UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

PLAN DE MARKETING DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA CATACOCHA DEL CANTÓN PALTAS DE LA PROVINCIA DE LOJA.

Tesis previa a la obtención del grado de Ingeniero en Administración Turística

AUTOR:
CARLOS PAÚL OCAMPO QUIROLA

DIRECTORA DE TESIS:
LIC. KARINA ALEXANDRA MORILLO RAMÓN

LOJA-ECUADOR

2013

INFORME DE LA DIRECTORA DE TESIS

Loja, 31 de julio de 2012

Lic. Karina Alexandra Morillo Ramón

DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

INFORMA:

Que el presente trabajo de investigación intitulado 'PLAN DE MARKETING DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA CATACOCHA DEL CANTÓN PALTAS DE LA PROVINCIA DE LOJA" de la autoría del sr CARLOS PAÚL OCAMPO QUIROLA, ha sido realizado bajo mi control, dirección y supervisión, por lo que al cumplir los requisitos de forma y de fondo reglamentarios, autorizo su presentación, sustentación y defensa.

Atentamente

Lic. Karina Alexandra Morillo Ramón

DIRECTORA DE TESIS

A U T O R I A

El contenido del presente trabajo investigativo así como sus ideas, conceptos procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo son de exclusiva responsabilidad por el autor.

……

Carlos Paúl Ocampo Quirola

DEDICATORIA

Dedico a Dios, quien me ha iluminado y ha sido guía incondicional durante toda la etapa de mis estudios, a mis padres quienes con sus sabios consejos y apoyo me supieron guiar por el camino del éxito, a mis hermanos quienes con profunda gratitud, cariño y respeto me apoyaron moralmente para lograr esta meta anhelada.

Carlos Paúl Ocampo Quirola

AGRADECIMIENTO

Agradezco la oportunidad que Dios me ha brindado y que me ha servido para esforzarme cada día más, como también a mis padres que me han dedicado su apoyo incondicional en todos mis logros.

A la UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, de manera especial a los Profesores y Autoridades de la Carrera de Administración Turística quienes me inculcaron sus conocimientos, experiencias y valores éticos forjando en mí una persona profesional.

A la Lic. Karina Morillo, Directora de Tesis por su orientación, asesoramiento y sugerencias brindadas durante el inicio, desarrollo y culminación de este importante trabajo.

Así mismo al GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN PALTAS quienes me dieron la oportunidad de realizar el presente Proyecto de Tesis, y colaboraron de una u otra manera en el transcurso de este importante Proyecto.

Carlos Paúl Ocampo Quirola

INDICE DE CONTENIDOS

Informe Director de Tesis ii
Autoría iii
Dedicatoria iv
Agradecimiento v
Índice de Contenidos vi
Índice de Cuadros x
Índice de Figuras xi
Resumen Ejecutivo xiii
Summary xvi
1. Introducción 1
2. Revisión de Literatura 5
2.1 Marco Conceptual 5
2.1.1 Concepto de Marketing 5
2.1.2 Marketing Estratégico y Marketing Operativo 5
2.1.2.1 El Marketing Estratégico 5
2.1.2.2 El Marketing Operativo 6
2.1.3 Plan de Marketing 6
2.1.3.1 Qué Comprende un Plan de Marketing 6
2.1.3.2 Estructura del Plan de Marketing 6
2.1.3.2.1 Sumario Ejecutivo 7
2.1.3.2.2 Análisis de Situación 7
2.1.3.2.3 Análisis Foda 7
2.1.3.2.4 Los Objetivos 8
2.1.3.2.5 Las Estrategias 8
2.1.3.2.6 Táctica 8
2.1.3.2.7 Programas 8
2.1.3.2.8 Presupuesto 9
2.1.3.2.9 Control 9
2.1.4 Diagnóstico 9

2.1.4.1 Análisis Estratégico 9
2.1.4.2 Marketing Operativo 9
2.1.4.3 Marketing Turístico 9
2.1.4.4 Análisis de Mercado 10
2.1.5 Concepto de Turismo 10
2.1.5.1 Características Específicas del Turismo 10
2.1.6 Socialización 10
2.2 Marco Referencial 12
2.2.1 Cantón Paltas 12
2.2.2 Datos Generales 12
2.2.3 Turismo en Catacocha 14
2.2.4 Historia de Paltas 15
2.2.5 Aspectos Culturales 15
2.2.6 Artesanías y Platos Típicos 15
2.2.7 Servicios Básicos 16
2.2.8 Comercio 16
2.2.8.1 Industrias 16
2.2.8.2 Producción 16
2.2.9 Parroquia Urbana de Catacocha 17
2.2.9.1 Historia de la Parroquia Catacocha 17
2.2.9.2 Fundación Española de Catacocha 17
2.2.9.3 Cultura 18
2.2.9.4 Atractivos de la Parroquia Catacocha 18
3. Metodología 19
3.1 Materiales 19
3.2 Métodos y Técnicas 19
4. Resultados 22
4.1 Matriz de Diagnóstico 24
4.2 Análisis de la Situación Turística 26
4.3 Fichas Descriptivas de los Atractivos Turísticos de la Parroquia Catacocha 27

4.4. Análisis de la Oferta Turística 32
4.5 Análisis de la Demanda Turística 35
4.6 Análisis de la Competencia 43
4.7 Análisis Foda de la Parroquia Catacocha 48
5. Propuesta 49
5.1 Discusión 49
5.2 Propuesta del Plan de Marketing de los Atractivos Turísticos de la Parroquia Catacocha 49
5.2.1 Misión 50
5.2.2 Visión 50
5.2.3 Políticas Generales 50
5.2.4 Valores 51
5.2.5 Definición de Objetivos 51
5.2.6 Estrategias Generales 52
5.3 Estrategias Competitivas 52
5.3.1 Estrategias de Venta de Producto 52
5.3.2 Marketing Interno 53
5.3.3 Estrategias de Promoción 53
5.3.4 Herramientas Promocionales 66
6 Informe de Socialización 68
7 Conclusiones 74
8 Recomendaciones 75
9 Bibliografía 76
9.1 Net Grafía 76
10 Anexos 77
Anexo 1: Anteproyecto 78
Anexo 2: Encuestas y Entrevistas 100
Anexo 3: Fotografías de Atractivos Turístico 106
Anexo 4: Oficio para Invitación para Socialización de la Propuesta 112
Anexo 5: Hoja de Certificación de Socialización 113
Anexo 6: Fotografías de Socialización de la Propuesta 114

Anexo 7: Fichas de Inventario y Jerarquización de los Atractivos de Catacocha 118
Anexo 8: Figuras de Encuesta 139

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO Nro1: Matriz de Diagnóstico 24
CUADRO Nro2: Jerarquía de los Atractivos Turísticos 26
CUADRO Nro3: Inventario de la Iglesia Matriz de Catacocha 27
CUADRO Nro4: Inventario del Mirador Colinas del Calvario 28
CUADRO Nro5: Inventario de las Casas Patrimoniales Inventariadas 29
CUADRO Nro6: Inventario del Museo Hermanos Joaquín Liébana Calle 30
CUADRO Nro7: Inventario del Mirador el Shirciculapo 31
CUADRO Nro8: Análisis de la Oferta Turística 32
CUADRO Nro9: Análisis Foda 48
CUADRO Nro10: Detalle de Costos del full Day 56
CUADRO Nro11: Detalle de Costos del Paquete Turístico 59
CUADRO Nro12: Herramientas Promocionales 67
CUADRO Nro13: Agenda de Socialización 69
CUADRO Nro14: Cronograma de Actividades 97
CUADRO Nro15: Presupuesto del Proyecto 98
CUADRO Nro16: Fichas de Inventario del Mirador el Shirciculapo 119
CUADRO Nro17: Fichas de Inventario del Museo hermanos Joaquín Liébana Calle 122
CUADRO Nro18: Fichas de Inventario de la Iglesia Matriz de Catacocha 126
CUADRO Nro19: Fichas de Inventario del Mirador Colinas del Calvario 130
CUADRO Nro20: Fichas de inventario de las Casas Patrimoniales 134

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA Nro. 1: Mirador el Shirciculapo 106
FIGURA Nro. 2: Mirador el Shirciculapo 106
FIGURA Nro. 3: Iglesia Matriz de Catacocha 107
FIGURA Nro. 4: Parque Central de Catacocha 107
FIGURA Nro. 5: Museo Hermanos Joaquín Liébana Calle 108
FIGURA Nro. 6: Museo Hermanos Joaquín Liébana Calle 108
FIGURA Nro. 7: Mirador Colinas del Calvario 109
FIGURA Nro. 8: Mirador Colinas del Calvario 109
FIGURA Nro. 9: Casas Patrimoniales 110
FIGURA Nro. 10: Casas Patrimoniales 110
FIGURA Nro. 11: Vista de la Ciudad de Catacocha 111
FIGURA Nro. 12: Indio Paltas 111
FIGURA Nro. 13: Análisis de la Situación Turística 114
FIGURA Nro. 14: Modelo del Tríptico 114
FIGURA Nro. 15: Muestra del Afiche Publicitario 115
FIGURA Nro. 16: Muestra de las Tazas Turísticas 115
FIGURA Nro. 17: Evidencia de Socialización 116
FIGURA Nro. 18. Firma de Certificación 116
FIGURA Nro. 19: Constancia de Socialización 117
FIGURA Nro. 20: Principales Atractivos de la Parroquia Catacocha 139
FIGURA Nro. 21: Lugares que han visitado 140
FIGURA Nro. 22: Frecuencia de Visita 140
FIGURA Nro. 23: Días que prefieren visitar los Atractivos 141
FIGURA Nro. 24: Con quien visitan los Atractivos 142
FIGURA Nro. 25: Lo que toman en cuenta al visitar los Atractivos 142
FIGURA Nro. 26: Presupuesto que destinan para visitar los Atractivos 143
FIGURA Nro. 27: Estado en que se encuentran los Atractivos 144
FIGURA Nro. 28: Medios por los cuales se enteró de los lugares Turísticos 144

FIGURA Nro. 29: Actividades que pueden Realizar cuando visitan los Atractivos 145
FIGURA Nro. 30: Lugares donde adquieren las Artesanías 146
FIGURA Nro. 31: Atractivos como icono representativo en otros países 147
FIGURA Nro. 31: Atractivos mejor promocionados serían más visitados 147

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como fin dar a conocer los atractivos turísticos de la parroquia Catacocha mediante la elaboración del Plan de Marketing, y de ésta forma realizar el proyecto de Tesis sobre “Plan de Marketing de los Atractivos Turísticos de la parroquia Catacocha”, de tal manera se ha recopilado importante información durante el proceso de la misma, sobre cada uno de los atractivos turísticos de la ciudad de Catacocha.

Los diferentes medios de publicidad propuestos en la presente tesis para dar una nueva imagen sobre los atractivos turísticos de la Parroquia Catacocha, representan un elemento muy importante en el turismo interno de la misma, donde muestran sus atractivos a través de fotografías y la descripción de los mismos, no cabe duda que la suficiente promoción brindará a la parroquia un aporte significativo para que sean conocidos tanto a nivel local como nacional.

En la Parroquia Catacocha existe una gran variedad de atractivos turísticos, tanto naturales como culturales, pero no han sido orientados técnicamente en proyectos de conservación o difusión, en sí no ha sido aprovechada la riqueza que posee ésta parroquia, por lo cual se determinó como Objetivo General la Elaboración de un Plan de Marketing para los atractivos turísticos en la Parroquia de Catacocha, con el fin de promocionar sus atractivos y así contribuir a la difusión de los mismos consolidándolos como uno de los principales destinos turísticos de la Provincia de Loja.

Para la realización del Plan de Marketing se siguió la ejecución de los siguientes Objetivos Específicos: Realizar un Diagnóstico de la situación actual de los Atractivos Turísticos de Catacocha, Diseñar la Propuesta de promoción y publicidad de los Atractivos Turísticos de Catacocha y Socializar la propuesta de Marketing con las instituciones y comunidades involucradas, en base a ello se identificó los atractivos naturales y culturales de mayor relevancia de la parroquia Catacocha, para a través de la fichas de inventario determinar en qué jerarquía se encuentran los mismos, ésta

actividad se realizó mediante varias salidas de campo con el fin de conocer el estado actual y así contribuir a fomentar el turismo en la parroquia.

Para el desarrollo del presente proyecto, se tomó en cuenta los diversos métodos y técnicas, los mismos que ayudaron a recopilar información importante para el proceso del proyecto investigativo; por lo tanto se utilizó el método analítico, científico y además la técnica de la encuesta que fue aplicada a las personas que visitan los lugares turísticos de la parroquia de Catacocha.

Con estas referencias se llegó a las siguientes conclusiones, que la parroquia de Catacocha cuenta con diversos atractivos turísticos culturales y naturales que no son aprovechados ni promocionados de una forma adecuada por las entidades gubernamentales ni la misma población, lo cual es algo negativo ya que se van deteriorando al pasar del tiempo. Como también se puede decir que mediante una buena publicidad se dará a conocer no solo local sino también nacional e internacional estos atractivos.

Así mismo se realizó una marca turística que permita enfocar los atractivos turísticos a promocionar, y de esta manera lograr una nueva imagen acogedora en la parroquia.

Considerando las conclusiones mencionadas podemos decir que se recomienda a todas las personas involucradas e inmersas en el turismo tengan un dominio sobre la actividad turística a través de campañas de difusión de los atractivos turísticos y realizarlo a nivel, nacional, regional e internacional. Además la concientización a la población sobre la conservación de las casas patrimoniales ya que son un icono representativo de la parroquia.

Finalmente este proyecto ha hecho posible determinar que los atractivos turísticos tanto culturales y naturales existentes en la parroquia de Catacocha son recursos potenciales para que tenga un buen desarrollo la

misma, y a la vez ejecutar proyectos que se ayude a conservar y difundir estos encantadores y llamativos lugares.

SUMMARY

The present study aims to publicize the attractions Catacocha parish by developing Marketing Plan, and in this way make the thesis project on "Marketing Plan attractions of the parish Catacocha" such way important information is gathered during the process of it, on each of the attractions in the city of Catacocha.

Different advertising media proposed in this thesis to give a new look on the tourist attractions of the Parish Catacocha, represent a very important element in domestic tourism of the same, where they show their attraction through photographs and descriptions of the same, there is no doubt that the promotion sufficient to provide a significant contribution parish to be known both locally and nationally.

In the Parish Catacocha there are a variety of attractions, both natural and cultural, but are not technically oriented conservation projects or transmission itself has not been exploited the wealth that has this parish, which was determined as Objective General Preparing a Marketing Plan for the tourist attractions in the Parish of Catacocha, in order to promote its attractions and contribute to the dissemination of consolidating them as one of the top tourist destinations of the province of Loja.

To carry out the marketing plan followed the implementation of the following specific objectives: to diagnose the current situation of the tourist attractions of Catacocha, the proposed design promotion and advertising of the tourist attractions of the proposal Socialize Catacocha and Marketing with institutions and communities involved, based on that identified the natural and cultural attractions of the most relevant parish Catacocha for through inventory tabs determine which hierarchy are the same, this activity was performed using multiple outputs field to determine the current status and thus help promote tourism in the parish.

For the development of this project, we took into account the various methods and techniques that helped them gather important information for the process of the research project, so we used the analytical method, further scientific and technical survey was applied to people visiting the sights of the parish of Catacocha.

These references are reached the following conclusions, which the parish has Catacocha cultural attractions and natural are not utilized or promoted in an appropriate way by government entities or the same population, which is a bad thing because it to deteriorate over time. As can also be said that through good advertising will be released not only locally but also nationally and internationally these attractions.

Also there was a tourism brand that allows focus to promote the tourist attractions, and thus achieve a new look cozy in the parish.

Considering the above findings we can say that we recommend to everyone involved and immersed in tourism have a domain on tourism through campaigns and attractions do at national, regional and international. Besides the public awareness on the conservation of heritage houses as they are an icon of the parish.

Finally this project has made it possible to determine that both cultural attractions and natural within the parish of Catacocha are potential resources to have a good development the same, while implementing projects that help preserve and disseminate these charming and attractive places

INTRODUCCIÓN

El turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más relevantes de muchos países desarrollados y principalmente en países en vías de desarrollo, ya que se identifica como una alternativa financiera que ha incrementado la calidad de vida en muchas poblaciones. Sin embargo pese a que muchos lugares cuentan con diversos atractivos, no existe una adecuada promoción de los mismos, por tal motivo este proyecto se ha enfocado en darle una imagen a los atractivos de la parroquia para que de esta manera sean reconocidos tanto a nivel local como nacional.

En el Ecuador, los diferentes lugares de distracción se han venido desarrollando ligeramente debido a la gran cantidad de atractivos que posee tanto Naturales como Culturales, por lo que atrae turistas de todo el mundo.

Loja es una provincia que cuenta con muchos lugares turísticos muy importantes conocidos a nivel nacional e internacional, sin embargo debido a la gran competencia de otros atractivos existentes a nivel nacional, nuestra provincia se ve con la necesidad de innovar y a la vez promocionar los atractivos más relevantes para así aumentar la afluencia de turistas.

En el cantón Paltas, se encuentra ubicada la parroquia Catacocha la cual posee un clima frio con una temperatura de 15 a 20°C, aquí se encuentran varios atractivos turísticos muy importantes, a pesar de esta realidad no se han sabido aprovechar eficientemente, por esta razón es necesario poner en marcha una serie de estrategias de mercado, para así fortalecer e incrementar el flujo de visitantes en la parroquia de Catacocha.

La principal causa del crecimiento y desarrollo del turismo como una actividad racional y organizada, es por el interés que ha crecido en la gente, por la curiosidad de conocer los distintos aspectos, culturales y costumbres de los diferentes lugares del planeta. Otro factor determinante, si no es que el más importante, es el hecho de que estamos en tiempos de modernidad y de avances tecnológicos que hace poco no se contaban con ellos, esto

proporciona más facilidades al turista cuando se desplaza de su lugar de origen a cualquier parte del planeta.

El presente proyecto nace del interés por conocer ampliamente, la gran cantidad y diversidad de atractivos turísticos que ofrece la ciudad de Catacocha, y a la vez lograr una suficiente promoción de los mismos.

En lo que respecta a la actividad turística de este cantón, podemos destacar que estos se deben a los muchos atractivos, tanto naturales como culturales, dentro del mismo centro poblado y a sus alrededores. Sin embargo frente a estos importantes y grandes atractivos el potencial turístico que ofrece la zona, no ha sido suficientemente promocionado, definitivamente se cree que no existe promoción; lo que ha servido a que, de los atractivos con que cuenta la parroquia Catacocha, solo muy pocas personas pueden disfrutar de sus paisajes y su gente amable y generosa.

El principal objetivo fue ofrecer un nuevo espacio de recreación dentro de la parroquia, lo que significa la posibilidad de integrar actividades de esparcimiento mediante la promoción y la conservación de los atractivos turísticos tanto naturales como culturales, de los cuales el más posible a perderse pueden ser sus casas patrimoniales. Por esta razón se tratará de hacer concienciar a los pobladores de Catacocha sobre las riquezas que poseen. Además durante el estudio de mercado se pudo determinar las preferencias de los turistas al visitar los atractivos de la parroquia Catacocha y así de esta manera poder mejorar los servicios para lograr una satisfacción del visitante.

De lo dicho hasta aquí se puede deducir que estamos frente a oportunidades de crecimiento para el sector turístico que deben aprovecharse. La parroquia necesita promover actividades turísticas económicas que generen empleo y mejoren la calidad de vida de la población.

De esta manera se conoció los respectivos alcances, por tal motivo la implementación de este proyecto será de mucha importancia para el desarrollo del sector, debido a la publicidad que se realizará, para de esta forma dar a conocer la parroquia, logrando así atraer nuevos ingresos en la comunidad. Se elevara la concurrencia de turistas a los atractivos y así llenar las expectativas de los mismos, para garantizar la satisfacción de haber visitado Catacocha.

Dentro de los alcances del proyecto de tesis, esta elaborar el Plan de Marketing para los Atractivos Turísticos de la ciudad de Catacocha, y así proponer estrategias de publicidad que vayan enfocadas a contribuir al desarrollo del turismo en el sector. Esto se lo alcanzara a través de la creación de una marca turística, además con la elaboración de itinerarios que permitan observar los atractivos, con sus respectivas recomendaciones. Y por último mediante un estudio de cobertura de medios de comunicación, para difundir el logotipo y los atractivos turísticos a ofertarse.

Es importante mencionar que dentro de la ejecución del presente proyecto de tesis, se presentaron ciertos inconvenientes o limitaciones, entre éstas limitaciones se pueden enumerar a continuación las siguientes: El escaso presupuesto destinado para el desarrollo turístico, que impide implementar servicios adicionales en los atractivos, la competencia que existe en el ámbito turístico por parte de la parroquia Yamana y San Antonio y los cantones vecinos tales como: Catamayo, Macará y Celica por esta razón los atractivos turísticos de la parroquia Catacocha no son conocidos a nivel nacional como para que sean catalogados como uno de los principales destino turísticos de la provincia de Loja.

La razón principal para desarrollar este trabajo investigativo es identificar a la parroquia Catacocha del Cantón Paltas de la Provincia de Loja, para alcanzarlo es necesario conocer la situación actual de ésta, de la misma forma aportar a la sociedad con soluciones, en cumplimiento a los objetivos

de la Universidad Nacional de Loja de vincularse con la colectividad y sirva de punto de partida para la planificación turística local y regional.

Este trabajo es dirigido al Gobierno Autónomo Descentralizado del Ilustre Municipio del Cantón Paltas de la Provincia de Loja, con el fin de promover un manejo adecuado del turismo.

2. REVISION DE LITERATURA

2.1 MARCO CONCEPTUAL

2.1.1 Concepto de Marketing

El concepto de marketing ha evolucionado mucho desde su antiguo significado como sinónimo de ventas, distribución, publicidad o investigación de mercado, existen distintas interpretaciones respecto de la amplitud del contenido del marketing.

a) Marketing como sinónimo de publicidad, promoción y acción de ventas.
b) Marketing como un conjunto de métodos o sistemas de investigación de mercados.
c) Marketing como un sistema de conducción**.** (Cueva, 1995)

2.1.2 Marketing Estratégico y Marketing Operativo

Es común que las empresas se ocupen solamente de los aspectos del Marketing Operativo (producto, precios, comunicación, distribución y ventas), subestimando la magnitud del análisis del Marketing Estratégico.

2.1.2.1 El Marketing Estratégico

Consiste en una gestión de análisis permanente de las necesidades del mercado, que desemboca en el desarrollo de productos y servicios rentables, destinados a grupos de compradores específicos. Busca diferenciarse de los competidores inmediatos, asegurándole al productor una ventaja competitiva sustentable. (Wilensky, 1997)

La función del marketing estratégico consiste en seguir la evolución del mercado al que vendemos e identifica los segmentos actuales o potenciales, analizando las necesidades de los consumidores y orientando la empresa

hacia oportunidades atractivas, que se adaptan a sus recursos y que ofrecen un potencial de crecimiento y rentabilidad.

2.1.2.2 El Marketing Operativo

Debe traducir en acciones concretas los resultados que surgen del análisis estratégico anterior. Estas acciones tienen que ver con decisiones sobre la distribución, el precio, la venta y la comunicación, cuyo objetivo es hacer conocer y valorizar las cualidades que distinguen a sus productos y servicios, dirigiéndose al público objetivo elegido. (David W, 2007)

2.1.3 Plan de Marketing

El Plan de Marketing es una herramienta que sirve de base para los otros planes de la empresa (por ejemplo, el plan de producción o el financiero); asigna responsabilidades, permite revisiones y controles periódicos para resolver los problemas con anticipación.

En un escenario cada vez más competitivo hay menos espacio para el error y la falta de previsión. Por ello el Plan de Marketing se convierte en un poderoso instrumento de gestión para la empresa. (Gerardo, 1997)

2.1.3.1 Qué comprende un Plan de Marketing

El Plan de Marketing es, un documento de trabajo donde se pueden definir los escenarios en que se va a desarrollar un negocio y los objetivos específicos. Se utiliza para identificar oportunidades, definir cursos de acción y determinar los programas operativos.

2.1.3.2 Estructura del Plan de Marketing

Si bien el plan de marketing admite diferentes formas de ser estructurado, desarrollado y presentado, y aunque distintas compañías utilizan sus propias

metodologías, existe un conjunto de **fases esenciales** que, de una u otra forma y con una u otra denominación, resultan las bases fundamentales.

2.1.3.2.1 Sumario Ejecutivo

Es el resumen de los aspectos fundamentales del plan, comprende los principales objetivos, estrategias, recursos que serán necesarios y los resultados esperados.

2.1.3.2.2 Análisis de Situación

Aquí se describe el entorno económico de la empresa y el marco donde se desarrollarán las estrategias. Se compone de las partes siguientes:

- **Escenario**

Son las grandes tendencias de tipo político-económico, tecnológico, legal o sociocultural, que afectan a todo el medio en el que la empresa desarrolla sus actividades.

- **Competencia**

Se analizan los competidores directos e indirectos de la empresa.

- **La empresa**

Aquí se examinan los aspectos vinculados con la compañía como por ejemplo: los productos o servicios, los proveedores, experiencia y conocimientos del negocio.

2.1.3.2.3 Análisis Foda

El análisis FODA tiene como objetivo el identificar y analizar las fortalezas y debilidades de la institución u organización, así como también

las oportunidades y amenazas, que presenta la información que se ha recolectado.

Se utilizará para desarrollar un plan que tome en consideración muchos y diferentes factores internos y externos para así maximizar el potencial de las fortalezas y oportunidades, minimizando así el impacto de las debilidades y amenazas. Se debe manejar al desarrollar un plan estratégico, o al planear una solución específica a un problema. Una vez que se ha analizado el ambiente externo (por ejemplo**:** la cultura, la economía, datos demográficos. (Serrano, 2002)

2.1.3.2.4 Los Objetivos

La definición de los objetivos es una de las tareas más complejas del plan, porque constituyen los resultados que se pretenden lograr.

2.1.3.2.5 Estrategias

Aquí se definen los caminos a través de los cuales la empresa alcanzará los objetivos propuestos.

2.1.3.2.6 Táctica

Se desarrollan todas las variables del marketing mix: distribución, precio, comunicación y promoción. Cada una de ellas debe ser relevante en sí misma y consistente con las demás para maximizar la sinergia y la complementariedad.

2.1.3.2.7 Programas

Aquí se exponen con mayor detalle las acciones y los responsables de llevarlas a cabo con una agenda específica que, a la vez, ensambla en forma con la secuencia global de todos los programas que ejecuten el plan.

2.1.3.2.8 Presupuesto

Es la expresión cuantitativa del plan de marketing y de los programas de acción.

2.1.3.2.9 Control

Para convertir al plan de marketing en una verdadera herramienta de gestión, es importante que estén previstos formalmente distintos mecanismos de control, revisión y ajuste que le den vida en forma continua. (Vasquez, 2012)

2.1.4 Diagnóstico.

Recoger y analizar datos del sector turístico, bien a nivel mundial, regional, nacional o local para evaluar sus problemas. (Valencia)

2.1.4.1 Análisis Estratégico

Comprende una multiplicidad de estudios de información cuyo objeto es optimizar la formulación de la estrategia empresarial.

2.1.4.2 Marketing Operativo

Consiste en el desarrollo de todas las variables del Marketing Mix, marca, producto, envase, distribución, precio, comunicación y promoción. (Kloter Phillip, Hall Prentice, 1995)

2.1.4.3 El Marketing Turístico

La importancia creciente de las necesidades de ocio y la internalización de los negocios han convertido a la industria turística en la líder de la economía mundial. Sin embargo en los últimos años el mercado turístico ha experimentado en su conjunto un descenso en el ritmo de crecimiento, se ha producido grandes cambios en las preferencias de la demanda y se ha

incrementado notablemente la oferta, tanto en términos de cantidad como de variedad de productos y destinos turísticos.

2.1.4.4 Análisis de mercado

Comprende el análisis específico del sector en que se desarrollarán las estrategias y operaciones y, dentro de ese marco, el segmento concreto de mercado que será atendido. (Donald R. Lehmann, 1997)

2.1.5 Concepto de Turismo.

Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo inferior a un año con fines de ocio, negocio y otros.

2.1.5.1 Características Específicas del Turismo

Se destacan por su importancia las siguientes:

- La interrelación que existe entre las empresas y los destinos en que estas se ubican.
- La elevada estacionalidad que caracteriza a la demanda, que provoca grandes problemas de gestión de capacidad.
- El efecto de ciertas condiciones propias del entorno externo. (Miller, 2007)

2.1.6 Socialización

La socialización es un proceso por el cual el individuo acoge los elementos socioculturales de su ambiente y los integra a su personalidad para adaptarse en la sociedad. También, es la asunción o toma de conciencia de la estructura social en la que un individuo nace, y aprende a diferenciar lo aceptable (positivo) de lo inaceptable (negativo) en su comportamiento que

se le llama socialización. La socialización se puede clasificar en tres etapas las cuales son: primaria, secundaria y terciaria.

La socialización es factible gracias a los agentes sociales, que se pueden identificar como la familia, la escuela, los iguales y los medios de comunicación. Además, son las instituciones e individuos representativos con capacidad para transmitir e imponer los elementos culturales apropiados. Los agentes sociales más representativos son la familia, porque posee un rol primordial ya que es el primer nivel social al que tenemos acceso y la escuela, ya que en la actualidad ha perdido su papel principal y la escuela es transmisora de conocimientos y de valores. (Wikipedia, 2012)

2.2 MARCO REFERENCIAL.

2.2.1 CANTON PALTAS

Se encuentra a 98 Km de la ciudad de Loja, con un estilo colonial predominante en las viviendas encontramos a Catacocha, cabecera cantonal. Sus construcciones datan del siglo XVIII. Los portales, balcones, aleros, escalinatas, parques con iglesias, integrado a la vegetación y paisajes que crean un colorido visual, convirtiendo a esta ciudad en un conjunto de gran valor arquitectónico, por lo cual fue declarado Patrimonio Cultural de la nación, mediante decreto del INPC en 1994 como muestra de la existencia del asentamiento Palta se encuentra el Museo "Hermano Joaquín Liébana Calle" del colegio de los Maristas, en donde se puede encontrar gran variedad de vestigios pertenecientes a esta cultura, cuenta con 35647 habitantes.

2.2.2 Datos Generales

Cabecera cantonal: Catacocha

Altitud: 1840 m.s.n.m

Temperatura promedio: 15 ºC

Superficie: 1124 Km^2

Clima: Frío y Templado

Ubicación: Noroccidente de la provincia de Loja

División política: 2 parroquias urbanas, 7 parroquias rurales y 73 barrios

Parroquias urbanas: Catacocha y Lourdes

Parroquias rurales: Cangonamá, Casanga, Guachanamá, Lauro Guerrero, Orianga, San Antonio y Yamana

Festividades

- Festividades de Cantonización: 25 de Junio
- Reivindicación de los derechos de Paltas: 3 de Diciembre
- Fiesta Comercial "San Juan": 24 de Junio
- Fiesta Comercial - Ganadera: 30 de Julio
- Feria Comercial: Primera semana de Octubre. (Visitaecuador, 2012)

Clima

Cuenta con un clima frío, en general su clima es delicioso, con una temperatura promedio de 18 ºC.

Precipitación

En Paltas los aguaceros son temporales y son muy fuertes; se dan de diciembre a mayo. La época seca es de junio a diciembre. A mediados del año el área puede ser considerada semi seca y la otra mitad del año muy lluviosa.

Las áreas irrigadas se encuentran en todo el valle y son generalmente los beneficiarios los propietarios de las haciendas

Situación y límites

El Cantón Paltas se ubica al norte – occidente de la provincia de Loja y sus límites son:

- Al norte los cantones de Chaguarpamba, Olmedo y la provincia de El Oro
- Al sur con los cantones de Calvas y Sozoranga
- Al este con los cantones de Catamayo y Gonzanamá
- Al oeste los cantones Puyango y Celica

2.2.3 Turismo en Catacocha

Mirador "El Shiriculapo" o Balcón del Inca

Es un mirador natural formado por una montaña rocosa de granito, cuya pared lateral occidental desciende en forma abrupta y vertical a unos 150 metros de profundidad. Desde el domo superior que semeja a un balcón excavado en la roca, se puede admirar el sitio Playas y el Valle de Casanga; los cerros Guanchuro, Pizaca, Cango, Pilapila y todos los paisajes del entorno de Catacocha.

Balneario popular "El Almendral"

Ubicado a pocos kilómetros de la ciudad de Catacocha en la vía que conduce a Macará y junto al corredor turístico sur-occidental de la provincia de Loja, aprovechando su riqueza, el entorno natural ofrece el Chorro y enlaza con otro a escasos 100 metros de distancia en el sector los dos puentes. Este balneario permite a la comunidad y a los turistas que con frecuencia lo visitan de opciones alternativas que posibiliten el turismo ecológico.

Chininuma

Es un mirador natural ubicado al noreste de la ciudad de Catacocha, desde aquí se puede admirar una gran extensión del cantón, como: la verde zona de Lauro Guerrero, Orianga, Cangonamá y el pintoresco Cerro Cango.

La Quinta

Es otro balcón natural al norte de la ciudad, está circundado por pinos, ciprés, eucaliptos, arabiscos, grupos, buganvillas, magnolias y otras plantas florales propias del lugar. Desde este sitio se puede observar la Chorrera Blanca, los fructíferos valles de Yamana y San Antonio.

El Pizaca

En este cerro se puede practicar el turismo ecológico de montaña. (Kawsay, 2001)

2.2.4 Historia de Paltas

La historia de los Paltas es que fueron una tribu luchadora, que se opuso tenazmente a la expansión del Tahuantinsuyo e inclusive colaboraron con la colonización de los españoles. Sus tradiciones aún se imponen en el que fuera su principal asentamiento: Catacocha, aquí el Shiriculapo esconde muchos secretos, puesto que a sus pies muchas vidas se ofrendaron a los dioses paganos. Es por ello que ha sido considerada, esta ciudad, como Patrimonio Cultural de la Humanidad.

2.2.5 Aspectos Culturales

Por la gran riqueza de sus tradiciones, heredada de los ancestros aborígenes y de la época colonial, fue declarado Patrimonio Cultural de la Nación, el 25 de mayo de 1994.

2.2.6 Artesanías y Platos Típicos

La cerámica constituye la principal artesanía, especialmente la del barrio Tacoranga, donde en forma rudimentaria y tradicional se fabrican: ollas de barro, maceteros y otros objetos, que son muy vendidos en las festividades del cantón.

Además en el barrio San Antonio se fabrican los afamados dulces de la provincia, es decir los bocadillos y los turrones en grandes cantidades que llevan para la venta en la Feria de Integración Fronteriza de la Ciudad de Loja.

El tipismo alimenticio lo constituye el delicioso plato de Repe (Sopa de guineo verde con grano) y el majado o molloco, que así mismo es de guineo o plátano verde, tan tradicional en el Cantón.

2.2.7 Servicios Básicos:

La cabecera cantonal dispone de los siguientes servicios básicos: agua potable, alcantarillado sanitario, energía eléctrica, red telefónica, y telefonía celular; no así las parroquias rurales, las cuales carecen de los servicios de agua potable y alcantarillado.

2.2.8 Comercio

El cantón Paltas es un centro de transacciones comerciales. Todas las parroquias rurales tienen sus ferias anuales, donde se dan cita, agricultores, ganaderos, pequeños y grandes comerciantes. Los domingos en la cabecera cantonal, son días de verdadera animación y actividad comercial.

Tres son las ferias comerciales que se realizan anualmente en la cabecera cantonal de Catacocha, a saber: la del 24 de junio, 30 de Julio y primer domingo de octubre.

2.2.8.1 Industrias:

Las industrias están poco desarrolladas. Tradicionales son los objetos de cerámica, confeccionados por los moradores de los barrios Tacoranga y Quebrada arriba. Existen fábricas de Teja y ladrillo.

2.2.8.2 Producción:

Banano, Plátano, Guineo, Café, Fréjol, Trigo, Cebada, Maracuyá, Cidras, Ciruelas, Toronjas, Piñas.

2.2.9 Parroquia Urbana de Catacocha:

2.2.9.1 Historia de la parroquia Catacocha

De acuerdo a la leyenda que se transmite oralmente desde épocas remotas, se dice que una pareja de nativos Paltas al pasar por este lugar (Catacocha), se quedó admirada por la gran cantidad de agua que se había acumulado en la misma, cuentan historiadores que la nativa resbaló y exclamó la palabra Taita-Cocha, que quiere decir Padre Lago en idioma Palta, la pareja se quedó a vivir en estos terrenos y así empezó el pueblo de Taita - Cocha, cuando llegaron los españoles y tomaron posesión de estas tierras le llamaron Catacocha y años después Villa de San Pedro, Apóstol de Catacocha.

Catacocha; proviene del dialecto Palta que significa: Catay = aquí, y Cocha = laguna. Existen muchas versiones sobre el origen de su nombre, antiquísimo asiente indígena palta, pues se supone que para el año 1600, ya existía como parroquia eclesiástica fundada por los dominicanos.

2.2.9.2 Fundación española de Catacocha:

Cabecera cantonal de Paltas, población indígena que existía cuando los españoles iniciaron la conquista, y sobre ella, el 4 de diciembre de 1751, don Julián Antonio de Angulo y Montesinos llevó a cabo su fundación española. En los primeros años de la Real Audiencia de Quito pasó a formar parte del Corregimiento de Loja, y proclamada la independencia, fue cantonizada el 25 de junio de 1824, de acuerdo con la Ley de División Territorial de Colombia expedida por el Gral. Francisco de Paula Santander.

2.2.9.3 Cultura

En la ciudad de Catacocha se realiza anualmente una romería, cuyo objetivo principal es el de intercambiar las imágenes entre los agricultores de la parroquia de Cangonamá y Catacocha. La iniciativa de efectuar esta fiesta se dio por la preocupación de los campesinos ante la larga sequía que presentó la hoya de Loja hace algunos años atrás.

2.2.9.4 Atractivos de la Parroquia Catacocha:

- La Peña del Shyriculapo o Balcón del Shyri.
- Mirador del Calvario.
- Las Casas Patrimoniales Inventariadas.
- Mirador de la Quinta Fátima de los Hermanos Maristas.
- Cima del cerro Guanchuro desde donde se observa el hermoso roquedal de la ciudad.
- Los tasines en la quebrada del Barrio Playas Alto. (Visitaecuador, 2012)

3. METODOLOGÍA

3.1 MATERIALES.

Los materiales que se emplearon para el desarrollo del presente Proyecto de Tesis son los siguientes.

- Libros, revistas, afiches, internet, entre otras, para la revisión y análisis de información bibliográfica relacionada con el tema de estudio.
- Computadora, calculadora, cámara fotográfica digital, filmadora, entre otros.
- Materiales de oficina: papel, engrapadora, perforada, lápices, entre otros

3.2 MÉTODOS Y TÉCNICAS

Para el desarrollo del presente proyecto, se tomó en cuenta los diferentes métodos y técnicas, los mismos que ayudaron a recopilar información importante para el proyecto investigativo; por lo tanto se utilizó el método analítico, este método permitió conocer más del objeto de estudio, con lo cual se pudo: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías. El método científico es un proceso destinado a explicar fenómenos, establecer relaciones entre los hechos y enunciar leyes que expliquen los fenómenos físicos del mundo y permitan obtener, con estos conocimientos, aplicaciones útiles al hombre.

Además se aplicó la técnica de la entrevista que se la realizó al departamento de turismo y alcalde del cantón Paltas, la técnica de la observación directa de los atractivos turísticos para verificar el estado en que se encuentran y la encuesta que fue aplicada a las personas que visitan los lugares Turísticos de la parroquia Catacocha.

Para el cumplimiento del **primer objetivo** se utilizó la técnica de la encuesta, es una técnica destinada a obtener datos de varias personas, para poder conocer las diferentes preferencias de los turistas, realizar un análisis de las respuestas, y descubrir a qué clase de turistas enfocarnos, la cual sirvió para **realizar el diagnóstico de la situación actual de los Atractivos Turísticos de la Parroquia.**

Para la aplicación de la encuesta se tomó como universo los datos de registros de establecimientos de hospedaje de la cabecera cantonal Catacocha, tomando en cuenta que en la parroquia Catacocha no existe una oficina de registro de turistas donde adquirir estos datos. Los establecimientos de hospedaje de la cual se obtuvo la muestra es: hotel Ejecutivo, hotel Arupos, hotel Tambococha y hostal Turista, referente de los visitantes que llegaron en el año 2011 y parte del 2012, obteniendo como resultado 7.860 visitantes en los registros hoteleros que mediante el desarrollo de la fórmula dio como resultado la aplicación de 366 encuestas.

Fórmula para calcular la muestra

$$\frac{n= Z^2 x\ N\ x\ P\ x\ Q}{(N- 1\ x\ e^2)\ x\ \ (z^2 x P x\ Q)}$$

Dónde:

n= tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza (1,96)

N= Tamaño de la población

P= Probabilidad de éxito (0,5)

Q= Probabilidad de fracaso (0,5)

E= Margen de error (0,05)

Entonces:

$$n= \frac{1{,}96\ x\ 7860\ x\ 0{,}5\ x\ 0{,}5}{(7140 – 1\ x\ 0{,}05^2) + (1{,}96^2\ x\ 0{,}5\ x\ 0{,}5)}$$

$$n = \frac{6997,2}{(7859)\ (0,0025) + (0,96)}$$

$$n = \frac{7545,6}{20,6}$$

n= 366 encuestas

Se utilizó el análisis FODA, para saber con exactitud cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del lugar. Esto se lo realizó a través de las salidas de campo para ver el estado real de los atractivos turísticos. Además se aplicó el método analítico, el cual me permitió analizar y plantear un objetivo para conocer la debilidad de la parroquia.

Para el cumplimiento del **segundo objetivo** se utilizó el método científico, el cuál nos permitió realizar de forma adecuada el **diseño de la propuesta de promoción y publicidad.** Este método científico nos ayudó a obtener fuentes bibliográficas como revistas, libros, y de internet los que ayudaron a recopilar información acerca del tema planteado y así fortalecer los conocimientos que se necesitó para diseñar la propuesta.

En el **tercer objetivo**, para **socializar la propuesta de Marketing con las instituciones y comunidades involucradas**, se utilizó la técnica de la socialización, esta técnica nos ayudó con la información que fue recopilada para ser analizada en forma general con el personal involucrado de trabajo de las entidades de la parroquia y se explicó el estado real y actual de los atractivos turísticos de la parroquia de Catacocha.

4. RESULTADOS

Se ha determinado que los atractivos turísticos de la parroquia Catacocha si son conocidos a nivel provincial, sin embargo el objetivo principal de este proyecto es dar a conocer estas riquezas que posee la parroquia tanto a nivel local como nacional, ya que además cuenta con atractivos únicos en el ámbito local, para de esta forma aumentar la afluencia de turistas logrando un mejor desarrollo económico al sector.

Para llegar a estos atractivos el acceso es fácil debido a la excelente ubicación en que se encuentra Catacocha ya que está a 97 km. de la ciudad de Loja, el acceso se lo puede realizar vía terrestre en las diferentes cooperativas de transporte como son, Unión Cariamanga, cooperativa Loja y Sur Oriente. Y además en carro particular, este servicio de transporte es frecuente para conocer los diferentes atractivos.

También se conoció que únicamente en las diferentes fiestas que se celebran a lo largo de todo el año esta parroquia es muy visitada por los turistas, por esta razón para que el visitante se lleve una buena impresión y el deseo de volver a visitarla, y así puedan sugerir a otras personas, sería fundamental que las entidades gubernamentales de la provincia de Loja, les brinden mayor apoyo económico a este sector destinado para el desarrollo turístico para implementar servicios adicionales en los atractivos de la parroquia, y de esta manera tratar de aumentar turistas no solo en temporadas de fiestas sino durante todo el año.

Sin embargo, la falta de planificación por parte de las entidades gubernamentales y el desinterés de la población para capacitarse en temas turísticos impiden el adecuado desarrollo de los Atractivos.

Para que tengan un adecuado desarrollo los diferentes atractivos de la parroquia Catacocha, se lo puede cumplir logrando que los turistas locales, nacionales y demás personas conozcan estos atractivos muy importantes, a través de una excelente promoción, y así tengan la oportunidad de

conocer las riquezas de la parroquia, disfruten de su hospitalidad, entretenimiento y contacto con el medio ambiente y de esta manera llenen las expectativas de los visitantes, generar en ellos el deseo de volver a visitarlos, y así puedan recomendarlo a otras personas, obteniendo además un buen desarrollo económico de la población.

Frente a esta situación que atraviesan los atractivos de la parroquia se realizó la respectiva socialización con las personas involucradas en el ámbito turístico. Lo cual supieron manifestar que si existe el interés por mejorar el turismo en la parroquia, con el fin de atraer turistas nacionales e internacionales. De tal manera están de acuerdo en la ejecución del proyecto ya que no existe la suficiente promoción de los atractivos turísticos de Catacocha.

4.1 MATRIZ DE DIAGNÓSTICO

CUADRO N° 1: MATRIZ DE DIAGNÓSTICO

Provincia: Loja
Cantón: Paltas

Parroquia: Catacocha

Extensión territorial: 297 km2

Población: 9533 habitantes.

Temperatura: 18°c.

Altitud promedio: 1850 msnm.

Fecha de Parroquialización: 25 de junio de 1824

Ubicación geográfica: Noroccidente de la provincia de Loja

Límites: Al Norte: Con las parroquias de Yamana y San Antonio

Al Sur: Con los cantones Calvas y Sozoranga.

Al Este: Con la parroquia Lourdes y el cantón Gonzanamá
Al Oeste: Con las parroquias Guachanamá y Casanga.

División política: Los barrios principales que integran la parroquia son: La Ramada, El Tamarindo, Playas Alto, Opoluca, El Sauce, El Purón, Naranjo Dulce, Landanuma, Hijinda, Higuerones, Colanga, Naranjo Dulce, Tacoranga, Suipirá, Ashimingo, Palomontón, Huat, entre otros.

Idioma: Español.

Referencia cercana: Con los cantones de Olmedo a 37km, Chaguarpamba a 52km y Catamayo a 61km.

Accesibilidad: Se encuentra a 97km de la ciudad de Loja, el acceso se lo puede realizar vía terrestre en las diferentes cooperativas de transporte como son, la Unión Cariamanga, cooperativa Loja y la Sur Oriente, y además en carro particular.

Descripción urbana:

Tienen un trazado indio y arquitectura española, la mayoría de las casas son sobre piedra, muros de adobe, cubierta de carrizo, teja y madera, con un portal exterior que cubre todo el frente de la casa, en la que las aceras que dan a la calle quedan protegidas con el alero de la construcción sobre puntales de madera, tienen patios y jardines internos y grandes corredores a su alrededor.

Actividad económica:

Todas las parroquias rurales tienen sus ferias anuales, donde se dan cita, agricultores, ganaderos, pequeños y grandes comerciantes. Los domingos en la cabecera cantonal, son días de verdadera animación y actividad comercial.

Es decir la principal fuente de ingresos económicos se debe a la Agricultura, Ganadería, y a pequeños y grandes Comerciantes.

4.2 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA

Para realizar el análisis de la situación turística, tome en cuenta los atractivos más accesibles y conocidos que se encuentran dentro de la urbe de la parroquia Catacocha, teniendo en cuenta la cercanía que existe entre ellos.

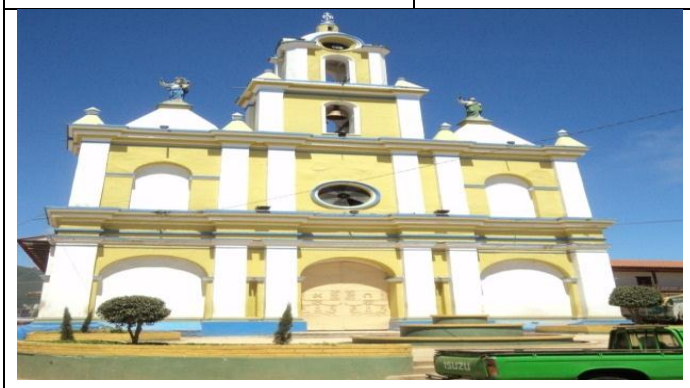
CUADRO N° 2: JERARQUIZACION DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

CONTENIDO	**INFORMACIÓN DESARROLLADA**	
ATRACTIVOS NATURALES		
NOMBRE DEL ATRACTIVO	**JERARQUIA:**	**FICHA:**
MIRADOR EL SHIRICULAPO	**II**	01
ATRACTIVOS CULTURALES		
NOMBRE DEL ATRACTIVO	**JERARQUIA:**	**FICHA:**
MUSEO HERMANO JOAQUIN LIEVADA CALLE	**II**	02
IGLESIA MATRIZ DE CATACOCHA	**II**	03
MIRADOR COLINAS DEL CALVARIO	**II**	04
CASAS INVENTARIADAS PATRIMONIALES	**II**	05
ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS		
Festividades de Cantonización: 25 de Junio		
Reivindicación de los derechos de Paltas: 3 de Diciembre		
Fiesta Comercial "San Juan": 24 de Junio		
Fiesta Comercial - Ganadera: 30 de Julio		
Fiesta comercial: Primera semana de octubre		

4.3 Fichas Descriptivas de Atractivos Turísticos de la Parroquia Catacocha.

CUADRO N° 3: Inventario de Atractivos. Iglesia Matriz de Catacocha

Iglesia Matriz de Catacocha		**Jerarquía: II**
Categoría: Cultural	**Tipo:** Etnografía	**Subtipo:** Iglesia
Provincia: Loja	**Cantón:** Paltas	**Localidad:** Catacocha



Ubicación: Se encuentra ubicada en el parque central frente al Ilustre Municipio de Paltas en la calle 25 de Junio y Laura Piedra de Tandazo.

Características:
Se encuentra ubicada en el parque central frente al Ilustre Municipio del cantón Paltas aquí es donde todos los fieles católicos de este lugar acuden a realizar sus oraciones a Dios y en su interior se encuentran un sinnúmero de cuadros e imágenes de algunos santos.

Otra característica es que conserva su arquitectura, como símbolo de la cultura, la misma que es visitada por propios y ajenos. En ella asisten centenares de feligreses a participar de las fiestas religiosas. No se sabe a ciencia cierta su fecha de creación, pero se estima que fue construida en el siglo XVIII. Aquí además de la celebración de la eucaristía para el pueblo, también se realizan las diferentes fiestas religiosas.

Actividades Turísticas.-
Toma de fotografías.
Celebración de la eucaristía
Eventos religiosos:
Cada 24 de junio se celebra la fiesta de San Juan Bautista
1er Domingo de Octubre fiesta comercial. En honor a la Virgen del Rosario.

Recomendaciones: llevar:
- Cámara fotográfica
- Ropa cómoda

Fuente: Observación Directa
Elaboración: Paúl Ocampo

CUADRO N° 4: Inventario de Atractivos. Mirador Colinas del Calvario

Mirador Colinas del Calvario		**Jerarquía: II**
Categoría: Cultural	**Tipo:** Etnografía	**Subtipo:** Mirador
Provincia: Loja	**Cantón:** Paltas	**Localidad:** Catacocha

Ubicación: La cruz del calvario se encuentra ubicada a unos 200 metros del parque central de Catacocha.

Características:

- ✓ Este mirador se encuentra a unos 200 metros del parque central, en la parte alta de la parroquia donde se puede observar bellos paisajes de la ciudad de Catacocha.
- ✓ La cruz del calvario, es un lugar de solemnidad religiosa en semana santa.
- ✓ En la cima del Cerro se encuentra la cruz, que representa la crucifixión de Cristo.
- ✓ La cruz de este mirador ilumina en las noches lo cual embellece a la ciudad.

Actividades Turísticas.-

Toma de fotografías
Es un mirador desde donde se puede observar en forma panorámica la ciudad.
Existe una cancha en la cual se puede realizar deporte.

Recomendaciones: llevar;

- Ropa cómoda
- Zapatos deportivos
- Repelente
- Protector solar
- Cámara fotográfica filmadora
- Gorra

Fuente : Observación Directa
Elaboración: Paúl Ocampo

CUADRO N ° 5: Inventario de Atractivos.		
Casas Patrimoniales Inventariadas		**Jerarquía: II**
Categoría: Cultural	**Tipo:** Histórico	**Subtipo:** Arquitectura Civil
Provincia: Loja	**Cantón:** Paltas	**Localidad:** Catacocha

Ubicación: Se encuentran por todas las calles del área urbana especialmente por el centro de la ciudad.
Las casas de bahareque, carrizo y teja con huerta en su parte posterior aún subsisten en algunos barrios periféricos.

Características:
Son viviendas que nacen de un trazado indio y una arquitectura española, característica más que suficiente para que con justa razón obtenga por parte del Instituto Nacional de Patrimonio, la declaratoria de Catacocha Patrimonio Cultural del Ecuador.

Casas sobre piedra, muros de adobe, cubierta de carrizo, teja y madera, con un portal exterior que cubre todo el frente de la casa, en la que las aceras que dan a la calle quedan protegidas con el alero de la construcción sobre puntales de madera, tienen patios y jardines internos y grandes corredores a su alrededor”

Actividades Turísticas.-
Observar la arquitectura de las viviendas
Tomar fotografías de las fachadas de la parte exterior ya que no se puede ingresar a la parte interior.

Recomendaciones: llevar;
- Cámara fotográfica
- Gorra
- Protector solar
- Zapatos deportivos
- Ropa cómoda

Fuente: Observación Directa
Elaboración: Paúl Ocampo

CUADRO N° 6. Inventario de Atractivos.		
Museo Hermanos Joaquín Liébana Calle		**Jerarquía: II**
Categoría: Cultural	**Tipo:** Histórico	**Subtipo:** Museo
Provincia: Loja	**Cantón:** Paltas	**Localidad:** Lourdes

Ubicación: Se encuentra en el primer piso de la unidad educativa "Marista". Exhibe piezas de la era paleolítica y neolítica, joyas y herramientas rudimentarias.

Características:

El museo es administrado por los Hermanos Maristas.

En el museo se encuentran reliquias arqueológicas representativas de los originarios, así como restos de animales y vegetales petrificados, los cuales han sido recogidos por los mismos pobladores en los alrededores de la ciudad y sus valles

La riqueza arqueológica del cantón Paltas, es innegable es así que toda la cordillera que comprende desde Veracruz hasta Guachanamá, pasando por Cangonamá, Garrochamba, Carmelo, Lauro Guerrero y Saunamá, es una zona abundante en restos arqueológicos compuestos de: cerámicos, líticos y óseos, que es necesario estudiar e investigar con detenimiento e interés realmente científicos.
En arqueología: piedra, cerámica, metal, paleontológica, madera petrificada, fosiles, marinos, terrestres; numismática, monedas, billetes del ecuador.

Actividades Turísticas.-

- ✓ Exhibe piezas de la era paleolítica y neolítica, joyas y herramientas rudimentarias.
- ✓ Toma de fotografías.
- ✓ Sirve como biblioteca y además se puede observar y apreciar toda la riqueza arqueológica del cantón Paltas.

Recomendaciones: llevar;

- Cámara fotográfica
- Ropa cómoda

Fuente: Observación Directa
Elaboración: Paúl Ocampo

Cuadro N° 7.Inventario de Atractivos. Mirador el Shiriculapo		**Jerarquía: II**
Categoría: Natural	**Tipo:** Montañas	**Subtipo:** Mirador
Provincia: Loja	**Cantón:** Paltas	**Localidad:** Lourdes

Ubicación: El Shiriculapo o Balcón del Inca, se encuentra a 600 metros del centro parroquial de Catacocha y constituye el principal atractivo turístico de la misma; su acceso se lo realiza por el hospital Dr. Guido Díaz. La peña es de forma escarpada de corte casi vertical y con poca vegetación.

Características:

- Se trata de uno de los miradores más grandes y hermosos de Paltas, desde esta gran montaña se admira extensas áreas verdes y paisajes de Catacocha. Su pared lateral desciende en forma vertical, tiene 150 m aproximadamente de profundidad.
- Esta imponente roca constituye un mirador natural, una escalinata construida sobre la roca conduce a la cima en donde se encuentra una estatua de Cristo Rey.
- El Shiriculapo sostiene a catacocha y se dice que al dinamitar la piedra, catacocha desaparecería ya que es una sola plancha la que está por debajo de todo el pueblo.

Actividades Turísticas.-

Toma de fotografías

Cuenta con balcones que permiten apreciar el impresionante paisaje del valle de Casanga; el Cerro Pisaca del que se desprenden dos cerros más pequeños el Pisaquita y Pisaquilla y el cerro Guanchuro.

Observación de la naturaleza.

Recomendaciones: llevar;

- Ropa cómoda
- Zapatos deportivos
- Repelente
- Protector solar
- Cámara fotográfica filmadora
- Gorra

Fuente: Observación Directa

Elaboración: Paúl Ocampo

4.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA.

Para poder realizar el Análisis de la Oferta, se ha tomado en cuenta los diferentes Establecimientos que prestan servicios como son. Hoteles, Hosterías, Restaurantes, bar cafeterías y servicios de taxi de la ciudad de Catacocha.

CUADRO N° 8: ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA

CAT.	ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TEL.
	HOTELES		
3º	EJECUTIVO	Domingo Celi y Adriano Valarezo	2683-092
3º	EL DESCANSO DEL GUERRERO	Perimetral Vía a Loja	2683-092
3º	TAMBOCOCHA	25 de Junio y Lauro Guerrero	2683-551
3º	LOS ARUPOS	Manuel Vivanco y 25 de Junio	2683-278
3°	HOTEL TURISMO	Isidro Ayora y Lauro Guerrero	2683-731
3°	RESIDENCIAL BUENA ESPERANZA	Calle Manuel Vivanco	2683-031
	HOSTERÍAS		
3º	SAN JORGE	Barrio Santa Marianita - Vía a Loja	
3º	PARAÍSO DE LOS PALTAS	Barrio El Naranjo - Vía a Macará	2683-058
	RESTAURANTES		

3°	RESTAURANTE GOURMET	Calle Isidro Ayora	2683-554
3°	RESTAURANTE CARIAMANGA	Calle Manuel Vivanco	2683-024
3°	RESTAURANTE LOS OCHENTA	Calle Loja	2684-019
3°	FAST FOOD	Calle Loja	2684-019
3°	RESTAURANTE EL SHIRICULAPO	Calle Bolívar	2683-074
3°	LOS AGACHADITOS	Bajos del C. Comercial Paltense	
3°	LAS PALMAS	Barrio el Naranjo, Vía Macará	3031696
3º	TRADICIONAL	Independencia y 25 de Junio	2683-582
3º	MESÓN PALTENSE	Manuel Vivanco	2683-577
3º	MR. CHIKEN BURGUER	Lauro Guerrero entre Loja y Mercadillo	2683-038
BAR CAFETERÍA			
3°	EL SOTANO	Calle Envolvente	2683-769
3°	GT	Calle Eloy Alfaro	2683-907
2º	ECLIPSE	Domingo Celi y Adriano Valarezo	2683-710
2º	LOS 0CHENTA	Calle Loja y Lauro Guerrero	

SERVICIO DE TAXI			
2°	BAGNER QUICHIMBO	PARQUE CENTRAL	2683-888
2°	MICHAEL LOAIZA	PARQUE CENTRAL	091060965
2°	EDWIN GUAMAN	PARQUE CENTRAL	085774906

4.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

1. ¿Conoce Ud. cuáles son los principales atractivos turísticos de la parroquia Catacocha de cantón Paltas?

ANÁLISIS CUANTITATIVO

De las 366 encuestas aplicadas a los turistas con respecto al conocimiento que tienen los turistas encuestados sobre los atractivos turísticos de la parroquia Catacocha del cantón Paltas, el 56% de los turistas señalan que conocen los principales atractivos de Catacocha; mientras que el 44% no conocen los atractivos.

ANÁLISIS CUALITATIVO

Catacocha, es una bellísima ciudad ubicada al nor-occidente de la provincia de Loja, que tiene varios atractivos y servicios turísticos calificados por el Ministerio de Turismo de Loja, por lo que es satisfactorio saber que la mayor parte de turistas encuestados si conocen los atractivos de Catacocha, lo que facilita la difusión de estos atractivos.

2. ¿De los siguientes lugares cuales usted ha visitado?

ANÁLISIS CUANTITATIVO

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los turistas tanto de Loja como de Catacocha, 284 turistas respondieron que si visitan Catacocha equivalente a un 65%; mientras que 152 turistas respondieron que visitan Yamana correspondiente a un 35%.

ANÁLISIS CUALITATIVO

Catacocha es un sitio de gran interés por sus atractivos, además de las costumbres y tradiciones que el pueblo mantiene vivas, elementos que le han permitido ser declarada Patrimonio Cultural del Ecuador y por otro lado

se encuentra Yamana, ubicada a 20 km. de Catacocha, que guarda la mayor riqueza arqueológica del cantón con petroglifos, que permiten ubicar los primeros indicios de petrograbados en roca de la etnia de los Paltas.

3 ¿Visita Ud. con frecuencia los sitios antes mencionados?

ANÁLISIS CUANTITATIVO

De la información recibida por parte de los encuestados, 184 turistas revelan que visitan con frecuencia los sitios de Catacocha, correspondiente a un 50%; en cambio 182 turistas señalan que no visitan con frecuencia los lugares antes mencionados, equivalente a un 50%.

ANÁLISIS CUALITATIVO

Con respecto a esta pregunta se puede obtener gran satisfacción porque de alguna u otra forma se puede comprobar que Catacocha y Yamana reúnen características muy importantes, que han permitido a los visitantes regresar y visitar con frecuencia los atractivos por los que están compuestos estos dos lugares.

4 ¿Si su respuesta es afirmativa señale la frecuencia?

ANÁLISIS CUANTITATIVO

Analizando los resultados en el gráfico correspondiente, que tiene como temática la frecuencia con que los turistas visitan los sitios de Catacocha y Yamana, del 100% de encuestados, 58 turistas visitan en temporada de vacaciones correspondiente al 32%; 50 turistas en feriados lo que equivale al 27%; 47 turistas los fines de semana correspondiente a un 25%; y 29 turistas con la opción de otros, con un 16%.

ANÁLISIS CUALITATIVO

En esta pregunta se puede determinar que la mayoría de visitantes aprovechan sus vacaciones para salir a disfrutar de los maravillosos lugares que ofrece Catacocha y Yamana, otros en los feriados para disfrutar de momentos acogedores con sus familiares o amigos y así también otros turistas prefieren visitar estos lugares los fines de semana para librarse del estrés y de las preocupaciones diarias del trabajo, salir de la rutina y personas que eligen otros días o temporadas para viajar y conocer estos lugares.

5 ¿Cuándo usted visita los lugares antes mencionados lo hace?

ANALISIS CUANTITATIVO

Analizando los resultados en el gráfico, observamos que 213 turistas viajan con la familia equivalente al 58%; 70 turistas viajan con amigos equivalentes al 19%; 55 turistas viajan solos equivalente al 15%; y finalmente 28 turistas prefieren viajar con otro tipo de personas equivalente al 8%.

ANÁLISIS CUALITATIVO

De acuerdo al análisis cualitativo se determina que la mayor parte de turistas visitan los lugares antes mencionados con la familia, ya que de esta manera se pueden compartir momentos amenos, otros prefieren hacerlo en compañía de sus amigos, para aventurarse y conocer los interesantes atractivos de Catacocha y Yamana, en cambio otros visitantes prefieren ir solos y otros eligenir en compañía de compañeros de trabajo, con sus parejas, etc.

6 ¿Cuáles de las siguientes alternativas toma en cuenta para visitar los sitios anteriormente nombrados del Cantón Paltas?

ANÁLISIS CUANTITATIVO

Del 100% de los encuestados, 138 encuestados visitan el lugar por el clima equivalente al 28%; 113 turistas toman como referencia los servicios equivalente al 23%; 79 turistas tienen en cuenta el precio lo que equivale a un 16%; 61 turistas toman en cuenta la ubicación equivalente al 12%; 56 turistas toman en cuenta la vías de acceso equivalente al 11%; y 48 turistas la infraestructura equivalente al 10%.

ANÁLISIS CUALITATIVO

Acorde a los resultados del análisis cuantitativo, la mayor parte de turistas a la hora de visitar los atractivos turísticos toman en cuenta el clima, porque es un factor importante a la hora de viajar a un sitio, y precisamente estos dos sitios tienen un clima cálido, luego están los servicios, ya que consideran que son la base primordial para gozar de una estadía confortable y a la vez segura, seguidamente está el precio, que se constituye en un elemento muy importante, porque si hay precios accesibles mayor serán los turistas que deseen visitar Catacocha y Yamana, por otro lado también está la ubicación y las vías de acceso que van de la mano, para poder ingresar a un sitio y por último está la infraestructura.

7 ¿Cuál es su presupuesto cuando visita estos lugares?

ANÁLISIS CUANTITATIVO

De la información recibida por parte de los turistas encuestados tanto en Loja como en Catacocha 147 turistas señalan que el presupuesto que destinan cuando visitan los lugares antes mencionados es de $21 a 40,que corresponde al 40%; 107 turistas destinan la cantidad de $0 a 20 dólares, equivalente al 29%; 58 turistas gastan de $41 a 60, equivalente al 16%; 22

turistas gastan de $61 a 80 correspondiente al 6%; 19 turistas de $81 a 100 equivalente al 5% y por último 15 turistas destinan una cantidad mínima de más de 100 dólares equivalente al 4%.

ANALISIS CUALITATIVO

De los resultados obtenidos se puede deducir que la mayor parte de turistas destinan la cantidad de $21 a 40 para visitar ya sea Catacocha o Yamana, por razones de que los precios de los servicios que prestan estos dos lugares no son tan elevados y con esta cantidad fácilmente pueden acceder a ellos.

8 ¿En qué condiciones se encuentran los servicios existentes en los lugares antes mencionadas del cantón Paltas?

ANÁLISIS CUANTITATIVO

Analizando los resultados de las 366 encuestas, 211 turistas comentaron que los servicios existentes tanto en Catacocha como en Yamana, son muy buenos correspondiente al 58%, mientras que 122 turistas indicaron que los servicios que se brindan al visitante son regulares equivalentes al 33%, 24 turistas señalan que los servicios son excelentes correspondiente al 7% y una mínima cantidad de 9 turistas correspondiente al 2% consideran que no existen servicios en estos lugares.

ANALISIS CUALITATIVO

La mayor parte de turistas consideran que los servicios existentes tanto en Catacocha como en Yamana son muy buenos y por ende debería existir un compromiso por parte de las autoridades y personas inmersas en el turismo en seguir mejorando estos servicios con la finalidad de que el turista sienta satisfacción y disfrute de una estadía confortable cuando visite Paltas.

9 ¿A través de qué medio usted recibió información de los lugares antes mencionados?

ANÁLISIS CUANTITATIVO

Según los datos obtenidos de las encuestas 183 turistas recibieron información sobre Catacocha y Yamana de amigos equivalente al 47%; 50 turistas por medio del internet equivalente al 13%; 48 turistas se informaron a través de guías turísticas equivalente al 12%; 46 turistas por la radio equivalente al 12%; 38 turistas se informaron en trípticos equivalentes al 10%; 19 turistas a través de otros medios informativos correspondiente al 5%, y finalmente 5 turistas han recibido información por medio de la prensa equivalente al 1%.

ANÁLISIS CUALITATIVO

La mayoría de personas han llegado a conocer los sitios de Catacocha y Yamana por medio de información brindada por sus amigos, por lo que se considera que es importante la promoción y difusión de los atractivos a través de medios orales, prensa escrita y materia publicitaria, a fin de llegar a un mercado objetivo múltiple y así lograr el objetivo de atraer a muchos turistas hacia este maravilloso cantón.

10 ¿Qué tipo de actividades usted realiza cuando visita los lugares antes mencionados?

ANÁLISIS CUANTITATIVO

Por medio de los datos obtenidos se puede determinar que 115 turistas degustan de la gastronomía equivalente al 25%; 110 turistas realizan caminatas equivalente al 24%; 105 turistas visitan lugares específicos equivalente al 23%; 87 turistas visitan lugares arqueológicos correspondiente al 19%; y 41 turistas visitan el lugar por compra de artesanías equivalente al 9%.

ANÁLISIS CUALITATIVO

Con los resultados obtenidos en esta pregunta la mayoría de personas degusta de la gastronomía de Catacocha y Yamana, ya que mencionan que son muy exquisitos los platos típicos y como no mencionar los deliciosos bocadillos que se preparan en Yamana que atraen a más de un paladar.

11 ¿Dónde usualmente Ud. compra las artesanías que adquiere en los lugares antes descritos?

ANÁLISIS CUANTITATIVO

Analizando los resultados en el gráfico correspondiente se puede denotar que 75 turistas compran artesanías en plazas equivalentes al 29%; 68 turistas adquieren las artesanías o souvenirs en mercados equivalente al 27%; 61 turistas adquieren en mercados artesanales equivalente al 24%; y 50 turistas realizan compras en otros sitios equivalentes al 20%.

ANÁLISIS CUALITATIVO

En esta pregunta se determina que la mayoría de turistas adquieren las artesanías en Plazas, ya que en esto lugares los artesanos realizan exposiciones de sus productos en determinadas ocasiones, mientras que otros turistas compran artesanías en almacenes artesanales y mercados.

12 ¿Cree usted que los atractivos del cantón Paltas pueden llegar a ser un icono representativo en otros países?

ANÁLISIS CUANTITATIVO

De los turistas encuestados 345 turistas manifestaron que estos lugares pueden llegar hacer un icono representativo en otro lugar equivalente al

94%; y 21 turistas afirman que los atractivos de Paltas no pueden convertirse en un símbolo distintivo en otros países equivalente al 6%.

ANÁLISIS CUALITATIVO

En esta pregunta es importante destacar que la mayoría de turistas consideran que los atractivos del cantón Paltas si pueden llegar a ser un ícono representativo en otros países, ya que este cantón cuenta con atractivos que guardan riqueza y cultura y el orgullo más grande es que este cantón ha sido declarado Patrimonio Cultural del Ecuador, por el simple hecho de haber sido el cacicazgo de la cultura Palta y su tradicional arquitectura.

13 ¿Cree usted que si los lugares antes mencionados tuvieran más promoción serían más visitados?

ANÁLISIS CUANTITATIVO

De la información recolectada, 351 turistas encuestados manifiestan que si los sitios de Catacocha y Yamana fueran más promocionados serían más visitados equivalente a un 96%; y 14 turistas manifiestan que no serían visitados si fueran promocionados equivalentes a un 4%.

ANÁLISIS CUALITATIVO

Con los resultados obtenidos se puede analizar que es primordial realizar campañas de difusión y promoción de los atractivos turísticos, ya que esto permitiría conocer a las personas mucho más a cerca de los atractivos que ofrece Catacocha.

4.6 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Para poder realizar el análisis de la competencia, se pudo determinar que uno de los principales competidores de la parroquia Catacocha dentro del Cantón es la parroquia de Yamana.

PARROQUIA YAMANA

Dentro de la propiedad de la familia Beltrán, se encuentra uno de los petroglifos que han permanecido enterrados algún tiempo. En este mismo sector se encuentran otros petroglifos formando parte de un complejo arqueológico de gran extensión, disperso en un campo espinoso llamado la Arrinconada.

Aquí en un área aproximada de 1.000 metros están concentradas rocas grabadas con motivos geométricos, zoomorfos y antropomorfos las cuales se encuentran deterioradas, propias de la acción natural del clima y de actividades animales y humanas.

Además las áreas de petroglifos en el barrio Santo Domingo de Guzmán donde se ubican muestras de petrograbados en roca, que muestran sus particularidades de rasgos o figuras empleados por la Etnia de los Paltas (la Piedra del Sol y tacines en la quebrada de Chipillico), y la chorrera de Soracola.

PARROQUIA SAN ANTONIO

Aquí se encuentra la piedra del sol, ubicado en el barrio Santo Domingo, es una piedra que muestra petrograbados en roca, los mismos que tienen particularidades de rasgos o figuras empleados por la etnia de los Paltas.

Además se ha podido determinar los principales competidores a nivel de la provincia que se encuentran aledaños a esta parroquia, Los cuales se indican a continuación:

CANTON CATAMAYO

Rio Boquerón

El río Boquerón o Catamayo ofrece un ambiente cálido y tropical junto con sus cálidas aguas y sus playas arenosas. Cuyo nombre en tierras de los valles de Malacatos y Vilcabamba es Piscobamba y que luego al unirse con el río Guayabal forman el Catamayo; constituye el río más concurrido por turistas los fines de semana y días feriados, ya que, sus cristalinas aguas brindan placenteros balnearios fluviales, cuyas riberas se vuelven atestadas por los bañistas de todas las edades.

CANTON CELICA

Los Monolitos de Quillusara

Conjunto arqueológico cuyas inscripciones se remontan a las culturas preincaicas y hasta coloniales, se encuentran en la planicie de Quillusara, perteneciente a la parroquia Sabanilla.

En la planicie de Quillusara, perteneciente a la Parroquia Sabanilla, cerca de la Quebrada del Muerto se encuentra el conjunto arqueológico: Monolitos de Quillusara, las mismas que datan de muchísimos años y son el reflejo de una cultura muy rica en tradiciones e identidad que habitó en estos lugares en tiempos remotos. Si usted quiere sentir paz interior y encontrarse con la magia del pasado prehispánico, no tiene más que visitar las ruinas de Quillusara.

Allí se topará con un conjunto de grandes piedras alargadas y puntiagudas distribuidas de tal forma que pacería rendir pleitesía al sol y a la vez esconder sus partes bajas para ofrecer sombra. Se cree que estas integraban un templo en honor a la fertilidad, de la familia y de los campos.

En gran parte de las piedras se hallan grabados, que generan curiosidad de los más estudiosos en el afán por descifrar su significado.

CANTON CHAGUARPAMBA

Balneario el guineo

Este balneario natural está formado por una chorrera cristalina y un buen remanso ubicado en la quebrada Saraguallas, a pocos kilómetros de la carretera que conduce hacia la costa.

En este lugar se sentirá a gusto entre gente sencilla, que hará lo posible para que la pase muy bien. La diversidad de escenarios que las mismas nos ofrecen, satisfacen los gustos del más exigente. Lugar ideal para realizar diversas actividades tales como caminata, fotografía, observación de flora y fauna.

Invitamos a visitar el balneario en donde podrá degustar de la cascada en unión de familiares y amigos

EL RÍO PINDO

Este río ofrece a los visitantes sus cálidas aguas, está ubicado entre La Provincia de Loja y la Provincia de El Oro, en el puente interprovincial. El caudaloso Río Pindo forma tranquilos vados de agua que es aprovechada por propios y extraños que la vistan; complementan este lugar turístico dos buenos salones de sabrosas.

CANTON MACARÁ

Puente Internacional

Ubicado a 2.5 km. de la ciudad de Macará, se levanta sobre el río Macará el cual sirve de límite natural territorial. Sobre el puente se hallan ubicadas las oficinas de la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE), tiendas de abarrotes, restaurantes de comidas típicas ecuatorianas. Además el puente es el punto principal en donde se realiza el intercambio comercial, cultural y turístico, puesto que por él transitan ciudadanos de distintas nacionalidades.

Bosque Seco "El Tambo Negro"

Se localiza entre las Parroquias La Victoria y Sabiango a 1.5 Km. de la última. En su mayoría está formado por el bosque seco tropical y constituyendo el hábitat principalmente del Ceibo, además se puede encontrar el Faique en las partes bajas y campos de maíz en la ladera sur. En el Tambo Negro habitan aproximadamente 120 especies de aves, entre las que se incluyen 20 que pertenecen a la Región Tumbesina, siendo las más representativas Leptotila ochraceiventris, Synallaxi tithys y Myrmeciza griseiceps, la importancia al bosque le da el alto grado de especies endémicas y amenazadas.

Se encuentra de 600 a 1000 m.s.n.m., sobre un filo bajo que divide los valles, regados por los ríos Sabiango y Macará, la zona recibe una precipitación anual de 600 metros cúbicos.

CANTON CALVAS

Cerro Ahuaca

Este cerro tiene una altura de 2463 msnm, se encuentra a la salida de la ciudad de Cariamanga, vía a Loja, al pie de la población El Carmen del

Ahuaca, imponente por su majestuosidad, por el esplendor de sus formas. Está conformado por dos picachos de diferente altura cada uno y con cortes verticales. Los pobladores le colocaron una cruz, producto de su fe cristiana, al ascender a la cima se siente como estar en un mirador natural desde donde se puede apreciar la ciudad de Cariamanga.

CANTON ZAPOTILLO

Río Catamayo

Las orillas del Río Catamayo y los balnearios naturales del cercano Río Alamor, constituyen un atractivo propio de la zona, en la temporada de verano sus aguas se vuelven tan cristalinas, que es posible observar el fondo de éstas. Las playas de arena que se forman en sus orillas son preferidas y disfrutadas por los turistas.

LOS ATRACTIVOS DE CATACOCHA FRENTE A LA COMPETENCIA

Los atractivos de la parroquia de Catacocha son muy conocidos a nivel provincial, debido a la importancia que tienen cada uno de ellos, pero sin embargo existe un entorno en el ambiente competitivo donde se encuentran los mismos, con sus posibilidades de desarrollo, ya sea positivo o negativo debido a la competencia que ha venido generando con el pasar de los años, la causa principal del estancamiento de los atractivos de la parroquia se debe a la existencia de otros atractivos turísticos importantes aledaños a la parroquia, los cuales se ven obligados a aumentar la afluencia de turistas, en este caso la parroquia de Catacocha tiene las posibilidades para atraer turistas debido a la gran cantidad de atractivos que existen dentro de la urbe en comparación con los competidores de los sectores aledaños. Pero sin embargo la demanda que existe actualmente no es la necesaria para un buen desarrollo de la parroquia.

4.7 ANÁLISIS FODA DE LA PARROQUIA CATACOCHA : CUADRO N° 9: ANÁLISIS FODA

Fortalezas	Debilidades	Oportunidades	Amenazas
Los atractivos turísticos de la parroquia Catacocha son conocidos a nivel Provincial.	Atractivos Turísticos visitados únicamente en temporadas de fiestas, como en carnaval, fiestas de san Juan Bautista, Fiestas de cantonización.	Existe interés de las entidades gubernamentales por mejorar el turismo en la parroquia. Con el fin de atraer turistas Nacionales e Internacionales.	Falta de decisión Política en la Organización Gubernamental en mejora y conservación de Atractivos Turísticos.
Catacocha fue declarado como Patrimonio Cultural del Ecuador.	Limitado presupuesto destinado para el desarrollo turístico, que impide implementar servicios adicionales en los atractivos.	Pueden Asociarse entre los diferentes atractivos de la parroquia. Debido a la cercanía en que se encuentran.	La adversidad del invierno termine con las Casas Patrimoniales
Existe servicio de transporte frecuente para conocer los diferentes Atractivos.	Falta de planificación por parte de las entidades gubernamentales, que impiden el adecuado desarrollo de los atractivos.	Aprovechar y potenciar los recursos naturales, culturales y la infraestructura que poseen, y darle uso todo el año de forma complementaria. Para ello se deben realizar diferentes acciones tales como, promociones, actividades y propagandas anuales, que atraigan al turista extranjero y nacional.	Desconocimiento de Los Atractivos Turísticos tanto a nivel Nacional e Internacional.
Excelente ubicación de los atractivos turísticos. Debido a que se encuentran cerca de la cabecera cantonal.	No existe el mantenimiento adecuado en las vías, para llegar a los Atractivos.		Falta de seguridad para el turista.
Facilidad de acceso a estos atractivos.	Desinterés por parte de la población para capacitarse en temas turísticos		
Gratuidad para los turistas por visitar los atractivos.	Poca visión de las entidades gubernamentales. Con respecto a proyectos turísticos.		
Las diferentes fiestas que se celebran a lo largo de todo el año son muy visitadas por los turistas.	Concientización a la Población sobre la conservación de las Casas Patrimoniales		
	Escasa promoción de los Atractivos Turísticos.		

5. PROPUESTA

5.1. DISCUSIÓN

5.2. PROPUESTA DEL PLAN DE MARKETING PARA LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DE LA PARROQUIA CATACOCHA.

Para la propuesta del plan de marketing de los atractivos turísticos de la parroquia Catacocha", primero se procedió a realizar las entrevistas a las autoridades que se encuentran enfocadas en el ámbito turístico y poder tener información de la realidad actual de la parroquia, y además contar con su autorización para realizar el proyecto.

A través del estudio de Mercado que fue con la aplicación de las encuestas realizadas a los turistas que visitan la parroquia Catacocha, se pudo obtener la información necesaria y se conoció las preferencias de los turistas, que permitió conocer las necesidades de los mismos, por los cual se identificó los problemas existentes que impiden un buen desarrollo turístico y a la vez no son conocidos a nivel nacional.

Además se pudo realizar el Análisis Foda el cual consiste en evaluar las fortalezas y debilidades que están relacionadas con el ambiente interno de la parroquia y las oportunidades y amenazas que se refieren al micro y macro ambiente de la misma para de esta forma conocer los problemas que se presentan en la misma.

También se realizó el análisis de la situación turística, que fue a través de las fichas de inventario de los atractivos más importantes de la parroquia, para de esta manera poder obtener información necesaria de los mismos y así conocer las características que poseen cada uno de ellos, para luego enfocarme en los de mayor relevancia.

Además se ejecutó el análisis de la oferta el cual dio a conocer todos los tipos de servicios turísticos que presta la parroquia, como son hoteles, hosterías, restaurantes, bar cafetería y servicio de taxi, ya que es importante

para la comodidad del visitante. También se desarrolló el análisis de la competencia, que permitió conocer el tipo de competidores que enfrentan los atractivos de la Parroquia, los cuales se pudo identificar que se encuentran en la Parroquia de Yamana y los cantones vecinos como Catamayo, Celica, Chaguarpamba, Macara, Calvas, Zapotillo, y así buscar alternativas para mejorar la calidad de los servicios.

5.2.1 Misión

Conseguir que los turistas locales y nacionales y demás personas conozcan estos atractivos turísticos muy importantes que posee la Parroquia, a través de una excelente promoción, y así tengan la oportunidad de conocer las riquezas de la Parroquia y disfruten de su hospitalidad, entretenimiento y contacto con el medio ambiente.

5.2.2 Visión

Lograr que los Atractivos Turísticos de la parroquia se consoliden como uno de los principales destinos turísticos de la Provincia y de esta manera llenen las expectativas de los visitantes, y generar en ellos el deseo de volver a visitarlo, y así puedan recomendarlo a otras personas.

5.2.3 Políticas generales

- Que tengan un formulario en donde cada visitante llene con sus datos, con el fin de tener un registro de entrada de turistas.
- Las personas que se encuentran en el ITUR, estén capacitadas en el ámbito turístico y así puedan desenvolverse y brindar una excelente información a los turistas.
- Las personas encargadas de brindar información a los turistas que visitan la parroquia de Catacocha tengan una buena conducta, buenos modales y amabilidad frente a los mismos.
- El material informativo que se le brinda al turista debe ser claro y preciso para la satisfacción del mismo.

- Los encargados de información turística de la parroquia deben brindar todo tipo de información como son los trípticos, revistas, folletos de los atractivos turísticos para cualquier inquietud del turista.

5.2.4 Valores.

Amabilidad.- Este valor es necesario para que el turista se sienta en un ambiente agradable, las personas encargadas de dar información, tengan una actitud simpática y el comportamiento es caritativo hacia los turistas que ingresan a la parroquia, se los trata de la manera más sencilla.

Hospitalidad.- La Buena acogida y recibimiento que hacen a los turistas o visitantes.

Paciencia.- Buena aptitud para esperar con calma a algún turista que este retrasado.

Respeto.- Se debe tener respeto con las personas para que exista una buena comunicación, ser cordial y amable en el momento de saludar.

Gratitud.- Las personas encargadas de dar información deben ser muy agradecidas con los turistas por la visita que realizan.

Cordialidad.- Tener una adecuada forma de ser y de actuar frente a cualquier visitante.

Generosidad.- Poseen la personalidad de dar y entender a los turistas sin esperar recompensa alguna.

OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING

5.2.5 Definición de Objetivos

Crear una Marca Turística para los Atractivos de la Parroquia Catacocha.

Elaborar itinerarios que permitan observar los Atractivos Turísticos, con sus respectivas recomendaciones.

Realizar un estudio de cobertura de medios de comunicación, para difundir el logotipo y los Atractivos Turísticos a ofertarse.

5.2.6 Estrategias Generales

Producto.- Definir la imagen que se desea comunicar.

Promoción.- Seleccionar los Medios de Comunicación adecuados: como Radio, Tv, Internet, Prensa Escrita, etc.

Plaza.- Definir cuál sería nuestro Mercado Objetivo, para poder comercializar los productos, Servicios y Actividades Turísticas.

Precio.- Manejar precios diferenciales en función del periodo y la temporada para estimular la demanda.

5.3 Estrategias competitivas

5.3.1 Estrategias de venta de producto

- Se realizara convenios con los hoteles más conocidos de la provincia de Loja, para que se entregue información publicitaria, a través de las personas que se hospedan en los mismos.
- A través de las agencias de viajes, para que promocionen nuestro paquete como destino turístico.
- Con los municipios de Paltas y del Cantón Loja por medio del ITUR, podrían dar a conocer el logotipo y los atractivos turísticos de la Parroquia.
- Con el Ministerio de Turismo de la ciudad de Loja. Para que se entregue información publicitaria a la ciudadanía y turistas que lo visitan.
- Feria de integración fronteriza Simón Bolívar que se desarrolla del 20 de agosto al 8 de septiembre.
- Feria de encuentro de culturas que se desarrolla en la plaza de san Sebastián y que organiza la Universidad Nacional de Loja.
- La feria FITE

5.3.2 Marketing Interno

- Se lo efectuará a través de la capacitación del personal para de esta manera ofrecer un buen servicio al turista y lograr la satisfacción del mismo, y a su vez se aumentará la afluencia de turistas. Las capacitaciones deben ser de temas turísticos y atención al cliente, las cuales se deberían dar en un tiempo de 2 horas al día durante 4 días que dan un total de 8 horas de capacitaciones.
- Se recomienda a las personas que trabajan en el ITUR tengan un mantenimiento apropiado del lugar.
- Las personas que están a cargo de ofrecer los servicios se capaciten de la mejor manera para así poder ofrecer un buen servicio.
- Poder recomendar a los turistas sobre los lugares que puedan visitar en la parroquia.

5.3.3 Estrategia de Promoción

Marca turística.- Se creará una marca turística que permita enfocar el producto o conjunto de atractivos turísticos a promocionar.

Marca Turística

Este logo representa lo más sobresaliente de la Parroquia, como lo es su mirador y su vista panorámica de sus valles, lo cual es ideal para compartir entre familia y amigos.

El indio paltas sobre el mirador representa su furia en defensa de su tierra que decidió remontarse frente a la invasión Española.

El color verde de las letras del eslogan, significa su naturaleza lleno de paisajes que le dan vida a esta Parroquia.

Los Itinerarios.- Se realizarán Itinerarios con los respectivos precios, guion y recomendaciones.

ITINERARIO 1:

Full Day para la Parroquia de Catacocha

El siguiente itinerario se lo realiza con el fin de observar los Atractivos Turísticos de la Parroquia.

06h30: Salida desde el Parque Bolívar hasta la Parroquia de Catacocha

09h00: Llegada a la parroquia Catacocha

09h15: Desayuno en Restaurante Tradicional

09h45: Visita a la Iglesia Matriz de Catacocha; toma de fotografías.

10h30: Visita al museo Hermanos Joaquín Liébana Calle, toma de fotografías

11h15: Visita al Mirador el Shiriculapo, vista panorámica y toma de fotografías

12h15: Almuerzo tradicional en el Restaurante Mesón Paltense

13h15: Descanso y relajación en el Parque Central

14h00: Visita al Mirador Colinas del Calvario, vista panorámica y toma de fotografías.

14h45: Recorrido por toda la ciudad observando y tomando fotografías a las Casas Patrimoniales.

16h00: Concentración en el Parque Central

16h15: Retorno a la ciudad de Loja.

CUADRO N° 10. Detalle de costos de Full Day

Servicios	**Valor**
Transporte	150$
Alimentación	80$
Guía	30$
Actividades Turísticas	No tienen costo
Total	**260$**

El costo de este Full Day por persona es de 26$

GUIÓN:

Mirador el Shiriculapo

Se trata de uno de los miradores más grandes y hermosos de Paltas, desde esta gran montaña se admira extensas áreas verdes y paisajes de Catacocha. Su pared lateral desciende en forma vertical, tiene 150 m aproximadamente de profundidad.

Mirador colinas del Calvario

Este mirador se encuentra a unos 200 metros del parque central, en la parte alta de la parroquia donde se puede observar bellos paisajes de la ciudad de Catacocha.

Museo Hermanos Joaquín Liébana Calle

En el museo se encuentran reliquias arqueológicas representativas de los originarios, así como restos de animales y vegetales petrificados, los cuales han sido recogidos por los mismos pobladores en los alrededores de la ciudad y sus valles

Casas Patrimoniales

Son viviendas que nacen de un trazado indio y una arquitectura española, característica más que suficiente para que con justa razón obtenga por parte del instituto nacional de patrimonio, la declaratoria de Catacocha Patrimonio Cultural del Ecuador.

Iglesia Matriz de Catacocha

Se encuentra ubicada en el parque central frente al ilustre municipio del cantón paltas aquí es donde todos los fieles católicos de este lugar acuden a realizar sus oraciones a Dios y en su interior se encuentran un sinnúmero de cuadros e imágenes de algunos santos.

Recomendaciones: Llevar:

- Ropa cómoda
- Zapatos deportivos
- Repelente
- Protector solar
- Cámara fotográfica filmadora
- Gorra
- Ropa abrigada por si llueva.

ITINIERARIO 2:

Paquete Turístico

Día 1:

08h00: Concentración en el Parque Bolívar

08h15: Salida a la Parroquia de Catacocha

09h00: Restaurante las orquídeas en Catamayo

11h00: Arribo a Catacocha

11h15: Visita al mirador el Shiriculapo

12h30: Salida a la Hostería Paraíso de los Paltas

13h00: Almuerzo en la Hostería

14h00: Tarde de recreación en la hostería

16h00: Regreso al centro de la parroquia

16h30: Recorrido por la ciudad observando las casas patrimoniales

18h00: Cena

19h00: Ingreso al Hotel

20h30: Noche libre

Día 2:

08h30: Desayuno en el Restaurante Mesón Paltense

09h00: Visita al Museo Hermanos Joaquín Liébana Calle

10h00: Visita a la Iglesia Matriz de Catacocha

11h00: Visita al Mirador Colinas del Calvario

12h00: Almuerzo

13h00: Relajación en el Parque Central

13h30: Retorno a la Ciudad de Loja.

CUADRO N° 11: Detalle de costos del Paquete Turístico.

Servicios	**Valor**
Transporte	300$
Alimentación	170$
Hospedaje	100$
Guía	60$
Actividades Turísticas	Sin costo
Total	**630$**

El costo de este paquete x persona es de 63$, de dos días y una noche.

GUIÓN:

Mirador el Shiriculapo

Se trata de uno de los miradores más grandes y hermosos de Paltas, desde esta gran montaña se admira extensas áreas verdes y paisajes de Catacocha. Su pared lateral desciende en forma vertical, tiene 150 m aproximadamente de profundidad.

Mirador colinas del Calvario

Este mirador se encuentra a unos 200 metros del parque central, en la parte alta de la parroquia donde se puede observar bellos paisajes de la ciudad de Catacocha.

Museo hermanos Joaquín Liébana Calle

En el museo se encuentran reliquias arqueológicas representativas de los originarios, así como restos de animales y vegetales petrificados, los cuales han sido recogidos por los mismos pobladores en los alrededores de la ciudad y sus valles

Casas Patrimoniales

Son viviendas que nacen de un trazado indio y una arquitectura española, característica más que suficiente para que con justa razón obtenga por parte del instituto nacional de patrimonio, la declaratoria de Catacocha Patrimonio Cultural del Ecuador.

Iglesia Matriz de Catacocha

Se encuentra ubicada en el parque central frente al ilustre municipio del cantón paltas aquí es donde todos los fieles católicos de este lugar acuden a realizar sus oraciones a Dios y en su interior se encuentran un sinnúmero de cuadros e imágenes de algunos santos.

Hostería Paraíso de los Paltas

Se encuentra a 25 minutos de la cuidad de Catacocha, cuenta con confortables habitaciones matrimoniales, simples, dobles, baño privado, salón social, bar, restaurant, piscinas, turco, canchas deportivas y amplio parqueadero

Recomendaciones: Llevar:

- Ropa cómoda
- Zapatos deportivos
- Repelente
- Protector solar
- Cámara fotográfica filmadora
- Gorra

- Ropa abrigada por si llueva.

Propaganda y Publicidad.- El tipo de material a utilizar y el lugar donde se promocionará:

- Por medio de la radio: radio Rumba Estéreo de Loja, radio Macará y radio Paltas Estéreo de Catacocha, 3 cuñas diarias, dos días en la semana. Durante un mes.
- Por medio de la televisión, dos cuñas diarias, durante 30 segundos x dos días a la semana, durante un mes
- Se publicará mediante prensa escrita, se realizara 8 cuñas, una por semana, durante dos meses
- Por medio de Trípticos, Afiches Publicitarios y Tazas Turísticas, los cuales serán entregados en los principales puntos de la Provincia de Loja, por ejemplo, en el Ministerio de Turismo, la Terminal Terrestre y en las Instituciones Públicas, además se los promocionará mediante las diferentes ferias que se realicen dentro de la Provincia de Loja.

TRÍPTICO

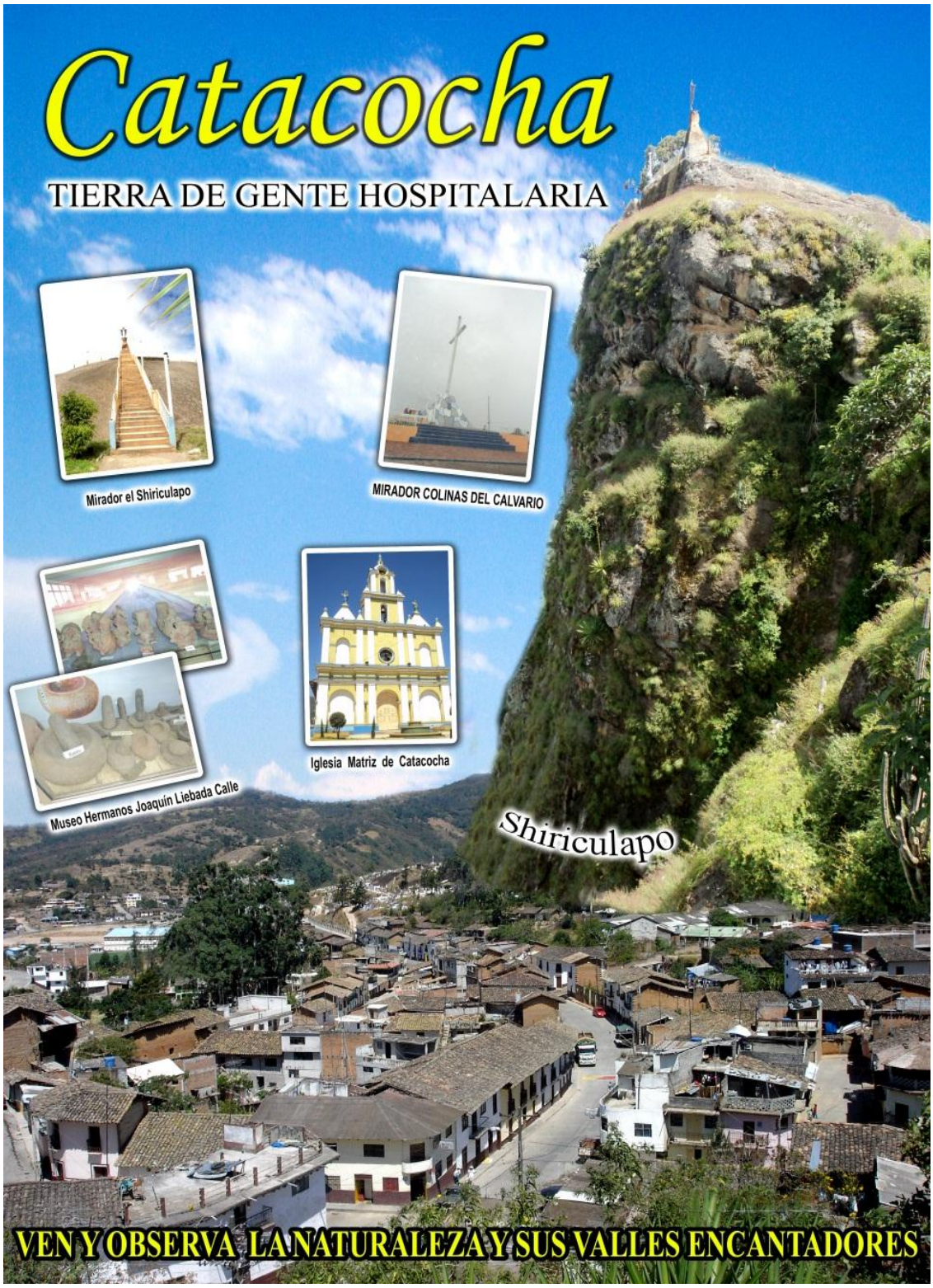
INDIO PALTAS
Catacocha tierra de atractivos con viviendas de arquitectura única
MIRADOR EL SHIRICULAPO
CATACOCHA TURÍSTICO
DISFRUTA DE UNA VISTA DE VIVIENDAS CON ESTILO COLONIAL
Atractivos Turísticos en los que se puede observar los valles, las casas patrimoniales, realizar caminatas, deportes y toma de fotografías.
Los Paltas frente a la invasión española fueron indios dueños de un espíritu indómito, celosos y bravíos defensores de su tierra.
CATACOCHA
Fecha de creación: 25 de junio de 1824
Extensión: 297 km2
Altitud: 1850 msnm
Temperatura: 18°C
Población: 9533 habitantes
Distancia desde Catacocha a Loja: 97 km
Ubicación Geográfica: Noroccidente de la provincia de Loja

TRÍPTICO

MIRADOR EL SHIRICULAPO
Tiene 150 metros de profundidad.
Cuenta con balcones que permiten apreciar el impresionante paisaje del valle de Casanga; el Cerro Pisaca y el cerro Guanchuro.
ATRACTIVOS TURÍSTICOS
MUSEO HERMANOS JOAQUIN LIEBADA CALLE
Exhibe piezas de la era paleolítica y neolítica, joyas y herramientas rudimentarias.
MIRADOR COLINAS DEL CALVARIO
Se encuentra a unos 200 metros del parque central, en la parte alta de la parroquia .
La cruz representa la crucifixión de Cristo.
CASAS PATRIMONIALES
Son viviendas que nacen de un trazado indio y una arquitectura Española, aquí se puede observar y tomar fotografías a las mismas.
IGLESIA MATRIZ DE CATACOCHA
Conserva su arquitectura, como símbolo de la cultura, la misma que es visitada por propios y ajenos.

TAZAS TURÍSTICAS

AFICHE PUBLICITARIO



Campaña de medios

Los principales medio en los cuales se va a promocionar y difundir los atractivos turísticos del Cantón Paltas, Parroquia de Catacocha, se los realizará en la radio de la parroquia y ciudad de Loja, prensa, televisión y trípticos.

- Por medio de la radio: radio Rumba Estéreo de Loja, radio Macará y Paltas Estéreo de Catacocha, 3 cuñas diarias, dos días en la semana. Durante un mes
- Por medio de la televisión, dos cuñas diarias, durante 30 segundos x dos días a la semana, durante un mes
- Se publicará mediante prensa escrita, se realizará 8 cuñas, una por semana, durante dos meses.

5.3.4 Herramientas Promocionales

Las herramientas más convenientes que se debe utilizar para que exista una excelente promoción.

CUADRO N° 12: Herramientas Promocionales

Medios de Publicidad	Medios	Tiempo de Duración	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Prensa Escrita	Diario la hora	1 artículo a la semana, por dos meses.	8	72.45	579.60
Televisión	Ecotel	Dos cuñas diarias, 30 segundos. x dos días a la semana, durante un mes	16	20	320.00
Radio	Radio Rumba Estéreo de Loja	3 cuñas diarias, dos Días en la semana. Durante un Mes.	24	3.00	72.00
	Radio Macará.	3 cuñas diarias, dos Días en la semana. Durante un Mes.	24	3.00	72.00
	Paltas Estéreo de Catacocha	3 cuñas diarias, dos Días en la semana. Durante un Mes.	24	2.50	60.00
Material Turístico	Trípticos	Full color	1000		120.00
	Afiches	Full color	1000		170.00
	Tazas Turísticas		200		700.00
TOTAL					**2093.6**

6. INFORME DE SOCIALIZACIÓN

Introducción

Catacocha tiene un alto potencial turístico y parte de este potencial no es aprovechado de una manera adecuada, existen muchas debilidades en el manejo de la actividad turística, como es el mal manejo de los recursos, falta de organización y la poca preocupación que existe por parte del gobierno.

La presente socialización tuvo como objetivo principal la exposición de la propuesta que ayudará al mejoramiento de los atractivos turísticos de la parroquia Catacocha, la misma se realizó en el departamento de Plan de Desarrollo del Ilustre Municipio del Cantón Paltas, con la presencia de las autoridades encargadas del ámbito turístico del gobierno autónomo descentralizado de Paltas, licenciado Wilmer Guamán promotor cultural, ingeniera María Ester Celi asistente de promoción turística, ingeniera Viviana Soto coordinadora PDCP, tecnólogo Ítalo Cobos técnico de PDCP.

Objetivos

- Dar a conocer a las entidades gubernamentales de la parroquia Catacocha, la propuesta de promoción y publicidad de los atractivos turísticos.
- Determinar el modelo de la publicidad y el lugar donde se promocionará
- Mostrar el presupuesto que se requiere para ejecutar el proyecto.

Desarrollo de Socialización

El día lunes 23 de julio del 2012 se procedió a realizar la socialización del proyecto de Tesis, para lo cual me dirigí al Ilustre Municipio del cantón Paltas que fue donde realice la misma, en el departamento de Plan de Desarrollo, luego de haber preparado el material para la exposición, se inició la socialización con los que conforman el departamento de Promoción Cultural y Plan de Desarrollo, Les pareció muy interesante la propuesta del proyecto de tesis, que supieron declarar que sería factible ejecutar el mismo.

Una vez finalizada la socialización con las autoridades de la parroquia, procedieron a escribir las debidas sugerencias, con esto se dio por terminado la misma que dejo muy satisfechos a los mismos, para constancia se adjuntan certificados correspondientes de la misma.

CUADRO Nro. 13: Agenda de Socialización

AGENDA DE SOCIALIZACIÓN	
Día de la Socialización	Lunes 23 de Julio del 2012
Horario	10h00
Tiempo de Socialización	1 hora
Ubicación	Catacocha
Sugerencias	Realizar pequeños cambios en el Análisis Foda
Personas presentes en la Socialización	Lic. Wilmer Guamán Ing. Viviana Soto Ing. María Ester Celi Tcng. Ítalo Cobos

CONCLUSIONES

- Esta Socialización fue de mucha importancia para dar a conocer los Resultados y Propuesta del Proyecto de Tesis ya que es lo primordial que deben conocer las personas involucradas de esta parroquia.
- Se concluyó que las personas involucradas en el Proyecto tienen un gran conocimiento sobre los atractivos turísticos de la parroquia.

RECOMENDACIÓNES:

- A las Autoridades de la parroquia les brinden mayor apertura a los estudiantes que deseen realizar Proyectos Turísticos.
- Mayor interés por parte de las autoridades que están a cargo de este tipo de proyectos que generan estabilidad económica a la parroquia.
- Que exista una cooperación mutua entre el personal del Municipio, para fomentar este tipo de proyectos y lograr una mejor sostenibilidad y por ende se siga apoyando el turismo local.

HOJA DE CERTIFICACIÓN DE SOCIALIZACIÓN

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN PALTAS

PLAN DE DESARROLLO CANTONAL DE PALTAS

COORDINACIÓN GENERAL

Catacocha 23 de julio de 2012

CERTIFICO:

Que el Sr. Carlos Paúl Ocampo Quirola, con número de cédula 1900570654, realiz Socialización del Proyecto de Tesis "Plan de Marketing para los atractivos turísticos Ciudad de Catacocha".

Es todo lo que podemos decir en honor de la verdad.

Ing. Viviana Soto
COORDINADORA PDCP

GOBIERNO LOCAL DE PALTAS
COORDINACION GENERAL
PLAN DE DESARROLLO CANTONAL
CATACOCHA - LOJA - ECUADOR

Tcng. Ítalo Cobos.
TECNICO DE PDCP

Lic. Wilmer Guamán
PROMOTOR CULTURAL

GOBIERNO LOCAL DE PALTAS
OFICINA DE PROMOCION CULTURAL

Ing. María Ester Celi
ASISTENTE DE PROMOCION TURIS

HOJA DE SUGERENCIA DE SOCIALIZACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMISNTRATRIVA
CARRERA DE ADMINSITRACIÓN TURÍSTICA

SOCIALIZACIÓN DEL "PLAN DE MARKETING PARA LOS ATRACTIVOS TURÌSTICOS DE LA CIUDAD DE CATACOCHA DEL CANTON PALTAS, PROVINCIA DE LOJA"

NOMBRE DE ASISTENTE	SUGERENCIAS	FIRMA
Italo Cobos Torres	Exelente Trabajo	
Wilmer Rodrigo Guamán	Realizar pequeños cambios	
Viviana Soto E	ninguna	
Ma. Esther Cali P	ninguna	

OFICIO DE INVITACIÓN PARA SOCIALIZACIÓN DE LA PROPUESTA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

Oficio. No. 0534- CAT-AJSA-UNL
Loja, 20 de julio de 2012

Ing.
Jorge Luis Feijoo.
ALCALDE DEL ILUSTRE MUNICIPIO DE PALTAS
Ciudad.-

De mi consideración:

Es grato dirigirme a usted para hacer de su conocimiento que el estudiante Carlos Paúl Ocampo Quirola realizará la Socialización de su proyecto de tesis con el tema: **"Plan de Marketing para los Atractivos Turísticos de la ciudad de Catacocha del Cantón Paltas, Provincia de Loja.** El día 23 de Julio a las 10:00 de la mañana por lo que solicito de la manera mas comedida, se digne disponer el lugar donde se realizará dicha Socialización.

En la seguridad de contar con su autorización, me suscribo de usted.

Atentamente,

Ing. Isadora Rodríguez Fernández
COORDINADORA ENCARGADA DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADM. TURÍSTICA
COORDINACIÓN
LOJA - ECUADOR

IRF/bsadM.
C.c. Promoción Cultural Y Turismo
Plan de Desarrollo
Archivo

ACREDITADA POR EL CONSEJO NACIONAL DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN (CONEA)
RESOLUCIÓN No. 003-CONEA-2010

7. CONCLUSIONES

- ✓ Después de haber realizado la presente Tesis se concluyó que si existe el interés de las entidades gubernamentales por mejorar el turismo en la parroquia, con el fin de atraer turistas nacionales e internacionales.

- ✓ La escasa promoción de los Atractivos Turísticos ha ocasionado el desconocimiento de los mismos, tanto a nivel nacional e internacional.

- ✓ Además se conoció que ingresa a esta parroquia un limitado presupuesto destinado para el desarrollo turístico, que impide implementar servicios adicionales en los atractivos.

- ✓ El desinterés por parte de la población para capacitarse en temas turísticos.

- ✓ Por medio de las encuestas se determinó que los atractivos turísticos son visitados únicamente en temporadas de fiestas, como en carnaval, fiestas de San Juan Bautista, Fiestas de cantonización.

- ✓ Poca visión de las entidades gubernamentales, con respecto a proyectos turísticos.

- ✓ Falta de decisión política en la Organización Gubernamental en mejora y conservación de atractivos turísticos.

- ✓ Además se concluyó que una de las ventajas que poseen estos atractivos son: el servicio de transporte frecuente, la facilidad de acceso y la gratuidad para los turistas por visitar los atractivos.

8. RECOMENDACIONES

- ✓ A las entidades de la parroquia Catacocha propongan convenios con otras instituciones a nivel provincial, para de esta manera tener una excelente promoción de los atractivos turísticos.

- ✓ Se recomienda a las entidades Gubernamentales de la Provincia de Loja aporten un mayor presupuesto a la parroquia de Catacocha, destinado al mejoramiento de los atractivos turísticos de la misma.

- ✓ Se recomienda a las Entidades Gubernamentales de la Parroquia, planifiquen de una mejor manera cualquier tipo de Planes y Proyectos Turísticos con el propósito de tener un adecuado desarrollo de los Atractivos.

- ✓ A los medios de comunicación de la parroquia, se recomienda emprender campañas de difusión y conocimiento de los atractivos culturales y naturales de Catacocha.

- ✓ Se recomienda a la población hacer conciencia de las riquezas que posee la parroquia, y puedan conservar lo que aún tienen.

- ✓ A los propietarios de los diferentes establecimientos de la parroquia Catacocha que prestan servicios como son; Hoteles, Hosterías, Restaurantes, entre otros, se capaciten en temas turísticos para que brinden una excelente atención frente a cual tipo de turista.

- ✓ Al Ministerio de Turismo promueva Programas Turísticos incluyendo los Atractivos más relevantes de la Parroquia Catacocha.

9. BIBLIOGRAFIA

- ✓ ARELLANA, CUEVA, Rolando, Marketing, 1995, Enfoque América Latina, pág. (1-2).
- ✓ CRAVENS, PIERCY, David W. Nigel F. Marketing Estratégico, 2007, José Ignacio Fernández Soria, pág. 29.
- ✓ KOTLER, PHILIP, Fundamentos de Mercadotecnia, Prentice Hall, 1.995.
- ✓ KAWSAY F. Turismo comunitario, un Encuentro con la Leyenda Inka, 2001 Loja, Ecuador.
- ✓ MILLER, ROYER, Introducción al Marketing Turístico, 1992, la dirección de entreprises, Mc Graw Hill.
- ✓ SAPOROSI Gerardo, Clínica Empresaria, Ediciones Macchi, 1.997.
- ✓ WILENSKY, Alberto, Marketing estratégico, Ed. Tesis, 1.997

9.1. NETGRAFIA:

- http://www.uventas.com/ebooks/Analisis_Foda.pdf
- http://es.wikipedia.org/wiki/Socializaci%C3%B3n
- http://www.visitaecuador.com/andes.php?opcion=datos&provincia=12&ciudad=Fd2AnKPO
- http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo/Diccionario-1/D/DIAGN%C3%93STICO-TUR%C3%8DSTICO--1520/
- http://ficherovirtual.cl/pet/estrdepla.html

ANEXOS

ANEXO 1: ANTEPROYECTO

1. **TEMA:** Plan de Marketing para los Atractivos Turísticos de la Parroquia de Catacocha del cantón Paltas de la provincia de Loja.

2. **PROBLEMATIZACIÓN:**

A nivel mundial en el campo turístico cada día se va obteniendo una visión más óptima de esta materia, puesto que el turismo se ha ido evolucionando de una forma muy precisa y elevada, dando así que existan muchas organizaciones que realicen planes y programas con una visión de preservar y mantener el medio ambiente y a la vez aumentando la afluencia de turistas, en pocas palabras tener turismo sin afectar ni destruir, los entornos naturales y culturales.

Los cambios en el medio ambiente de las organizaciones turísticas son cada vez más dinámica. La globalización, la competitividad, los cambios económicos, tecnológicos, legales, de mercado, etc. asociados a su crecimiento e integración hacen más compleja la tarea administrativa de los recursos turísticos. Las empresas turísticas requieren eliminar subjetividad en la toma de decisiones, manteniendo una visión de largo plazo en un ambiente internacional, por lo que se requiere su profesionalización, mediante el uso de herramientas administrativas que permitan alcanzar sus objetivos con eficiencia.

Ecuador país privilegiado por tener una gran diversidad de atractivos, es un paraíso donde muchos turistas desearían visitar, por lo que se a emprendido un gran movimiento de ideas, para un desarrollo óptimo y conciso del turismo, el cual está enfocado a ciertas líneas de desarrollo, manteniendo las políticas e ideas que se consolidaron desde un principio, pero observando nuevos caminos para el desarrollo turístico del país.

Loja es una provincia que cuenta con muchos lugares turísticos muy importantes conocidos a nivel nacional e internacional, sin embargo debido a la gran competencia de otros atractivos existentes a nivel nacional, nuestra provincia se ve con la necesidad de innovar y a la vez promocionar los atractivos más relevantes para así aumentar la afluencia de turistas.

En el cantón Paltas, se encuentra ubicada la parroquia Catacocha la cual posee un clima frio con una temperatura de 15 a 20 grados, aquí se encuentran varios atractivos turísticos muy importantes, a pesar de esta realidad no se han sabido aprovechar eficientemente, por esta razón es necesario poner en marcha una serie de estrategias de mercado, para así fortalecer e incrementar el flujo de visitantes en la parroquia de Catacocha.

Mediante la entrevista realizada se pudo evidenciar muchos aspectos negativos que hacen notar el estancamiento turístico de la parroquia, de tal manera se los puede mencionar que son a causa de la deficiente aplicación de políticas de publicidad y marketing, que trae como efecto un bajo posicionamiento en el mercado regional, otro inconveniente es la falta de políticas y metas bien definidas, ocasionando la escasa innovación de los servicios, debido a que no se trabaja con una visión especifica se limita los ingresos de la parroquia.

Otro problema es la falta de capacitación en temas turísticos, lo que ocasiona que no se pueda realizar proyectos en esta área y no se aprovechen los recursos. Además el escaso presupuesto que recibe esta parroquia para el desarrollo turístico, por parte de las entidades gubernamentales en comparación a otros lugares inmersos al turismo ha provocado el estancamiento de la misma, y la poca promoción que trae como efecto un escaso desarrollo turístico.

Finalmente después de haber determinado los diferentes inconvenientes existentes en la parroquia, puedo decir que el principal problema es: **La Escasa promoción de los atractivos turísticos de la parroquia Catacocha l impide el desarrollo turístico del sector".**

3. JUSTIFICACION

Con el presente proyecto pretendemos analizar la planificación y organización para la aplicación eficiente y eficaz de un **"Plan de Marketing para los Atractivos Turísticos de la Parroquia de Catacocha del cantón Paltas de la Provincia de Loja"**

Por otra parte nuestra Universidad busca formar profesionales que lleven a la práctica los conocimientos adquiridos en las aulas, para en el futuro poder afrontar un sin número de problemas que se nos presenten.

En el ámbito social, se ha generado una confusión entre las personas involucradas al turismo del sector ya que no se ponen de acuerdo para realizar una planificación adecuada de los servicios que prestan los atractivos.

El escaso apoyo gubernamental hacia el sector turístico impide que exista un desarrollo turístico y económico a los sectores más aledaños del cantón, ademásse debería contar con posibilidades económicas, además de la colaboración de quienes están al frente de dichos atractivos mencionados que será nuestro objeto de estudio.

En el ámbito turístico este proyecto busca alternativas que permitan promocionarlo y posicionarlo como único en la provincia a través de una investigación y análisis de los recursos y potencialidades turísticas con la q cuenta la parroquia, y así mejorar la calidad de vida de los pobladores de la parroquia de Catacocha e incentivar la llegada de los turistas al sector.

4. OBJETIVOS:

4.1. Objetivo General:

- Elaborar un Plan de Marketing para los atractivos turísticos en la Parroquia de Catacocha.

4.2. Objetivos Específicos:

- Realizar un diagnóstico de la situación actual de los Atractivos Turísticos de Catacocha.
- Diseñar la propuesta de promoción y publicidad de los atractivos turísticos de Catacocha.
- Socializar la propuesta de Marketing con las instituciones y comunidades involucradas.

5. REVISION DE LITERATURA

5.1 MARCO CONCEPTUAL

5.1.1 Concepto de Marketing

El concepto de marketing ha evolucionado mucho desde su antiguo significado como sinónimo de ventas, distribución, publicidad o investigación de mercado.

Existen distintas interpretaciones respecto de la amplitud del contenido del marketing.

a) Marketing como sinónimo de publicidad, promoción y acción de ventas.
b) Marketing como un conjunto de métodos o sistemas de investigación de mercados.
c) Marketing como un sistema de conducción**.** (Cueva, 1995)

5.1.2 Marketing Estratégico y Marketing Operativo

Es común que las empresas se ocupen solamente de los aspectos del Marketing Operativo (producto, precios, comunicación, distribución y ventas), subestimando la magnitud del análisis del Marketing Estratégico.

5.1.2.1 El Marketing Estratégico

Consiste en una gestión de análisis permanente de las necesidades del mercado, que desemboca en el desarrollo de productos y servicios rentables, destinados a grupos de compradores específicos. Busca diferenciarse de los competidores inmediatos, asegurándole al productor una ventaja competitiva sustentable. (Wilensky, 1997)

La función del marketing estratégico consiste en seguir la evolución del mercado al que vendemos e identifica los segmentos actuales o potenciales, analizando las necesidades de los consumidores y orientando la empresa hacia oportunidades atractivas, que se adaptan a sus recursos y que ofrecen un potencial de crecimiento y rentabilidad.

5.1.2.2 El Marketing Operativo

Debe traducir en acciones concretas los resultados que surgen del análisis estratégico anterior. Estas acciones tienen que ver con decisiones sobre la distribución, el precio, la venta y la comunicación, cuyo objetivo es hacer conocer y valorizar las cualidades que distinguen a sus productos y servicios, dirigiéndose al público objetivo elegido. (David W, 2007)

5.1.3 Plan de Marketing

El Plan de Marketing es una herramienta que sirve de base para los otros planes de la empresa (por ejemplo, el plan de producción o el financiero); asigna responsabilidades, permite revisiones y controles periódicos para resolver los problemas con anticipación.

En un escenario cada vez más competitivo hay menos espacio para el error y la falta de previsión. Por ello el Plan de Marketing se convierte en un poderoso instrumento de gestión para la empresa. (Gerardo, 1997)

5.1.3.1 Qué comprende un Plan de Marketing

El Plan de Marketing es, un documento de trabajo donde se pueden definir los escenarios en que se va a desarrollar un negocio y los objetivos específicos. Se utiliza para identificar oportunidades, definir cursos de acción y determinar los programas operativos.

5.1.3.2 Estructura del Plan de Marketing

Si bien el plan de marketing admite diferentes formas de ser estructurado, desarrollado y presentado, y aunque distintas compañías utilizan sus propias metodologías, existe un conjunto de **fases esenciales** que, de una u otra forma y con una u otra denominación, resultan las bases fundamentales.

5.1.3.2.1 Sumario Ejecutivo

Es el resumen de los aspectos fundamentales del plan, comprende los principales objetivos, estrategias, recursos que serán necesarios y los resultados esperados.

5.1.3.2.2 Análisis de Situación

Aquí se describe el entorno económico de la empresa y el marco donde se desarrollarán las estrategias. Se compone de las partes siguientes:

- **Escenario**

Son las grandes tendencias de tipo político-económico, tecnológico, legal o sociocultural, que afectan a todo el medio en el que la empresa desarrolla sus actividades.

- **Competencia**

Se analizan los competidores directos e indirectos de la empresa.

- **La empresa**

Aquí se examinan los aspectos vinculados con la compañía como por ejemplo: los productos o servicios, los proveedores, experiencia y conocimientos del negocio.

5.1.3.2.3 Análisis Foda

El análisis FODA tiene como objetivo el identificar y analizar las fortalezas y debilidades de la institución u organización, así como también las oportunidades y amenazas, que presenta la información que se ha recolectado.

Se utilizará para desarrollar un plan que tome en consideración muchos y diferentes factores internos y externos para así maximizar el potencial de las fortalezas y oportunidades, minimizando así el impacto de las debilidades y amenazas. Se debe manejar al desarrollar un plan estratégico, o al planear una solución específica a un problema. Una vez que se ha analizado el ambiente externo (por ejemplo**:** la cultura, la economía, datos demográficos. (Serrano, 2002)

5.1.3.2.4 Los Objetivos

La definición de los objetivos es una de las tareas más complejas del plan, porque constituyen los resultados que se pretenden lograr.

5.1.3.2.5 Estrategias

Aquí se definen los caminos a través de los cuales la empresa alcanzará los objetivos propuestos.

5.1.3.2.6 Táctica

Se desarrollan todas las variables del marketing mix: distribución, precio, comunicación y promoción. Cada una de ellas debe ser relevante en sí misma y consistente con las demás para maximizar la sinergia y la complementariedad.

5.1.3.2.7 Programas

Aquí se exponen con mayor detalle las acciones y los responsables de llevarlas a cabo con una agenda específica que, a la vez, ensambla en forma con la secuencia global de todos los programas que ejecuten el plan.

5.1.3.2.8 Presupuesto

Es la expresión cuantitativa del plan de marketing y de los programas de acción.

5.1.3.2.9 Control

Para convertir al plan de marketing en una verdadera herramienta de gestión, es importante que estén previstos formalmente distintos mecanismos de control, revisión y ajuste que le den vida en forma continua. (Vasquez, 2012)

5.1.4 Diagnóstico.

Recoger y analizar datos del sector turístico, bien a nivel mundial, regional, nacional o local para evaluar sus problemas. (Valencia)

5.1.4.1 Análisis Estratégico

Comprende una multiplicidad de estudios de información cuyo objeto es optimizar la formulación de la estrategia empresarial.

5.1.4.2 Marketing Operativo

Consiste en el desarrollo de todas las variables del Marketing Mix, marca, producto, envase, distribución, precio, comunicación y promoción. (Kloter Phillip, Hall Prentice, 1995)

5.1.4.3 El Marketing Turístico

La importancia creciente de las necesidades de ocio y la internalización de los negocios han convertido a la industria turística en la líder de la economía mundial. Sin embargo en los últimos años el mercado turístico ha experimentado en su conjunto un descenso en el ritmo de crecimiento, se ha producido grandes cambios en las preferencias de la demanda y se ha incrementado notablemente la oferta, tanto en términos de cantidad como de variedad de productos y destinos turísticos.

5.1.4.4 Análisis de mercado

Comprende el análisis específico del sector en que se desarrollarán las estrategias y operaciones y, dentro de ese marco, el segmento concreto de mercado que será atendido. (Donald R. Lehmann, 1997)

5.1.5 Concepto de Turismo.

Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo inferior a un año con fines de ocio, negocio y otros.

5.1.5.1 Características Específicas del Turismo

Se destacan por su importancia las siguientes:

- La interrelación que existe entre las empresas y los destinos en que estas se ubican.

- La elevada estacionalidad que caracteriza a la demanda, que provoca grandes problemas de gestión de capacidad.
- El efecto de ciertas condiciones propias del entorno externo. (Miller, 2007)

5.1.6 Socialización

La socialización es un proceso por el cual el individuo acoge los elementos socioculturales de su ambiente y los integra a su personalidad para adaptarse en la sociedad. También, es la asunción o toma de conciencia de la estructura social en la que un individuo nace, y aprende a diferenciar lo aceptable (positivo) de lo inaceptable (negativo) en su comportamiento que se le llama socialización. La socialización se puede clasificar en tres etapas las cuales son: primaria, secundaria y terciaria.

La socialización es factible gracias a los agentes sociales, que se pueden identificar como la familia, la escuela, los iguales y los medios de comunicación. Además, son las instituciones e individuos representativos con capacidad para transmitir e imponer los elementos culturales apropiados. Los agentes sociales más representativos son la familia, porque posee un rol primordial ya que es el primer nivel social al que tenemos acceso y la escuela, ya que en la actualidad ha perdido su papel principal y la escuela es transmisora de conocimientos y de valores. (Wikipedia, 2012)

5.2 MARCO REFERENCIAL.

5.2.1 CANTON PALTAS

Se encuentra a 98 Km de la ciudad de Loja, con un estilo colonial predominante en las viviendas encontramos a Catacocha, cabecera cantonal. Sus construcciones datan del siglo XVIII. Los portales, balcones, aleros, escalinatas, parques con iglesias, integrado a la vegetación y

paisajes que crean un colorido visual, convirtiendo a esta ciudad en un conjunto de gran valor arquitectónico, por lo cual fue declarado Patrimonio Cultural de la nación, mediante decreto del INPC en 1994 como muestra de la existencia del asentamiento Palta se encuentra el Museo "Hermano Joaquín Liébana Calle" del colegio de los Maristas, en donde se puede encontrar gran variedad de vestigios pertenecientes a esta cultura, cuenta con 35647 habitantes.

5.2.2 Datos Generales

Cabecera cantonal: Catacocha

Altitud: 1840 m.s.n.m

Temperatura promedio: 15 ºC

Superficie: 1124 Km^2

Clima: Frío y Templado

Ubicación: Noroccidente de la provincia de Loja

División política: 2 parroquias urbanas, 7 parroquias rurales y 73 barrios

Parroquias urbanas: Catacocha y Lourdes

Parroquias rurales: Cangonamá, Casanga, Guachanamá, Lauro Guerrero, Orianga, San Antonio y Yamana

Festividades

- Festividades de Cantonización: 25 de Junio
- Reivindicación de los derechos de Paltas: 3 de Diciembre
- Fiesta Comercial "San Juan": 24 de Junio
- Fiesta Comercial - Ganadera: 30 de Julio

- Feria Comercial: Primera semana de Octubre. (Visitaecuador, 2012)

Clima

Cuenta con un clima frío, en general su clima es delicioso, con una temperatura promedio de 18 ºC.

Precipitación

En Paltas los aguaceros son temporales y son muy fuertes; se dan de diciembre a mayo. La época seca es de junio a diciembre. A mediados del año el área puede ser considerada semi seca y la otra mitad del año muy lluviosa.

Las áreas irrigadas se encuentran en todo el valle y son generalmente los beneficiarios los propietarios de las haciendas

Situación y límites

El Cantón Paltas se ubica al norte – occidente de la provincia de Loja y sus límites son:

- Al norte los cantones de Chaguarpamba, Olmedo y la provincia de El Oro
- Al sur con los cantones de Calvas y Sozoranga
- Al este con los cantones de Catamayo y Gonzanamá
- Al oeste los cantones Puyango y Celica

5.2.3 Turismo en Catacocha

Mirador "El Shiriculapo" o Balcón del Inca

Es un mirador natural formado por una montaña rocosa de granito, cuya pared lateral occidental desciende en forma abrupta y vertical a unos 150 metros de profundidad. Desde el domo superior que semeja a un balcón excavado en la roca, se puede admirar el sitio Playas y el Valle de Casanga;

los cerros Guanchuro, Pizaca, Cango, Pilapila y todos los paisajes del entorno de Catacocha.

Balneario popular "El Almendral"

Ubicado a pocos kilómetros de la ciudad de Catacocha en la vía que conduce a Macará y junto al corredor turístico sur-occidental de la provincia de Loja, aprovechando su riqueza, el entorno natural ofrece el Chorro y enlaza con otro a escasos 100 metros de distancia en el sector los dos puentes. Este balneario permite a la comunidad y a los turistas que con frecuencia lo visitan de opciones alternativas que posibiliten el turismo ecológico.

Chininuma

Es un mirador natural ubicado al noreste de la ciudad de Catacocha, desde aquí se puede admirar una gran extensión del cantón, como: la verde zona de Lauro Guerrero, Orianga, Cangonamá y el pintoresco Cerro Cango.

La Quinta

Es otro balcón natural al norte de la ciudad, está circundado por pinos, ciprés, eucaliptos, arabiscos, grupos, buganvillas, magnolias y otras plantas florales propias del lugar. Desde este sitio se puede observar la Chorrera Blanca, los fructíferos valles de Yamana y San Antonio.

El Pizaca

En este cerro se puede practicar el turismo ecológico de montaña. (Kawsay, 2001)

5.2.4 Historia de Paltas

La historia de los Paltas es que fueron una tribu luchadora, que se opuso tenazmente a la expansión del Tahuantinsuyo e inclusive colaboraron con la

colonización de los españoles. Sus tradiciones aún se imponen en el que fuera su principal asentamiento: Catacocha, aquí el Shiriculapo esconde muchos secretos, puesto que a sus pies muchas vidas se ofrendaron a los dioses paganos. Es por ello que ha sido considerada, esta ciudad, como Patrimonio Cultural de la Humanidad.

5.2.5. Aspectos Culturales

Por la gran riqueza de sus tradiciones, heredada de los ancestros aborígenes y de la época colonial, fue declarado Patrimonio Cultural de la Nación, el 25 de mayo de 1994.

5.2.6. Artesanías y Platos Típicos

La cerámica constituye la principal artesanía, especialmente la del barrio Tacoranga, donde en forma rudimentaria y tradicional se fabrican: ollas de barro, maceteros y otros objetos, que son muy vendidos en las festividades del cantón.

Además en el barrio San Antonio se fabrican los afamados dulces de la provincia, es decir los bocadillos y los turrones en grandes cantidades que llevan para la venta en la Feria de Integración Fronteriza de la Ciudad de Loja.

El tipismo alimenticio lo constituye el delicioso plato de Repe (Sopa de guineo verde con grano) y el majado o molloco, que así mismo es de guineo o plátano verde, tan tradicional en el Cantón.

5.2.7 Servicios Básicos:

La cabecera cantonal dispone de los siguientes servicios básicos: agua potable, alcantarillado sanitario, energía eléctrica, red telefónica, y telefonía celular; no así las parroquias rurales, las cuales carecen de los servicios de agua potable y alcantarillado.

5.2.8 Comercio

El cantón Paltas es un centro de transacciones comerciales. Todas las parroquias rurales tienen sus ferias anuales, donde se dan cita, agricultores, ganaderos, pequeños y grandes comerciantes. Los domingos en la cabecera cantonal, son días de verdadera animación y actividad comercial.

Tres son las ferias comerciales que se realizan anualmente en la cabecera cantonal de Catacocha, a saber: la del 24 de junio, 30 de Julio y primer domingo de octubre.

5.2.8.1 Industrias:

Las industrias están poco desarrolladas. Tradicionales son los objetos de cerámica, confeccionados por los moradores de los barrios Tacoranga y Quebrada arriba. Existen fábricas de Teja y ladrillo.

5.2.8.2 Producción:

Banano, Plátano, Guineo, Café, Fréjol, Trigo, Cebada, Maracuyá, Cidras, Ciruelas, Toronjas, Piñas.

5.2.9 Parroquia Urbana de Catacocha:

5.2.9.1 Historia de la parroquia Catacocha

De acuerdo a la leyenda que se transmite oralmente desde épocas remotas, se dice que una pareja de nativos Paltas al pasar por este lugar (Catacocha), se quedó admirada por la gran cantidad de agua que se había acumulado en la misma, cuentan historiadores que la nativa resbaló y exclamó la palabra Taita-Cocha, que quiere decir Padre Lago en idioma Palta, la pareja se quedó a vivir en estos terrenos y así empezó el pueblo de Taita - Cocha, cuando llegaron los españoles y tomaron posesión de estas tierras le llamaron Catacocha y años después Villa de San Pedro, Apóstol de Catacocha.

Catacocha; proviene del dialecto Palta que significa: Catay = aquí, y Cocha = laguna. Existen muchas versiones sobre el origen de su nombre, antiquísimo asiente indígena palta, pues se supone que para el año 1600, ya existía como parroquia eclesiástica fundada por los dominicanos.

5.2.9.2 Fundación española de Catacocha:

Cabecera cantonal de Paltas, población indígena que existía cuando los españoles iniciaron la conquista, y sobre ella, el 4 de diciembre de 1751, don Julián Antonio de Angulo y Montesinos llevó a cabo su fundación española. En los primeros años de la Real Audiencia de Quito pasó a formar parte del Corregimiento de Loja, y proclamada la independencia, fue cantonizada el 25 de junio de 1824, de acuerdo con la Ley de División Territorial de Colombia expedida por el Gral. Francisco de Paula Santander.

5.2.9.3 Cultura

En la ciudad de Catacocha se realiza anualmente una romería, cuyo objetivo principal es el de intercambiar las imágenes entre los agricultores de la parroquia de Cangonamá y Catacocha. La iniciativa de efectuar esta fiesta se dio por la preocupación de los campesinos ante la larga sequía que presentó la hoya de Loja hace algunos años atrás.

5.2.9.4 Atractivos de la Parroquia Catacocha:

- La Peña del Shyriculapo o Balcón del Shyri.
- Mirador del Calvario.
- Las Casas Patrimoniales Inventariadas.
- Mirador de la Quinta Fátima de los Hermanos Maristas.
- Cima del cerro Guanchuro desde donde se observa el hermoso roquedal de la ciudad.
- Los tasines en la quebrada del Barrio Playas Alto. (Visitaecuador, 2012)

6. METODOLOGÍA

6.1 MATERIALES.

Los materiales que se emplearon para el desarrollo del presente Proyecto de Tesis son los siguientes.

- Libros, revistas, afiches, internet, entre otras, para la revisión y análisis de información bibliográfica relacionada con el tema de estudio.
- Computadora, calculadora, cámara fotográfica digital, filmadora, entre otros.
- Materiales de oficina: papel, engrapadora, perforada, lápices, entre otros

6.2 MÉTODOS Y TÉCNICAS

Para el desarrollo del presente proyecto, se tomó en cuenta los diferentes métodos y técnicas, los mismos que ayudaron a recopilar información importante para el proyecto investigativo; por lo tanto se utilizó el método analítico, este método permitió conocer más del objeto de estudio, con lo cual se pudo: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías. El método científico es un proceso destinado a explicar fenómenos, establecer relaciones entre los hechos y enunciar leyes que expliquen los fenómenos físicos del mundo y permitan obtener, con estos conocimientos, aplicaciones útiles al hombre.

Además se aplicó la técnica de la entrevista que se la realizó al departamento de turismo y alcalde del cantón Paltas, la técnica de la observación directa de los atractivos turísticos para verificar el estado en que se encuentran y la encuesta que fue aplicada a las personas que visitan los lugares Turísticos de la parroquia Catacocha.

Para el cumplimiento del **primer objetivo** se utilizó la técnica de la encuesta, es una técnica destinada a obtener datos de varias personas, para poder conocer las diferentes preferencias de los turistas, realizar un análisis de las respuestas, y descubrir a qué clase de turistas enfocarnos, la cual sirvió para **realizar el diagnóstico de la situación actual de los Atractivos Turísticos de la Parroquia.**

Para la aplicación de la encuesta se tomó como universo los datos de registros de establecimientos de hospedaje de la cabecera cantonal Catacocha, tomando en cuenta que en la parroquia urbana Catacocha no existe una oficina de registro de turistas donde adquirir estos datos. Los establecimientos de hospedaje de la cual se obtuvo la muestra es: hotel Ejecutivo, hotel Arupos, hotel Tambococha y hostal Turista, referente de los visitantes que llegaron en el año 2011 y parte del 2012, obteniendo como resultado 7.860 visitantes en los registros hoteleros que mediante el desarrollo de la fórmula dio como resultado la aplicación de 366 encuestas.

Fórmula para calcular la muestra

$$\frac{n= Z^2 x\ N\ x\ P\ x\ Q}{(N- 1\ x\ e^2)\ x\ \ (z^2 x P x\ Q)}$$

Dónde:

n= tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza (1,96)

N= Tamaño de la población

P= Probabilidad de éxito (0,5)

Q= Probabilidad de fracaso (0,5)

E= Margen de error (0,05)

Entonces:

$$n= \frac{1{,}96\ x\ 7860\ x\ 0{,}5\ x\ 0{,}5}{(7140 – 1\ x\ 0{,}05^2) + (1{,}96^2\ x\ 0{,}5\ x\ 0{,}5)}$$

$$n = \frac{6997,2}{(7859)\,(0,0025) + (0,96)}$$

$$n = \frac{7545,6}{20,6}$$

n= 366 encuestas

Se utilizó el análisis FODA, para saber con exactitud cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del lugar. Esto se lo realizó a través de las salidas de campo para ver el estado real de los atractivos turísticos. Además se aplicó el método analítico, el cual me permitió analizar y plantear un objetivo para conocer la debilidad de la parroquia.

Para el cumplimiento del **segundo objetivo** se utilizó el método científico, el cuál nos permitió realizar de forma adecuada el **diseño de la propuesta de promoción y publicidad.** Este método científico nos ayudó a obtener fuentes bibliográficas como revistas, libros, y de internet los que ayudaron a recopilar información acerca del tema planteado y así fortalecer los conocimientos que se necesitó para diseñar la propuesta.

En el **tercer objetivo**, para **socializar la propuesta de Marketing con las instituciones y comunidades involucradas**, se utilizó la técnica de la socialización, esta técnica nos ayudó con la información que fue recopilada para ser analizada en forma general con el personal involucrado de trabajo de las entidades de la parroquia y se explicó el estado real y actual de los atractivos turísticos de la parroquia de Catacocha.

5. CRONOGRAMA

CUADRO N° 14: Cronograma de Actividades.

Actividades	Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Lineamientos para la Investigación			X																	
Sondeo y entrevista						x														
Elaboración y aplicación de Encuestas								x												
Tabulación de encuestas									x											
Análisis foda										x										
Jerarquización de atractivos											x									
Elaboración de la propuesta												x	x							
Socialización de la Propuesta														x	X					
Conclusiones y Recomendaciones																x				
Redacción del informe final																	x	x		
Entrega de Tesis																			x	x

8. PREUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

CUADRO N° 15: Presupuesto y Financiamiento

PRESUPUESTO	
Equipo Técnico	
Computadora	**720,00**
Impresora	**80,00**
internet, flash, cámara fotográfica	**250,00**
Útiles de Escritorio	
Cuaderno	**2,50**
Hojas	**15,00**
Esferos	**1,50**
Empastados	**50,00**
Logística	
Transporte	**80,00**
Alimentación	**12O,00**
Alojamiento	**50,00**
Transporte, Alojamiento, hospedaje del Director de Tesis	**300.00**
Imprevistos (5%)	**83,45**
Subtotal	**1669,00**
Total	**1752,45**

9. BIBLIOGRAFÍA

- ✓ ARELLANA, CUEVA, Rolando, Marketing, 1995, Enfoque América Latina, pág. (1-2).
- ✓ CRAVENS, PIERCY, David W. Nigel F. Marketing Estratégico, 2007, José Ignacio Fernández Soria, pág. 29.
- ✓ KOTLER, PHILIP, Fundamentos de Mercadotecnia, Prentice Hall, 1.995.
- ✓ KAWSAY F. Turismo comunitario, un Encuentro con la Leyenda Inka, 2001 Loja, Ecuador.
- ✓ MILLER, ROYER, Introducción al Marketing Turístico, 1992, la dirección de entreprises, Mc Graw Hill.
- ✓ SAPOROSI Gerardo, Clínica Empresaria, Ediciones Macchi, 1.997.
- ✓ WILENSKY, Alberto, Marketing estratégico, Ed. Tesis, 1.997

9.1. NETGRAFIA:

- http://www.uventas.com/ebooks/Analisis_Foda.pdf
- http://es.wikipedia.org/wiki/Socializaci%C3%B3n
- http://www.visitaecuador.com/andes.php?opcion=datos&provincia=12&ciudad=Fd2AnKPO
- http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo/Diccionario-1/D/DIAGN%C3%93STICO-TUR%C3%8DSTICO--1520/
- http://ficherovirtual.cl/pet/estrdepla.html

ANEXO 2: ENCUESTAS Y ENTREVISTAS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

AREA JURÌDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

Estimado señor (a):

Como estudiante de la Universidad Nacional de Loja de la Carrera de Administración Turística**,** solicito a usted muy comedidamente se digne responder la siguiente encuesta, la cual servirá de mucho para recolectar información y realizar el proyecto de tesis denominado "PLAN DE MARKETING PARA LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DE LA PARROQUIA CATACOCHA DEL CANTÓN PALTAS DE LA PROVINCIA DE LOJA"

1. Conoce usted cuáles son los principales atractivos turísticos de la Parroquia Catacocha del cantón Paltas

SI ( ) NO ( )

2. ¿De los siguientes lugares cuales usted ha visitado?

LUGAR	**MARQUE CON UNA X**
CATACOCHA	
YAMANA	

3. ¿Visita usted con frecuencia los sitios antes mencionados?

SI ( ) NO ( )

4. Si su respuesta es afirmativa señale la frecuencia

ALTERNATIVA	**MARQUE CON UNA X**
FIN DE SEMANA	
VACACIONES	
FERIADOS	
OTROS	

5. Cuando usted visita los lugares antes mencionados lo hace:

ALTERNATIVA	**MARQUE CON UNA X**
SOLO	
CON LA FAMILIA	
CON LOS AMIGOS	
OTROS	

6. Cuáles de las siguientes alternativas toma en cuenta para visitar los sitios anteriormente nombrados del Cantón Paltas.

ALTERNATIVA	**MARQUE CON UNA X**
SERVICIOS	
CLIMA	
INFRAESTRUCTURA	
PRECIO	
VÍAS DE ACCESO	
UBICACIÓN	

7. ¿Cuál es su presupuesto cuando visita estos lugares?

ALTERNATIVA	MARQUE CON UNA X
DE 0 A 20	
DE 21 A 40	
DE 41 A 60	
DE 61 A 80	
DE 81 A 100	
MAS DE CIEN	

8. ¿En qué condiciones se encuentran los servicios existentes en los lugares antes nombrados del cantón Paltas?

ALTERNATIVA	**MARQUE CON UNA X**
EXCELENTE	
MUY BUENO	
REGULAR	
NO EXISTEN SERVICIOS	

9. ¿A través de que medio usted recibió información de los lugares antes mencionados?

ALTERNATIVA	**MARQUE CON UNA X**
TRIPTICOS	
GUIAS TURÍSTICAS	
INTERNET	
AMIGOS	
PRENSA	
RADIO	
OTROS	

10. ¿Qué tipo de actividades usted realiza cuando visita los lugares antes mencionados?

ALTERNATIVA	**MARQUE CON UNA X**
CAMINATAS	
VISITA A LUGARES ARQUEOLÓGICOS	
GASTRONOMIA	
COMPRA DE ARTESANÍAS SOUVENIRS	
VISITAS A LUGARES ESPECÍFCIOS	

11. ¿Dónde usualmente usted compra las artesanías o souvenirs que adquiere en los lugares antes mencionados?

ALTERNATIVAS	**MARQUE CON UNA X**
PLAZAS	
ALMACENES ARTESANALES	
MERCADOS	
OTROS	

12. ¿Cree usted que los Atractivos del cantón Paltas pueden llegar a ser un icono representativo en otros países?

SI ( ) NO ( )

13. ¿Cree usted que si los lugares antes mencionados tuvieran más promoción serían más visitados?

SI ( ) NO ( )

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACION TURISTICA

ENTREVISTA

1) ¿Cuáles son las principales fuentes de ingresos económicos (destacar su importancia).?

……
……
……
……..

2) ¿Cómo se encuentra el desarrollo en el sector?

……
……
……
……

3) ¿Existe alguna organización comunitaria que desarrolle la actividad turística en la zona?

……
……
……
……

4) ¿Evento más importante y un aproximado en cuanto a cantidad de visitantes que recibe el sector?

……
……
……
……

5) ¿Identifique los principales inconvenientes por los cuales no se podría desarrollar el turismo en el lugar?

……
……
……
……

6) ¿Existen facilidades económicas para que los pobladores inviertan en algún tipo de negocio?

……
……
……

7) ¿Qué actividades se podría implantar para fortalecer la economía del sector?

……
……
……

8) ¿Existe algún tipo de producto que se elabore en el lugar?

……
……
……

9) ¿Cuáles son los principales productos agrícolas que se producen en el sector?

……
……
……
…….

10) ¿Los productos que no se producen pero que se consumen en el sector de donde provienen principalmente?

……
……
……
…….

11) ¿Existe interés por parte de la población en incrementar una actividad relacionada con el turismo y la producción?

……
……
……
……

12) ¿Existen proyectos que se estén ejecutando y se relacionen con la actividad turística en el lugar?

……
……
……
……..

ANEXO 3: RESPALDO FOTOGRAFICO

Figura N° 1 . Mirador el Shiriculapo
Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paúl Ocampo

Figura N° 2 . El Shiriculapo
Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paúl Ocampo

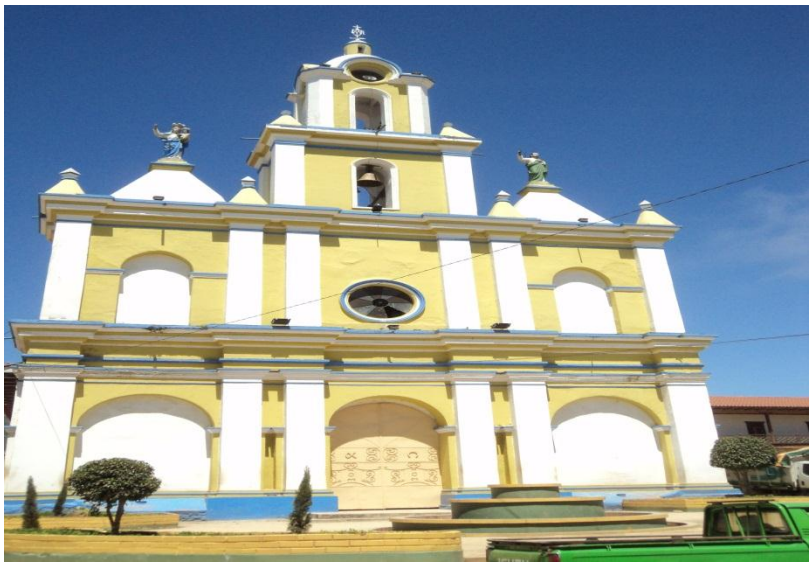


Figura N° 3 . Iglesia Matriz de Catacocha
Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paúl Ocampo

Figura N° 4 . Parque Central
Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paúl Ocampo

Figura N° 5. Museo Hermanos Joaquín Liébana Calle
Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paúl Ocampo

Figura N° 6. Museo Hermanos Joaquín Liébana Calle
Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paúl Ocampo

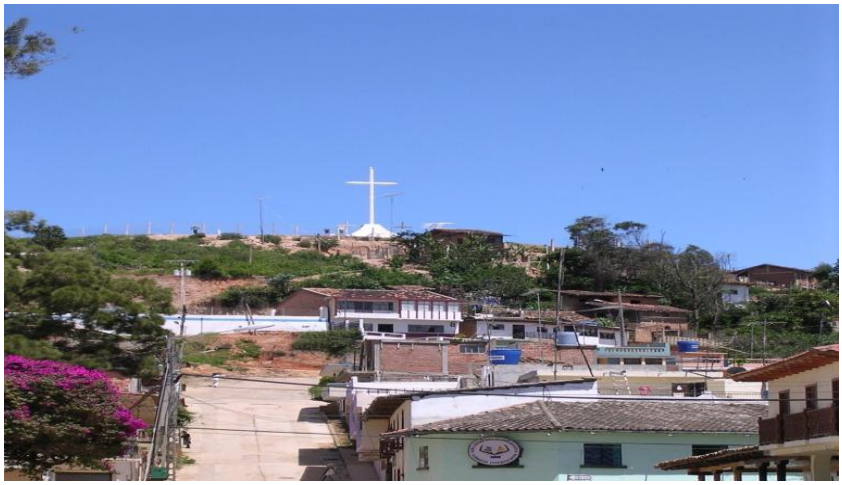


Figura N° 7 . Mirador Colinas del Calvario
Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paúl Ocampo

Figura N° 8 . Mirador Colinas del Calvario
Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paúl Ocampo

Figura N°9 . Casas Patrimoniales
Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paúl Ocampo

Figura N° 10 . Casas Patrimoniales
Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paúl Ocampo

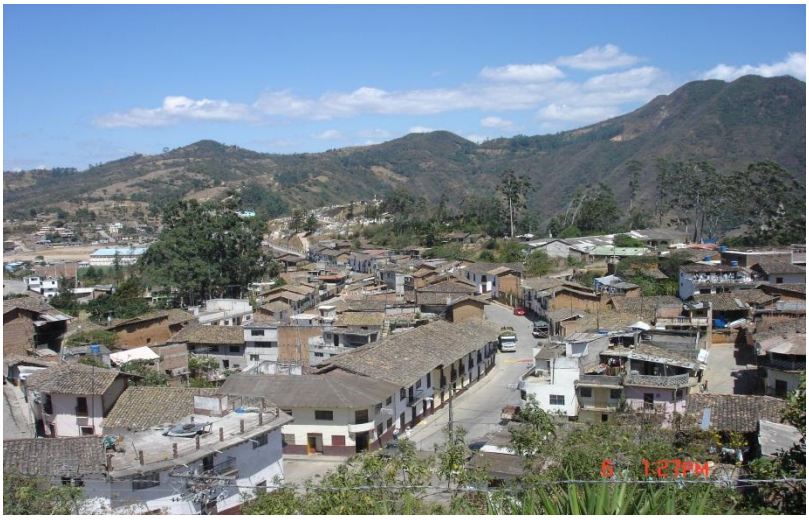


Figura N° 11 . Vista de la Ciudad
Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paúl Ocampo

Figura N°12 . Indio Paltas
Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paúl Ocampo

ANEXO 4: OFICIO DE INVITACIÓN PARA SOCIALIZACIÓN DE LA PROPUESTA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

Oficio. No. 0534- CAT-AJSA-UNL
Loja, 20 de julio de 2012

Ing.
Jorge Luis Feijoo.
ALCALDE DEL ILUSTRE MUNICIPIO DE PALTAS
Ciudad.-

De mi consideración:

Es grato dirigirme a usted para hacer de su conocimiento que el estudiante Carlos Paúl Ocampo Quirola realizará la Socialización de su proyecto de tesis con el tema: **"Plan de Marketing para los Atractivos Turísticos de la ciudad de Catacocha del Cantón Paltas, Provincia de Loja.** El día 23 de Julio a las 10:00 de la mañana por lo que solicito de la manera mas comedida, se digne disponer el lugar donde se realizará dicha Socialización.

En la seguridad de contar con su autorización, me suscribo de usted.

Atentamente,

Ing. Isadora Rodríguez Fernández
COORDINADORA ENCARGADA DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADM. TURÍSTICA
COORDINACIÓN
LOJA - ECUADOR

IRF/bsadM.
C.c. Promoción Cultural Y Turismo
Plan de Desarrollo
Archivo

ACREDITADA POR EL CONSEJO NACIONAL DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN (CONEA)
RESOLUCIÓN No. 003-CONEA-2010

ANEXO 5: HOJA DE CERTIFICACIÓN DE SOCIALIZACIÓN

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN PALTAS

PLAN DE DESARROLLO CANTONAL DE PALTAS

COORDINACIÓN GENERAL

Catacocha 23 de julio de 2012

CERTIFICO:

Que el Sr. Carlos Paúl Ocampo Quirola, con número de cédula 1900570654, reali
Socialización del Proyecto de Tesis "Plan de Marketing para los atractivos turísticos
Ciudad de Catacocha".

Es todo lo que podemos decir en honor de la verdad.

Ing. Viviana Soto
COORDINADORA PDCP

GOBIERNO LOCAL DE PALTAS
COORDINACION GENERAL
PLAN DE DESARROLLO CANTONAL
CATACOCHA - LOJA - ECUADOR

Tcng. Ítalo Cobos.
TECNICO DE PDCP

Lic. Wilmer Guamán
PROMOTOR CULTURAL

GOBIERNO LOCAL DE PALTAS
OFICINA DE PROMOCION CULTURAL

Ing. María Ester Celi
ASISTENTE DE PROMOCION TURIS

ANEXO 6: FOTOGRAFIAS DE SOCIALIZACIÓN DE LA PROPUESTA

Figura N° 13 . Análisis de la Situación Turística del Shiriculapo
Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paúl Ocampo

Figura N° 14. Modelo del Tríptico
Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paúl Ocampo

Figura N° 15. Muestra del Afiche Publicitario
Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paúl Ocampo

Figura N° 16 . Muestra de las Tazas Turísticas
Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paúl Ocampo

Figura N° 17 . Evidencia de Socialización
Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paúl Ocampo

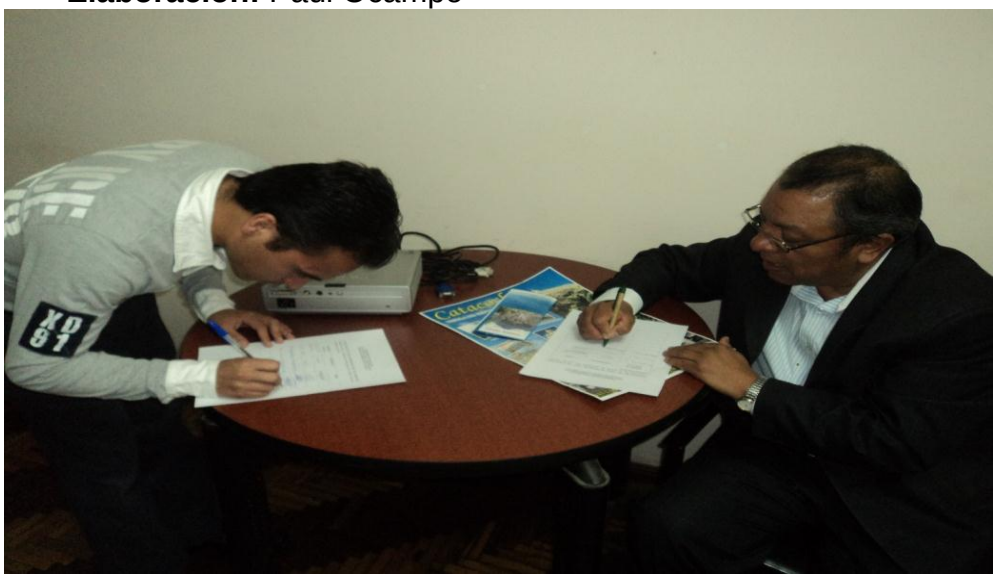


Figura N° 18 . Firma de Certificación
Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paúl Ocampo

Figura N° 19 . Constancia de Socialización
Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paúl Ocampo

CUADRO Nro. 16

ANEXO 7: FICHA DE INVENTARIO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA CATACOCHA

1. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: CARLOS PAÚL OCAMPO QUIROLA — FICHA No 1

SUPERVISOR EVALUADOR: KARINA MORILLO — FECHA : 08-06-2012

NOMBRE : MIRADOR EL SHIRICULAPO

PROPIETARIO: MINISTERIO DE SALUD

CATEGORÍA: NATURAL — TIPO: MONTAÑA — SUBTIPO: MIRADOR

2. UBICACIÓN

PROVINCIA: LOJA — CANTÓN: PALTAS — LOCALIDAD: LOURDES

CALLE: SHIRICULAPO — NÚMERO: — TRANSVERSAL:

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL POBLADO: VELACRUZ — DISTANCIA(km): 13km.

NOMBRE DEL POBLADO: SAN ANTONIO — DISTANCIA(Km): 15km.

CALIDAD	VALOR INTRINSE	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO
		ALTURA (m.s.n.m.): 1850msm — TEMPERATURA (ºC): 19°C — PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (mm):
		• Se trata de uno de los miradores más grandes y hermosos de Paltas, desde esta gran montaña se admira extensas áreas verdes y paisajes de Catacocha. En la cima del gran peñón se ha creado un monumento a Jesús del gran Poder, ésta imagen está cubierta con un manto rojo y tiene los brazos en cruz, según los habitantes es símbolo de paz. Su pared lateral desciende en forma vertical, tiene 150 m aproximadamente de profundidad. Esta roca la descubrieron en mingas de los pobladores quitando la tierra. • Esta imponente roca constituye un mirador natural, una escalinata construida sobre la roca conduce a la cima en donde se encuentra una estatua de Cristo Redentor, la cual fue traída de Cuenca.

	CO	• El Shiriculapo sostiene a Catacocha y se dice que al dinamitar la piedra, Catacocha desaparecería ya que es una sola plancha la que está por debajo de todo el pueblo.	
CALIDAD	VALOR EXTRINSECO	**5. USOS (SIMBOLISMO)** Toma de fotografías Cuenta con balcones que permiten apreciar el impresionante paisaje del valle de Casanga; el Cerro Pisaca del que se desprenden dos cerros más pequeños el Pisaquita y Pisaquilla y el cerro Guanchuro. Observación de la naturaleza. **ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)** No se realizan este tipo de acontecimientos	**6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO** ALTERADO **X** NO ALTERADO ☐ DETERIORADO ☐ CONSERVADO **X** EN PROCESO DE DETERIORO ☐ CAUSAS: **6.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)** **Nombre:** **Fecha de Declaración:** **Categoría:** Patrimonio de la Humanidad ☐ Patrimonio del Ecuador ☐ **6.2.. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO** ALTERADO X NO ALTERADO ☐ DETERIORADO ☐ CONSERVADO X EN PROCESO DE DETERIORO ☐ CAUSAS:

A

P

O

Y

O

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	**ESTADO DE LAS VIAS**			**TRANSPORTE**	**FRECUENCIAS**				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO	
TERRESTRE	ASFALTADO		X		BUS	X				**Todo el año**	
	LASTRADO				AUTOMOVIL	X					
	EMPEDRADO				4X4					DIAS AL MES: **30 DIAS**	
	SENDERO				TREN					Culturales:	Día Inicio: Día Fin:
ACUATICO	MARITIMO				BARCO						
					BOTE					Naturales:	Lunes-domingo
	FLUVIAL				CANOA						
					OTROS					HORAS AL DIA	
AEREO					AVION					Culturales:	Día Inicio: 07h00 Día Fin: 21h00
					AVIONETA						
					HELICOPTEROS					Naturales:	I

Observaciones:

A P O Y O

8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA

POTABLE X ENTUBADA ☐ TRATADA ☐ DE POZO ☐ NO EXISTE ☐ OTROS

ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO X GENERADOR ☐ NO EXISTE ☐ OTROS

ALCANTARILLADO

RED PÚBLICA X POZO CIEGO ☐ POZO SEPTICO ☐ NO EXISTE ☐ OTROS

PRECIO

SI ☐ NO ☐ ENTRADA LIBRE **X** OTROS

Observación :

9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRES	DISTANCIA
MUSEO HERMANO JOAQUIN LIEBADA CALLE	450 mts
IGLESIA MATRIZ DE CATACOCHA	350 mts

10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL ☐ NACIONAL ☐

PROVINCIAL x INTERNACIONAL ☐

Otros: ☐

Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos

FIRMA: **SUPERVISOR EVALUADOR**

CUADRO Nro. 17: FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS

MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: CARLOS PAÚL OCAMPO QUIROLA — FICHA No 2

SUPERVISOR EVALUADOR: KARINA MORILLO — FECHA : 08-06-2012

NOMBRE : MUSEO HERMANOS JOAQUIN LIEBADA CALLE

PROPIETARIO: HERMANOS MARISTAS

CATEGORÍA: CULTURAL — TIPO: HISTORICO — SUBTIPO: MUSEO

2. UBICACIÓN

PROVINCIA: LOJA — CANTÓN: PALTAS — LOCALIDAD: LOURDES

CALLE: SUCRE Y LOURDES — NÚMERO: — TRANSVERSAL:

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL POBLADO: VELACRUZ — DISTANCIA(km): 13km.

NOMBRE DEL POBLADO: SAN ANTONIO — DISTANCIA(Km): 15km.

CALIDAD	VALOR INTRIN	
		4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO ALTURA (m.s.n.m.): 1840msn — TEMPERATURA (ºC): 18°C — PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (mm):
		El museo es administrado por los Hermanos Maristas. En el museo se encuentran reliquias arqueológicas representativas de los originarios, así como restos de animales y vegetales petrificados, los cuales han sido recogidos por los mismos pobladores en los alrededores de la ciudad y sus valles

D	SECO	La riqueza arqueológica del cantón Paltas, es innegable es así que toda la cordillera que comprende desde Veracruz hasta Guachanamá, pasando por Cangonamá, Garrochamba, Carmelo, Lauro Guerrero y Saunamá, es una zona abundante en restos arqueológicos compuestos de: cerámicos, líticos y óseos, que es necesario estudiar e investigar con detenimiento e interés realmente científicos. Los restos arqueológicos estan situados de acuerdo al periodo de formación de las piezas, sus principales colecciones al interior son: En arqueología: piedra, cerámica, metal, paleontológica, madera petrificada, fosiles, marinos, terrestres; numismática, monedas, billetes del Ecuador.	
CALIDAD	VALOR EXTRINSECO	**5. USOS (SIMBOLISMO)** Exhibe piezas de la era paleolítica y neolítica, joyas y herramientas rudimentarias Toma de fotografías. Sirve como biblioteca y además se puede observar y apreciar toda la riqueza arqueológica del cantón Paltas **ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)** No se han realizado este tipo de eventos.	**6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO** ALTERADO ☐ NO ALTERADO X DETERIORADO ☐ CONSERVADO X EN PROCESO DE DETERIORO ☐ CAUSAS: **6.2 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)** **Nombre:** **Fecha de Declaración:** **Categoría:** Patrimonio de la Humanidad ☐ Patrimonio del Ecuador ☐ **6.2.. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO** ALTERADO ☐ NO ALTERADO X DETERIORADO ☐ CONSERVADO X EN PROCESO DE DETERIORO ☐ CAUSAS:

A P O Y O

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO	
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X					
	LASTRADO				AUTOMOVIL	X				**365**	
	EMPEDRADO				4X4					DIAS AL MES **30 DIAS**	
	SENDERO				TREN					Culturales:	Día Inicio: Día Fin:
ACUATICO	MARITIMO				BARCO						
					BOTE					Naturales:	Lunes - viernes
	FLUVIAL				CANOA						
					OTROS					HORAS AL DIA	
AEREO					AVION					Culturales:	Día Inicio: 08h00-12h00 Día Fin:15h00-18h00
					AVIONETA						
					HELICOPTEROS					Naturales:	

Observaciones:

A P O Y O

8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA

POTABLE X ENTUBADA ☐ TRATADA ☐ DE POZO ☐ NO EXISTE ☐ OTROS

ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO X GENERADOR ☐ NO EXISTE ☐ OTROS

ALCANTARILLADO

RED PÚBLICA X POZO CIEGO ☐ POZO SEPTICO ☐ NO EXISTE ☐ OTROS

PRECIO

SI ☐ NO ☐ ENTRADA LIBRE **X** OTROS

Observación :

9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRES	DISTANCIA
IGLSEIA MATRIZ DE CATACOCHA	150 mts.
MIRADOR EL SHIRICULAPO	450 mts.

10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL X NACIONAL ☐

PROVINCIAL ☐ INTERNACIONAL ☐

Otros: ☐

Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos

FIRMA: **SUPERVISOR EVALUADOR**

CUADRO Nro. 18: FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS

MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: CARLOS PAÚL OCAMPO QUIROLA — FICHA No 3

SUPERVISOR EVALUADOR: KARINA MORILLO — FECHA : 08-06-2012

NOMBRE: IGLESIA MATRIZ DE CATACOCHA

PROPIETARIO: DIOCESIS

CATEGORÍA: CULTURAL — TIPO: ETNOGRAFÍA — SUBTIPO: IGLESIA

2. UBICACIÓN

PROVINCIA: LOJA — CANTÓN: PALTAS — LOCALIDAD: CATACOCHA

CALLE: LAURA PIEDRA DE TANDAZO Y 25 DE JUNIO — NÚMERO: — TRANSVERSAL:

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL POBLADO: VELACRUZ — DISTANCIA(km): 13km.

NOMBRE DEL POBLADO: SAN ANTONIO — DISTANCIA(Km): 15km.

CALIDA	VALOR INTRINS	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO
		ALTURA (m.s.n.m.): 1850 msnm. — TEMPERATURA (ºC): 18°C — PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (mm):
		Se encuentra ubicada en el parque central frente al ilustre municipio del cantón Paltas aquí es donde todos los fieles católicos de este lugar acuden a realizar sus oraciones a Dios y en su interior se encuentran un sinnúmero de cuadros e imágenes de algunos santos. Otra característica es que conserva su arquitectura, como símbolo de la cultura, la misma que es visitada por propios y ajenos. En ella asisten centenares de feligreses a participar de las fiestas religiosas

D	E C O	No se sabe a ciencia cierta su fecha de creación, pero se estima que fue construida en el siglo XVIII, Aquí además de la celebración de la eucaristía para el pueblo, también se realizan las diferentes fiestas religiosas.	
C A L I D A D	V A L O R E X T R I N S E C O	**5. USOS (SIMBOLISMO)** Toma de fotografías. Celebración de la eucaristía Eventos culturales **ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)** Cada 24 de junio se celebra la fiesta de san juan bautista 1er Domingo de Octubre fiesta comercial. En honor a la Virgen del Rosario.	**6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO** ALTERADO X NO ALTERADO ☐ DETERIORADO ☐ CONSERVADO X EN PROCESO DE DETERIORO ☐ CAUSAS: **6.3 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)** **Nombre:** **Fecha de Declaración:** **Categoría:** Patrimonio de la Humanidad ☐ Patrimonio del Ecuador ☐ **6.2.. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO** ALTERADO X NO ALTERADO ☐ DETERIORADO ☐ CONSERVADO X EN PROCESO DE DETERIORO ☐ CAUSAS:

A

P

O

Y

O

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO	
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X				**365**	
	LASTRADO				AUTOMOVIL	X					
	EMPEDRADO				4X4					DIAS AL MES **30 DIAS**	
	SENDERO				TREN					Culturales:	Día Inicio: Día Fin:
ACUATICO	MARITIMO				BARCO						
					BOTE					Naturales:	Lunes- domingo
	FLUVIAL				CANOA						
					OTROS					HORAS AL DIA	
AEREO					AVION					Culturales:	Día Inicio: 06h00 Día Fin: 08h00
					AVIONETA						
					HELICOPTEROS					Naturales:	

Observaciones:

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

A P O Y O

8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA

POTABLE X ENTUBADA ☐ TRATADA ☐ DE POZO ☐ NO EXISTE ☐ OTROS

XENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO X GENERADOR ☐ NO EXISTE ☐ OTROS

ALCANTARILLADO

RED PÚBLICA X POZO CIEGO ☐ POZO SEPTICO ☐ NO EXISTE ☐ OTROS

PRECIO

SI ☐ NO ☐ ENTRADA LIBRE **X** OTROS

Observación :

9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRES	DISTANCIA
MIRADOR COLINAS DEL CALVARIO	200 mts.
MUSEO HERMANOS JOAQUIN LIEBADA CALLE	150 mts.

10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL X NACIONAL ☐

PROVINCIAL ☐ INTERNACIONAL ☐

Otros: ☐

Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos

FIRMA: **SUPERVISOR EVALUADOR**

CUADRO Nro. 19: FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS

MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: CARLOS PAÚL OCAMPO QUIROLA — FICHA No 4

SUPERVISOR EVALUADOR: KARINA MORILLO — FECHA : 08-06-2012

NOMBRE : MIRADOR COLINAS DEL CALVARIO

PROPIETARIO: MUNICIPIO DEL CANTON PALTAS

CATEGORÍA: CULTURAL — TIPO: ETNOGRAFIA — SUBTIPO: MIRADOR

2. UBICACIÓN

PROVINCIA: LOJA — CANTÓN: PALTAS — LOCALIDAD: CATACOCHA

CALLE: — NÚMERO: — TRANSVERSAL:

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL POBLADO: VELACRUZ — DISTANCIA(km): 13km.

NOMBRE DEL POBLADO: SAN ANTONIO — DISTANCIA(Km): 15km.

CALID	VALOR INTR	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO
		ALTURA (m.s.n.m.): 1947msnm. — TEMPERATURA (ºC): 16°C — PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (mm):
		✓ Este mirador se encuentra a unos 200 metros del parque central, en la parte alta de la parroquia donde se puede observar bellos paisajes de la ciudad de catacocha.
		✓ La cruz del calvario, es el lugar de solemnidad religiosa en semana santa.

A D	INSECO	✓ En la cima del Cerro se encuentra la cruz, que representa la crucifixión de Cristo, ✓ La cruz de este mirador ilumina en las noches lo cual embellece a la ciudad.	
CALIDAD	VALOR EXTRINSECO	**5. USOS (SIMBOLISMO)** Toma de fotografías. Es un mirador desde donde se puede observar en forma panorámica la ciudad. Existe una cancha en la cual se puede realizar deporte. **ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)** No se han realizado este tipo de eventos	**6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO** ALTERADO X NO ALTERADO ☐ DETERIORADO ☐ CONSERVADO X EN PROCESO DE DETERIORO ☐ CAUSAS: **6.4 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)** **Nombre:** **Fecha de Declaración:** **Categoría:** Patrimonio de la Humanidad ☐ Patrimonio del Ecuador ☐ **6.2.. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO** ALTERADO X NO ALTERADO ☐ DETERIORADO ☐ CONSERVADO X EN PROCESO DE DETERIORO ☐ CAUSAS:

A

P

O

Y

O

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	**ESTADO DE LAS VIAS**			**TRANSPORTE**	**FRECUENCIAS**				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO	
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					**Todo el año**	
	LASTRADO			x	AUTOMOVIL	X					
	EMPEDRADO				4X4	X				DIAS AL MES : **30 dias**	
	SENDERO				TREN					Culturales:	Día Inicio:
ACUATICO	MARITIMO				BARCO						Día Fin:
					BOTE					Naturales:	
	FLUVIAL				CANOA						
					OTROS					HORAS AL DIA	
AEREO					AVION					Culturales:	Día Inicio: TODO EL DIA
					AVIONETA						Día Fin:
					HELICOPTEROS					Naturales:	

Observaciones:

8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA

POTABLE X ENTUBADA ☐ TRATADA ☐ DE POZO ☐ NO EXISTE ☐ OTROS

XENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO X GENERADOR ☐ NO EXISTE ☐ OTROS

ALCANTARILLADO

RED PÚBLICA X POZO CIEGO ☐ POZO SEPTICO ☐ NO EXISTE ☐ OTROS

PRECIO

SI ☐ NO ☐ ENTRADA LIBRE X OTROS

Observación :

9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRES	DISTANCIA
IGLESIA MATRIZ DE CATACOCHA	200 mts.
MIRADOR EL SHIRICULAPO	500 mts.

10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL X NACIONAL ☐

PROVINCIAL ☐ INTERNACIONAL ☐

Otros: ☐

Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos

FIRMA: **SUPERVISOR EVALUADOR**

CUADRO Nro. 20: FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS

MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: CARLOS PAÚL OCAMPO QUIROLA — FICHA No 5

SUPERVISOR EVALUADOR: KARINA MORILLO — FECHA : 08-06.2012

NOMBRE : CASAS PATRIMONIALES INVENTARIADAS

PROPIETARIO: AJILA AJILA, SANCHEZ MOCHA, JUMBO TANDAZO

CATEGORÍA: CULTURAL — TIPO: HISTORICO — SUBTIPO: ARQUITECTURA CIVIL

2. UBICACIÓN

PROVINCIA: LOJA — CANTÓN: PALTAS — LOCALIDAD: CATACOCHA

CALLE: — NÚMERO: — TRANSVERSAL:

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL POBLADO: VELACRUZ — DISTANCIA(km): 13km.

NOMBRE DEL POBLADO: SAN ANTONIO — DISTANCIA(Km): 15km.

CALIDAD	VALOR INTRINSECO	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO
		ALTURA (m.s.n.m.): 1850 msnm. — TEMPERATURA (ºC): 18°C — PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (mm):

		Son viviendas que nacen de un trazado indio y una arquitectura española, característica más que suficiente para que con justa razón obtenga por parte del instituto nacional de patrimonio, la declaratoria de Catacocha patrimonio cultural del Ecuador. Son casas sobre piedra, muros de adobe, cubierta de carrizo, teja y madera, con un portal exterior que cubre todo el frente de la casa, en la que las aceras que dan a la calle quedan protegidas con el alero de la construcción sobre puntales de madera, tienen patios y jardines internos y grandes corredores a su alrededor” Debido a la arquitectura de sus viviendas la parroquia de Catacocha fue declarada patrimonio cultural del Ecuador el 25 de mayo de 1994.

C A L I D A D	V A L O R E X T R I N S E C O	**5. USOS (SIMBOLISMO)** Sirven como vivienda a la mayoría de la población y además los turistas pueden admirar a los pobladores por la conservación que se le ha dado a sus respectivas viviendas. Toma de fotografías **ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)** Solamente las diferentes fiestas que realizan sus propietarios en cada una de sus viviendas por algún tipo de homenaje a sus familiares.	**6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO** ALTERADO ☐ NO ALTERADO X DETERIORADO ☐ CONSERVADO **X** EN PROCESO DE DETERIORO ☐ CAUSAS: **6.5 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)** **Nombre:** Casas Patrimoniales Inventariadas **Fecha de Declaración:** 25 DE Mayo de 1994 **Categoría:** Patrimonio de la Humanidad ☐ Patrimonio del Ecuador **X** **6.2.. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO** ALTERADO ☐ NO ALTERADO X DETERIORADO ☐ CONSERVADO X EN PROCESO DE DETERIORO ☐ CAUSAS:

A

P

O

Y

O

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	**ESTADO DE LAS VIAS**			**TRANSPORTE**	**FRECUENCIAS**				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO	
TERRESTRE	ASFALTADO	x			BUS	X				**Todo el año**	
	LASTRADO				AUTOMOVIL	X					
	EMPEDRADO				4X4					DIAS AL MES: **30 días**	
	SENDERO				TREN					Culturales:	Día Inicio: Día Fin:
ACUATICO	MARITIMO				BARCO						
					BOTE					Naturales:	
	FLUVIAL				CANOA						
					OTROS					HORAS AL DIA	
AEREO					AVION					Culturales:	Día Inicio: TODO EL DIA Día Fin:
					AVIONETA						
					HELICOPTEROS					Naturales:	

Observaciones: SOLAMENTE SE PUEDE OBSERVAR LA PARTE EXTERIOR DE LAS VIVIENDAS YA QUE NO SE PERMITE EL INGRESO A LA PARTE INTERIOR.

8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA

POTABLE	X	ENTUBADA	☐	TRATADA	☐	DE POZO	☐	NO EXISTE	☐	OTROS

XENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO	X	GENERADOR	☐	NO EXISTE	☐	OTROS

ALCANTARILLADO

RED PÚBLICA	X	POZO CIEGO	☐	POZO SEPTICO	☐	NO EXISTE	☐	OTROS

PRECIO

SI	☐	NO	☐	ENTRADA LIBRE	**X**	OTROS

Observación :

9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRES	DISTANCIA
MIRADOR EL SHIRICULAPO	80mts.
MUSEO HERMANO JOAQUIN LIEBADA CALLE	150mts.

10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL	X	NACIONAL	☐
PROVINCIAL	☐	INTERNACIONAL	☐
Otros:	☐		

Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos

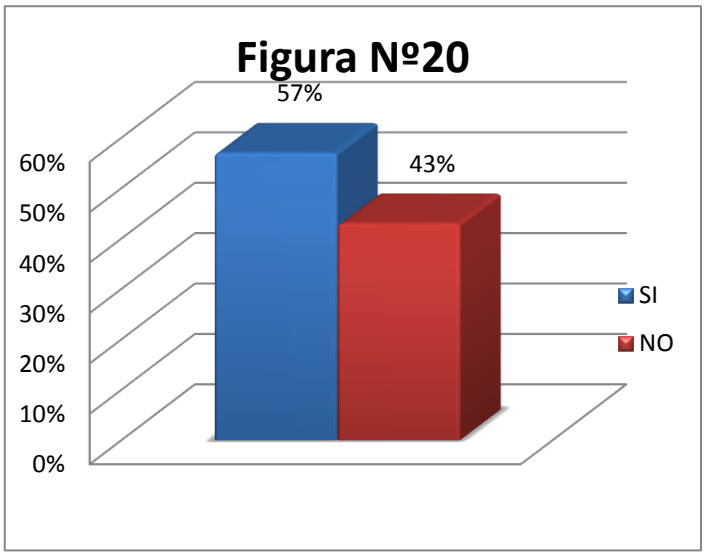
FIRMA: **SUPERVISOR EVALUADOR**

ANEXO 8: FIGURAS DE ENCUESTA

1. **¿Conoce Ud. cuáles son los principales atractivos turísticos de la parroquia Catacocha de cantón Paltas?**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	210	57%
NO	156	43%
TOTAL	366	**100%**

Fuente: Encuestas
Elaboración: Paúl Ocampo

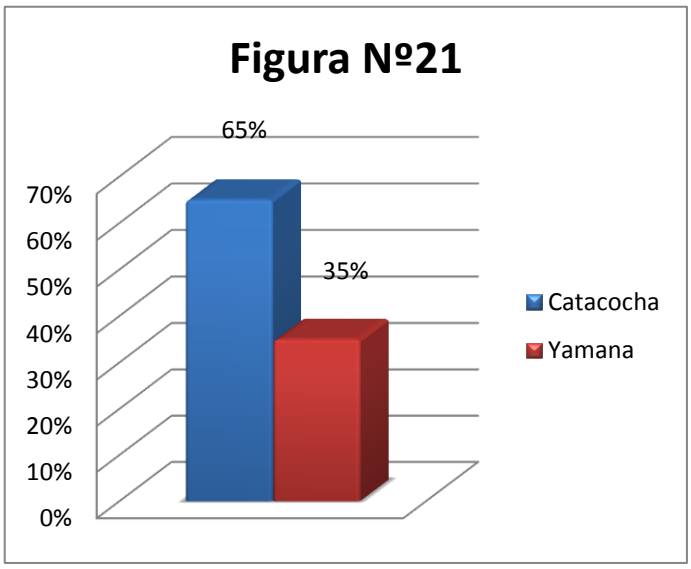


Fuente: Encuestas
Elaboración: Paúl Ocampo

2. **¿De los siguientes lugares cuales usted ha visitado?**

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Catacocha	284	65%
Yamana	152	35%
TOTAL	**436**	**100%**

Fuente: Encuestas
Elaboración: Paúl Ocampo

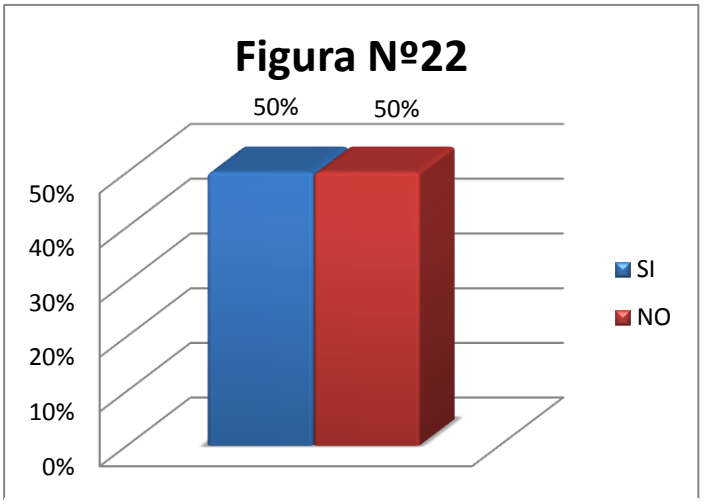


Fuente: Encuestas
Elaboración: Paúl Ocampo

3. ¿Visita Ud. con frecuencia los sitios antes mencionados?

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
SI	184	50%
NO	182	50%
TOTAL	**366**	**100%**

Fuente: Encuestas
Elaboración: Paúl Ocampo

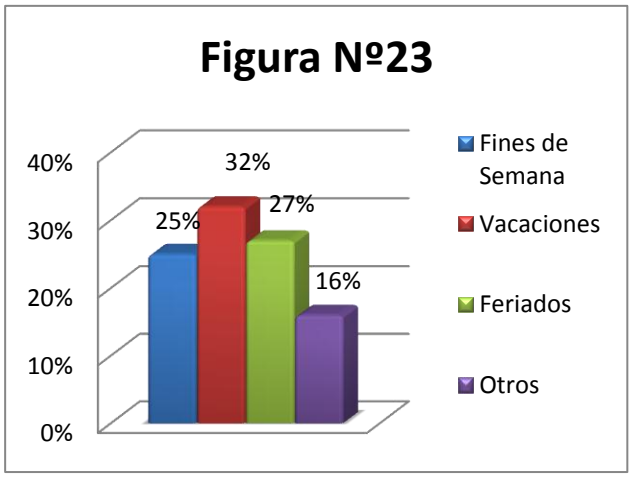


Fuente: Encuesta
Elaboración: Paúl Ocampo

4. **¿Si su respuesta es afirmativa señale la frecuencia?**

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Fin de semana	47	25%
Vacaciones	58	32%
Feriados	50	27%
Otros	29	16%
TOTAL	**184**	**100%**

Fuente: Encuestas
Elaboración: Paúl Ocampo

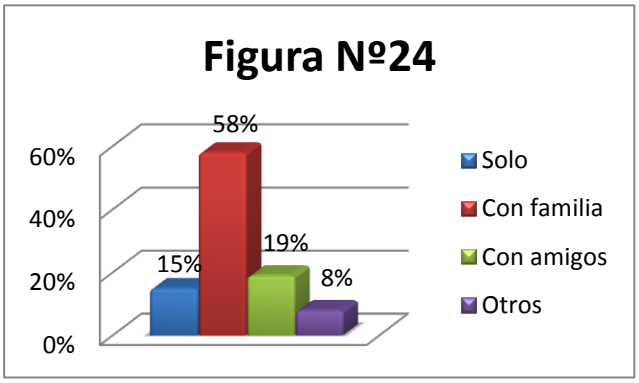


Fuente: Encuesta
Elaboración: Paúl Ocampo

5. **¿Cuándo usted visita los lugares antes mencionados lo hace?**

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Solo	55	15%
Con Familia	213	58%
Con amigos	70	19%
Otros	28	8%
TOTAL	**366**	**100%**

Fuente: Encuestas
Elaboración: Paúl Ocampo

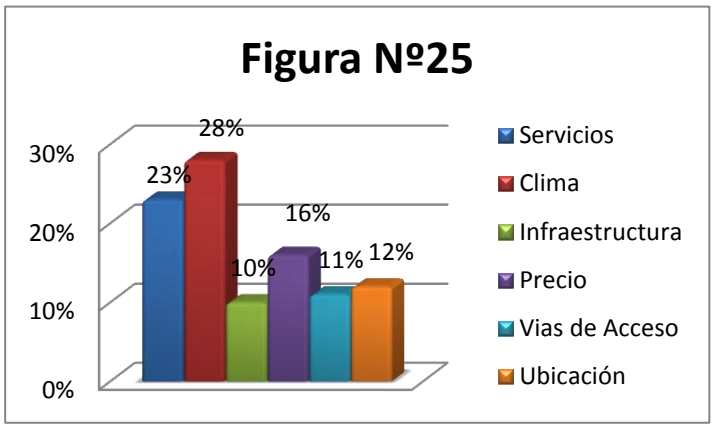


Fuente: Encuesta
Elaboración: Paúl Ocampo

6. **¿Cuáles de las siguientes alternativas toma en cuenta para visitar los sitios anteriormente nombrados del Cantón Paltas?**

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Servicios	113	23%
Clima	138	28%
Infraestructura	48	10%
Precio	79	16%
Vías de Acceso	56	11%
Ubicación	61	12%
TOTAL	**495**	**100%**

Fuente: Encuestas
Elaboración: Paúl Ocampo

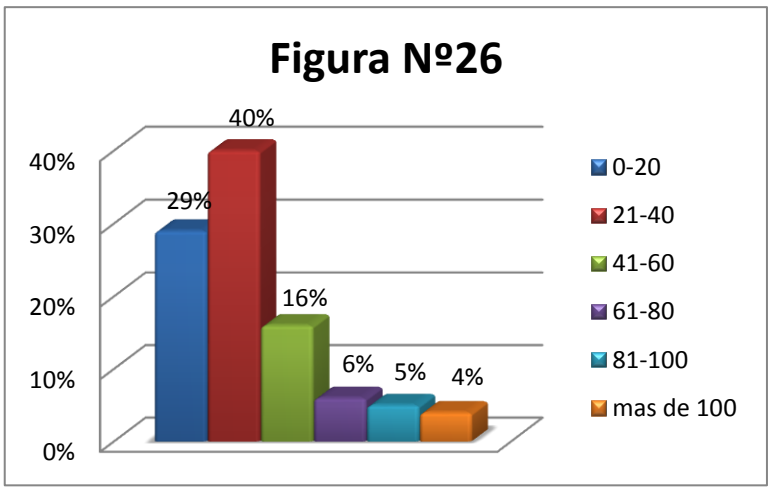


Fuente: Encuesta
Elaboración: Paúl Ocampo

7. **¿Cuál es su presupuesto cuando visita estos lugares?**

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
0 – 20 $	107	29%
21 – 40 $	145	40%
41 – 60 $	58	16%
61 – 80 $	22	6%
81 – 100 $	19	5%
Más de 100 $	15	4%
TOTAL	**366**	**100%**

Fuente: Encuestas
Elaboración: Paúl Ocampo

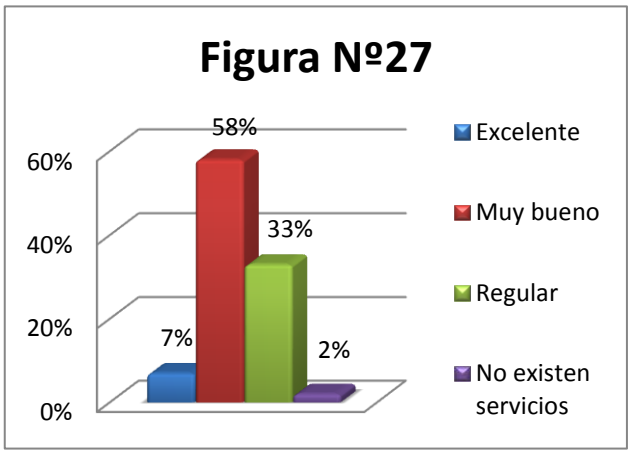


Fuente: Encuestas
Elaboración: Paúl Ocampo

8. **¿En qué condiciones se encuentran los servicios existentes en los lugares antes mencionadas del cantón Paltas?**

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Excelente	24	7%
Muy bueno	211	58%
Regular	122	33%
No existen servicios	9	2%
TOTAL	**366**	**100%**

Fuente: Encuestas
Elaboración: Paúl Ocampo

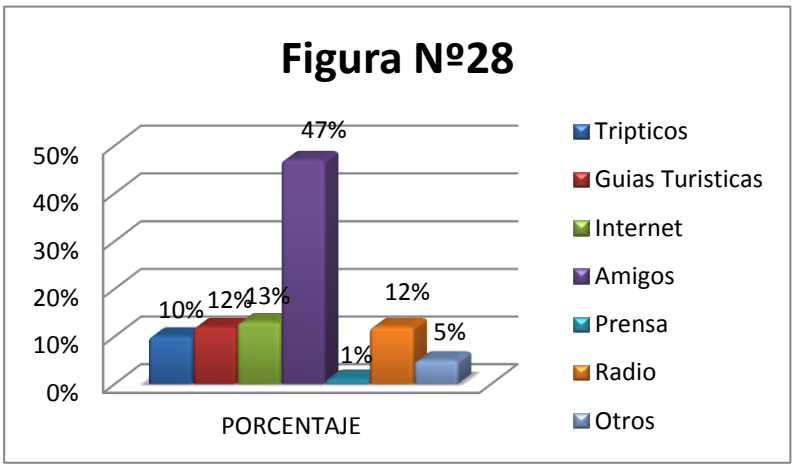


Fuente: Encuestas
Elaboración: Paúl Ocampo

9. **¿A través de qué medio usted recibió información de los lugares antes mencionados?**

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Trípticos	38	10%
Guías Turísticas	48	12%
Internet	50	13%
Amigos	183	47%
Prensa	5	1%
Radio	46	12%
Otros	19	5%
TOTAL	**389**	**100%**

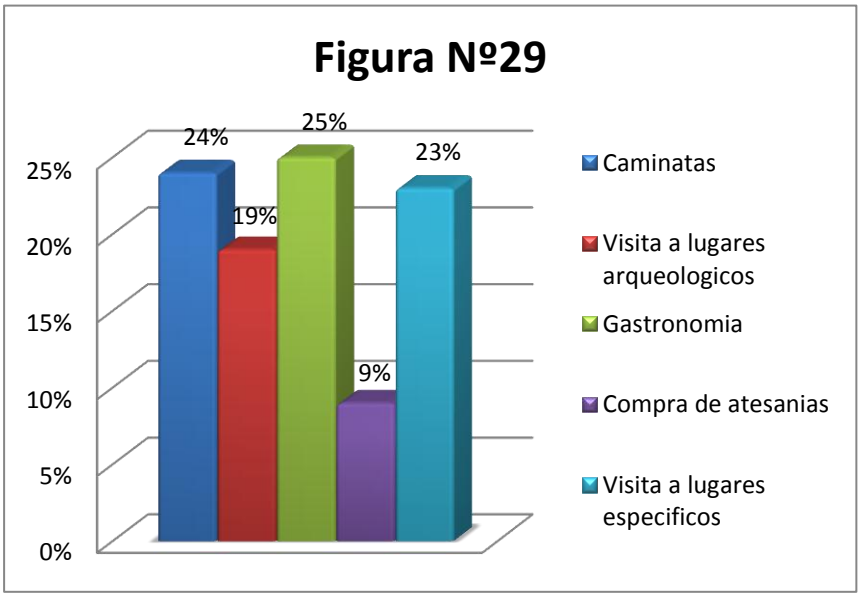
Fuente: Encuestas
Elaboración: Paúl Ocampo



10. **¿Qué tipo de actividades usted realiza cuando visita los lugares antes mencionados?**

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Caminatas	110	24%
Visita a lugares arqueológicos	87	19%
Gastronomía	115	25%
Compra de artesanías	41	9%
Visita a lugares específicos	105	23%
TOTAL	**458**	**100%**

Fuente: Encuestas
Elaboración: Paúl Ocampo

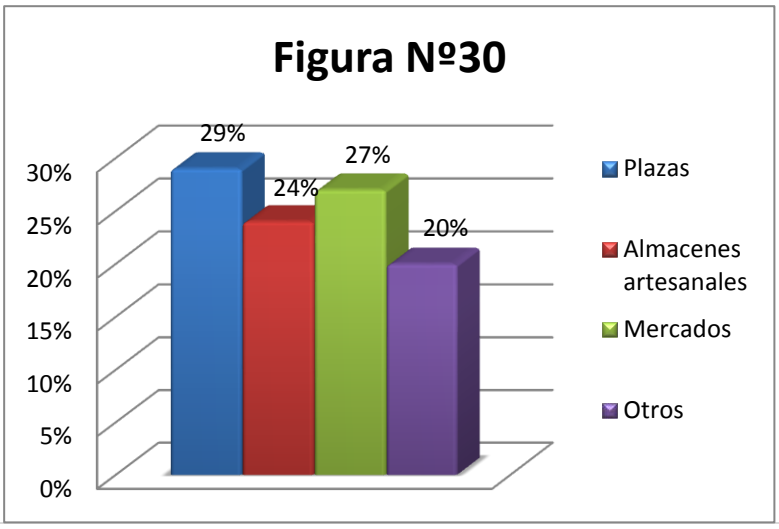


Fuente: Encuestas
Elaboración: Paúl Ocampo

11. ¿Dónde usualmente Ud. compra las artesanías que adquiere en los lugares antes descritos?

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Plazas	75	29%
Almacenes artesanales	61	24%
Mercados	68	27%
Otros	50	20%
TOTAL	**256**	**100%**

Fuente: Encuestas
Elaboración: Paúl Ocampo

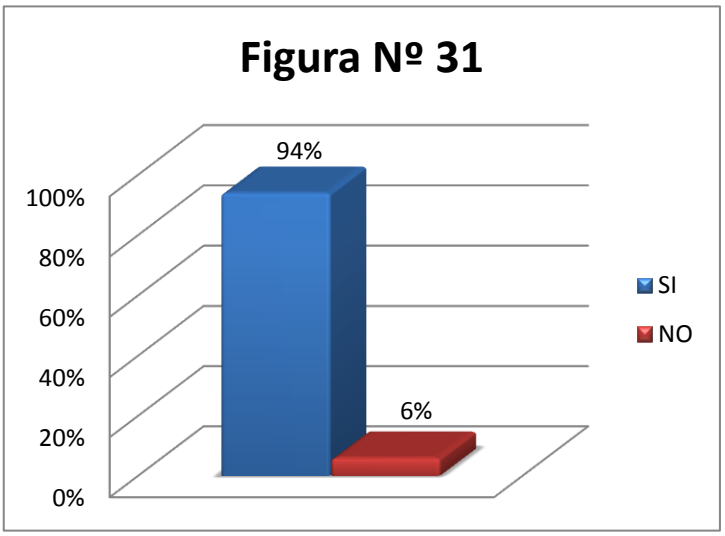


Fuente: Encuestas
Elaboración: Paúl Ocampo

12. ¿Cree usted que los atractivos del cantón Paltas pueden llegar a ser un icono representativo en otros países?

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
SI	345	94%
NO	21	6%
TOTAL	**366**	**100%**

Fuente: Encuestas
Elaboración: Paúl Ocampo

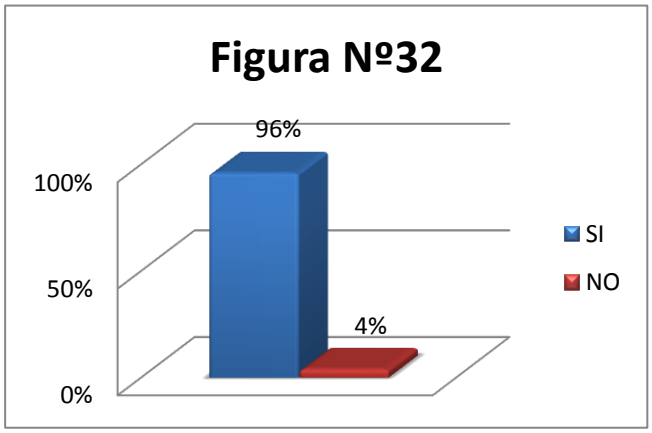


Fuente: Encuestas
Elaboración: Paúl Ocampo

13. ¿Cree usted que si los lugares antes mencionados tuvieran más promoción serían más visitados?

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
SI	351	96%
NO	15	4%
TOTAL	**366**	**100%**

Fuente: Encuestas
Elaboración: Paúl Ocampo



Fuente: Encuestas
Elaboración: Paúl Ocampo