la corteza, se pica en cuadritos y se sirve con queso.
Colada de chuno	Se prepara con el almidón de achira donde luego de hervir el agua se coloca dos cucharadas de chuno en un litro de agua y se deja hervir hasta que adquiere una textura condensada y se endulza con panela.
Tortilla de maíz	Las tortillas asadas se elaboran a base de maíz, choclo o yuca molidos a cuya harina se agrega huevos y sal, muchas veces se agrega panela rallada y esta se prepara en los llamados tiestos o bandejas de cerámica, también en tejas que se calientan y se ponen a asar las tortillas.
Arveja con guineo	Sopa elaborada con arveja seca, guineo, leche y quesillo.
Sango de maíz	Es una mezcla de harina de maíz seco, tostado y molido, revuelta con agua, frita en una sartén y aderezada con quesillo y sal. Puede acompañarse este exquisito plato con huevo

	frito, aguacate o a su vez una tira de longaniza frita sin olvidar una buena taza de café.
Caldo de gallina criolla	Gallina criolla sazonada con aliños, el caldo es condimentado con perejil, orégano, apio, zanahoria y otras hierbitas.

Fuente: (GooRaymi, 2020)

6.1.5.4 Aspecto Tecnológico

- **Acceso a servicios de telecomunicaciones.**

El sistema de telefonía fija de la parroquia Jimbura, su cobertura actual está prácticamente restringido al área central, abarcando un mínimo de personas que se benefician, no existe central telefónica, la conexión es domiciliaria en el centro de la parroquia. Existe el servicio de telefonía de CNT y la presencia de señal de Claro, la misma que su señal llega hasta algunos barrios de la parroquia, “considerando que los usuarios que tienen celulares con señal de CLARO es de un 50% del total de la población parroquial” (Jiménez Alverca R. d., 2022)

Entre los medios de comunicación que tiene frecuencia la parroquia es de cuatro emisoras: radio Luz y Vida, radio Cañaveral, radio Satelital y radio La Superior. Canales de televisión de amplitud pública tienen cobertura en la parroquia los siguientes: Gama TV y TC Televisión. Además, en la parroquia se puede acceder a servicio de antena satelital como: DIRECTV. En la mayoría de los barrios de la parroquia, cuenta con el acceso a internet y tienen como proveedores del servicio de internet a los siguientes: Visión Net, Milltel, Fibra Óptica y Claro.

- **Generación de energía**

Con la incorporación al Sistema Nacional Interconectado al servicio de energía eléctrica, el centro poblado de Jimbura y sus barrios se benefician de este servicio. Con relación a las redes de alta tensión y de distribución primaria, estas se encuentran en buen estado. En la parroquia Jimbura todos los barrios tienen acceso al servicio a excepción de algunos moradores que no cuentan con el servicio por motivos de distancia hasta las redes de distribución de energía. (Jiménez Alverca R. d., 2022)

- **Infraestructura de los Servicios Básicos.**

La infraestructura permite el funcionamiento de la planta turística y constituye un vínculo con los atractivos del lugar de destino. Incluye el transporte y accesibilidad, vías de acceso, señalización, terminales, comunicaciones, sanidad, energía, agua potable, alcantarillado, y recolección de basuras. La existencia de infraestructura otorga las condiciones básicas para la sobrevivencia en estos sectores y por ende influye en la permanencia de visitantes en el lugar.

- **Vías de acceso a la parroquia**

Jimbura se encuentra a 17 kilómetros de la cabecera cantonal Amaluza. Cuenta con diversos tipos de transporte como la Cooperativa Cariamanga, Cooperativas de camionetas, taxi y rancheras, que tienen como punto de encuentro la terminal de Amaluza y una estación en la parte céntrica de la parroquia Jimbura, frente a la tienda de artesanías Jimburanitas, en la tabla 18 se identifica los tiempos y distancias.

Tabla 18. Distancia y tiempo desde diferentes cantones a la parroquia Jimbura.

Lugar	Tiempo	Distancia
Loja	4 horas	149 km
Catamayo	3 horas	117 km
Gonzanamá	2 horas con 15 min	75 km
Quilanga	1 hora con 50 min	62,7 km
Cariamanga	2 horas con 50 min	70,70 km
Amaluza	45 min	17 km

Las principales vías de acceso a la comunidad son de primer orden, pavimentada y asfaltada en el tramo de Loja- Amaluza, de segundo orden, lastrado en el tramo de Amaluza - Jimbura y el centro de la parroquia se encuentra adoquinado. Para llegar a la parroquia existe señalización vial desde la ciudad de Loja hasta Jimbura.

- **Transporte público**

La cooperativa Unión Cariamanga presta sus servicios todos los días, en un turno saliendo desde la ciudad de Loja a las 14:00pm con llegada a Jimbura a las 20h00 pm, esta cooperativa tiene su retorno al día siguiente a las 6 am hacia la ciudad de Loja, mismas que tanto de ida como de retorno la ruta se la realiza por la ciudad de Cariamanga, cabe recalcar que el recorrido se lo realiza en verano debido a que la vía es mejor para movilizarse, ya que en invierno existen inconvenientes en la movilización debido a derrumbes que se presentan en la vía. La compañía de Transporte “Trans-Espíndola”

realiza recorridos desde Amaluza-Jimbura cada dos horas a partir de las 7:00 am a 5pm a un valor de \$1,25 ctvs, de igual manera están los vehículos de las cooperativas Trans Amaluza, Trans San Bartolomé y la cooperativa de Taxi Lagunas encantadas que son utilizados para el transporte de pasajeros y para traer productos para el consumo de las familias, estas brindan sus servicios a cualquier hora del día a un precio que varía desde los \$10,00.

6.1.5.5 Aspecto ecológico ambiental

- **Procedencia del agua**

Existe red de agua entubada en un 85% esta agua es tratada, y su fuente principal de abasto es a través de la red pública. Según información de habitantes de la parroquia, el agua recibida en la parroquia de Jimbura. Un gran número de familias cuenta con sistema de alcantarillado, eliminando las excretas a través del excusado y alcantarillado en un porcentaje del 80%. Para el 2022 se llevó a cabo un proyecto de Sistema de agua potable para Jimbura Centro y sus barrios El Salado, Jorupe, Santa Ana, Guarinja, Taylin, Carrizo Limón, Charama y el Yeso, pues según el Sr. Cosme Jiménez presidente del agua potable de la parroquia menciona que es una obra de mucha importancia y anhelado por todos quienes habitan en la parroquia Jimbura de tener agua apta para consumo humano. (PDyOTJimbura, 2019)

- **Tipo de eliminación de aguas residuales**

Según datos oficiales del INEC 2010, del total de las viviendas analizadas, el 64.29 % no disponen de mecanismos de evacuación de excretas; el 13.91% tiene red pública (los mismos que están concentrados en Jimbura), el 8.83% letrina, el 8.65% pozo séptico y el 0.32% conexiones a una quebrada y para ello el Gobierno parroquial viene realizando gestiones para implementar un programa de letrización. En la tabla 19 se da a conocer los tipos de servicios higiénicos con las que cuenta en la parroquia.

Tabla 19. Tipo de servicio higiénico en la parroquia Jimbura.

Tipo de servicio higiénico o escusado	Casos	%
Conectado a red pública de alcantarillado	74	13,91
Conectado a pozo séptico	46	8,65
Conectado a pozo ciego	21	3,95
Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	2	0,38
Letrina	47	8,83
No tiene	342	64,29

Fuente: Resultados del VIII Censo de Población del 2022-INE

- **Sistema de eliminación de la basura**

El Sistema de eliminación de la basura de residuos sólidos en la parroquia, se la realiza por medio de la recolección de la basura, a través del GAD MUNICIPAL DE ESPÍNDOLA, con alcance únicamente para el centro de Jimbura y el barrio Sananbay, los días lunes y jueves, mientras que para los otros barrios de la parroquia, no existe recolección de basura, es por ello que los moradores, la realizan utilizando diferentes maneras; los desechos orgánicos los utilizan como fuente de abono para los cultivos, mientras que los desechos sólidos algunos los queman otros los arrojan directamente al ambiente y otros los entierran. El Sr José Abraham Abad, trabajador del GAD parroquial Jimbura, supo mencionar que es el encargado en ejecutar el aseo y recolección de residuos de las calles principales y centros públicos mismas que las realiza los días lunes, miércoles y viernes.

En la tabla 20, se presenta la entrevista aplicada la presidente de la Junta parroquial Econ. Jorge Jiménez.

Tabla 20 . Entrevista al presidente de la Junta parroquial.

#	E 4
Preguntas	PRESIDENTE JIMBURA Econ. Jorge Jiménez
1. Desde su perspectiva ¿El Parador cuenta con las debidas instalaciones para realizar turismo dentro de ella?	Si considero que este acoplado para realizar turismo, ya que el ambiente es muy acogedor e incita a que la gente acuda y disfrute de las maravillas que posee, con el tema de la pesca deportiva y canchas deportivas que tiene.
2. ¿Cree Ud. que la propuesta de desarrollo de productos turísticos para el Parador Turístico El Bermejo es un aporte importante para fomentar el turismo de la parroquia?	Sí, ya que con el desarrollo de productos turísticos se dará a conocer nuestra parroquia aún más en el ámbito turístico y fomentemos así la economía de la misma, además considero que el Parador sea como una de las instalaciones que garantice a quienes nos visiten puedan adquirir productos netamente de nuestra zona ya sea artesanías y así no solo se convierta en un sitio de turismo si no también en donde se expongan y se vendan productos del lugar.
3. ¿Cree que el Parador Turístico el Bermejo sirva como un atractivo más para fomentar el turismo de la Parroquia de Jimbura?	Si, por que sus características que posee el Parador se lo podrían considerar como un atractivo turístico dentro de nuestra parroquia Jimbura, siendo este un lugar que llama la atención e incentiva a los turistas para que nos visiten, y por su intermedio también promueve la economía de la parroquia.

4. ¿De qué manera está apoyando el GAD parroquial para fomentar el turismo en la Parroquia?	El GAD parroquial, para el próximo año tenemos planificado hacer un recorrido a los diferentes medios de comunicación de la provincia, ofertar y dar a conocer los diferentes atractivos que posee nuestra jurisdicción. También conjuntamente con el Ministerio de Turismo para mejorar la infraestructura en lo que es el Parque Nacional Yacuri y conjuntamente con el municipio adecuar el sector para que tenga una mejor imagen para el turista con instalaciones por ejemplo cabañas, servicios higiénicos.
5. ¿Le interesaría ofrecer apoyo a ciertos emprendimientos turísticos como lo es el Parador?	Si, claro nosotros como Junta parroquial estamos con toda la predisposición de poder apoyar y trabajar en conjunto con las asociaciones existentes y quienes quieran participar dentro de un turismo comunitario donde se involucre tanto las personas de nuestra parroquia como las aldeañas, incluso se tiene en mente fortalecer ciertos días en donde se pueda realizar un ecoturismo comunitario.

6.1.6 Fichas resumen de atractivos turísticos de la parroquia Jimbura

Las fichas que a continuación se presentan, están elaboradas de acuerdo al reglamento de las fichas de atractivos turísticos que ofrece el MINTUR 2017, las cuales es fundamental un análisis permitiendo describir las características e importancia que tiene cada atractivo, mismas que servirían como aspectos complementarios para el objeto de estudio y de esa manera de pretender fomentar la actividad turística dentro de la misma. Se presenta a continuación mediante la tabla 21:

Tabla 21 . Resumen de los atractivos naturales y culturales de la parroquia Jimbura.

N ^{ro.}	Categoría	Nombre del atractivo	del Tipo	Subtipo	Jerarquía
01		Laguna Negra	Ambientes Lacustres	Laguna	III
02		Laguna de los patos	Ambientes Lacustres	Laguna	III
03	Atractivos Naturales	Picachos Jimbura	de Tierras Insulares	Roca	III
04		Laguna Bermeja	Ambientes Lacustres	Laguna	II

05	Petroglifos	Históricas	Sitio Arqueológico	II	
06	Molino de Piedra	Realizaciones técnicas y científicas	Obra técnica	II	
07	Manifestaciones Culturales	Fiestas en Honor a la Virgen del Carmen	Acervo cultural popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	II
08		Fiesta de parroquialización	Acervo cultural popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	II
09		Iglesia Señora del Carmen	Nuestra Señora del Carmen	Arquitectura	Área histórica

Seguidamente, se presentan las fichas resumen de cada uno de los principales atractivos de la parroquia Jimbura.

Tabla 22. Ficha resumen - Laguna Negra.

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUÍA
Laguna Negra		III
CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Atractivos Naturales	Ambientales Lacustres	Laguna
PROVINCIA	CANTÓN	LOCALIDAD
Loja	Espíndola	Jimbura



Figura 9. Laguna negra

Ubicación:

Se encuentra ubicado a 17 km de la parroquia Jimbura, en la vía a San Andrés (Zumba) y a 1,8 km desde el refugio aproximadamente 30 minutos de recorrido.

Georreferencia:

Altitud: 3393 msnm

Latitud: -4.712384°

Longitud: -79.429959°

Características:

La Laguna Negra 1, tiene aproximadamente 7,2 ha., es la laguna que recibe más visitas, esto debido a su cercanía, su facilidad de acceso y su belleza paisajística que posee, además por estar rodeada de imponentes formaciones rocosas que son conocidos como Los Picachos de Jimbura. Esta laguna es muy importante, se considerada encantada y de gran poder curativo, es por ello que los chamanes del vecino país Perú llegan a ella a realizar limpiezas y curaciones, como complemento a esta actividad espiritual, la gente acostumbra a brindar regalos a la Laguna como parte de creencia espiritual, arrojan monedas, sal, azúcar u otros objetos con la finalidad de atraer la buena suerte y dejar la mala energía, también, debido a que sus aguas son curativas las personas se bañan en ella. Se puede realizar pesca deportiva de truchas, su nombre

se debe a que se encuentran sobre rocas volcánicas dándole una coloración oscura, siendo todas estas características muy importantes generando interés y expectativas para turistas nacionales e internacionales que llegan al lugar para conocerlas y disfrutar de sus hermosos paisajes que se encuentran en ambientes naturales. En conjunto las lagunas son de gran importancia para la comunidad de Jimbura convirtiéndose en el recurso hídrico que abastece a la parroquia tanto para consumo humano como para las actividades domésticas.

Flora:

Entre la flora más representativa que se puede encontrar en la laguna son:

□ Ciprés de páramo (*Loricaria thuyoides*), espino amarillo (*Berberis pichinchenses*), achupalla (*Puya pygmaea*), mortiño de páramo (*Pernettya prostata*), (*Gaultheria erecta*), cacho de venado (*Halenia weddelliana*), póleo del inca (*Clinopodium taxifolium*), valeriana (*Valeriana microphylla*) y chuquiragua (*Chuquiraga jussieui*).

• **Fauna:**

- Entre la fauna más representativa que se puede encontrar en la laguna está:
 - Aves: pato torrentero (*Merganetta armata*), colibríes como metalura neblina (*Metallura odomae*), mosquerito franjinaranja (*Myiophobus lintoni*), tangaras (*Buthraupis wetmorei*), cinclodes alifranjeado (*Cinclodes fuscus*), gralearia leonada (*Grallaria quitensis*) y saltador capuchinegro (*Saltator niariceps*)
 - Mamíferos: conejos (*Sylvilagus brasiliensis*), zorro o lobo de páramo (*Pseudalopex culpaeus*), oso de anteojos (*Tremarctos ornatus*)
-

Recomendaciones:

- Llevar ropa abrigada e impermeable.
 - Llevar bebidas hidratantes y calientes.
 - Si desea realizar pesca llevar sus implementos para la actividad.
 - Visitar el atractivo de preferencia en la mañana.
 - No destruir la flora y fauna existente.
 - No arrojar basura o desechos.
 - Llevar zapatos de montaña.
 - Caminar por los senderos.
-

Actividades turísticas:

- Caminatas
 - Fotografía
 - Camping
 - Pesca deportiva
 - Natación
 - Observación de flora y fauna
 - Interpretación ambiental
-

Tabla 23. Ficha de resumen - Laguna de los patos

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
Laguna de los patos		III
CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Atractivos Naturales	Ambientes Lacustres	Laguna
PROVINCIA	CANTÓN	LOCALIDAD
Loja	Espíndola	Jimbura



Ubicación:

Se encuentra ubicada en los altos de la parroquia Jimbura, vía a San Andrés (Zumba), aproximadamente a un 1,5 km, a 35 minutos de recorrido.

Georreferencia:

Altitud: 3553 msnm

Latitud: -4.720597°

Longitud: -79.430069°

Figura 10. Laguna de los patos

Características:

La laguna de Los Patos, presenta un grado importante de conservación evidenciándose en sus aguas puras y cristalinas, así como en la abundante flora y fauna que posee característica de ambientes de paramo, esta laguna no es muy frecuentada por turistas debido a que es un poco más difícil para acceder que Las Lagunas Negras, cuenta con aproximadamente 2,75 ha. Su nombre se debe a que en ella se puede apreciar la especie cerceta andina (*Anas andium*), de cual deriva su nombre, otra de las especies que más frecuenta la laguna es el venado blanco (*Odocoileus peruvianus*), debido a la poca intervención humana la laguna presenta un alto grado de conservación, al igual que las lagunas negras se puede realizar pesca deportiva ya que en ella hay presencia de truchas.

Flora:

- Espino amarillo (*Berberis pichinchenses*), achupalla (*Puya pygmaea*), mortiño de páramo (*Pernettya prostata*), rabo de perico, cacho de venado (*Halenia weddelliana*), valeriana (*Valeriana microphylla*) y chuquiragua (*Chuquiraga jussieui*).

Fauna:

- Aves: cerceta andina (*Anas andium*), pato torrentero (*Merganetta armata*), colibríes como metalura neblina (*Metallura odomae*), becasina imperial (*Gallinago jamesoni*).
- Mamíferos: conejos (*Sylvilagus brasiliensis*), zorro o lobo de páramo (*Pseudalopex culpaeus*), oso de anteojos (*Tremarctos ornatus*) y venado blanco

Recomendaciones:

- Llevar ropa abrigada e impermeable.
- Llevar bebidas hidratantes y calientes.
- Si desea realizar pesca llevar sus implementos para la actividad.
- Visitar el atractivo de preferencia en la mañana.
- No destruir la flora y fauna existente.
- No arrojar basura o desechos.
- Llevar zapatos de montaña.

Actividades turísticas:

- Caminatas
- Fotografía
- Pesca deportiva
- Observación de flora y fauna
- Natación.

Tabla 24. Ficha resumen - Picachos de Jimbura.

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
Los picachos		III
CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Atractivos Naturales	Tierras Insulares	Roca
PROVINCIA	CANTÓN	LOCALIDAD
Loja	Espíndola	Jimbura

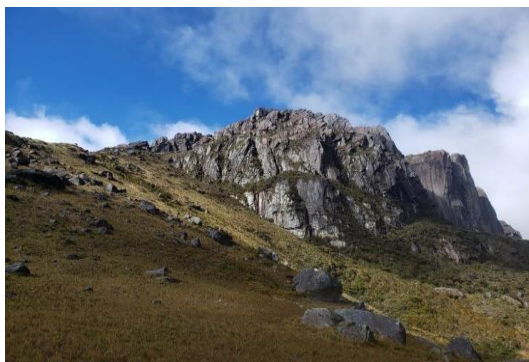


Figura 11. Picachos

Ubicación:

Ubicado a 17 km de la parroquia Jimbura, en la vía a San Andrés (Zumba), localizada a 1km desde la laguna Negra 1.

Georreferencia:

Altitud: 3633 msnm

Latitud: -4.710110°

Longitud: -79.423401°

Características:

Los Picachos son formaciones geológicas o macizos de piedra cuya altura bordea los 300 m., para llegar a ellos, existe un sendero cuya longitud es de 1km, el mismo que se emplea 40 minutos para su recorrido iniciando desde la Laguna Negra 1, su grado de dificultad es alto debido a que presenta grandes pendientes. Es un mirador natural, desde la parte más alta se puede observar las diferentes lagunas en especial la Laguna Negra. Una de las aves que más frecuenta este atractivo es el águila andina

Recomendaciones:

- Llevar ropa abrigada e impermeable.
- Llevar bebidas hidratantes y calientes.
- Visitar el atractivo de preferencia en la mañana.
- No destruir la flora y fauna existente.
- No arrojar basura o desechos.
- Llevar zapatos de montaña.
- Caminar por los senderos

Actividades turísticas:

- Caminatas
- Fotografía
- Observación de flora y fauna.

Tabla 25. Ficha resumen - Laguna Bermeja.

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
Laguna Bermeja		II
CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Atractivos Naturales	Ambientes Lacustres	Laguna
PROVINCIA	CANTÓN	LOCALIDAD
Loja	Espíndola	Jimbura



Figura 12. Laguna Bermeja

Ubicación:

Ubicación:

Se encuentra ubicada en los altos de la parroquia Jimbura, vía a San Andrés (Zumba), aproximadamente a un 1,3 km, a 35 minutos de recorrido.

Georreferencia:

Altitud: 3450 msnm

Latitud: -4.663636°

Longitud: -79.983019°

Características:

Las Lagunas Bermejas son un grupo de lagunas pequeñas y de ellas destaca una de gran tamaño y profundidad, estas lagunas se sitúan al costado derecho de los Picachos, en la parte posterior; su principal laguna tiene 7,8 hectáreas y se caracteriza por su paisajismo. Desde el mirador principal que conduce hacia los espejos de agua, el tiempo de recorrido es de 2 horas por un sendero autoguiado que inicia desde el refugio del área protegida, la laguna más grande se caracteriza porque se encuentra en una hondonada, esta laguna todo el tiempo se cubre de lluvia y neblina, tiene pequeñas playas de arena y está rodeada de hermosas colinas y de fabulosos picachos.

Recomendaciones:

- Llevar ropa abrigada e impermeable.
- Llevar bebidas hidratantes y calientes.
- Visitar el atractivo de preferencia en la mañana.
- No destruir la flora y fauna existente.
- No arrojar basura o desechos.
- Llevar zapatos de montaña.
- Caminar por los senderos

Actividades turísticas:

- Caminatas
- Fotografía
- Pesca deportiva
- Observación de flora y fauna
- Interpretación ambiental.

Tabla 26. Ficha resumen - petroglifos.

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
Petroglifos		II
CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Manifestaciones Culturales	Históricas	Sitio arqueológico
PROVINCIA	CANTÓN	LOCALIDAD
Loja	Espíndola	Jimbura



Figura 13. Petroglifos

Ubicación:

Los Petroglifos se encuentran en la parroquia Jimbura, barrio Sanambay a 30 minutos de la vía que va de Sanambay a la Boca Toma.

Georreferencia:

Altitud: 3422 msnm

Latitud: -4.456547°

Longitud: -79.2574754°

Características:

Los petroglifos son rocas gigantes en las que a simple vista se puede observar que nuestros antepasados tallaron dejando figuras en las rocas. Para llegar se debe recorrer la vía Amaluza-Jimbura y a la altura del barrio Sanambay se toma la vía a mano izquierda hasta llegar a la Boca Toma, caminando a 10 minutos se encuentran los Petroglifos que son más visitados y a 20 minutos descendiendo se encuentran la segunda piedra a la orilla de la quebrada de Marcola. Alrededor de los atractivos, se puede observar diversidad de flora y también se puede encontrar fauna.

Recomendaciones:

- Llevar bebidas hidratantes.
- Visitar el atractivo de preferencia en la mañana.
- No destruir la flora y fauna existente.
- No arrojar basura o desechos.
- Llevar zapatos de montaña.
- Caminar por los senderos.

Actividades turísticas:

- Caminatas
- Fotografía
- Observación de flora y fauna.

Tabla 27. Ficha resumen de molino de piedra.

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
Molino de Piedra		II
CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Manifestación Cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Obra técnica
PROVINCIA	CANTÓN	LOCALIDAD
Loja	Espíndola	Jimbura



Figura 14. Molino de piedra

Ubicación:

Se encuentran en el barrio El Salado a una distancia aproximada de 700m, del Puente Internacional.

Georreferencia:

Altitud: 3422 msnm

Latitud: -4.649597°

Longitud: 79.460039°

Características:

El sitio en donde reposa el Molino se encuentra a una altitud de 2300 m.s.n.m., con una temperatura de 12°C. El molino de piedra fue construido en el año 1949, en la actualidad se encuentra en el Barrio El Salado en la quinta de la familia Abad – Ochoa.

La familia Abad Ochoa menciona que los molinos de piedra son instrumentos utilizados por la población de la parroquia Jimbura para la trituration de granos para la obtención de harinas. Estos molinos trabajan bajo presión hídrica es por ello que están ubicados cerca de las quebradas o en otros casos se ha modificado una caída artificial con la finalidad de facilitar el abastecimiento del agua, la energía cinética del agua en movimiento se convierte en un movimiento de rotación de unas palas de madera que se unen mediante un eje a una piedra de molino (piedra redonda y pesada) para moler cereales. Por lo general los granos que procesan son: maíz, trigo, cebada, para la elaboración de harinas las mismas que se emplean para hacer pan, el mismo que es de consumo de la población.

Los molinos tienen una capacidad para moler de 2 arrobas aproximadamente. Se hace una limpieza del molino cada medio año. El costo del servicio que estos prestan es de \$1,50 por arroba. Las temporadas de cosecha del maíz y trigo son en junio y julio.

Recomendaciones:

Su apreciación es poco restringida, la mayor frecuencia de visita es en junio y julio, por ser época de cosechas de trigo y de maíz. Es importante conversar con anterioridad con el propietario para realizar la visita. La cooperativa que va hasta Jimbura es la Unión Cariamanga. A 10 km del atractivo, en la parroquia Jimbura, existe un alojamiento familiar del Señor Gliserio Jiménez y 4 Restaurants para 40 personas. En el centro de El Salado se va a abrir una cabaña exclusivamente para hospedaje, este proyecto aún está en proceso.

Actividades Turísticas:

Actualmente el lugar no cuenta con una promoción adecuada para la visita de turistas ni menos aún con la infraestructura adecuada como para la recepción de los mismos. Las actividades que se pueden realizar son caminatas, camping en zonas del alrededor del molino y la fotografía.

Fuente: (Maza, Repositorio UNL., 2019)

Tabla 28. Ficha resumen - fiestas en honor a Nuestra Señora del Carmen.

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
Fiesta en Honor a la Virgen del Carmen		II
CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Manifestación Cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares
PROVINCIA	CANTÓN	LOCALIDAD
Loja	Espíndola	Jimbura



Ubicación:

La fiesta que se realiza en honor a nuestra señora del Carmen se la realiza en el centro de la Parroquia Jimbura.

Georreferencia:

Altitud: 3422 msnm

Latitud: -4.629258°

Longitud: -79.463383°

Figura 15. Fiesta religiosa

Para esta fiesta en honor de la Virgen del Carmen se realiza un programa variado con actos sociales, culturales y deportivos, sin faltar lo religioso que es la novena y eucaristía en honor a la patrona de la parroquia. Para el día 14 se realiza una peregrinación hacia el refugio que esta vía a zumba, en la cual los priostes de esta fiesta, son encargados de la fiesta junto a los fieles de la comunidad de san Andrés del Cantón Chinchipe, lugar donde se realiza una santa misa, para el día 15 de Julio que son las vísperas al medio día se tiene la llegada de la Banda desde el Santuario del Cisne, posteriormente se tiene la tarde deportiva con encuentros de vóley y de indor. Seguido de esto tipo 6 de la tarde se tiene el rezo del último día de la novena, para luego a las 7 de la noche tener la Santa Misa de Vísperas de la fiesta de la Virgen del Carmen es por ello que la Parroquia también cuenta con la presencia de más sacerdotes quienes ayudan con el sacramento de la penitencia, luego a las 8:30 de la noche se inicia con el programa sociocultural, esta jornada cuenta con la participación de varias instituciones, también se tiene la presentación de grupos y artistas invitados, quema de la vaca loca y castillo, culminando con el baile popular. Para el 16 de Julio día propio de la patrona se realiza una serenata a la Virgen del Carmen a las 5:30 de la mañana con la banda del pueblo de la Parroquia el Cisne, a las 11:00 de la mañana se efectúa la eucaristía solemne celebrada por varios párrocos nativos de la parroquia y Provincia. Posteriormente se tiene la procesión con la Santísima imagen de la Virgen del Carmen, para luego de esto alrededor de la 1:00 de la tarde empezar con el bazar, la cual es muy importante ya que no solo se recauda fondos para la parroquia, sino porque de cierta manera se sigue conservando las tradiciones que vienen dándose de generación en generación y esto permite a la actividad turística mostrar la cultura de los pueblos.

Recomendaciones:

Mantener el respeto y culto adecuado para con las tradiciones del pueblo y participar en actividades programadas en el marco de las festividades

Actividades Turísticas:

Se programan misas y la procesión de la Virgen del Carmen por las calles de la parroquia. Se desarrolla también la tradicional novena seguida de una serie de eventos culturales, deportivos, sociales y religiosos. Existe un programa de fiestas estandarizadas.

Tabla 29. Ficha resumen - fiesta de parroquialización.

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
Fiesta de parroquialización		II
CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Manifestación Cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares
PROVINCIA	CANTÓN	LOCALIDAD
Loja	Espíndola	Jimbura



Ubicación:

Estas fiestas se realizan en el centro parroquial, calle 24 de abril

Georreferencia:

Altitud: 3422 msnm

Latitud: -4.629258°

Longitud: -79.463383°

Figura 16. Fiesta de parroquialización

Características:

Su fecha de Parroquialización es el 24 de abril de 1947, cuya parroquia es bastante irregular bañada por ríos, quebradas y rodeada por algunas montañas de la cordillera de los andes.

La fiesta es importante porque en esta fecha cívica se conmemora la parroquialización de Jimbura, la misma que su resolución fue en enero de 1947. Donde las autoridades de Loja tomaron el acuerdo de que el 24 de abril del mismo año tuviera lugar el inicio de la vida política de Jimbura. Dentro de estas fiestas se realizan actividades como: pregón de fiestas, ferias agrícolas, desfile cívico, sesiones solemnes. Las fiestas empiezan con 8 días antes, con un pregón de festividades, en este se desarrolla una noche de cultura donde se presentan artistas de la localidad, un sábado se desarrolla la elección y coronación de la Reina de la Parroquia, solo con candidatas que vivan en la comunidad o residentes que tengan una asociación legalmente conformada en Loja, se hace una invitación a todas las instituciones que hay en la parroquia como la policía, migración, el colegio, Subcentro, residentes, una del GAD y representantes de barrio quienes son los que mencionan a quienes quieren que participen, estas candidatas se presentan en tres trajes, como lo son el traje de coreografía, el traje de baño y traje de gala. Se elige la reina y sigue con el programa sociocultural con la presentación de una orquesta.

El día 24 de Abril se realiza a las 9 de la mañana el desfile cívico estudiantil y luego se realiza sesión solemne, donde se desarrolla con todas las autoridades presentes y la ciudadanía, donde el señor presidente expone todas las obras que ha hecho en el año, le dan reconocimiento, le entregan plata, medallas, de igual forma se premia al mejor trabajador de GAD, al representante del deporte en la parroquia, al mejor agricultor, con el fin de incentivarlos, al medio día se les brinda un almuerzo a todos los presentes, el mismo que es brindado por los miembros de la junta.

Para noche del 24 se realiza un baile popular de confraternidad donde la Reina agradece por todo el apoyo y por los actos que fueron desarrollados con ayuda de la Junta Parroquial dando inicio a la celebración.

Recomendaciones:

Para disfrutar de las fiestas se recomienda conocer con anticipación las actividades a realizarse a través de los trípticos donde darán a conocer el programa general de festividades para ser partícipe de las mismas.

Actividades Turísticas:

Fotografía, caminatas y juegos deportivos.

Tabla 30. Ficha resumen - Iglesia Nuestra Señora del Carmen.

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
Iglesia Nuestra Señora del Carmen		II
CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Manifestación Cultural	Arquitectura	Área histórica
PROVINCIA	CANTÓN	LOCALIDAD
Loja	Espíndola	Jimbura



Figura 17. Iglesia de Jimbura

Ubicación:

Se encuentra ubicada en el centro de Jimbura, Calle 24 de abril frente al parque central.

Georreferencia:

Altitud: 3422 msnm

Latitud: -4.628599°

Longitud: -79.464746°

Características:

Según informes de párroco actual se deduce que en el año de 1930 el Rvdo. Padre Gabriel Milla, de congregación franciscana, llegó por primera vez a Jimbura y se hospedó en este lugar lleno de arbustos y arrabales, Jimbura en ese entonces pertenecía a la parroquia de Amaluza, donde ejercía su ministerio sacerdotal el Padre José María Zárate, el mismo que emocionado de aquella visita misionera puso la inquietud de tocar la imagen de la Virgen del Carmen ya que la Virgen ha hecho muchos milagros a su población, una es por la sequía y por lo que la gente mucho emigraba al oriente y a través de esto la gente empezó a implorar mucho las lluvias, esto fue motivo para que la gente no continuara emigrando al oriente, ya que el 80% de los habitantes de Jimbura vive en el oriente, ya sea en San Andrés, Zumba y otros.

Todo ello dio inicio la construcción de una capilla en 1938 y que su vez servía de casa conventual

Esta capilla fue construida de tapia y bareque en el año 1938 y debido a los años de su servicio se la empezó a remodelar desde el año 2018 ya que se encontraba deteriorada y no prestaba el servicio adecuado para la población, la misma era muy pequeña, llevando esto a su restructuración que tendrá una duración aproximada de cinco años. (Maza, Repositorio UNL., 2019)

Recomendaciones:

Mantener el respeto y culto adecuado para con las tradiciones del pueblo y participar en actividades programadas en el marco de las festividades

Actividades Turísticas:

Turismo cultural

6.1.7 Análisis de las encuestas

Para el presente TIC se aplicaron 384 encuestas a la demanda potencial que visitarían el parador turístico El Bermejo. Las respuestas aportadas por la muestra del universo proyectado se registraron en tablas, los cuales revelan los porcentajes reales conseguidos en la respectiva tabulación. Los resultados de las encuestas son analizados a continuación: Antes de iniciar con el listado de preguntas de la encuesta se ubicó una breve introducción del lugar de estudio, con la finalidad de situar al encuestado y pueda responder adecuadamente.

Tabla 31 . Disponibilidad de visitar el parador turístico El Bermejo.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	368	96%
No	16	4%
Total	384	100%

- **Análisis e interpretación.**

De las 384 encuestas aplicadas, según la tabla 31, se observa que el 96% que corresponde 368 personas estarían dispuestas a visitar el parador turístico El Bermejo, mientras que solo el 4% que corresponde a 16 personas, no estarían dispuestas. Esto indica que la gran mayoría de las personas encuestadas sí tienen interés en visitar este parador turístico El Bermejo, por ende, tiene una muy buena aceptación y es una opción turística de interés para la mayoría de las personas consultadas en este estudio.

Es importante mencionar que el resto de tabulación se basa en torno a las personas que mencionaron que quieren visitar el sitio.

Tabla 32 . Género.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	212	58%
Femenino	156	42%
Total	368	100%

- **Análisis e interpretación**

De las 368 personas que están interesadas a visitar el parador turístico El Bermejo, el 42% son de género femenino y el 58% son masculino, por lo tanto, se evidencia que los hombres son más accesibles para colaborar llenando encuestas, predisposición para cooperar. Existe una mayor proporción de hombres interesados

en visitar el parador turístico El Bermejo en comparación con las mujeres. La diferencia entre ambos es de 16 puntos porcentuales, por lo tanto, el porcentaje de mujeres interesadas igual es alto.

Tabla 33. Estado civil.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	198	54%
Casado	82	22%
Divorciado	16	4%
Viudo	2	1%
Unión de hecho	70	19%
Total	368	100%

- **Análisis e interpretación**

De las 368 personas encuestadas se obtuvo los siguientes resultados: 198 personas manifestaron ser solteras representando el 54%; 70 personas están en unión de hecho siendo el 19%; mientras que 82 personas son casados correspondiendo al 22%; 16 personas son divorciados siendo el 4%; y finalmente 2 personas son viudos correspondiendo al 1%. En la cual se puede afirmar que la mayor cantidad de encuestados son solteros, seguidos de las personas casadas.

Tabla 34. Edad

Variable	Frecuencia	Porcentaje
19-29	197	54%
30-40	58	16%
41-51	52	14%
52-62	43	12%
Mayor de 62	18	5%
Total	368	100%

- **Análisis e interpretación**

De las encuestas aplicadas de acuerdo al PEA 2022, el 12% presentan un promedio de edad de 52 a 62 años, mientras que el 14% son de 41 a 51 años; seguidamente el 16% que va desde los años de 30 a 40 y el mayor porcentaje son personas jóvenes cuya edad está entre los 19 a 29 años de edad. Se puede inferir que se trata de una población relativamente joven, dado que el mayor porcentaje corresponde al segmento de 19 a 29 años. Esto implica que hay una amplia base de adultos jóvenes que podrían estar interesados en visitar el parador.

Tabla 35 . Lugar de residencia.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Espíndola	46	13%
Quilanga	14	4%
Calvas	29	8%
Gonzanamá	36	10%
Catamayo	72	20%
Loja	171	46%
Total	368	100%

- **Análisis e interpretación**

En cuanto a su lugar de residencia de los posibles visitantes del parador turístico El Bermejo de acuerdo a los 6 cantones encuestados y al PEA nos da el siguiente resultado, el 4% corresponde al cantón Quilanga; mientras que 8% son del cantón Calvas; seguidamente el cantón Gonzanamá que está con un 10%; y con un 13% corresponde al cantón Espíndola; sin embargo el cantón Catamayo está con un 20%; y finalmente con un mayor porcentaje está el cantón Loja con un 46%; lo que nos indica que la mayor cantidad de personas encuestadas actualmente residen en la ciudad de Loja para así cumplir con las estrategias.

Tabla 36 . Nivel de instrucción.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sin estudios	1	0%
Educación básica	7	2%
Bachillerato	207	56%
Tercer nivel	136	37%
Cuarto nivel	17	5%
Total	368	100%

- **Análisis e interpretación**

En cuanto al nivel de instrucción de las personas encuestadas se obtuvo los siguientes resultados: el 56% correspondientes a 207 personas tienen un nivel de bachillerato; seguido el 37% que son 136 personas alcanzaron el tercer nivel o educación superior; mientras que el 5% correspondiendo a 17 personas llegaron a cuarto nivel o posgrado; seguidamente con un 2% perteneciendo a 7 personas sólo completaron educación básica; finalmente con un 0% que es 1 persona no tiene estudios. Por lo tanto, podemos visualizar que la mayor cantidad de personas encuestadas están cursando el tercer nivel de educación por ende la mayoría de la muestra poblacional alcanzó como

mínimo la educación secundaria, completando el bachillerato. Esto indica un nivel educativo relativamente alto en términos generales.

Tabla 37. Ocupación.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Estudiante	147	40%
Empleado publico	90	24%
Empleado privado	81	22%
Desempleado	22	6%
Ama de casa	10	3%
Jubilado	18	5%
Total	368	100%

- **Análisis e interpretación**

Con respecto a la ocupación de las 368 personas encuestadas 147 personas son estudiantes con un 40%; 90 personas son servidores públicos siendo el 24%; seguidamente empleados privados son 81 personas correspondiendo al 22%; 22 personas están desempleados con un porcentaje del 6% y 18 personas son jubilados correspondiendo a un 5%. Evidenciando que la mayor cantidad de personas encuestadas se encuentran estudiando, además, existen más personas que laboran en el sector público que en el privado, una gran cantidad de personas se encuentran desempleadas una de las causas principales puede ser a los problemas económicos que se están suscitando a nivel nacional.

Tabla 38. Ingresos económicos.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$450,00	182	49%
\$451,00-\$651,00	67	18%
\$652,00-\$852,00	57	15%
\$853,00-\$1053,00	30	8%
Mas de \$1.053,00	32	9%
Total	368	100%

- **Análisis e interpretación**

Del total de encuestados, 182 personas reciben un sueldo menor a los \$450,00 correspondiendo a un 49%; 67 personas reciben un sueldo que está entre los \$451,00 a \$651,00 con un porcentaje de 18% del total; 57 personas perciben un sueldo que va desde los \$652,00 a \$852,00 que está en un 15% de la muestra total; seguidamente 30 personas reciben un sueldo al valor de \$853,00 a \$1.053,00 con un porcentaje del 8% y finalmente 32 personas mencionan que perciben un sueldo más de los \$1.053,00 con un porcentaje

del 9%. Evidenciando que más de la mitad de las personas encuestadas reciben un sueldo menor a los \$450,00 siendo este la remuneración básica establecida por la ley, la otra parte relevante tiene un sueldo que alcanza hasta los \$651,00; siendo estas dos partes más significativas en las cuales se va a dirigir el producto supuesto.

Tabla 39. Recursos que le gustaría que se encuentre dentro del producto turístico.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Piscina de cultivo de trucha	134	15%
Trapiche	111	12%
Bosque Natural	180	20%
Canchas deportivas	135	15%
Pesca deportiva	229	25%
Equipos de recreación	74	8%
Apicultura	37	4%
Total	900	100%

- **Análisis e interpretación**

Con respecto a los recursos que desearían encontrar dentro del parador turístico El Bermejo, los encuestados tenían la opción de elegir uno o más ítems planteados, respecto a ello se obtuvo los siguientes resultados; La opción de piscina de cultivo de trucha se ha marcado 134 veces dando un porcentaje de 15% ; la opción de trapiche se marcó 111 veces arrojando un porcentaje del 12%; la opción de bosque natural se marcó 180 veces con un porcentaje del 20%; mientras que la opción de canchas deportivas se marcó 135 veces dando un porcentaje del 15%; seguidamente la opción de pesca deportiva ha sido marcada 229 veces con un porcentaje del 25%; 74 veces ha sido seleccionada la opción de equipos de recreación con un 8% y finalmente lo que es la opción de apicultura , 7 personas marcaron esta opción arrojando un porcentaje del 4%. Dando una visión que los productos se deben enfocar a la pesca deportiva, seguido del bosque natural y complementándose las canchas deportivas y piscinas de cultivo de trucha, que puede ser un valor agregado para el futuro restaurante a los turistas que visitarían el parador turístico.

Tabla 40. Actividades turísticas que le gustaría realizar en el parador turístico.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Senderismo	258	22%
Degustación Gastronómica	171	14%
Observación flora y fauna	93	8%
Caminatas	83	7%
Visitas Cultivos	25	2%

Camping	152	13%
Pesca deportiva	119	10%
Cabalgata	175	15%
Fotografía	119	10%
Total	1195	100%

- **Análisis e interpretación**

Con respecto a las actividades que desearían realizar dentro del parador turístico El Bermejo, los encuestados de igual forma tenían la opción de elegir uno o más ítems planteados de los cuales nos arrojan los siguientes resultados: la opción de senderismo fue marcada 258 veces dando un porcentaje del 22%, seguidamente la opción de degustación gastronómica 171 veces con un porcentaje del 14%; mientras que la opción de la actividad de observación de flora y fauna 93 veces dando un porcentaje del 8%; seguidamente la actividad de caminata fue marcada 83 veces arrojando un porcentaje del 7%; la opción de camping fue marcada 152 veces con un porcentaje del 13%; 119 veces ha sido marcada la opción de pesca deportiva dando un porcentaje del 10%; continuando con la opción de cabalgata con 175 mismas que arrojó un porcentaje del 15%; y por último la actividad de fotografía con 119 veces dando un porcentaje del 10%. Obteniendo una visualización que los futuros productos en el parador turístico se pueden fomentar en el senderismo, cabalgatas y degustación gastronómica, lo que va a fortalecer la pregunta anterior en la propuesta de activación de los recursos para su implementación fortaleciendo así estas actividades que se observaron anteriormente.

Tabla 41 . Productos turísticos que le gustaría encontrar en el parador turístico.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Circuitos	46	13%
Paquetes Turísticos	235	64%
Rutas	87	24%
Total	368	100%

- **Análisis e interpretación**

Como se puede observar en la presente gráfica de las 368 personas encuestadas el 64% que corresponden a 235 personas están interesadas en paquetes turísticos, siendo este producto de mayor demanda; con un 24% que corresponden a 87 personas prefieren rutas turísticas; seguidamente con un 13% que son 46 personas se inclinan por circuitos turísticos. Como podemos visualizar existe una clara preferencia por los paquetes

turísticos en la que se infiere una inclinación de la demanda por productos integrales e itinerarios definidos para aprovechar los recursos turísticos del lugar.

Tabla 42 . Con quién prefiere visitar el parador turístico.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Familia	228	62%
Amigos	70	19%
Pareja	39	11%
Compañeros de trabajo	19	5%
Instituciones educativas	12	3%
Total	368	100%

- **Análisis e interpretación**

En cuanto a la presente pregunta encuesta, 12 personas indican que les gustaría visitar el parador turístico El Bermejo conjuntamente con Instituciones públicas dándonos un porcentaje del 3%; mientras que 19 personas prefieren realizarlo con compañeros de trabajo con un porcentaje del 5%; seguidamente 39 personas desearían realizarlo juntamente con su pareja arrojando un porcentaje del 11%; continuando 70 personas mencionaron que les gustaría viajar con amigos correspondiendo a un porcentaje del 19% y finalmente 228 personas de los encuestados con un porcentaje de 62% mencionaron que desearían realizar la visita en compañía de sus familias. Por lo tanto, mediante los porcentajes expuestos se puede evidenciar y visualizar que las visitas que recibiría el parador turístico lo realizarían mediante grupos familiares mismas que serían parte de la demanda del parador turístico por ende pasan a formar parte de los futuros consumidores de los productos turísticos que se propone a desarrollar.

Tabla 43 . Servicios que le gustaría encontrar en el Parador Turístico.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Restaurante	299	27%
Hospedaje	293	26%
Tienda de recuerdos	55	5%
Zona de picnic	134	12%
Recorridos turísticos	70	6%
Internet	107	10%
Canchas deportivas	97	9%
Equipos recreativos	69	6%
Total	1124	100%

- **Análisis e interpretación.**

Con respecto a los servicios que les gustaría encontrar en el parador turístico El Bermejo se obtiene los siguientes resultados:

El 27% que corresponden a 299 personas, demandan servicio de restaurante; seguidamente el 26% pertenecientes a 293 personas están interesados en hospedaje; mientras que con un 12% que corresponden a 134 personas prefieren zona de picnic; continuando con un 10% que son 107 personas quieren internet; con un 9% correspondiendo a 97 personas buscan canchas deportivas; seguidamente un 6% se inclinan por recorridos turísticos y optan por equipos recreativos y finalmente con un 5% que es de 55 personas muestran interés en tiendas de recuerdos. Por lo tanto, se puede deducir que de las personas encuestadas los servicios de restaurante y hospedaje son los más demandados al cubrir necesidades básicas del visitante, aunque también existe interés importante en servicios recreativos como zona de picnic, canchas deportivas y equipos recreativos.

Tabla 44 . Días que le gustaría permanecer en el lugar.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 día	17	5%
2 días	242	66%
3 días	73	20%
4 días a más	36	10%
Total	368	100%

- **Análisis e interpretación.**

En cuanto al número de días que les gustaría permanecer en el sitio de acuerdo al 100% de los encuestados se menciona que 17 personas desean ser visitantes dando un porcentaje de 5%; mientras que 73 personas desean permanecer 3 días dando un porcentaje del 20%; seguidamente 36 personas mencionan que, de 4 días a más, y finalmente con un 10% mencionan que desearían permanecer 4 días. Obteniendo una visualización de que más de la mitad de las personas encuestadas desean hacer uso de las instalaciones del parador turístico permaneciendo 2 días en el sitio formando como una parte positiva para el parador turístico El Bermejo.

Tabla 45. Tipo de alojamiento.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Cabaña ecológica	248	67%
Camping	77	21%
Hotel tradicional	43	12%
Total	368	100%

- **Análisis e interpretación**

En cuanto al tipo de alojamiento, 248 personas mencionan que desearían hospedarse en cabaña ecológica con un porcentaje de 67%; 77 personas deciden hospedarse en camping correspondiendo a un porcentaje del 21%, finalmente 43 personas indican que prefieren hospedarse en hotel tradicional. Entonces se evidencia que existe una fuerte preferencia por las cabañas ecológicas, lo que denota interés en una opción de hospedaje integrada a la naturaleza y la temática del parador eco-turístico.

Tabla 46. Tipo de comida.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Típica	141	38%
Tradicional	194	53%
Gourmet	7	2%
Rápida	26	7%
Total	368	100%

- **Análisis e interpretación**

Como se observa en la presente tabla, el 53% que son 194 personas prefieren comida tradicional; seguidamente el 38% que corresponden a 141 personas se inclinan por comida típica; mientras que con un 7% que son 26 personas optan por comida rápida y finalmente el 2% que corresponde a 7 personas eligen comida gourmet. Por lo tanto, existe una clara preferencia por la comida tradicional, opción que probablemente es percibida como más auténtica y representativa de la cocina local.

Tabla 47. Disponibilidad de pago por un servicio de alimentación.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
\$3,00-\$6,00	158	43%
\$7,00-\$10,00	182	49%
Más de \$10,00	28	8%
Total	368	100%

- **Análisis e interpretación**

En cuanto a la presente pregunta sobre la disposición de pago por un servicio de alimentación en el parador turístico El Bermejo, del total de los encuestados mencionan lo siguiente: 182 personas manifiestan que están dispuestos a pagar por el servicio por un valor que vaya desde \$7,00 a \$10,00 arrojando un porcentaje de 49%; seguidamente 158 personas pagarían que sea el valor de \$3,00 a \$6,00 con un porcentaje del 43%; sin embargo 28 encuestados manifiestan que pagarían más de \$10,00. Por lo tanto, se visualiza que la mayoría están dispuestos a pagar entre \$7,00 - \$10,00 un precio moderado para una comida. Indica que existe una buena disposición a invertir en la experiencia gastronómica.

Tabla 48 . Días que prefiere visitar el Parador Turístico.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Lunes a viernes	5	1%
Feridos	156	42%
Fines de semana	207	56%
Total	368	100%

Análisis e interpretación.

En cuanto a los días que les gustaría visitar el parador turístico El Bermejo de las 368 personas que fueron encuestadas, el 56% correspondientes a 207 personas prefieren visitar fines de semana; seguidamente con un 42% que son 156 personas optan por feriados; finalmente el 1% que corresponde a 5 personas se inclinan por lunes a viernes. Se puede evidenciar claramente que los fines de semana son el período de mayor interés para visitar el parador turístico, siendo días donde las personas tienen más disponibilidad de tiempo libre.

Tabla 49 . Medio de transporte hacia el Parador Turístico.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Transporte publico	92	25%
Transporte propio	245	67%
Motocicleta	25	7%
Vehículo alquilado	6	2%
Total	368	100%

- **Análisis e interpretación**

Del total de encuestas aplicadas el 67% correspondiendo a 245 personas se trasladaría en transporte propio; seguidamente con un 25% que son 92 personas usaría transporte público; con el 7% correspondiendo a 25 personas iría en motocicleta; finalmente con un 2% que corresponden a 6 personas alquilaría vehículo. Por consiguiente, se deduce que de las personas que visitarían al parador turístico lo realizarían en mayor porcentaje mediante su propio transporte probablemente por comodidad y conveniencia.

Tabla 50 . Consideraciones a tomar en cuenta al visitar el sitio.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Clima	245	31%
Paisaje	99	13%
Servicios	107	14%
Precios	89	11%
Vías de acceso	160	21%
Ubicación	80	10%
TOTAL	780	100%

- **Análisis e interpretación**

Con respecto a las consideraciones para visitar el parador turístico El Bermejo, los encuestados tenían la opción de elegir uno o más ítems planteados, respecto a ello se obtuvo los siguientes resultados: la opción clima fue marcada 245 veces con un porcentaje del 31%; la opción del paisaje fue seleccionado 99 veces arrojando un porcentaje del 13%, seguidamente la opción de servicios fue marcada 107 veces con un porcentaje del 14%; mientras que la opción de precios fue marcada 89 veces arrojando un porcentaje del 11%; 160 veces fueron marcadas la opción de vías de acceso con un porcentaje del 21%; y finalmente la opción de ubicación fue marcada 80 veces con un porcentaje del 10%. Al observar los resultados se evidencia que las personas para poder visitar el parador turístico tomarían en cuenta el clima siendo este el que está con mayor porcentaje y seguidamente el de vías de acceso.

Tabla 51 . Medios por los que conocería los servicios que tiene el Parador Turístico.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	284	77%
Hojas volantes	6	2%
Radio	19	5%
Afiches	10	3%
Televisión	39	11%
Trípticos	10	3%
Total	368	100%

- **Análisis e interpretación**

En cuanto a la presente pregunta cómo se puede observar en la presente tabla el 5% siendo 19 personas las que contestaron que les gustaría conocer el parador turístico El Bermejo por medio de la radio, 39 personas mencionan que por medio de televisión arrojando un porcentaje del 11%; y con un 77% siendo 284 personas que mencionaron que mediante las redes sociales. Se puede visualizar que por medio de lo que son las redes sociales en mayor parte desearían conocer todo lo que se refiere al parador turístico, a esto justifica que como son personas jóvenes de los encuestados están más al tanto de las redes sociales.

Tabla 52 . Recuerdos que le gustaría llevar del Parador Turístico.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Camiseta	76	21%
Fotos postales	125	34%
Gorras	99	27%
Souvenirs	68	18%
Total	368	100%

- **Análisis e interpretación.**

De las 368 personas que están dispuestas a conocer el parador turístico El Bermejo, el recuerdo más elegido por los turistas son las fotos postales, con 125 menciones que representan el 34% del total; las gorras ocupan el segundo lugar, con 99 menciones con un porcentaje del 27% del total, las camisetas obtuvieron 76 menciones, siendo el 21% del total, y finalmente los souvenirs son los menos elegidos, con 68 menciones que equivalen al 18% del total. Como se evidencia, las fotos postales tienen una alta preferencia entre los turistas, lo que indica que desean llevarse un recuerdo fotográfico de su visita del parador turístico El Bermejo.

Tabla 53 . Disponibilidad de gasto durante la visita.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$25,00	113	31%
\$26,00 a \$50,00	206	56%
\$51,00 a \$75,00	30	8%
Mas de 75,00	19	5%
Total	368	100%

- **Análisis e interpretación**

De las 368 personas que están dispuestas a conocer el parador turístico El Bermejo 19 personas mencionaron que están dispuestas a gastar por la visita a un valor de más de \$ 75,00; mientras que 30 personas indican a un valor que va desde los \$51 a \$75,00 con un porcentaje del 8%; 113 personas manifiestan por un valor de menos de \$25,00 con un porcentaje del 31% y 206 personas a un valor que va desde los \$26,00 a \$50,00 arrojando un porcentaje del 56%. Como se visualiza, de las personas encuestadas con el mayor porcentaje que es el del 56% están dispuestas a que el gasto por la visita al parador turístico este de entre los valores de \$26,00 a \$50,00.

Tabla 54 . Lugar de adquisición del producto turístico relacionado con la propuesta.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Pág. Web	319	87%
Agencias de viaje	49	13%
Total	368	100%

- **Análisis e interpretación**

En cuanto a la última pregunta de la encuesta presentada, como se observa en la tabla se evidencia que 49 de las personas encuestadas adquiriría el producto turístico mediante una agencia de viaje arrojando un porcentaje del 13%, mientras que 319 personas manifiestan que lo adquirirían mediante una Pag.web con un porcentaje del 87%, siendo este la opción más marcada por consiguiente queda entendido que por medio de la Pág. Web. Se adquiriría el producto turístico de acuerdo a la propuesta planteada.

6.1.7.1 Segmentación de mercado

La segmentación de mercado se la realizó por rangos de edad, con el propósito de que el desarrollo de productos turísticos se alinee con las necesidades y deseos específicos, la cual se desarrolló 2 segmentos de mercados, mismos resultados que se presentan a continuación tabla 55.

Tabla 55 . Segmento de mercado.

Segmento	Edad	Cantidad
1	19-29	197
2	30-40	58

- **Segmento 1: de 19 a 29 años.**

Conformado por estudiantes, la mayor cantidad de sexo masculino, con edades comprendidas entre 19 a 29 años de edad, su mayor parte residentes de la ciudad de Loja, de estado civil solteros, con un ingreso menor al sueldo básico (USD 450,00); los mismos tienen un segundo nivel en la instrucción de bachillerato. En cuanto al parador turístico ‘‘El Bermejo’’ la mayoría tiene interés en conocer el parador, desearían visitarlo preferentemente los fines de semana; para trasladarse al parador eligen hacerlo por medio de transporte privado, tomando en cuenta el clima y las vías de acceso; la visita la realizarían acompañados con su familia; el medio por el cual se informarían del sitio, son las redes sociales; dentro de las actividades turísticas que les gustaría realizar están: senderismo, cabalgata, degustación gastronómica y camping. En cuanto a los recursos turísticos de preferencia están: pesca deportiva, bosque natural, canchas deportivas y piscinas de cultivo de trucha. Los servicios turísticos necesarios para facilitar la visita son restauración y hospedaje; en relación al servicio de alimentación prefieren la gastronomía tradicional, estarían dispuestos a pagar un valor desde los \$7,00 a 10,00\$; la permanencia sería de 2 días en cabañas ecológicas; la forma de adquisición del producto turístico lo realizarían mediante página. Web y pagarían un valor de USD 26,00 a USD 50,00 por día.

- **Segmento 2: de 30 a 40 años.**

En su mayoría de sexo femenino, con edad comprendida entre 30 a 40 años, empleadas públicas, radicadas en la ciudad de Loja, de estado civil casadas, con ingresos económicos superiores al sueldo básico USD 451,00-\$651,00, con tercer nivel de instrucción. Sobre el parador turístico ‘‘El Bermejo’’, la mayoría tiene interés de visitarlo, en época de feriados; para trasladarse al sitio lo harían por medio de transporte público, tomando en cuenta los servicios que se oferten, la visita la realizarían en grupos de amigos. Respecto de las actividades que desarrollarían son: fotografía y pesca deportiva; el medio por el cual se informarían sería mediante redes sociales; los recursos turísticos que visitarían en el sitio, está el trapiche; los servicios turísticos para su visita son

restauración y hospedaje. El tipo de gastronomía preferida es la típica; están dispuestas a pagar un valor de USD 3,00 a USD 6,00; la permanencia en el parador es de 3 días, se hospedarían en camping, adquirirían el paquete turístico lo adquirirían a través de una página web, pagando un monto inferior a USD 25,00 por día.

6.1.8 Perfil del visitante potencial.

Para determinar la demanda potencial se consideró el total de la población de estudio; en este caso la Población Económicamente Activa (PEA) de los cantones Espíndola, Quilanga, Gonzanamá, Calvas, Catamayo y Loja.

De las 384 personas encuestadas 14 no están interesados en conocer el sitio; sin embargo 368 mencionaron que si están interesados en conocer; es por ello que se trabajó solamente con las 368 personas encuestadas. Los determinantes demográficos permitieron conocer el perfil de la demanda potencial del parador turístico El Bermejo por lo que según datos de la encuesta los posibles visitantes serían en su mayoría los de género masculino, de estado civil solteros, con una edad que promediada entre los 19 a 29, 30 a 40 años de edad residentes del cantón Loja, con ocupación de estudiantes con un nivel de instrucción aún bachilleres es decir que están cursando el tercer nivel, con ingresos mensuales menor de \$450,00, amantes a la pesca deportiva, en su mayoría interesados en realizar la actividad de senderismo y cabalgata con tiempo de duración de la visita por 2 días mismas que les gustaría hospedarse en cabaña ecológica, el tipo de comida que consumirían sería tradicional, dispuestos a pagar por el servicio de alimentación a un valor que vaya desde los \$7,00 a \$10,00, asistirían más los fines de semana mediante vehículo propio, tomando en consideración para la visita el clima y vías de acceso, acudirían en compañía de sus familiares, dispuestos a pagar por los servicios ofrecidos del parador turístico a un valor que va desde los \$26,00 a \$50,00, el producto turístico que más les gustaría que se desarrolle es el de paquete turístico la misma que lo adquirirían mediante pág. Web.

6.1.9 Análisis FODA general

La matriz FODA se elaboró en base a la observación de la realidad en el objeto de estudio y con la colaboración de los miembros del parador, mediante entrevistas realizadas y como también a moradores de la parroquia. Esta matriz permitió analizar los factores internos (Fortalezas y Debilidades) y sus factores externos (Amenazas y Oportunidades) como lo indica la tabla 56.

Tabla 56 . Matriz de análisis FODA.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>F1. Ubicación en un entorno natural y tranquilo.</p> <p>F2. Ubicado cerca de las lagunas de Jimbura</p> <p>F3. 3 ha de bosque natural</p> <p>F4. 2 ha disponibles para realización de actividades turísticas.</p> <p>F5. 4 km, de distancia a la población más cercana (parroquia Jimbura)</p> <p>F6. Existencia de 5 recursos turísticos.</p> <p>F7. Abastecimiento de agua natural.</p> <p>F8. Propietario y administrador del Parador interesados por la actividad turística.</p> <p>F9. Producción de trucha.</p> <p>F10. Producción de miel de abeja</p> <p>F11. Diversidad de flora y fauna.</p> <p>F12. Ubicación cercana a la frontera del vecino país Perú.</p> <p>F13. Cuenta con servicio de restauración.</p>	<p>D1. Escaso conocimientos en el ámbito turístico por parte de los propietarios.</p> <p>D2. Falta de una mejor organización por parte de los propietarios.</p> <p>D3. No cuenta con documentación legal necesaria /Registro Único de Contribuyentes (RUC).</p> <p>D4. Inexistencia de estructura organizacional</p> <p>D5. Existe poca afluencia de visitantes.</p> <p>D6. El Parador Turístico no cuenta con una Infraestructura moderna.</p> <p>D7. Inexistencia de señalización turística en El Parador.</p> <p>D8. Escasa promoción y difusión del Parador Turístico.</p> <p>D9. No existe cobertura Telefónica móvil.</p> <p>D10. No cuenta con servicio de hospedaje.</p> <p>D11. Falta de servicios y actividades turísticas.</p> <p>D12. Productos turísticos inexistentes.</p> <p>D13. Servicio de restauración básica.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>O1. Presencia de áreas protegidas cercanas al Parador Turístico</p> <p>O2. No existe competencia en la oferta Turística de acuerdo a los servicios y entorno del Parador Turístico.</p> <p>O3. Crecimiento de desarrollo de emprendimientos turísticos en la parroquia. (Artesanías)</p> <p>O4. Servicio de transporte Público hacia la parroquia.</p> <p>O5. Predisposición del GAD parroquial para apoyar a los emprendimientos turísticos de la parroquia.</p> <p>O6. Parroquia ubicada en una zona fronteriza.</p> <p>O7. 96% de existencia de demanda potencial.</p> <p>O8. Apoyo de créditos para emprendimientos turísticos rurales por parte del MINTUR.</p>	<p>A1. Fauna en peligro de extinción debido a la cacería.</p> <p>A2. Fenómenos climáticos y naturales: viento, heladas, invierno fuerte.</p> <p>A3. Clima no favorable en alguna temporada del año (invierno)</p> <p>A4. Vías en mal estado en temporada invernal.</p> <p>A5. Vía de Segundo orden</p> <p>A6. Derrumbes o daños en las vías Inter parroquiales.</p> <p>A7. Crisis económica Nacional</p> <p>A8. Falta de apoyo de las entidades financieras locales para proyectos turísticos.</p> <p>A9. Migración.</p> <p>A10. Limitado poder adquisitivo de los posibles consumidores debido a que un porcentaje importante de la población recibe salarios inferiores al básico de 450 dólares.</p>

6.1.9.1 FODA cruzado. En la tabla 57 se presenta el análisis FODA cruzado para el parador turístico El Bermejo, donde se cruzan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas identificadas previamente en el análisis FODA. Este análisis permitió determinar las estrategias específicas que el Parador Turístico debería seguir para potenciar sus fortalezas, aprovechar las oportunidades, mitigar las debilidades y contrarrestar las amenazas.

Tabla 57. Matriz de FODA estratégico.

EXTERNO	INTERNO	<p>Fortalezas (F)</p> <p>F1. Ubicación en un entorno natural y tranquilo. F2. Ubicado cerca de las lagunas de Jimbura F3. 3 ha de bosque natural F4. 2 ha disponibles para realización de actividades turísticas. F5. 4 km, de distancia a la población más cercana (parroquia Jimbura) F6. Existencia de 5 recursos turísticos. F7. Abastecimiento de agua natural. F8. Propietario y administrador del Parador interesados por la actividad turística. F9. Producción de trucha. F10. Producción de miel de abeja F11. Diversidad de flora y fauna. F12. Ubicación cercana a la frontera del vecino país Perú.</p>	<p>Debilidades (D)</p> <p>D1. Escaso conocimientos en el ámbito turístico por parte de los propietarios. D2. Falta de una mejor organización por parte de los propietarios. D3. No cuenta con documentación necesaria /Registro Único de Contribuyentes (RUC). D4. Inexistencia de estructura organizacional D5. Existe poca afluencia de visitantes. D6. El Parador Turístico no cuenta con una Infraestructura moderna. D7. Inexistencia de señalización turística en El Parador. D8. Escasa promoción y difusión del Parador Turístico. D9. No existe cobertura Telefónica móvil. D10. No cuenta con servicio de hospedaje. D11. Falta de servicios y actividades turísticas. D12. Productos Turísticos inexistentes.</p>
	<p>Oportunidades (O)</p> <p>O1. Presencia de áreas protegidas cercanas al Parador Turístico que promueven el crecimiento Turístico para la comunidad. O2. No existe competencia en la oferta de esta índole en la parroquia. O3. Crecimiento de desarrollo de emprendimientos turísticos en la parroquia. O4. Servicio de transporte hacia la parroquia, compuesta por unión Cariamanga, Trans Espíndola y diversas compañías de camionetas ofreciendo soluciones flexibles de movilidad.</p>	<p>Estrategias (FO)</p> <ol style="list-style-type: none"> Desarrollo de infraestructura sostenible para alojamiento y actividades de ecoturismo y turismo rural comunitario (F4, O1, O3) Diseñar productos turísticos que permitan alianzas estratégicas que promuevan colaboraciones entre el sector público y privado (F11, O1, O2) 	<p>Estrategias (DO)</p> <ol style="list-style-type: none"> Elaborar una Estructura Organizacional para el Parador Turístico El Bermejo (D1, D2, D4, O5). Tramitar permisos legales (D3, O8). Establecer alianzas con tour operadores y agencias de viaje. (D11, D12)

O5. Predisposición del GAD parroquial para apoyar a los emprendimientos turísticos de la parroquia.
 O6. Parroquia ubicada en una zona fronteriza.
 O7. 96% de existencia de demanda potencial.
 O8. Apoyo de créditos para emprendimientos turísticos rurales por parte del MINTUR.

3. Desarrollar un logo identificativo visual del parador para posicionamiento en mercados emisores fronterizos **(F1, F2, F3, F6, O6)**.

4. Capacitar al personal en atención al turista y gestión de emprendimientos turísticos **(D1, D2, D5, O2)**

Amenazas (A)	Estrategias (FA)	Estrategias (DA)
<p>A1. Fauna en peligro de extinción debido a la cacería. A2. Fenómenos climáticos y naturales: viento, heladas, invierno fuerte. A3. Clima no favorable en algunas temporadas del año (invierno) A4. Vías en mal estado en temporada invernal. A5. Vía de Segundo orden A6. Derrumbes o daños en las vías Inter parroquiales. A7. Crisis económica Nacional A8. Falta de apoyo de las entidades financieras locales para proyectos turísticos. A9. Migración. A10. Limitado poder adquisitivo de los posibles consumidores debido a que un porcentaje importante de la población recibe salarios inferiores al básico de 450 dólares.</p>	<p>1. Establecer convenios de abastecimiento con proveedores locales de alimentos y bebidas (F9, F10, A4).</p>	<p>1. Desarrollar protocolos de prevención de riesgos y planes de contingencia (D1, D4, A1, A2). 2. Establecer alianzas estratégicas con transportistas locales (D5, D7, D8, A6).</p>

6.1.9.2 Lista de estrategias de mejoramiento para el Parador Turístico El Bermejo.

1. Desarrollo de infraestructura sostenible para alojamiento y actividades de ecoturismo y turismo rural comunitario.
2. Diseñar productos turísticos.
3. Desarrollar un logo identificativo visual del parador para posicionamiento en mercados emisores fronterizos.
4. Elaborar una Estructura Organizacional para el parador turístico El Bermejo.
5. Tramitar permisos legales.
6. Establecer alianzas con tour operadores y agencias de viaje.
7. Capacitar al personal en atención al turista y gestión de emprendimientos turísticos.
8. Establecer convenios de abastecimiento con proveedores locales de alimentos y bebidas.
9. Desarrollar protocolos de prevención de riesgos y planes de contingencia.
10. Establecer alianzas estratégicas con transportistas locales.
11. Diseño de señalética turística.

6.1.9.2.1 Socialización y validación de estrategias. El día 03 de febrero del 2023 a las 16:00 pm, se llevó a cabo la socialización de las estrategias con actores del parador turístico, mismos que son: el propietario y el administrador del mismo. Se hizo un breve resumen del diagnóstico de territorio de estudio, donde se detalló: la potencialidad turística de los sitios determinados en el área de estudio y de qué manera pudieran ser enlazados para el diseño de los productos turísticos. De tal manera que se presentó el cuadro de inventario de atractivos y recursos turísticos del parador y de la parroquia Jimbura, seguido a ello se realizó la socialización de análisis FODA y el FODA estratégico donde se han considerado las siguientes estrategias:

1. Diseñar productos turísticos.
2. Desarrollar un logo identificativo visual del parador para posicionamiento en mercados emisores fronterizos.
3. Elaborar una Estructura Organizacional para el parador turístico El Bermejo.

De tal manera que, de acuerdo a las estrategias que se determinó en el FODA cruzado, la creación de productos turísticos sería la elaboración de paquetes turísticos de acuerdo a la segmentación de mercado, esto permitiría enlazar su potencial turístico.

6.2 Desarrollo de productos turísticos para el parador turístico “El Bermejo.”

6.2.1 Macro y micro productos turísticos.

En la Tabla 58, se da a conocer de acuerdo al diagnóstico realizado anteriormente en el objetivo 1, en la que se consideró como macro producto o modalidad de turismo al turismo de aventura, y turismo rural.

Los micro productos elegidos son paquetes turísticos, que abordan todos los recursos turísticos identificados en el parador turístico El Bermejo y principales atractivos que se encuentran en la parroquia Jimbura. Los nombres designados a los paquetes turísticos son: Turismo auténtico “El Bermejo”, hace referencia al lugar específico ubicado en un entorno rural. Y el siguiente “El Bermejo Adventure Tour”, haciendo referencia al nombre del sitio con un enfoque más orientado hacia la aventura y la exploración en torno al parador turístico El Bermejo.

Tabla 58 . Matriz de Productos Turísticos.

Macro Productos (Modalidades de turismo)	Micro producto (Producto Turístico Especifico)
Turismo de aventura	Paquete Turístico “El Bermejo Adventure Tour”
Turismo rural	Paquete Turístico- Turismo rural auténtico “El Bermejo”

6.2.2 Paquete turístico Nro. 1 – El Bermejo Adventure Tour

Recorrido: Loja-Catamayo- Gonzanamá- Quilanga- Amaluza- Jimbura (Parador)

6.2.2.1 Propuesta de productos turísticos. En la tabla N°61 se detalla el paquete turístico, la cual contiene actividades, itinerario, ruta del recorrido e infografía.

Tabla 59. Producto turístico - El Bermejo Adventure Tour.

Nombre del Producto Turístico Nro. 1:	Paquete turístico N° 1: “El Bermejo Adventure Tour”				
Ubicación:	Provincia: Loja	Cantón: Espíndola	Parroquia: Jimbura		
Mercado:	Edad promedio de 19 a 29 años.		Duración:	2 días- 1 noche	
Temperatura:	11° C		Dificultad:	Media	
Accesibilidad	Vías de segundo orden, montaña, camino lastrado.				

Actividades	Servicios
<ul style="list-style-type: none"> - Senderismo. - Fotografía rural - Observación de flora y fauna. - Visita a artesanías de la parroquia (Jimburanitas) - Emprendimientos. - Pesca deportiva. - Picnic - Degustación de la gastronomía tradicional. - Degustación de productos locales - Camping 	<ul style="list-style-type: none"> - Alimentación especificada en el itinerario. - Guía turístico local.

Descripción del producto: Este producto turístico ofrece a las personas la oportunidad de establecer una conexión única con la naturaleza, ya que el parador destaca por su encanto, gracias a las aguas naturales que provienen de las lagunas de Jimbura, creando un ambiente idóneo para disfrutar de la belleza y tranquilidad del entorno.

Itinerario

DÍA 1

07:00 AM- Encuentro en el parque los molinos – Traslado en vehículo.
 9:15 AM-10:00AM- Desayuno en Quilanga, cafetería -restaurant la boliviana.
 10AM- 10:30AM – Visita al Balneario Lucero - disfrute de la unión de los 2 ríos.
 10:30AM-11:00AM- Llegada a la ciudad de Amaluza (Reseña histórica)
 11:00AM-11:45AM- Llegada a la parroquia Jimbura. Visita al mercado de artesanías de la parroquia Jimbura. Compra de recuerdos y demostración del proceso de elaboración de algunas piezas.
 11:45AM-12:00PM: Puente internacional (comprar souvenirs, chocolates, licores y otros productos libres de impuestos.)
 12:00PM- 12:15PM- Llegada al Parador Turístico El Bermejo.
 12:15PM-12:30PM- check-in
 12:30PM-13:00PM Pesca deportiva (Pesca de trucha)
 13:00PM -14:00PM Almuerzo.
 14:00PM- 14:30PM Reseña histórica del Parador Turístico y motivaciones del emprendimiento.
 14:30PM-15:30PM Cabalgata por los alrededores del Parador Turístico El Bermejo.
 15:30PM- 16:00PM Degustación del jugo de caña, extraído manualmente.
 16:00PM-17:00PM Picnic
 17:00PM-18:00PM Sesiones fotográficas del atardecer "El Ocaso del Bermejo"
 18:00PM-19:00PM Montaje de carpas para camping.
 19:00PM-20:00PM Merienda
 20:00PM- 21:00PM Fogata nocturna.
 21:00 PM Camping.

DIA 2

09:00AM-10:00AM Desayuno tradicional en el parador turístico.
 10:00AM-10:20AM Traslado al refugio de Parque Nacional Yacuri.
 10:20AM-10:45AM Senderismo a las lagunas encantadas.
 10:45AM-12:30PM - Visita a las lagunas
 12:30PM-13:30PM Retorno al parador turístico El Bermejo.
 13:30PM -14:30PM Almuerzo

14:30PM-15:00PM Pesca deportiva (*A los que deseen llevar el producto*)
15:00PM-15:30PM Check-out
15:30PM-16:00PM Entrega de fotos postales del lugar.
16:00PM Retorno a la ciudad de Loja.

Fin del itinerario

Recomendaciones de viaje

- Puntualidad respetando al itinerario
- Zapatos para senderismo e implementos cómodos
- Ropa cómoda.
- Mochila con ropa extra
- Protector solar y repelente
- Gorra y gafas

Ruta del recorrido

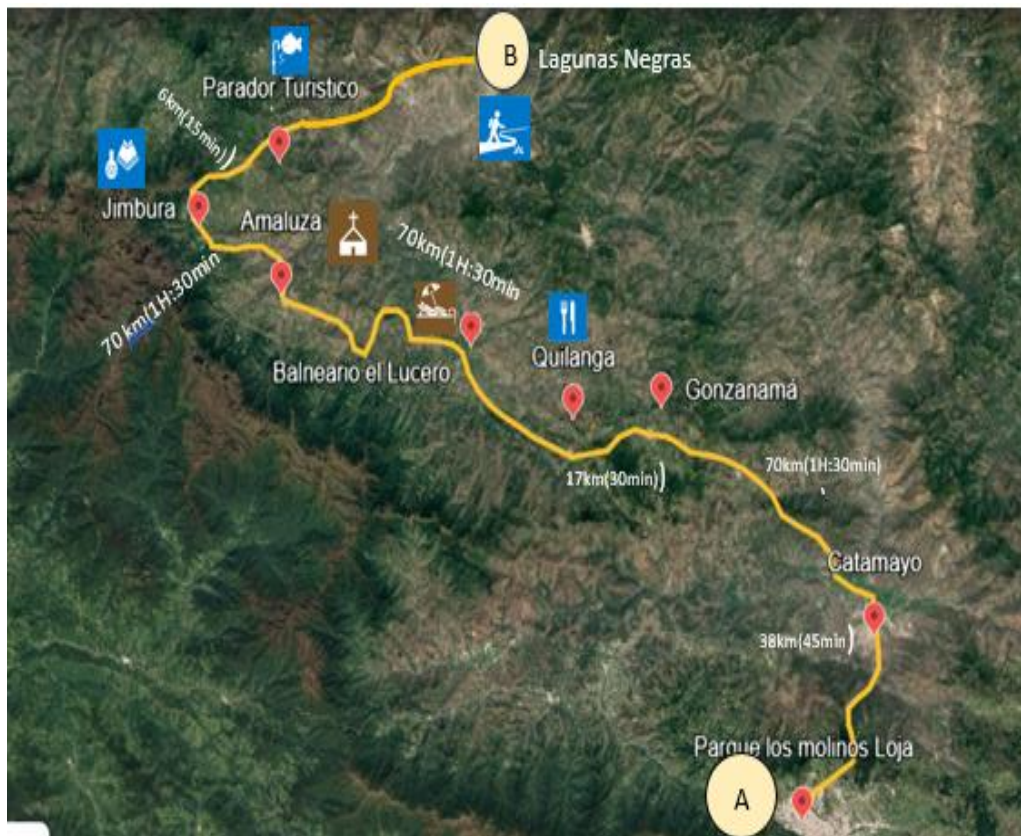


Figura 18. Recorrido paquete turístico 1

Presentación del Paquete Turístico 1 – El Bermejo “Adventure Tour”

“PAQUETE TURISTICO 1”

El Bermejo “Adventure Tours

ITINERARIO**2 DÍAS 1 NOCHE**

DIA 1

07:00 AM- Encuentro en el parque los molinos
09:15 AM-10:00AM- Desayuno en Quilanga.
10AM- 10:30AM – Visita al Balneario Lucero
10:30AM-11:00AM- Llegada a la ciudad de Amaluza
11:00AM-11:45AM- Llegada a la parroquia Jimbura/ Visita al mercado de artesanías de la parroquia Jimbura.
11:45AM-12:00PM: Puente Internacional.
12:00PM- 12:15PM- Llegada al Parador Turístico El Bermejo.
12:15PM-12:30PM- check-in
12:30PM-13:00PM Pesca deportiva.
13:00PM -14:00PM Almuerzo.
14:00PM- 14:30PM Reseña histórica del Parador.
14:30PM-15:30PM Cabalgata .
15:30PM- 16:00PM Degustación del jugo de caña.
16:00PM-17:00PM Picnic
17:00PM-18:00PM Sesiones fotográficas
18:00PM-19:00PM Montaje de carpas para camping.
19:00PM-20:00PM Merienda
20:00PM- 21:00PM Fogata nocturna.
21:00 PM Camping.



DIA 2

09:00AM-10:00AM Desayuno Tradicional en el Parador Turístico.
10:00AM-10:20AM Traslado al refugio de Parque Nacional Yacuri.
10:20AM-10:45AM Senderismo a las lagunas encantadas.
10:45AM-12:30PM - Visita de las lagunas
12:30PM-13:30PM Retorno al parador turístico El Bermejo.
13:30PM -14:30PM Almuerzo
14:30PM-15:00PM Pesca deportiva (A los que deseen llevar el producto)
15:00PM-15:30PM Check-out
15:30PM-16:00PM Entrega de fotos postales del lugar.
16:00PM Retorno a la ciudad de Loja.



INCLUYE

- Traslado Loja- Parador Turístico El Bermejo
- Noche de Alojamiento
- Alimentación completa
- Actividad de camping (Se facilitarán material)
- Guia local.

NO INCLUYE

- Gastos personales
- Seguro de viaje
- Lo que no incluye en el programa

Figura 19. Presentación paquete turístico 1

Infografía – Paquete Turístico “Adventure Tours El Bermejo”

El Bermejo
Paquete turístico
"Adventure
Tours El
Bermejo"
2 DÍAS Y 1 NOCHE

**80,00
USD**
Por persona.

QUE INCLUYE:

- -Traslado Loja- Parador Turístico El Bermejo
- -Noche de alojamiento
- -Alimentación completa
- -Actividad de camping (Se facilitarán material)
- Guía local.
- Actividades

www.paradortriobermejo@gmail.com

Figura 20. Infografía paquete turístico 1

6.2.2.2 Paquete turístico N° 2 - Turismo Auténtico “El Bermejo”

Recorrido: Amaluza- Jimbura (Parador Turístico)

6.2.2.2.1 Propuesta de productos turísticos.

Tabla 60. Paquete turístico - El Bermejo Adventure Tour.

Nombre del producto turístico Nro. 2:	Turismo Auténtico “El Bermejo”		
Ubicación:	Provincia: Loja	Cantón: Espíndola	Parroquia: Jimbura
Mercado:	Edad promedio de 30 a 40 años.	Duración:	3 días- 2 noches
Temperatura:	11° C	Dificultad:	Media
Accesibilidad	Vías de segundo orden, montaña, camino lastrado.		
Imagen 4. Artesanías parroquia Jimbura			
	Actividades		Servicios
	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografía rural • Observación de flora y fauna. • Visita a artesanías de la parroquia (Jimburanitas) • Pesca deportiva. • -Visita a huerto familiar • Degustación de la comida típica. • Degustación de productos locales • Camping 	-	<ul style="list-style-type: none"> Alimentación especificada en el itinerario. Guía Turístico loal.
Descripción del producto:	Descubra lo mejor de nuestro destino con este paquete diseñado para vivir una experiencia auténtica y completa, una experiencia diferente enfocada turismo rural.		

Itinerario

DÍA 1

11:00 AM- Encuentro en el parque Central Amaluza
 11:00AM-11:45AM. Llegada a la parroquia de Jimbura.
 11:45AM- 12:30PM –Visita a la Iglesia Nuestra Señora del Carmen de Jimbura e historia.
 12:30PM-13:30PM- Almuerzo Restaurante Fast Food (Propietarios del Parador El Bermejo)
 13:30PM-14:30PM- Visita al mercado de artesanías de la parroquia Jimbura. Compra de recuerdos y demostración del proceso de elaboración de algunas piezas.
 14:30PM-14:45PM: Puente internacional (comprar souvenirs, chocolates, licores y otros productos libres de impuestos.)
 14:45PM- 15:00PM- Llegada al Parador Turístico El Bermejo.
 15:00 PM-15:30PM- check-in
 15:30PM-17:00PM Pesca deportiva (Pesca de trucha)
 17:00PM -18:00PM Sesiones fotográficas del atardecer " del Bermejo"
 18:00PM-19:00PM Montaje de carpas para camping.
 19:00PM-20:00PM Cena
 20:00PM Camping.

DIA 2

08:00AM- 09:00PM Desayuno
 09:00AM -11:00AM Visita a huertos orgánicos del sitio. Demostración de siembra y cosecha de las mismas.

11:00AM-12:00PM Pesca deportiva e historia.
12:00PM- 13:00PM Observación de apicultura. Explicación completa del proceso de polinización, recolección de néctar y elaboración de miel.
13:00PM-14:00PM Almuerzo
14:00PM-16:00PM Observación de flora y fauna.
16:00PM-17:00PM. Degustación del jugo de caña, extraído manualmente del Trapiche.
17:00PM-18:00PM Tiempo libre
18:00PM- 19:00PM Cena
19:00-20:00PM Fogata
20:00PM Camping.

DÍA 3

09:00AM-10:00AM Desayuno
10:00AM-11:00AM Recorrido guiado para aprender desde la siembra a la cosecha de legumbres.
11:AM-12:00PM Pesca deportiva (*A los que deseen llevar el producto en lbs*)
12:00PM-13:00PM – Almuerzo
13:00PM- 13:30 check- out
12:30PM-13:30PM Entrega de gorras como recuerdo del Parador Turístico El Bermejo
13:30PM Retorno a la ciudad de Loja.

Recomendaciones de viaje

- Puntualidad respetando al itinerario
- Zapatos para senderismo e implementos cómodos
- Ropa cómoda.
- Mochila con ropa extra
- Protector solar y repelente
- Gorra y gafas

Ruta de recorrido

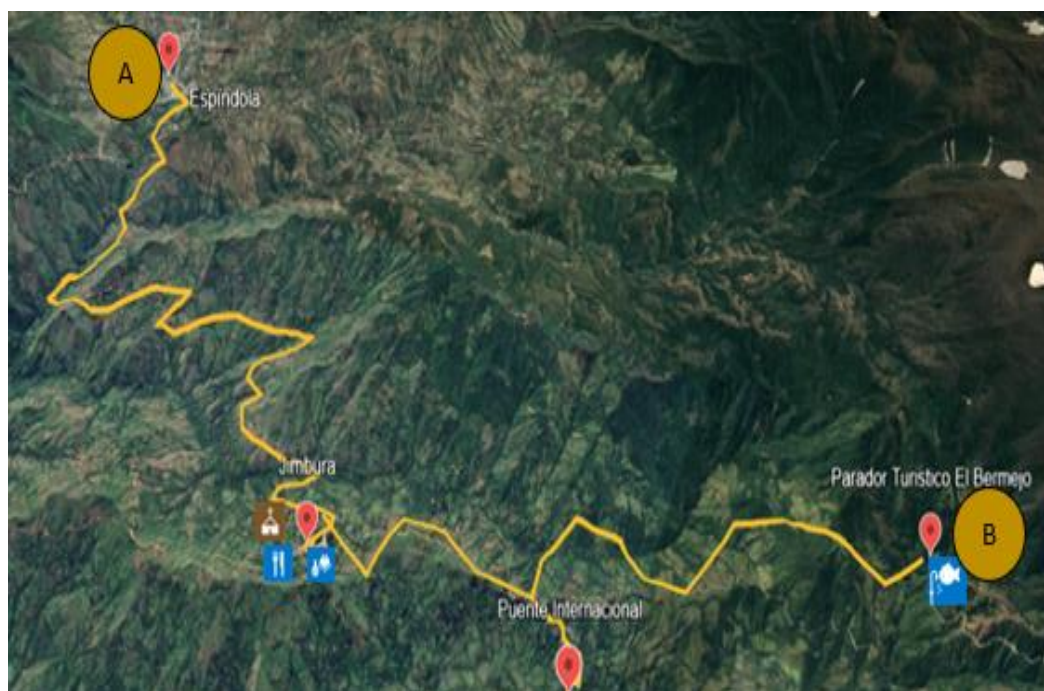


Figura 21. Recorrido paquete turístico 2

Presentación de paquete turístico – Turismo Auténtico “El Bermejo”

PAQUETE TURÍSTICO TURISMO AUTÉNTICO “EL BERMEJO”


ITINERARIO 3 días 2 noches

DIA 1

1:00 AM- Encuentro en el parque Central Amaluza
11:00AM-11:45AM. Llegada a Jimbura.
11:45AM- 12:30PM -Visita a la Iglesia de Jimbura.
12:30PM-13:30PM- Almuerzo
13:30PM-14:30PM- Visita tienda de artesanías .
14:30PM-14:45PM: Puente internacional
14:45PM- 15:00PM- Llegada al Parador Turístico
15:00 PM-15:30PM- check-in
15:30PM-17:00PM Pesca deportiva (Pesca de trucha)
17:00PM -18:00PM Sesiones fotográficas
18:00PM-19:00PM Montaje de carpas para camping.
19:00PM-20:00PM Cena
20:00PM Camping.

DIA 2

08:00AM- 09:00PM Desayuno
09:00AM -11:00AM Visita a huertos orgánicos.
11:00AM-12:00PM Pesca deportiva.
12:00PM- 13:00PM Apicultura.
13:00PM-14:00PM Almuerzo
14:00PM-16:00PM Observación de flora y fauna.
16:00PM-17:00PM. Extracción jugo de caña (Trapiche)
17:00PM-18:00PM Tiempo libre
18:00PM- 19:00PM Cena
19:00-20:00PM Fogata



DIA 3

09:00AM-10:00AM Desayuno
10:00AM-11:00AM Recorrido guiado para aprender desde la siembra a la cosecha de legumbres.
11:AM-12:00PM Pesca deportiva (A los que deseen llevar el producto en lbs)
12:00PM-13:00PM - Almuerzo
13:00PM- 13:30 check- out
12:30PM-13:30PM Entrega de gorras como recuerdo del Parador Turístico El Bermejo
13:30PM Retorno a la ciudad de Loja.

INCLUYE

- Traslado Amaluza - Parador Turístico El Bermejo
- Noches de alojamiento
- Alimentación completa
- Actividad de camping (Se facilitarán material)
- Guía local.

NO INCLUYE

- Gastos personales
- Seguro de viaje
- Lo que no incluye en el programa




Figura 22. Presentación paquete turístico 2

Infografía – Paquete Turístico “Turismo Auténtico El Bermejo”

PAQUETE TURISTICO
“TURISMO
AUTENTICO EL
Bermejo

96.00
USB
por
persona

Que incluye

- Traslado Amaluza - Parador Turístico El Bermejo
- -Noches de alojamiento
- -Alimentación completa
- -Actividad de camping (Se facilitarán material)
- Actividades
- Guía local.

3 Días 2 noches

www.paradorlriobermejo@gmail.com
0991517495

Figura 23. Infografía paquete turístico 2

6.2.3 Determinación de gastos de operación.

6.2.3.1 Gasto de operación del paquete turístico “Adventure tours El Bermejo”. El costo para el primer producto turístico denominado; paquete turístico: “Adventure tours El Bermejo” se estableció acorde a precios y estimaciones de los encuestados para los dos días una noche y de acuerdo al itinerario establecido. En la tabla 61 se detalla los costos de operación por pax.

Tabla 61 . Costos de operación por persona.

Detalle	Costo unitario	Cantidad	Días	Costo total
Desayuno	\$4,00	1	2	\$ 4,00
Guía Local	\$ 15,00	1	2	\$ 15,00
Almuerzo	\$ 6,00	2	2	\$ 12,00
Merienda	\$ 5,00	1	2	\$ 5,00
Transporte	\$ 15,00	1	2	\$ 15,00
Camping	\$ 8,00	1	2	\$ 8,00
Pesca deportiva	\$ 2,00	1	2	\$ 2,00
Cabalgata	\$ 3,00	1	2	\$ 3,00
TOTAL				\$ 64,00
Imprevistos 3%				\$ 1,92
Ganancia 20%				\$ 12,80
PVP por pax				\$ 80,00

En la presente tabla 62 se presenta el valor por pax grupal de 10 personas

Tabla 62 . Costo de operación por un pax grupal de 10 personas.

Detalle	Costo unitario	Cantidad	Días	Costo total
Desayuno	\$4,00	10	2	\$ 40,00
Guía Local	\$ 15,00	1	2	\$ 15,00
Almuerzo	\$ 6,00	20	2	\$ 120,00
Merienda	\$ 5,00	10	2	\$50,00
Transporte	\$ 15,00	10	2	\$ 150,00
Camping	\$ 8,00	10	2	\$ 80,00
Pesca deportiva	\$ 2,00	10	2	\$ 20,00
Cabalgata	\$ 3,00	10	2	\$ 30,00
TOTAL				\$ 505,00
Imprevistos 3%				\$ 15,15
Ganancia 20%				\$ 101,00
PVP por pax de 10				\$ 621,00

6.2.3.2 Gasto de operación del paquete turístico “Turismo Auténtico El Bermejo”. El costo para el segundo producto turístico denominado; paquete turístico: “Turismo Auténtico El Bermejo” se estableció acorde a precios y estimaciones de los encuestados para tres días, dos noches y de acuerdo al itinerario establecido. En la tabla 63 se detallan los costos de operación por persona.

Tabla 63 . Tabla de operación por persona

Detalle	Costo unitario	Cantidad	Días	Costo total
Desayuno	\$4,00	2	3	\$ 8,00
Guía Local	\$ 15,00	1	3	\$ 15,00
Almuerzo	\$ 6,00	3	3	\$ 18,00
Merienda	\$ 5,00	2	3	\$10,00
Transporte	\$ 5,00	1	3	\$ 5,00
Camping	\$ 8,00	2	3	\$ 16,00
Pesca deportiva	\$ 2,00	3	3	\$ 6,00
TOTAL				\$ 78,00
Imprevistos 3%				\$ 2,34
Ganancia 20%				\$ 15,60
PVP por pax				\$ 96,00

En la tabla 64 se puede observar el costo de operaciones por pax grupal de 10 personas.

Tabla 64 . Costo de operaciones por un pax de 10 personas.

Detalle	Costo unitario	Cantidad	Días	Costo total
Desayuno	\$4,00	20	3	\$ 80,00
Guía Local	\$ 15,00	1	3	\$ 15,00
Almuerzo	\$ 6,00	30	3	\$ 180,00
Merienda	\$ 5,00	20	3	\$100,00
Transporte	\$ 5,00	10	3	\$ 50,00
Camping	\$ 8,00	20	3	\$ 160,00
Pesca deportiva	\$ 2,00	30	3	\$ 60,00
TOTAL				\$ 645,00
Imprevistos 3%				\$ 19,35
Ganancia 20%				\$ 129,00
PVP por pax de 10				\$ 793,00

6.2.4 Medios de difusión y comercialización del producto turístico.

El producto turístico será promocionado a través de post publicitarios en las páginas oficiales de redes sociales del GAD Parroquial de Jimbura, así como en los

perfiles oficiales de los atractivos turísticos de la zona y en las redes oficiales del propio parador turístico. En la figura N° 24 se muestra el post que será promocionado.

Post publicitario- paquete turístico

PAQUETE TURISTICO

ADVENTURE TOURS

EL BERMEJO

Incluye:

- Transporte ida y vuelta
- Noche de alojamiento
- Alimentación completa
- Actividad de camping
- Guía local

Sé parte de esta experiencia

Parador turístico El Bermejo un encuentro con la naturaleza

www.paradorlriobermejo@gmail.com

(3033085)


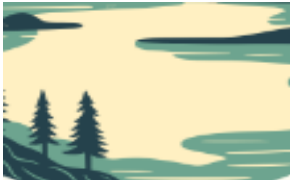

Figura 24. Post publicitario

6.2.5 Desarrollo de estrategias.

5.2.5.1 Logotipo para el parador turístico El Bermejo. El logotipo para el parador turístico "El Bermejo" es esencial porque es la representación visual de su identidad y lo que ofrece a los visitantes. El diseño se lo ha realizado, con una laguna, una montaña y una trucha, mismas que comunican de manera simbólica los principales recursos naturales del lugar.



Tabla 65. Elementos del logo del Parador Turístico.

SÍMBOLO	ELEMENTO	SIGNIFICADO
	Montaña	Representa los paisajes que rodean al parador, es un símbolo de aventura y contacto con la naturaleza, reforzando la idea de que el parador turístico está ubicado en un entorno seguro y acogedor.
	Laguna	Simboliza la pureza del agua en el Bermejo, provenientes de las lagunas de Jimbura, las cuales son famosas en la región.
	Trucha	Es un elemento clave del logo, representa la rica fauna acuática que habita las aguas del parador. Simboliza la actividad recreativa de la pesca que es uno de los atractivos principales para los visitantes.

5.2.5.2 Estructura organizacional para el parador turístico El Bermejo. La estructura organizacional del Parador El Bermejo es un elemento fundamental que permite alinear los roles, responsabilidades y comunicación entre los miembros del equipo. Esta estructura establece una distribución clara de funciones que facilita la coordinación y ejecución de las actividades diarias, asegurando que cada miembro contribuya al cumplimiento de los objetivos organizacionales. A continuación, se detalla la estructura organizacional, en la cual el propietario, el administrador y el personal operativo trabajaran de manera integrada.

- **Nivel ejecutivo**

Se encuentra representado por el administrador, que es la persona encargada de establecer estrategias y llevar a cabo la gestión del buen funcionamiento del parador turístico.

- **Nivel operativo**

Se encuentran todos los responsables de ejecutar las actividades y servicios turísticos que el parador turístico “El Bermejo” ofrece al mercado. Para la prestación de servicios y desarrollo de actividades turísticas inicialmente se contará con el siguiente personal: propietario, administrador, cocinero, mesero y guía turístico.

- **Manual de funciones del parador turístico El Bermejo**

Con el propósito de que el personal que labora en el parador turístico tenga el conocimiento en cada una de sus funciones que cumpliría en su área de trabajo se ha elaborado el siguiente el manual de funciones como lo indica en la figura 25. El manual describe la organización formal, especifica claramente los requisitos para cada puesto de trabajo, las funciones y relaciones.

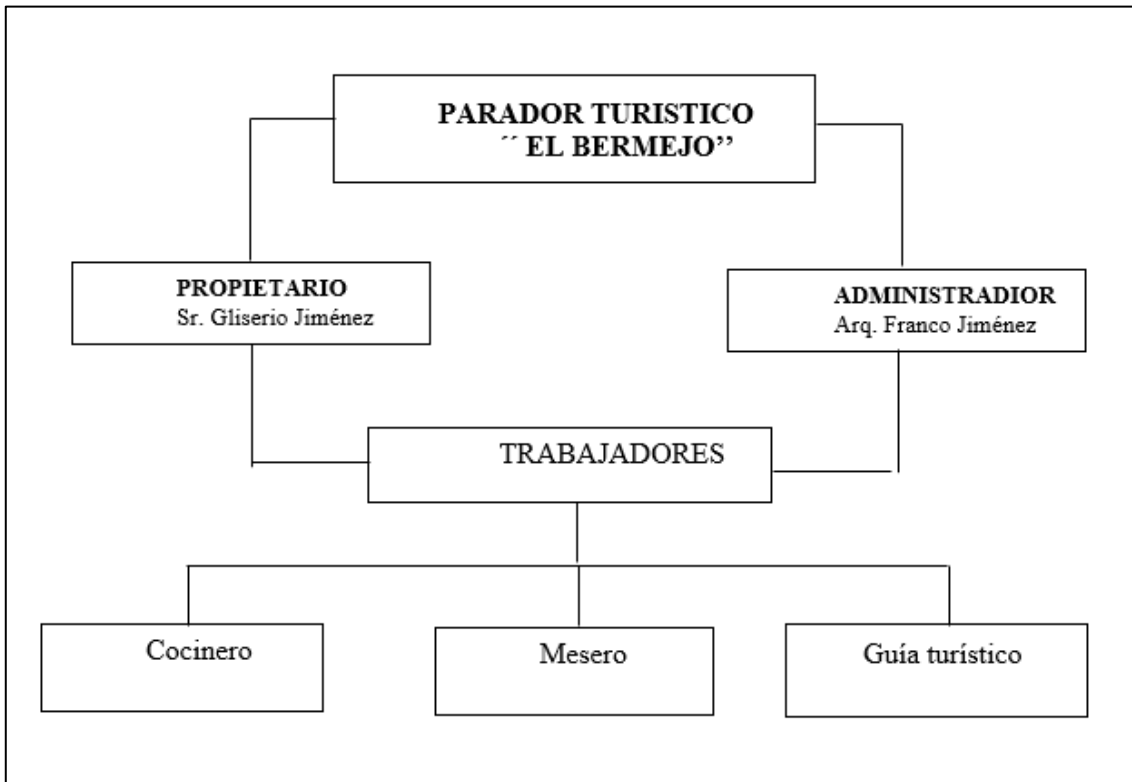


Figura 25. Estructura organizacional

Tabla 66. Manual de funciones - administrador.

I. Identificación	
Denominación del cargo:	Administrador
Nivel Jerárquico:	Administrativo Reportar a: Propietario
II. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Planifica, organiza y supervisa las operaciones diarias del parador turístico. • Coordinar un servicio de atención al cliente de calidad, incluye responder a consultas, manejar quejas y garantizar que el personal brinde una atención adecuada. • Supervisar las actividades que realiza el personal. • Desarrollar e implementar estrategias de marketing para atraer visitantes al parador, tanto en línea (redes sociales, sitio web) como fuera de línea (alianzas con agencias de viajes, promoción en ferias de turismo). • Cumplimiento de Normativas y Seguridad 	
III Perfil del puesto	
Nivel académico	Profesional en turismo, administración hotelera, o gestión de empresas turísticas, con experiencia en la operación y administración de establecimientos turísticos.
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión turística y hotelera • Marketing y promoción de destinos. • Atención y servicio al cliente. • Desarrollo de productos turísticos. • Familiaridad con herramientas tecnológicas, incluyendo software de

	gestión hotelera y turística, excel para manejo de datos y presupuestos, y plataformas de marketing digital.
Habilidades y actitudes	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Comunicación eficaz • Planeación y organización • Adaptabilidad • Manejo de problemas • Habilidades técnicas

Elaborado por _____
 Revisado por _____
 Aprobado por _____

Tabla 67. Manual de funciones - cocinero.

I. Identificación	
Denominación del cargo: Cocinero	
Nivel Jerárquico: Operativo Reportar a: Administrador	
II. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Planificación y preparación de menús • Control de calidad e higiene • Gestión de inventarios y provisiones • Adaptación a necesidades especiales • Control de costos • Mantenimiento de la cocina y equipos • Inspeccionar porciones, guarniciones, limpieza y decoración de los platos. • Supervisión del personal de cocina • Innovación gastronómica 	
Perfil del puesto	
Nivel académico	<ul style="list-style-type: none"> • Técnico en gastronomía o artes culinarias. • Certificación profesional en cocina o gastronomía.
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Técnicas culinarias básicas y avanzadas. • Higiene y manipulación de alimentos. • Desarrollo de menús y creación de recetas. • Presentación y estética de platos.
Habilidades y actitudes	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para trabajar bajo presión. • Creativo. • Disciplinado. • Ordenado. • Responsable. • Puntual.
Elaborado por _____	
Revisado por _____	
Aprobado por _____	

Tabla 68. Manual de funciones - mesero.

I. Identificación	
Denominación del cargo: Mesero	
Nivel Jerárquico: Operativo	Reportar a: Cocinero
II. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Atención y bienvenida al cliente • presentación y explicación del menú • Toma de órdenes • Resolución de dudas y solicitudes • Limpieza y preparación de mesas • Manejo de quejas • Trabajo en equipo con cocina y otros meseros 	
III. Perfil del puesto	
Nivel académico	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller o formación en servicio de alimentos y bebidas
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Normas de higiene y manipulación de alimentos. • Servicio al cliente. • Protocolo y etiqueta • Resolución de conflictos • Conocimientos en montaje de mesas.
Habilidades y actitudes	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación eficaz • Trabajo en equipo • Flexibilidad y adaptación • Organizado • Amable
Elaborado por	_____
Revisado por	_____
Aprobado por	_____

Tabla 69. Manual de funciones - guía turístico.

I. Identificación	
Denominación del cargo: Guía turístico	
Nivel Jerárquico: Operativo	Reportar a: Administrador
II. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir y orientar al turista durante la visita al Parador. • Planificación y organización de recorridos • Interpretación y explicación del entorno • Guía y acompañamiento del grupo • Atención y resolución de dudas • Gestión de seguridad. • Control de tiempo y logística • Cumplir con las actividades que se va realizar dentro de los paquetes. 	
III. Perfil del administrador	
Nivel académico	➤ Profesional en turismo o tener certificado de haber realizado cursos para guía turístico.
Conocimientos	➤ Historia y cultura local

-
- Primeros auxilios y seguridad
 - Gestión de grupos y dinámicas de grupo
 - Idiomas (básico)
 - Conocimiento de rutas y actividades turísticas

Habilidades y actitudes

- Narración e interpretación
 - Manejo de grupos
 - Resolución de problemas
 - Adaptabilidad y flexibilidad
 - Paciencia y tolerancia
 - Profesionalismo y responsabilidad
-

Elaborado por _____
Revisado por _____
Aprobado por _____

7. Discusión

El presente trabajo de investigación parte del diagnóstico turístico actual del parador turístico El Bermejo de la parroquia Jimbura, empleándose técnica de observación directa, obteniendo una información real del entorno que involucra al objetivo en estudio, analizado por el método deductivo e inductivo partiendo de lo general a lo particular en los entornos macro y micro, determinando factores demográficos, socio culturales, ambientales, económicos etc.

Quijano (2009,p.19). manifiesta que: el diagnóstico turístico se entiende el diagnóstico turístico como la búsqueda y sistematización de información sobre la oferta y la demanda del destino. Con este enfoque, se llevó a cabo un análisis interno y externo para establecer un diagnóstico claro y realista del parador turístico "El Bermejo".

A partir de este análisis se obtuvo como resultados que el parador posee potencialidades para el desarrollo de productos turísticos. Según la OMT, Organización Mundial del Turismo (2019), sostiene que un producto turístico es una combinación de elementos materiales e inmateriales tales como recursos naturales, culturales y humanos, así como atracciones turísticas o recursos turísticos, que proporcionen a los visitantes una experiencia de viaje integrada con un elemento emocional. A raíz de este concepto y de acuerdo al diagnóstico realizado, se determinó que el parador turístico es propio para la realización de turismo rural y turismo de aventura.

Boullón (2006) menciona que, la planta turística son todos los bienes y servicios que se ofertan a las turistas mismas que está integrado por el equipamiento e instalaciones entre otros; mencionando que esto se podrá evidenciarse ya sea en el sitio o en el poblado más cercano, en este caso a la parroquia Jimbura, en la que al turista la permanencia en el lugar de destino (alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento. Basándonos a este testimonio en el caso del parador turístico El Bermejo, aunque no cuenta con instalaciones de hospedaje, dispone de una zona de camping, lo cual, sumado a las facilidades de la cercana parroquia Jimbura, permite una estancia básica para los visitantes. Según el concepto de un artículo en Zimmermann (1933) los recursos turísticos necesitan intervención humana para convertirse en atractivos; en el parador se identifican cinco recursos potenciales que, con un desarrollo adecuado, podrían atraer mayor cantidad de visitantes. Para esta investigación, se definió el tamaño de muestras calculadas en la Población Económicamente Activa (PEA) de seis cantones: Loja,

Catamayo, Gonzanamá, Quilanga, Calvas y Espíndola, a compartir así un espectro representativo de la demanda potencial. Al comparar con las metodologías de Bravo, (2019), Riofrío Granda (2019) y Morocho Mernino (2019), que también usaron encuestas y análisis FODA, se generó una visión detallada de la situación turística y sus puntos de mejora. El análisis FODA permitió evaluar los factores internos y externos del parador, identificando tanto oportunidades de desarrollo como limitaciones, y sirvió de base para crear estrategias de diseño de productos turísticos que atiendan las expectativas del mercado potencial. Esta aproximación se alinea con la perspectiva presentada por el IICA (2019), que resalta cómo el turismo en zonas rurales y puede ser una vía para fomentar el desarrollo comunitario, entre otros beneficios.

A partir de los resultados, se proponen dos paquetes turísticos adaptados al perfil del mercado objetivo. El primero, “Adventure tours El Bermejo”, está dirigido a turistas interesados en experiencias de aventura en contacto con la naturaleza, mientras que el segundo, “Turismo Auténtico El Bermejo”, busca ofrecer una inmersión cultural en el entorno local. Estos paquetes han sido diseñados considerando la segmentación de mercado por edad, con el fin de maximizar los efectos positivos y minimizar los negativos del turismo en la comunidad, en consonancia con lo expuesto por Saravia & Muro (2016), donde menciona que los productos turísticos deben ser considerados como oportunidades económicas y sociales, maximizando los efectos deseados y disminuir los indeseados que traen consigo.

Finalmente, se diseñó un plan de promoción y comercialización basado en el manual de guía del guía (Álvaro Silva, s.f.) con una estrategia enfocada en la venta y difusión de los paquetes turísticos del parador turístico El Bermejo.

8. Conclusiones

Una vez finalizado la realización del trabajo en relación a la propuesta de desarrollo de productos turísticos para el parador turístico “El Bermejo”, se determinó las siguientes conclusiones:

- De acuerdo al diagnóstico situacional realizado mediante el levantamiento de información interna y externa, se concluye que el parador turístico "El Bermejo" presenta condiciones favorables y potencial para el desarrollo de productos turísticos. Sustentándose en que el parador cuenta con importantes recursos turísticos 3 culturales y 1 natural, lo cual permite vincular al visitante con actividades de turismo rural y turismo de naturaleza.

- Con base al 96% de aceptación dentro de la demanda potencial estudiada, en este hallazgo, se concluye que el parador cuenta con una percepción altamente positiva y una demanda latente muy significativa por parte del mercado objetivo. Por tanto, existe una oportunidad viable y rentable para desarrollar productos turísticos competitivos orientados a satisfacer esta demanda, aprovechando este nicho de mercado interesado en el turismo rural y de aventura.

- Los resultados de las encuestas permitieron determinar que los productos turísticos diseñados para el parador "El Bermejo" presentan una mayor demanda potencial en dos segmentos etarios específicos: el rango de 19 a 29 años y el de 30 a 40 años. Estos grupos muestran un alto interés en los paquetes propuestos, enfocados en actividades de contacto directo con la naturaleza, de turismo rural y de aventura. Esta tendencia se explica por las motivaciones y preferencias recreativas.

- La táctica de promoción y comercialización, principalmente a través de plataformas de redes sociales, se ha establecido como un canal altamente eficaz para introducir y comercializar novedosos productos turísticos. En la actualidad, estas plataformas representan un método eficiente para la difusión y promoción debido a las herramientas en tendencia con las que trabaja, impulsadas por algoritmos y predicciones que optimizan la visibilidad y el alcance de los contenidos promocionales.

9. Recomendaciones

Se recomienda a miembros del parador turístico:

- Realizar mejoras en la infraestructura del parador turístico El Bermejo, con el fin de brindar un servicio de excelencia y satisfacer las necesidades de los visitantes, potenciando las instalaciones para brindar servicios complementarios.
- La conservación y valoración de los recursos turísticos con los que cuenta el parador turístico ya que estos son el principal atractivo y generadores de turismo del lugar.
- Establecer alianzas con otros prestadores turísticos especializados en este segmento de mercado para ofrecer experiencias integrales.
- Considerando que el parador turístico goza una demanda potencial muy significativa por parte del mercado objetivo identificado, se recomienda aprovechar esta ventaja para desarrollar los productos turísticos planteados ya que están enfocados en satisfacer las expectativas y necesidades de ese nicho de mercado.
- Implementar una tienda de venta de artesanías locales, que permita generar ingresos extras para la sostenibilidad de su negocio turístico. Esto implica establecer alianzas con artesanos de la zona para aprender sus técnicas artesanales y vincularlos a la producción.

Se recomienda al GAD parroquial:

- A las autoridades del GAD de la parroquia Jimbura, que ayude al fortalecimiento del talento humano del parador turístico “El Bermejo” y de la localidad a través de talleres sobre emprendimiento turísticos, para que pobladores de la localidad puedan emprender sus propios negocios turísticos complementarios al parador ya que esto diversifica la oferta local.

Se recomienda a la Universidad Nacional de Loja (Carrera de Turismo):

- Consideren al parador turístico El Bermejo en sus próximos proyectos de vinculación con la sociedad (PIS) dada la relevancia y potencial de este establecimiento para el desarrollo del turismo local y comunitario en la zona.

10. Bibliografía

- Álvaro Silva, X. G. (s.f.). Obtenido de La guía del guía: manual para guías de turismo: <https://biblioteca.esPOCH.edu.ec/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=65371>
- Amoroso, M. K. (2023). Propuesta de un producto turístico para el pueblo mágico de.
- Bebidas, R. T. (2018). *Reglamento Turístico de Alimentos y bebidas*.
- Boullón, R. (2006). *El sistema turístico*.
- Bravo Delgado, R. R. (2019). Plan de Negocio para la Implementación de productos Turísticos para la finca Delita. *Trabajo de titulación*. Universidad Nacional de Loja, Loja. Obtenido de Tesis, Plan de Negocio para la Implementación de productos Turísticos para la finca Delita.
- Bullón, R. (2006). *Planificación del espacio*.
- Cajal, M. (2022). *Marketing y turismo digital*.
- Calva, C. c. (2019-2023). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Loja.
- Carmen, V. C. (2019). Plan de Negocios para la Implementación de Productos Turísticos en la Hacienda. *(Tesis de Ingeniería)*. Universidad Nacional de Loja, Loja. Obtenido de Tesis, Plan de Negocios para la Implementación de Productos Turísticos en la Hacienda.
- Ceupe. (2020). Estructura del mercado turístico. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/estructura-del-mercado-turistico.html>
- Condolo Andrade, M. S. (2022). FORTALECIMIENTO TURÍSTICO PARA LA ESTACIÓN EXPERIMENTAL EL PADMI. *(Tesis de Licenciatura)*. Universidad Nacional de Loja, Loja. Obtenido de FORTALECIMIENTO TURÍSTICO PARA LA ESTACIÓN EXPERIMENTAL EL PADMI.
- Descentralizado, G. A. (2021). Ordenanzas municipales.
- Dominguez Morales, J. (2023). La importancia del turismo y las empresas turísticas en las economías de los países. *Empresas turísticas*.
- Dupuis, A. (2020). *Campusdigital*. Obtenido de Productos turísticos y como se diseñan.

- Espíndola, G. M. (23 de Julio de 2021). *Ordenanzas Municipales*. Obtenido de Ordenanzas Municipales. Cantón Espíndola: Que regula, planifica, controla y gestiona las facultades para el desarrollo de actividades turísticas : <https://vlex.ec/vid/canton-espindola-regula-planifica-873305218>
- GooRaymi. (2020). Destinos turisticos Espíndola. : <https://www.goraymi.com/es-ec/loja/espindola/ciudades/espindola-a6027dc28>.
- Gromé, M. G. (2019). *Unprofesor*.
- Hora, L. (03 de Febrero de 2022). Espíndola: la zona más pobre del sur del país. pág. 1 .
- ICCA. (2019). *Propuesta de productos turísticos para la parroquia Sabanilla, cantón*. Loja: Inexus Printing.
- Ilerna. (2019). *Demanda Turística*.
- INEC. (2022). *VIII Censo de Población y VII de Vivienda*. Obtenido de CPV, Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) - Componente de Metodología y Análisis –: <https://www.censoecuador.gob.ec/data-y-resultados/>
- Jiménez Alverca, R. d. (2022). Propuesta de desarrollo turístico para el sistema lacustre del Parque Nacional Yacuri. (*Tesis de Licenciatura*). Universidad Nacional de Loja, Loja. Obtenido de Propuesta de desarrollo turístico para el sistema lacustre del Parque Nacional Yacuri.
- Jiménez Alverca, R. d. (2022). PROPUESTA DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA EL SISTEMA LACUSTRE DEL PARQUE NACIONAL YACURI DE LA PARROQUIA JIMBURA, CANTÓN ESPÍNDOLA. *Trabajo de titulación* . Universidad Nacional de Loja, Loja .
- Lima Maza, Y. M. (2019). Fortalecimiento Turístico del Plan Territorial de la Parroquia Jimbura, cantón Espíndola, provincia de Loja. *Trabajo de titulación*. Universidad NAacional de Loja, Loja. Obtenido de Tesis, Fortalecimiento Turístico del Plan Territorial de la Parroquia Jimbura.
- Maldonado Rodriguez, K. C. (2019). ESTUDIO DEL PERFIL DEL TURISTA VISITANTE AL NEVADO. *Titulo de Ingeniería*. Universidad Tecnica del Norte, Ibarra. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/9746>

- Maza, Y. M. (2019). *Repositorio UNL*. Obtenido de file:///C:/Users/DELL/Downloads/Yessenia%20Maribel%20Lima%20Maza.pdf
- Mercado, C. A. (2022). Análisis Pestel. *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*.
- Morillo Moreno, M. C. (2020). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*(1), 141-143.
- Morocho Merino, E. N. (13 de Julio de 2019). PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA “ANFIGRANJA NANKAIS”. *Repositorio / Universidad Nacional de Loja*, 22-23. Obtenido de Qué es un análisis DAFO: usos y ejemplos.
- Morocho Mernino, E. N. (2019). Plan de Negocios para la implementación de productos turísticos en La Finca Infagranja Nankais de la parroquia rural de los Encuentros del cantón Yantzaza provincia de Zamora Chinchipe. *Trabajo de Titulación*. Universidad Nacional de Loja, Loja.
- Morocho, E. N. (2022). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE*. Obtenido de Tesis, Plan De Negocios para la Implementación de Productos Turisticos en la finca ANFIGRANJA NANKAIS.
- OMT. (2018). Obtenido de iene un gran potencial para estimular el crecimiento de la economía local y el cambio social, por su complementariedad con otras actividades económicas, su contribución al PIB y la creación de empleo y su capacidad de promover la dispersión de la demanda
- OMT. (2019). Obtenido de Organización Mundial del Turismo.
- OMT. (s.f.). *Organización Mundial del Turismo* .
- Orellana, L. (29 de Enero de 2024). Parador de Turismo. Obtenido de Tododisca.
- PDyOTJimburá. (12 de Mayo de 2019). *Plan de Desarrollo de Ordenamiento Territorial*. Obtenido de <https://docplayer.es/151801781-Gobierno-autonomo-descentralizado-parroquial-jimbura-plan-de-desarrollo-y-ordenamiento-territorial.html>
- Quijano, C. R. (2009). *Diagnostico Turistico*. Obtenido de Para esta investigación, se definió el tamaño de muestras calculadas en la Población Económicamente Activa

(PEA) de seis cantones: Loja, Catamayo, Gonzanamá, Quilanga, Calvas y Espíndola, a compartir así un espectro representativo de la demanda potencial.

- Ricaurte, C. (2009). Manual Para Diagnóstico turístico Local. En C. R. Quijano.
- Riofrío Granda, M. F. (2019). Plan de Negocios para productos turísticos en la Finca Los Riofrío de la parroquia Timbara, cantón Zamora. *Trabajo de titulación*. Universidad Nacional de Loja, Loja .
- Rodriguez, J. (29 de Noviembre de 2021). Hubspot. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-un-cliente>
- Sarango, E. L. (2023). Propuesta de un producto turístico para el pueblo mágico de Saraguro.
- Senz, R. (2019). *Plataforma WIX*. Obtenido de Características principales de un producto turístico.
- Sernatur. (2018). Obtenido de <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2018/11/MDD-Manual-de-Experiencias-Turi%CC%81sticas-1.pdf>
- Sigtierras. (s.f.). Obtenido de https://planoss.github.io/conferenciariigtig/assets/files/170712_SIGT_RIGT_finall.pdf
- Socatelli, M. .. (Junio de 2020). *Desarrollo de Productos Turísticos*. Obtenido de Desarrollo de Productos Turísticos: https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.3._Desarrollo_de_Productos_Turisticos.pdf
- Turismo, L. d. (2022). *Ley de Turismo* .
- Turismo, O. M. (2019). *Definiciones de turismo de la OMT*. Madrid: Emicrostea.
- Turismo, O. M. (2019). *Definiciones de turismo de la OMT*. Madrid: Emicristea. doi:<https://doi.org/10.18111/9789284420858>.

Turismo, O. M. (2019). *OMT*. Obtenido de
https://www.ostelea.com/sites/default/files/2021-02/Informe_Turismo%20rural.pdf

11. Anexos

Anexo 1. Oficio designación director de trabajo de integración curricular.



UNL
Universidad
Nacional
de Loja

FACULTAD, JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA
TURISMO

Presentada el día de hoy, 21 de agosto del 2023, a las 09h40. Lo certifica, el Secretario Abogado (E) de la Facultad Jurídica Social y Administrativa de la UNL.



Dr. Leonardo Ramiro Valdivieso Jaramillo, Mg. Sc.
SECRETARIO ABOGADO (E) DE LA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

Loja, 21 de agosto del 2023, a las 09h45. Atendiendo la petición que antecede, se designa a ella Ing. Rubén Darío Román Aguirre, MAE., Docente del a Carrera de Turismo de la Facultad Jurídica Social y Administrativa, para que emita el informe de estructura, coherencia y pertinencia del proyecto titulado " PROPUESTA DE DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA EL PARADOR TURÍSTICO EL BERMEJO DE LA PARROQUIA JIMBURA, CANTÓN ESPÍNDOLA, PROVINCIA DE LOJA", de autoría de ella Sr./Srta.: YESSENIA GABRIELA CASTILLO JIMÉNEZ; designación efectuada conforme lo establecido en el Art. 225 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja vigente, que textualmente en su parte pertinente dice: "Presentación del proyecto de investigación.- Director de carrera o programa, quien designará un docente con conocimiento y/o experiencia sobre el tema para que emita el informe de estructura, coherencia y pertinencia del proyecto. El informe será remitido al Director de carrera o programa dentro de los ocho días laborables, contados a partir de la recepción del proyecto....", NOTIFIQUESE para que surta efecto legal.

RUBEN DARIO
ROMAN AGUIRRE

Firmado digitalmente por
RUBEN DARIO ROMAN AGUIRRE
Fecha: 2023.08.21 09:50:10
+05'00'

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

Loja, 21 de agosto del 2023, a las 09h50. Notifiqué con el decreto que antecede a ella Ing. Gladys Alexandra Suárez Jaramillo, Mg. Sc., para constancia suscriben:

RUBEN DARIO
ROMAN
AGUIRRE

Firmado digitalmente por
RUBEN DARIO ROMAN
AGUIRRE
Fecha: 2023.08.21 09:50:42
+05'00'

Ing. Rubén Darío Román Aguirre, MAE.
ASESOR DEL PROYECTO



Dr. Leonardo Ramiro Valdivieso Jaramillo, Mg. Sc.
SECRETARIO ABOGADO (E)

Elaborado por: Soledad Medina G.
C.C. Archivo

Anexo 2. Modelo de ficha de observación directa.

MODELO DE FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

INVESTIGADOR: Yessenia Castillo Jiménez

1) Provincia Loja	2) Localidad Espíndola	3) Comunidad Jimbura	4) Barrio El Salado	Ficha Nro. 1
5) Informantes: Sra. Martha Peña	6) Cargo:	Esposa del propietario	Fecha:	14/ 11/2023
7) Título Observación directa	8) Estado	Bueno ()	Regular (X)	Malo ()

Contenido

ELEMENTOS A OBSERVARSE:

Accesibilidad

Infraestructura

Estructura


Estructura Organizacional

ACTIVIDADES TURISTICAS

- Pesca deportiva
 - Alimentación
 - Recreación
 - Fotografía
 - Observación de flora y fauna
-



OBSERVACIONES:

Anexo 3. Ficha descriptiva de establecimientos turísticos del MINTUR (Adaptada).

 FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN DE EMPRESAS											
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO											
Nombre del Parador			Parador Turístico El Bermejo								
Nombre legal de la empresa			Parador Turístico El Bermejo								
Dirección del establecimiento											
Provincia:			Cantón:			Parroquia:					
Loja			Espindola			Jimbura					
Calle principal		No aplica		N°	No aplica		Calle secundaria		No aplica		
Longitud		79°26'35.6"W			Latitud		4°41'14.4"S		Referencia		Via a las Lagunas de Jimbura
Teléfono		3033177		Correo electrónico		paradorlriobermejo@gmail.com		Página web		Parador el Bermejo	
Redes sociales		Facebook		Parador El Bermejo		Twitter		Otros		Tiktok	
C.C		1106033960		Nombre de quién emite la información				Arq. Franco Bolívar Jiménez			
				CARGO:				Administrador			
Nombre del propietario			Gliserio Jimenez			Nombre del representante legal			Sr. Gliserio Jiménez		
Tipo de establecimiento		Privado		X		Público		Asociado		Otro	
Año de inicio de actividades		2018		Actividades económica				SI		X NO	
Si no es actividad económica detallar											

El establecimiento es	Unico	<input checked="" type="checkbox"/>	Matriz		Sucursal		Franquicia		Otro		
Número de empleados en nómina	Mujeres		1	Hombres		1	Eventuales		2	Discapacidad	
INFORMACIÓN SOBRE EL PRODUCTO QUE OFERTA											
Descripción del principal bien son servicios vendido o comercializado											
Producto elaborado	Alimentación			Producto ofrecido	Trucha		Producto comercializado				
Descripción de información de proveedores											
Número de proveedores	3		Nacionales		Extranjeros		Locales	3			
Su principal cliente es											
Local		Provincial	X		Nacional		Extranjero				
INFORMACIÓN SOBRE LA GESTIÓN DE LA EMPRESA											
Capacitación											
¿En estos últimos 2 años ha recibido capacitación en temas acorde al giro de su negocio?				SI		X	NO		¿Cuántos?		
Temas: Atención al cliente											
Reconocimientos o certificaciones											
¿Cuenta con reconocimientos o certificaciones su establecimiento?				SI		NO		X	¿Cuántos?		
¿Cuáles?											
Buenas prácticas											
¿El establecimiento desarrolla buenas prácticas en? (Legalidad, ambiente, calidad, sostenibilidad , RSE, otros)											
Legal	Permiso de funcionamiento		Permiso de bomberos	Solo empresas turísticas			Registro turístico	1x1000			
Ambiente	Manejo adecuado de basura		X	Medidas para ahorro energético	N/A		Control de consumo de agua	NN/A			
	Reciclaje		X	Reutilización		Reducir		Otro			

Calidad	Cursos de atención al cliente	X	Desarrollo de sistema de gestión		Cuenta con plano de negocio	No X	Otro	
Sostenibilidad	Programa contable		Registro de ventas		Manejo de inventarios		Otro	
RSE	Trabajo con la comunidad		Apoyo a proyectos locales		Otros			
INFORMACIÓN PARA OFERTANTES DE ACTIVIDADES								
Esta información será llenada por: Alojamiento, Alimentos y bebidas, Operación y Transporte turística.								
Alojamiento								
			Número de plazas		Número de clientes en el último año			
	Los huéspedes vienen en		Grupos organizados en tour		Reservaciones en línea, detallar el sistema			
Alimentos y bebidas								
				Número de plazas	20	Número de clientes en el último año		SS/I
Observaciones adicionales (Información de importancia que puede contribuir al levantamiento de la línea base)								
<p>Misión: Ofrecer a nuestros clientes una experiencia extremadamente natural en su visita, priorizando la satisfacción de sus necesidades a través de una óptima oferta que garantice su pleno disfrute y placer dentro de nuestras instalaciones, brindándole un espacio lleno de aventura, diversión, tranquilidad, seguridad y confianza.</p> <p>Visión: Perdurar en la mente de nuestros usuarios como uno de los mejores lugares turísticos del cantón Espíndola, ser un centro turístico líder en la región Sur del Ecuador, que garantice experiencias inolvidables a los visitantes en las diferentes áreas de recreación y aventura. Siempre estar comprometidos en la protección y conservación del medio ambiente e instruir a nuestros visitantes para que ellos también ayuden en la conservación del mismo. Satisfacer todas las necesidades del cliente y contribuir al desarrollo turístico y económico de la localidad, generando en ellos el deseo de volver a visitarnos.</p>								

Nombre del estudiante responsable de la ficha: Yessenia Gabriela Castillo Jiménez	Firma: 	Fecha: 13 /11/2023
Nombre del responsable de la empresa: Arq. Franco Bolivar Jiménez	Firma: 	Sello:

Anexo 4. Matriz de síntesis de entrevistas del parador turístico El Bermejo.

#	E-1	E-2	E-3
	PROPIETARIO:	ADMINISTRADOR:	HIJO DEL PROPIETARIO
PREGUNTAS	Sr. Gliserio Jiménez	Arq. Franco Jiménez	Lic. Paul Jiménez
P-1 ¿Cómo surge el Parador Turístico el Bermejo?	Por medio de una necesidad y por los beneficios del terreno para el desarrollo de criadero de trucha, conjuntamente con mi esposa e hijos acordamos para que se de ese producto y ya que al existir el criadero de trucha para preparar el alimento y vender a las personas que deseen probar de este delicioso plato.	Nace con el objetivo de unir a las personas con naturaleza, y potenciar el ecoturismo en la parroquia de Jimbura.	Surge primeramente por una necesidad de producir en el sector, la trucha, por ello que se realizan piscinas para la crianza de trucha posteriormente se fue adecuando e incrementando otras instalaciones como canchas, áreas verdes y lugares aptos para la realización de fotografías necesarias que posibilite la visita de turistas.
P-2 ¿Cómo está estructurado el Parador Turístico?	Está estructurado por un espacio para dar servicios de alimentación mismas que se lo utiliza para organizar eventos si se da el caso.	Actualmente se encuentra estructurado por el gerente y un administrador	Está Estructurado en algunos lugares de recreación, cuentan con espacio amplio, suficiente para la realización de cualquier evento especial ya sea matrimonios, bautizos, cumpleaños entre otros, se tiene un área verde en donde el cliente puede salir a caminar y estar en contacto con la naturaleza.
P-3 ¿Qué servicios ofrece el Parador Turístico El Bermejo?	Servicio de Alimentación, recreación, espacio para camping y todo se atiende de la mejor manera para que el cliente se vaya satisfecho del servicio ya que	Restaurante Pesca deportiva Recreación Camping Esparcimiento	De los servicios que ofrece el Parador Turístico El Bermejo está la pesca deportiva, restauración, recreación, fotografía y bebidas

	nosotros dependemos de ellos.		nacionales y extranjeros.
P-4 Según su criterio ¿El Parador cuenta con las debidas instalaciones para realizar turismo dentro de ella?	Si, aunque ahora estamos trabajando para tartar de mejorarlo al Parador y aunque no contamos con energía hidráulica hacemos uso de la luz natural utilizando los paneles solares que nos da el mismo resultado.	En este momento las instalaciones con las que cuenta el parador están habilitadas o en condiciones para recibir al visitante.	pienso que si existe debidas instalaciones para realizar turismo en el mismo ya que se ha adecuado debidamente las instalaciones para que el turista o cliente se sienta cómodo y se lleve una buena impresión e imagen del lugar para que su visita sea con mayor frecuencia.
P-5 ¿Lo ha promocionado al lugar Turístico?	Poco, pero con los cambios que se aspira realizar para mejorarlo ahí si se tratará de promocionarlo más y de eso se encargan mis hijos de manejar y promocionarlo por medio de las redes sociales que ahora existen, también con papeles impresos con información de los servicios del Parador.	Se ha promocionado, pero no de una forma profesional, creando campañas de promoción y comunicación mediante plataformas digitales.	El lugar lo promocionamos en diferentes medios como: redes sociales, hojas volantes, trípticos, afiches y sobre todo con la opinión de los turistas que han hecho uso de los servicios que ofrece el Parador.
P-6 Según su criterio ¿cuál es la mejor forma de promocionar y difundir su Parador a nivel local, regional y nacional?	Sería promocionarlo por la radio y también por medio de personas que se encarguen de traer a un grupo de turistas de los que van a visitar las lagunas	Creo que hoy en día la forma más rápida de promocionar y posicionar un negocio es mediante campañas en las redes sociales, de esta forma se llega más rápido al público objetivo.	Considero que para promocionar el lugar al hablar de turismo la mejor forma para dar a conocer es por eso que creo que relacionarse con las agencias de viajes sería una buena opción de promoción ya que son ellos quienes trabajan con los paquetes turísticos y como cuenta el sitio con las lagunas encantadas de la parroquia Jimbura como complemento

			turístico favorable.	es
P-7 ¿Usted cree que existe una considerada afluencia de turistas en su negocio o establecimiento, y cuál sería la razón?	Un 50% lo que pasa es que se nos falta organizarnos mejor con el tiempo y tartar de atender todos los días ya que prácticamente solo fines de semana es donde hay más atención los demás días solo por llamadas anticipadas por los turistas que deseen que se les prepare lo que desean.	En los últimos meses la afluencia de visitantes ha ido bajando, creo que debido a la falta de un buen servicio y organización	No existe un número grande de turistas que se pueda considerar, pero si tenemos lo suficiente para poder trabajar y ofrecer nuestros servicios.	
P-8. ¿Qué días de la semana y en que época del año recibe mayor cantidad de clientes en su Parador Turístico?	En época de verano y más se recibe clientes los fines de semana, feriados y en el mes de julio que son las fiestas de la parroquia y vienen familias residentes de otros cantones.	Principalmente fines de semana y feriados nacionales	Fines de semana, días festivos, feriados en las que son los días que más concurren los turistas que pasan a las Lagunas de Jimbura y en su regreso se acercan al Parador.	
P-9 ¿Qué servicios adicionales le gustaría ofrecer?	Lo que me gustaría ofrecer aquí en el Parador es el servicio de hospedaje.	Estamos en proyecto de prestar el servicio de alojamiento en la naturaleza	Otros servicios adicionales que como Parador nos gustaría ofrecer es el servicio de hospedaje en habitaciones dentro del Parador	
P-10 ¿Ha tenido problemas con el aspecto ambiental?	Hasta el momento ninguno	En lo que tiene que ver con la clasificación de desechos, se está trabajando sobre todo con el uso de plásticos para no contaminar el lugar	No hemos tenido problemas ya que por cuenta todo se maneja naturalmente, no existe tala de árboles, incendios, todo se lo hace con cuidado y pensando en la fauna que existe en el lugar.	

<p>P-11 ¿Le gustaría entrar a un tema de legalidad para que el Ministerio de Turismo le apoye en proyectos para mejoras de su emprendimiento?</p>	<p>Si me gustaría, pero creo que a la final no ayudan con este tipo de emprendimientos.</p>	<p>Desde luego, el objetivo a futuro es seguir creciendo y mejorando las instalaciones para un mejor servicio del visitante</p>	<p>Por supuesto para recibir ciertos beneficios y a la vez por las capacitaciones que como Ministerio den a los emprendedores de este sentido; sin embargo, creo que el Ministerio le falta interés de apoyo y también presupuesto.</p>
<p>P-12 Para finalizar ¿Cree Ud. que la propuesta de desarrollo de productos turísticos para el Parador Turístico El Bermejo es un aporte importante para fomentar el turismo de la parroquia?</p>	<p>Si mucho, porque con eso se potenciaría turísticamente hasta la parroquia entonces se tendría afluencia de clientes y así se mejoraría la economía de la parroquia ya que se diera fuentes de trabajo e incluso salen favorecidos hasta las camionetas de carreras que hay en la parroquia.</p>	<p>Por supuesto, pienso que la propuesta nos ayudara mucho para enfocar el diseño de productos turísticos innovadores que es lo que demanda hoy en día el visitante y sin duda potenciará el turismo en la parroquia y cantón.</p>	<p>Si es importante la propuesta de desarrollo de Productos Turísticos para el Parador Turístico ya que les otorga muchas ideas positivas y les posibilita una mayor atención en otras áreas y aspectos para que el turista se sienta más satisfecho de lo que se ofrece y de esa manera poder obtener.</p>

Anexo 5. Preguntas para identificar el perfil del visitante del Parador.

1.Cuál es el origen de sus visitantes.

El origen de las personas que nos visitan es regional e internacional hablamos del vecino País del Perú y regional están los de en su mayoría son visitantes regionales podemos decir que 75% Regionales y 25% del Perú.

2. ¿Cuál es el rango de edad de los visitantes del Parador Turístico?

Son personas aun jóvenes amantes a la pesca deportiva y a la naturaleza, en un rango de 30 a 50 años de edad.

3. ¿Qué días los visitantes hacen uno de las instalaciones del Parador Turístico El Bermejo?

Los días sábados y domingos como también a lo que corresponde feriados.

4. ¿Con que frecuencia de visitantes cuenta El Parador Turístico?

Se puede decir que es esporádica.

5. ¿Qué tipo de transporte se trasladan al sitio

En su mayoría lo realizan en vehículos propios

6. El visitante de ¿Qué forma realiza el viaje, de manera independiente o mediante paquetes turísticos (paquetes, tours)

Si se ha tenido visitas de personas que vienen mediante agencias de viajes, pero eso es esporádicamente, y en su mayoría son visitantes independientes.

7. Cuáles son las razones de visita que han demostrado los visitantes.

Por lo general lo realizan por ocio, haciendo uso del tiempo libre, que tiene como principal objetivo la recreación y, por ende, la satisfacción personal.

8. Cuantos días pernoctan

Como no se cuenta el servicio de alojamiento lo que suelen hacer es regresarse en el mismo día.

9.Cuál es el gasto promedio que tiene el turista al consumir sus productos

Por lo general de 10 a 15 por visitante

10. Qué tipo de servicios turísticos es más consumido por sus visitantes.

Lo que más hacen uso es el servicio de alimentación

11. Que actividades turísticas son las más realizadas por sus visitantes.

Anexo 6. Ficha de jerarquización de atractivos turísticos (Adaptada).

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 (mnm)							
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. Primitivo <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"/>	texto							
Restringido <input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<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"/>	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"/>	SI	<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"/>																																													
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2"></th> <th>Tipo de vía</th> <th>Coordenada de inicio</th> <th>Coordenada de fin</th> <th>Distancia (km)</th> <th>Tipo de material</th> <th>Estado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">a. Terrestre (M) <input type="checkbox"/></td> <td>a. Primer orden <input type="checkbox"/></td> <td></td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>texto</td> <td></td> </tr> <tr> <td>b. Segundo orden <input type="checkbox"/></td> <td></td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>texto</td> <td></td> </tr> <tr> <td>c. Tercer orden <input type="checkbox"/></td> <td></td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>texto</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>																		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		b. Segundo orden <input type="checkbox"/>		0	0	0	texto		c. Tercer orden <input type="checkbox"/>		0	0	0	texto	
		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																																							
	b. Segundo orden <input type="checkbox"/>		0	0	0	texto																																							
	c. Tercer orden <input type="checkbox"/>		0	0	0	texto																																							
Observaciones:																																													
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="3">b. Acuático (U) <input type="checkbox"/></th> <th>Marítimo <input type="checkbox"/></th> <th>Puerto / Muelle de partida</th> <th>texto</th> <th rowspan="3">Estado</th> <th rowspan="3"></th> <th>Puerto / Muelle de Llegada</th> <th>texto</th> <th rowspan="3">Estado</th> <th rowspan="3"></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lacustre <input type="checkbox"/></td> <td>Puerto / Muelle de partida</td> <td>texto</td> <td>Puerto / Muelle de Llegada</td> <td>texto</td> </tr> <tr> <td>Fluvial <input type="checkbox"/></td> <td>Puerto / Muelle de partida</td> <td>texto</td> <td>Puerto / Muelle de Llegada</td> <td>texto</td> </tr> </tbody> </table>																b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado		Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado		Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Puerto / Muelle de Llegada	texto	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Puerto / Muelle de Llegada	texto										
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado		Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado																																					
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto			Puerto / Muelle de Llegada	texto																																						
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto			Puerto / Muelle de Llegada	texto																																						
Observaciones:																																													
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>		Nacional: <input type="checkbox"/>				Internacional: <input type="checkbox"/>																																							
Observaciones:																																													
4.3 Servicio de transporte (M) <input type="checkbox"/>																																													
a. Bus <input type="checkbox"/>		b. Buseta <input type="checkbox"/>		c. Transporte 4x4 <input type="checkbox"/>		d. Taxi <input type="checkbox"/>		e. Moto taxi <input type="checkbox"/>		f. Teleférico <input type="checkbox"/>																																			
g. Lancha <input type="checkbox"/>		h. Bote <input type="checkbox"/>		i. Barco <input type="checkbox"/>		j. Canoa <input checked="" type="checkbox"/>		k. Avión <input type="checkbox"/>		l. 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)																																				
					Día	Semanal	Mensual	Eventual																																					
					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																					
					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																					
					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																					
					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																					
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <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 <input type="checkbox"/>																																	
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"/>		Malo <input type="checkbox"/>																																				
Observaciones:																																													

6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS										SI	NO	SI
6.1 Planta turística (M)												
a. En el Atractivo					b. En la ciudad o poblado cercano							
Alojamiento	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas					
Hotel	0	0	0	Hotel	0	0	0					
Hostal	0	0	0	Hostal	0	0	0					
Hostería	0	0	0	Hostería	0	0	0					
Hacienda Turística	0	0	0	Hacienda Turística	0	0	0					
Lodge	0	0	0	Lodge	0	0	0					
Resort	0	0	0	Resort	0	0	0					
Refugio	0	0	0	Refugio	0	0	0					
Campamento Turístico	0	0	0	Campamento Turístico	0	0	0					
Casa de Huéspedes	0	0	0	Casa de Huéspedes	0	0	0					
Observaciones:					Observaciones:							
Alimentos y bebidas	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas					
Restaurantes	0	0	0	Restaurantes	0	0	0					
Cafeterías	0	0	0	Cafeterías	0	0	0					
Bares	0	0	0	Bares	0	0	0					
Fuentes de soda	0	0	0	Fuentes de soda	0	0	0					
Observaciones:					Observaciones:							
Agencias de Viaje		Establecimientos registrados		Agencias de Viaje		Establecimientos registrados						
Mayoristas		0		Mayoristas		0						
Internacionales		0		Internacionales		0						
Operadoras		0		Operadoras		0						
Observaciones:					Observaciones:							
guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	0	0	0	0	0		
	0	0	0	Aventura	0	0	0	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:							
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo												
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)						
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de información	0	0	texto		B	R	M				
	I-Tur	0	0	texto								
	Centro de interpretación	0	0	texto								
	Centro de facilitación turística	0	0	texto								
b. De observación y vigilancia	Centro de recepción de visitantes	0	0	texto								
	Garitas de guardiana	0	0	texto								
	Miradores	0	0	texto								
	Torres de avistamiento de aves	0	0	texto								
c. De recorrido y descanso	Torres de vigilancia para salvavidas	0	0	texto								
	Senderos	0	0	texto								
	Estaciones de sombra y descanso	0	0	texto								
	Áreas de acampar	0	0	texto								
d. De servicio	Refugio de alta montaña	0	0	texto								
	Baterías sanitarias	0	0	texto								
e. Otros	Estacionamientos	0	0	texto								
		0	0	texto								
Observaciones:					Observaciones:							
6.3 Complementarios a la actividad turística (M)												
a. En el Atractivo					b. En la ciudad o poblado cercano							
Aquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising				Aquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising						
Casa de cambio	Cajero automático	Otro			Casa de cambio	Cajero automático	Otro					
Especifique: texto					Especifique: texto							
Observaciones:					Observaciones:							

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	NO	S/I			
6.1 Atractivo (U) <input type="checkbox"/>							
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"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>	f. Huaquearías	<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>	o. Vandalismo	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
6.2 Entorno (U) <input type="checkbox"/>							
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>
Observaciones:							
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)							
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>	f. Huaquearías	<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>	o. Vandalismo	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>							
a. Declarante:	b. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:				
Observaciones:							
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	NO	S/I			
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"/>					
Agua:	<input type="checkbox"/>	Agua	<input type="checkbox"/>				
Especifique:		Especifique:					
Energía eléctrica:	<input type="checkbox"/>	Energía eléctrica	<input type="checkbox"/>				
Especifique:		Especifique:					
Saneariento:	<input type="checkbox"/>	Saneariento:	<input type="checkbox"/>				
Especifique:		Especifique:					
Disposición de desechos	<input type="checkbox"/>	Disposición de desechos	<input type="checkbox"/>				
Especifique:		Especifique:					
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 7. Modelo de ficha resumen de atractivos turísticos (Adaptada).

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
<i>CATEGORÍA:</i>	<i>TIPO:</i>	<i>SUBTIPO:</i>
PROVINCIA	CANTÓN	LOCALIDAD
COORDENADAS		
Fotografía	Ubicación:	
<i>Características:</i>		

<ul style="list-style-type: none"> — \$451,00-\$,651,00 () — \$ 652,00-\$ 852,00 () — \$853,00-1.053,00 () — Mas de \$ 1.053,00 () 	<p>dentro del producto turístico? (Puede elegir más de una opción)</p> <ul style="list-style-type: none"> — Piscina de cultivo de trucha () — Trapiche () — Bosque natural () — Canchas deportivas () — Pesca deportiva () — Equipos de recreación () — Apicultura ()
<p>10. ¿Qué actividades/ productos turísticos le gustaría realizar en El Parador? (Puede elegir más de una opción)</p> <p>ACTIVIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> — Senderismo () — Degustación gastronómica () — Observación de flora y fauna () — Caminata () — Visitar cultivos de hortalizas () — Camping () — Pesca deportiva () — Cabalgata () — Fotografía () <p>PRODUCTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> — Circuitos () — Paquetes turísticos () — Rutas () Otro () especifique..... 	<p>11. ¿Con quién le gustaría visitar el lugar? (Puede elegir más de una opción)</p> <ul style="list-style-type: none"> — Familiares () — Amigos () — Pareja () — Compañeros de trabajo () — Instituciones educativas () — Otros especifique.....
<p>12. ¿Qué servicios le gustaría encontrar en el Parador Turístico? (puede marcar más de una opción)</p> <ul style="list-style-type: none"> — Restaurante () — Hospedaje () — Tienda de recuerdos del lugar () — Zona de picnic () — Recorridos turísticos () — Internet () — Canchas deportivas () — Equipos recreativos () — Otros(especifique) 	<p>13. ¿Cuántos días le gustaría permanecer en el lugar?</p> <ul style="list-style-type: none"> — 1 día () — 2 días () — 3 días () — 4 días a más ()
<p>14. En caso de que sea más de un día los que le gustaría permanecer en el lugar, ¿Qué tipo de alojamiento le gustaría?</p> <ul style="list-style-type: none"> — Cabaña ecológica () — Camping () — Hotel tradicional () 	<p>15. ¿Qué tipo de comida le gustaría recibir en el Parador Turístico El Bermejo? (Elija una opción)</p> <ul style="list-style-type: none"> — Típica () — Tradicional ()

<p>— Otros (especifique).....</p>	<p>— Gourmet () — Rápida ()</p>
<p>16. ¿Cuánto estaría dispuesto ud a pagar por un servicio de alimentación?</p> <p>— 3,00-6,00 \$ () — 7,00-10,00\$ () — Más de 10,00 ()</p>	<p>17. ¿Qué días le gustaría ir de visita al Parador Turístico El Bermejo?</p> <p>— Lunes a viernes () — Feriados () — Fines de semana ()</p> <p>Otro (especifique).....</p>
<p>18. ¿Cómo se trasladaría a esta zona?</p> <p>— Transporte público () — Vehículo propio () — Motocicleta () — Vehículo alquilado () — Otro (especifique).....</p>	<p>19. ¿Qué consideraciones tomaría en cuenta para visitar el sitio?</p> <p>— Clima () — Paisaje () — Servicio () — Precio () — Vías de acceso () — Ubicación () — Otro (especifique).....</p>
<p>20. ¿Cómo le gustaría conocer los servicios que tiene el Parador Turístico El Bermejo?</p> <p>— Redes sociales () — Hojas volantes () — Radio () — Afiches () — Televisión () — Trípticos () — Otros.....</p>	<p>21. Cuando ud visite el lugar ¿qué le gustaría llevar como recuerdo del Parador Turístico El Bermejo?</p> <p>— Camisetas () — Fotos postales () — Gorras () — Souvenirs ()</p> <p>Otro (especifique).....</p>
<p>22. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar durante su visita?</p> <p>— Menos de 25 \$ () — De 26 \$ a 50 \$ () — De 51 a 75 \$ () — Mas de 76 \$ ()</p>	<p>23. ¿Dónde adquiriría ud el producto turístico relacionado con la propuesta?</p> <p>— Pagina web () — Agencias de viajes ()</p> <p>Otros (Especifique).....</p>
<p>GRACIAS POR SU COLABORACIÓN</p>	

Anexo 9. Registro fotográfico.

	
<p>Foto 1: Entrevista a propietarios del P.T El Bermejo</p>	<p>Foto 2: Entrevista Administrador P.T El Bermejo</p>
	
<p>Foto 3: Entrevista presidente GAD</p>	<p>Foto 4: Aplicación de encuestas</p>
	
<p>Foto 5: Aplicación de encuestas</p>	<p>Foto 6: Aplicación de encuestas</p>



Foto 7: Aplicación de encuestas



Foto 8: Levantamiento de información



Foto 9: Levantamiento de información



Foto 10: Levantamiento de información



Foto 11: Levantamiento de información de los atractivos



Foto 12: Socialización con los actores claves del parador turístico.

Anexo 10. Certificado del abstract

Loja, 12 de enero de 2025

Licenciado

GABRIEL ADRIÁN GAONA PACCHA

LICENCIADO EN PEDAGOGIA DEL IDIOMA INGLES

C E R T I F I C O:

Que el documento aquí expuesto es fiel traducción del idioma español al idioma inglés del resumen del Trabajo de Integración Curricular titulado **Propuesta de desarrollo de productos turísticos para el parador turístico el Bermejo de la parroquia Jimbura, cantón Espíndola, provincia de Loja**, de autoría de Yessenia Gabriela Castillo Jiménez, con cédula de ciudadanía 1106035734, de la Carrera de Turismo, de la Universidad Nacional de Loja.

Lo certifico y autorizo hacer uso del presente en lo que sus intereses convenga.



GABRIEL ADRIÁN GAONA PACCHA
LICENCIADO EN PEDAGOGIA DEL IDIOMA INGLES
Numero de Registro Senescyt: 1008-2023-2797581
CI: 0706159381