



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

“PLAN DE MARKETING PARA LA DIFUSIÓN DE LAS  
ARTESANIAS DE ARTE TIPICO EN TELAR A MANO EN  
LA PARROQUIA CATACOCHA DEL CANTÓN PALTAS,  
PROVINCIA DE LOJA”

Tesis, previa a la obtención al  
Grado de Ingeniero en  
Administración Turística

**AUTOR**

*Wilson Jimmy Ordoñez Ordoñez*

**DIRECTOR DE TESIS**

*Ing. Rosa Paola Flores Loaiza Mg. Sc*

Loja – Ecuador

2014

## CERTIFICACIÓN

Ing. Rosa Paola Flores Loaiza Mg. Sc

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

CERTIFICO:

Que el presente trabajo de investigación titulado " **PLAN DE MARKETING PARA LA DIFUSIÓN DE LAS ARTESANÍAS DE ARTE TÍPICO EN TELAR A MANO EN LA PARROQUIA CATACocha DEL CANTÓN PALTAS, PROVINCIA DE LOJA**" de la autoría del Sr. Wilson Jimmy Ordoñez Ordoñez, 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 del grado.

Loja, enero del 2013



---

Ing. Rosa Paola Flores Loaiza. Mg. Sc  
DIRECTORA DE TESIS

## AUTORÍA

Yo, **Wilson Jimmy Ordoñez Ordoñez** declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

**Autor:** Wilson Jimmy Ordoñez Ordoñez.

**Firma:** \_\_\_\_\_



**Cédula:** 1104292527

**Fecha:** Loja, 16 de enero del 2014

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo, Wilson Jimmy Ordoñez Ordoñez, declaro ser autor de la tesis titulada "PLAN DE MARKETING PARA LA DIFUSIÓN DE LAS ARTESANÍAS DE ARTE TÍPICO EN TELAR A MANO EN LA PARROQUIA CATACOCCHA DEL CANTÓN PALTAS, PROVINCIA DE LOJA", como requisito para optar al grado de: Ingeniero en Administración Turística; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja a los 16 días del mes enero del dos mil catorce, firma el autor.

**Firma:** 

**Autor:** Wilson Jimmy Ordoñez Ordoñez

**Cédula:** 1104292527

**Dirección:** Ciudadela la Banda **Correo Electrónico:**

kse\_0410@hotmail.com

**Teléfono:** 2540254 **Celular:** 0992258978

**DATOS COMPLEMENTARIOS:**

**Director de Tesis** Ing. Rosa Paola Flores Loaiza Mg. Sc.

Tribunal de Grado:

**Presidenta:** Lcda. Flor Celi Carrión Mg. Sc

**Miembro:** Ing. Juan Carlos Pérez Mg. Sc

**Miembro:** Lcdo. Carlos Leonel Escudero Mg. Sc

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo al todo poderoso, quien ha iluminado mi sendero y me ha dado la fortaleza para continuar cuando a punto de caer me estado, por ello con toda la humildad que de mi corazón puede emanar, dedico mi trabajo primeramente a dios.

De igual manera a mis padres y hermana, quienes han sido los pilares fundamentales para poder llegar a alcanzar tan importante meta en vida, porque creyeron en mí y porque me sacaron adelante, dándome ejemplo digno de superación y entrega de valores que me hicieron ir al final. Todo esto es por ustedes, porque admiro su fortaleza y por lo que han hecho de mí.





Wilson Jimmy Ordoñez Ordoñez

## **AGRADECIMIENTO**

Al culminar esta nueva etapa de formación académica, quiero expresar mi profundo agradecimiento a las autoridades de la Universidad Nacional de Loja, del Área jurídica, Social y Administrativa, de la Carrera de Administración Turística por haberme permitido ingresar a sus aulas y formarme profesionalmente.

A mis padres José, Blanca y a mi hermana Verónica, por fomentar en mí los deseos de superación, sentimientos, hábitos, valores, éticas y morales los cuales me han ayudado a salir adelante buscando siempre lo mejor en mi vida.

De igual manera a la Sra. Carmen Pogo propietaria de las artesanías de arte típico en telar a mano en la parroquia Catacocha del cantón Paltas, provincia de Loja, por su apertura para la ejecución de la presente investigación, en fin a todos aquellas personas que de alguna manera me colaboraron para la culminación exitosa del presente trabajo.

Wilson Jimmy Ordoñez Ordoñez

**1. TEMA**

**“PLAN DE MARKETING PARA LA DIFUSIÓN DE LAS ARTESANÍAS DE  
ARTE TÍPICO EN TELAR A MANO EN LA PARROQUIA CATACOCCHA  
DEL CANTÓN PALTAS, PROVINCIA DE LOJA”**



## 2. RESUMEN

Hoy en día la publicidad se ha convertido en una herramienta imprescindible para una empresa, cuando se pretende vender un producto o servicio, llegando de manera directa o indirecta al consumidor.

A nivel mundial las distintas empresas, así como los que se dedican a la actividad turística, han obtenido muchos beneficios, gracias a la aplicación de estrategias de marketing, las cuales han permitido llegar a diferentes tipos de consumidores, con distintos gustos y preferencias.

En Ecuador no se ha quedado atrás en implementar un plan de marketing que tiene como propósito aumentar el número de turistas nacionales e internacionales, aumentar la oferta del turismo de calidad, incrementando la promoción internacional, crear la imagen turística de Ecuador, potenciar un desarrollo sostenible y mejorar la competitividad turística. Además el plan de marketing ofrece 11 líneas de producción como circuitos generales, sol y playa, turismo comunitario, parques temáticos, ecoturismo, turismo de deportes y aventura, turismo de selva, agroturismo, incentivos, congresos y cruceros.

La provincia de Loja, aún no ha logrado posicionarse en el mercado nacional peor internacional, por la falta de difusión y promoción de sus atractivos que es notoria en los cantones que forman esfuerzos para posicionar a esta noble provincia como un destino turístico de calidad.

El cantón Paltas con su cabecera cantonal Catacocha, ciudad llena de historia y cultura, con grandes atractivos como las artesanías, consideradas como un atractivo cultural, que permite recordar a nuestros antepasados, sus costumbres y tradiciones y manera de vestir utilizando para ello el tejido como uno de las artes más antiguas que existen en el mundo, además de la elaboración de estos productos tradicionales como alfombras, alforjas, cobijas y jergas, pero poco a poco estas está desapareciendo debido a que los gobiernos de turno no valorizan, ni dan importancia a la cultura artesanal, lo que han ocasionado que exista una escasa promoción y difusión en el ámbito turístico, conjuntamente con la inexistencia de facilidades económicas que se brinde a los artesanos para que puedan aumentar la producción de artesanías.

Con la finalidad de promocionar y revalorizar las artesanías de Catacocha se planteó el tema de tesis denominado plan de marketing para la difusión de las artesanías de arte típico en telar a mano en la parroquia urbana Catacocha del cantón Paltas, provincia de Loja.

Se planteó el siguiente objetivo general: Elaborar un plan de marketing para la difusión de las artesanías de arte típico en telar a mano en la parroquia Catacocha del cantón Paltas, provincia de Loja. En base a esto, se estableció los objetivos, específicos: el primero es realizar un diagnóstico de la situación actual de las artesanías de arte típico en telar a mano en la parroquia urbana Catacocha, el segundo objetivo diseñar la propuesta y promoción y publicidad de las artesanías de arte típico en telar a mano en la parroquia urbana Catacocha, a través de un díptico y un afiche publicitario

donde se destacan las artesanías, y la socialización de la propuesta de marketing con la propietaria de las artesanías y a las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Paltas.

En la metodología utilizada para elaborar el plan de marketing para la difusión de las artesanías de arte típico a mano, se realizó una ficha de observación directa, basándose en aspectos relevantes como: servicios básicos, turísticos y atractivos, turística existentes de Catacocha, con la finalidad de conocer datos como las organizaciones comunitarias que se dedican al turismo, eventos más importantes, proyectos turísticos que se estén ejecutando o planificando, productos que se elaboran, interés de la población en incrementar actividades relacionadas con el turismo y producción, se empleó la técnica de la encuesta, que permitió conocer el grado de conocimiento que tienen los turistas sobre los atractivos turísticos del sector, así como las distintas actividades que ellos realizan cuando visitan la zona.

Se utilizó la matriz FODA, que permitió conocer la situación real en que se encuentra las artesanías de arte típico en telar a mano, y luego se procedió a diseño de la propuesta estableciendo la misión y visión del plan de marketing, políticas generales para que la propietaria tome en cuenta a la hora de atender a los turistas, también se instituyeron las estrategias generales, competitivos y de promoción con la creación del logotipo para las artesanías, elaboración de un itinerario destacando la visita y la compra de artesanías y por último se eligieron los medios publicitarios para difundir el logotipo y los productos.

En cuanto a los resultados generales obtenidos, queda demostrado que las artesanías de arte típico de la parroquia urbana Catacocha forma parte importante del patrimonio cultural de la nación, que lastimosamente cuenta con una calificación regular en lo que a calidad se refiere debido a la escasa promoción, lo que está creando una baja variedad de oferta para los visitantes. Lo destacado, es que la parroquia urbana Catacocha como producto artesanal tiene reconocimiento al tener una buena trayectoria que necesita ser difundida y promocionada para ser exaltada de la manera que se merece.

Tras lo expuesto, queda en manos de la propietaria de las artesanías de arte típico y las autoridades de turno del Gobierno Autónomo Descentralizado Paltas, poner en marcha este plan de marketing, utilizar los medios de comunicación para difundir los atractivos turísticos y artesanías.

Luego de haber elaborado el plan de investigación se llegó a los siguientes conclusiones: que las artesanías de arte típico en telar a mano, son de muy buena calidad y muy atractivas, por lo que se considera que necesitan ser promocionadas y difundidas a nivel turístico.

Finalmente se recomienda al departamento de promoción cultural y turismo de Paltas, generar proyectos sostenibles en los que se involucra a los artesanos, a las autoridades competentes poner en marcha las estrategias planteadas en el proyecto de tesis, al departamento de promoción cultural y turismo de Paltas elaborar un plan de promoción y difusión de los atractivos

turísticos de Catacocha, en donde se incluya a las artesanías de arte típico en telar a mano, como un atractivo cultural, con la finalidad de incentivar a los turistas a conocer Catacocha y a la propietaria de las artesanías de arte típico en telar a mano, con la finalidad de que pueda sacar adelante y lograr su objetivo primordial como es el llegar al mercado turístico

## SUMMARY

Today advertising has become an indispensable tool for a company, when trying to sell a product or service, directly or indirectly reaching the consumer.

A different companies worldwide, as well as those devoted to tourism, have gained many benefits through the implementation of marketing strategies, which have allowed us to reach different types of customers, with different costs and preferences.

In Ecuador has not been left behind in implementing a marketing plan that aims to increase the number of national and international tourists, increase the supply of quality tourism, increasing international promotion, creating the tourist image of Ecuador, foster sustainable development and enhance tourism competitiveness. Also the marketing plan has 11 production lines and general circuits, sun and beach, community tourism, theme parks, ecotourism, adventure sports, jungle tourism, agrotourism, incentives, conventions and cruise ships.

The province of Loja, has not yet established itself in the worst international domestic market, lack of dissemination and promotion of its attractions is evident in the cantons that make efforts to position this noble province as a quality tourist destination.

The Avocado canton cantonal head Catacocha your city steeped in history and culture, with great attractions such as crafts, seen as a cultural attraction , allowing remember our ancestors, their customs and traditions and way of dressing by using the tissue as one of the oldest arts in the world , in addition to the development of traditional products such as rugs, saddle blankets and jargon, but these are gradually disappearing because successive governments do not value or give importance to artisanal culture, which have caused escaza there is a promotion and dissemination in tourism, together with the lack of economic facilities that artisans can be provided to increase the production of handicrafts.

In order to promote and enhance handicrafts Catacocha thesis theme called marketing plan for the dissemination of art crafts typical handloom urban parish in Canton Catacocha Paltas province of Loja was raised.

The following overall goal was raised: Develop a marketing plan for the dissemination of art crafts typical handloom in the parish of the canton Catacocha Paltas province of Loja. On this basis, the objectives are established, specific : the first is to make a diagnosis of the current situation of typical handicrafts handloom art in the urban parish Catacocha, the second objective the proposed design and promotion and advertising typical handicrafts handloom art in the urban parish Catacocha through a leaflet and a poster advertising which highlights the crafts, and socialization of the proposed proprietary marketing of handicrafts and authorities of the Autonomous Decentralized Government Avocado parish.

The methodology used to develop the marketing plan for the dissemination of handicrafts typical hand art, a form of direct observation was made, based on

relevant aspects such as : basic, tourist and attractive services, tour existing Catacocha, with order to know information such as the community organizations engaged in tourism, major events, tourism projects that are running or planning , products made , popular interest in increasing tourism-related activities and production, the technique was used the survey yielded information on the degree of knowledge among tourists on the tourist attractions of the sector and the various activities they perform when visiting the area.

SWOT matrix , yielded information on the actual situation which is typical handicrafts handloom art, and then proceeded to design the proposal establishing the mission and vision of the marketing plan, mainstreaming was used for the proprietary note when cater to tourists , general, competitive and promotion with logo creation strategies for handicrafts, developing an itinerary highlighting the visit and purchase crafts also instituted and finally chose advertising media to spread the logo and products.

As to the general results obtained, it is demonstrated that crafts typical art of urban parish Catacocha an important part of the cultural heritage of the nation, which unfortunately has a middling score as quality is concerned due to the poor promotion, which is creating a low range on offer for visitors. The highlight is that the urban parish Catacocha handmade product has recognition as having a good track record that needs to be disseminated and promoted to be exalted in the way it deserves.

Following the above, it is up to the owner of the native art and crafts authorities turn Paltas Decentralized Autonomous Government, implement this marketing plan, using the media to spread the tourist attractions and handicrafts.

After having developed the research plan was reached the following conclusions: that crafts typical art loom by hand, are of very good quality and very attractive, so it is considered that need to be promoted and disseminated tourist level.

Finally, it recommends that the Department of cultural promotion and tourism Avocado, generate sustainable projects in which artisans are involved, the competent authorities implement the strategies presented in the thesis project, the Department of Tourism and cultural promotion Paltas develop a plan for the promotion and dissemination of attractions Catacocha, where the typical art crafts including hand- loom, as a cultural attraction, in order to encourage tourists to know Catacocha and the owner of the typical handicrafts handloom art, in order that it can move forward and achieve its primary objective as is the reach the tourist market

### 3. INTRODUCCIÓN

La artesanía ha estado en continua evolución, introduciendo y adaptándose a los cambios tecnológicos de cada época. Hasta la primera mitad del siglo XX mantiene un cierto prestigio, símbolo de resistencia a la mecanización, ya en los años sesenta surge el reconocimiento social, empieza a ser reconocida y exhibida en exposiciones y museos.

En estas condiciones se llega al siglo XXI en que se considera a las artesanías como una actividad residual, con un fuerte desprestigio, falta de cohesión como sector, carencias formativas en gestión empresarial y diseño y dificultades para acceder a fuentes de financiación.

En Ecuador las artesanías a través de los años, han desempeñado un papel muy importante en mantener la identidad artesanal. Un artesano es aquel hombre o mujer que trabaja con sus manos usando los más variados materiales, para crear varios objetivos. Las artesanías son manifestaciones artísticas populares de las etnias indígenas, que consisten de tejidos, sombreros, bordados, cerámicas y joyería.

La provincia de Loja ubicada al sur del país con sus 16 maravillosos cantones, se constituye en un destino interesante del territorio nacional siendo el punto de atracción para propios y extraños, esto debido al trabajo que han venido realizando el Ministerio de Turismo Regional Frontera Sur Loja. En conjunto con otras empresas relacionadas con el turismo, ejecutando la promoción y difusión de los distintos atractivos en especial la ciudad de Loja, las autoridades vinculadas al turismo no se han preocupado por poner en marcha un plan de marketing que les permita llegar no solo al mercado local sino también provincial y nacional.

El cantón Paltas a 97 km de la ciudad de Loja, es el más antiguo del Ecuador y con el pasar de los años ha llegado a constituirse en centro del turismo por sus atractivos de infinita belleza natural, por su clima templado



y acogedor y porque sus hijos hidalga gentileza son amables y sinceros. Su cabecera cantonal Catacocha es tierra de historia única en su género propio de un pueblo sureño que muestra particularidades de muy fuerte atractivo, su gente, costumbres, tradiciones, gastronomía, variedad de climas, su inmensa riqueza arqueológica, sus viviendas que nacen de un trazado indio y una arquitectura española fueron las principales características para que este bello rincón de la patria sea tomado en cuenta para ser Patrimonio Cultural del Ecuador. Además los maestros en el arte de la elaboración de artesanías en tejido, artesanías en fomix, tela y madera que también es un atractivo de esta parroquia, pero lamentablemente las autoridades no han puesto énfasis para promocionar y difundir estos productos a nivel turístico.

La falta de interés por parte de los gobiernos de turno que no valorizan ni dan importancia a la cultura artesanal han ocasionado que las artesanías, especialmente los tejidos tradicionales como las alfombras, alforjas y jergas estén desapareciendo ya que en la actualidad son muy pocas las personas que elaboran este tipo de artesanías en el caso de Catacocha únicamente dos personas elaboran los tejidos tradicionales.

Además no existen materiales y medios publicitarios que proporcionen datos sobre las artesanías de arte típico en telar a mano de Catacocha. La propietaria de las artesanías es una de las pocas personas que se dedican a esta actividad.

Con la finalidad de revalorizar las artesanías de arte típico en telar a mano se planteó el siguiente tema de tesis “Plan de Marketing para la Difusión de las Artesanías de Arte Típico en Telar Mano en la parroquia Catacocha del cantón Paltas, provincia de Loja.

Al desarrollarse este proyecto de tesis se pretende promocionar y difundir las artesanías de arte típico en telar a mano, a nivel turístico lo que sin duda fortalecerá el turismo en la parroquia y el aumento de la producción de estos productos, y de esta manera atraer a la demanda.

En el ámbito social se espera que el trabajo y la producción de las artesanías de arte típico en telar a mano sean reconocidos y valorados por los gobiernos de turno y los turistas que visiten Catacocha y no se pierda tan importante costumbre y tradición de elaborar tejidos tradicionales. De manera económica la expectativa es que las artesanías aumenten sus ventas y producción, mediante la aplicación de este plan buscando las vías más eficientes para que obtengan mejores ganancias y en el aspecto académico el proyecto se justifica en el objetivo de la Universidad Nacional de Loja, que es vincular a los estudiantes con la colectividad para enfrentarse a diferentes problemáticas, generando así soluciones a las mismas en este caso en el área turística y mejorar la calidad de vida de los involucrados.

En el proyecto se utilizó la metodología que incluye métodos y técnicas para cumplir con el siguiente objetivo General, Plan de Marketing para la Difusión de las Artesanías de Arte Típico en Telar A Mano en la parroquia Catacocha del cantón Paltas, provincia de Loja. Objetivos específicos, realizar un diagnóstico de la situación actual Artesanías de Arte Típico en Telar A Mano en la parroquia Catacocha, diseñar la propuesta de promoción y publicidad de las artesanías de arte típico en telar a mano en la Parroquia Catacocha y socializar la propuesta de marketing con las personas involucradas.

El trabajo de investigación permitirá a la propietaria de las artesanías ser reconocidas a nivel turístico y a la vez que los productos que elaboran sean valorizados y por otro lado la investigación servirá como base de información tanto en su diagnóstico como en el inventario de atractivos turísticos de Catacocha.

Al ofrecer material publicitario para promocionar y difundir las artesanías, la elaboración de un itinerario en los que se resalta la visita a las artesanías de arte típico en telar a mano y la creación de una marca turística a las artesanías de arte típico en telar a mano sin duda incentivará la actividad turística y se fortalecerá el turismo en la zona.

Por último uno de los mayores alcances que se obtuvo al desarrollar el presente proyecto es la elaboración de la propietario de las artesanías de arte típico en talar a mano como el departamento de promoción cultural y turismo del Municipio de Paltas y de los turistas para cumplir con las distintas actividades y objetivos y para cumplir con éxito el inicio y culminación de la tesis y en cuanto se refiere a las limitaciones cuando se empezó a realizar el proyecto se tuvo dificultad para dar con el sitio donde se encontraba ubicado las artesanías de arte típico en telar a mano.

## 4. REVISIÓN DE LITERATURA

### 4.1. MARCO CONCEPTUAL

#### 4.1.1. Turismo

La Organización Mundial del Turismo define al turismo como el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes a lugares distintos de su contexto habitual por un período inferior a un año, con propósitos de ocio, negocios y otros motivos. La formación de una cultura del ocio y tiempo libre se basa en el desarrollo de capacidades para disfrutar plenamente de forma diversificada y creativa las alternativas que la sociedad ofrece e intenta superar la concepción del tiempo libre como un espacio temporal improductivo. (Ordoñez, 2008)

#### 4.1.2. Turismo Urbano

Es una modalidad de turismo que se desarrolla específicamente dentro de una ciudad (o cualquier espacio geográfico urbano) y engloba todas las actividades que los visitantes realicen dentro de ella durante su estancia: desde conocer y visitar sus puntos de interés (plazas, edificios públicos e históricos, museos, monumentos) hasta realizar actividades relacionadas con la profesión y los negocios. (Castillo, 2011)

#### 4.1.3. Tipos de Turismo Urbano

- **Turismo urbano cultural:** Basado en conocer determinados lugares, o asistir a determinados acontecimientos relacionados con la cultura. Comprende la visita a diferentes monumentos, museos, exposiciones, centros culturales, o cualquier otro evento y actividad que tenga relación directa con el enriquecimiento cultural del visitante.
- **Turismo urbano y las actividades profesionales:** Esta modalidad está ligado al desarrollo profesional de los visitantes, quienes acuden a ferias,

congresos, simposios, jornadas, certámenes, capacitaciones (darlas o recibirlas), exhibiciones, conferencias, exposiciones, reuniones, seminarios, talleres, entre otros eventos.

- **Turismo urbano de negocios (económico):** Así mismo, muchos de los visitantes acuden a las ciudades como parte de su trabajo, a realizar gestiones, promover o comprar servicios y productos turísticos.
- **Turismo urbano de ocio y placer:** Involucra todas las actividades recreativas en las que participa el visitante durante su estancia en la ciudad. Desde acudir a centros comerciales, disfrutar de parques temáticos, asistir a obras de teatro, gozar de conciertos, realizar rutas gastronómicas, actividades deportivas, hasta visitar centros de relax. (Lambin, 1995)

#### **4.1.4. Patrimonio Cultural**

Patrimonio Cultural es el conjunto de las creaciones realizadas por un pueblo a lo largo de su historia. Esas creaciones lo distinguen de los demás pueblos y le dan su sentido de identidad. Es la herencia cultural propia del pasado, con la que un pueblo vive hoy, y transmitimos a las generaciones futuras. Se entiende por "Patrimonio Cultural Inmaterial" los usos representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes a las comunidades, los 6 grupos y, en algunos casos, para que los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad, contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural con creatividad humana. El pueblo ecuatoriano posee un riquísimo patrimonio cultural que se remonta a las épocas prehispánicas, pasa por el legado de los 300 años de Colonia y continúa con los logros del período

independiente hasta nuestros días. (INPC)

#### **4.1.5. Tipos de Atractivos**

Según el manual de inventarios de Atractivos Turísticos del Ecuador dice: que los atractivos turísticos se clasifican en: Sitios naturales y Manifestaciones culturales.

**Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.**

**Categoría:** Define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza.

**Tipo:** Son los elementos de características similares en una categoría.

**Subtipo:** Son los elementos que caracterizan los tipos.

- **Sitios naturales:** se reconocen los tipos: Montañas, Planicies, Desiertos. Ambientes Lacustres, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Áreas protegidas.
- **Manifestaciones culturales:** Se registran los tipos: históricos, etnográficos, Realizaciones técnicas y científicas, Realizaciones artísticas contemporáneas y Acontecimientos programados. (MINTUR 2013)

#### **4.1.6. Inventario Turístico**

El ministerio de Turismo del Ecuador en su manual de inventarios dice que: el inventario de atractivos turísticos “Es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y



zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico”. (Mintur, 2009)

#### **4.1.7. Etapas para elaborar el inventario de atractivos**

Para realizar un inventario de atractivos turísticos se deberá seguir los siguientes pasos:

- **Clasificación de los Atractivos**

Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar.

- **Recopilación de Información**

En esta fase se selecciona tentativamente los atractivos para lo cual se investigan sus características relevantes. Esta fase de investigación es documental, cuya información debe obtenerse en las oficinas relacionadas con su manejo.

- **Trabajo de Campo**

Consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo.

El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad. Es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional, como Municipios, Consejos Cantonales, Gobernaciones, Casas Parroquiales, así como de informantes locales, y tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo, del que se harán al menos 5 fotografías.

- **Evaluación y Jerarquización**

Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente.

Los atractivos de acuerdo a la jerarquización que se les ha asignado, deberán responder aproximadamente a la siguiente descripción.

**Jerarquía IV:** Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

**Jerarquía III:** Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

**Jerarquía II:** Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiese a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

**Jerarquía I:** Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

La jerarquía se establece a partir de la suma de los valores asignados a cada factor, y en función de los puntos obtenidos se determina el rango jerárquico donde se ubica el atractivo. (MINTUR 2013)

Los rangos son:

1 a 25 puntos: Jerarquía I

26 a 50 puntos: Jerarquía II

51 a 75 puntos: Jerarquía III

76 a 100 puntos: Jerarquía IV.

#### **4.1.8. Importancia del Turismo**

El turismo es actualmente una de las actividades económicas y culturales más importantes con las que puede contar un país o una región. Entendemos por turismo a todas aquellas actividades que tengan que ver con conocer o disfrutar de regiones o espacios en los que uno no vive de manera permanente. El turismo puede presentar muchas variantes ya que hay diferentes tipos de turismo: turismo cultural, de aventura, de entretenimiento, de relajación. Del mismo modo, también hay diferentes personas que realizan diversos tipos de turismo.

Independientemente de las posibles variantes que haya del turismo, la importancia de esta actividad reside en dos pilares principales. El primero es aquel que tiene que ver con el movimiento y la reactivación económica que genera en la región específica en la que se realiza. Así, todos los países y regiones del planeta cuentan con el turismo como una actividad económica más que genera empleos, obras de infraestructura, desarrollo de establecimientos gastronómicos y hoteleros, crecimiento del transporte aéreo, terrestre o marítimo, etc. Por otro lado, el turismo tiene otro pilar que podemos denominar sociocultural. Aquí, la importancia del turismo residirá en el hecho de que es a través suyo que el ser humano puede conocer de cerca y en vivo otras culturas, otras sociedades, otras formas de vivir y otros ambientes geográficos. (Bustos, 1998)

#### **4.1.9. Oferta Turística**

La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles

en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas. Recursos turísticos se basan en los atractivos con que cuenta un determinado destino, ya sean de orden natural, histórico-monumental, cultural, folclórico, y son la motivación principal de la visita. (Ing. Msc. Ivan Cevallos B. 2012)

#### **4.1.10. Atractivos Turísticos**

Son conjunto de lugares, bienes y costumbres y acontecimientos que por sus características, propias de una ubicación en un contexto, atraen en el interés de un visitante. Los atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. (Ordoñez, 2008)

#### **4.1.11. Planta Turística**

La planta turística está formada por todas las instalaciones y el equipo de producción de bienes y servicios que satisfacen lo que requiere el turista. La Planta Turística, son aquellas empresas que facilitan al turista la permanencia en el lugar de destino (alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, entre otros.). (Ordoñez, 2008)

#### **4.1.12. Diagnostico Turístico**

El diagnóstico turístico es la etapa del proceso de planificación donde se establece y evalúa la situación de un destino en un momento determinado. En otras palabras, el diagnóstico consiste en una suerte de corte temporal que establece una diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística en un destino. Desde este punto de vista, el diagnóstico constituye la fuente directa de información que nos permite tomar decisiones acerca de las futuras estrategias, así como la herramienta

que nos va a permitir evaluar el éxito o fracaso de planes, programas y proyectos. (marketing turístico, 2010)

#### **4.1.13. Propósito del Diagnóstico Turístico**

Se ha identificado en el diagnóstico sirve para tres propósitos muy concretos:

- Difundir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones.
- Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuesta y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos actualizados.
- Establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre la situación del turismo de antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística. (2012))

Dependiendo del tipo de plan o de propuesta que se va a realizar, la definición de objetivo de desarrollo debe hacerse previamente y se establece que aspectos del turismo o del entorno van hacer priorizados en los estudios o análisis. Un buen levantamiento de información de datos contribuye a realizar una adecuada interpretación y permite la búsqueda de alternativas factibles para la solución de los problemas que se identifiquen. (Escobar, 2011)

#### **4.1.14. Aspectos que se deben tomar en cuenta para la elaboración del Diagnóstico de un Plan de Marketing**

- La identificación y valoración de los recursos del destino turístico.

- El análisis del mercado turístico, la competencia, el sector, el entorno y sus implicaciones para el destino turístico.
- La identificación de las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades del destino turístico.

#### **4.1.15. Etapas del Diagnóstico Turístico**

- Planificación y diseño del diagnóstico.
- Recolección de información de campo.
- Análisis y sistematización de resultados.

#### **4.1.16. 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. (Escobar, 2011)



#### 4.1.17. FODA

El FODA es una de la herramienta esencial que provee de los insumos necesarios del proceso de planificación estratégica, proporcionando la información necesaria para la implantación de acciones y medidas correctivas y la generación de nuevos o mejores proyectos.

Es un instrumento que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acorde a los objetivos y políticas formuladas. (Ricaurte, 2009)

#### 4.1.18. Detalle de los Componentes del Análisis FODA

- **Fortaleza:** describe los recursos y las destrezas que han adquirido la empresa, y es bueno formular estas preguntas ¿En qué nos diferenciamos de la competencia?, ¿Qué sabemos hacer mejor?
- **Oportunidades:** describe los posibles mercados, nichos de negocio que están a la vista de todos, pero si no son reconocidas a tiempo se convierten en una desventaja competitiva
- **Debilidades:** describen los factores en los cuales poseemos una posición desfavorable respecto a la competencia.
- **Amenazas:** describen los factores que puede poner en peligro la supervivencia de la organización, si dichas son reconocidas a tiempo ser estudiadas o convertirlas en oportunidades.

El FODA se utiliza recurrentemente en la planificación administrativa, mercados, desarrollo de productos o servicios, estrategias comerciales, evaluación de competidores o reportes de investigación. Otros ejemplos específicos son: Oportunidades de inversión, estudio de proveedores,

estrategias comerciales o ventas, marcas, penetración de mercados diversificación de servicio, socios comerciales, entre otros. (Ricaurte, 2009)

#### **4.1.19. Encuesta**

La encuesta es un método de la investigación de mercados que sirve para obtener información específica de una muestra de la población mediante el uso de cuestionarios estructurados que se utiliza para obtener datos precisos de las personas encuestadas. La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones interesan al investigador. Para ello a diferencia de las entrevistas, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entrega a los sujetos, a fin que las contesten por escrito. Es impersonal porque el cuestionario no lleva nombre ni otra identificación de la persona que lo responde, ya que no interesan los datos. (Ing. Msc. Ivan Cevallos B. 2012)

#### **4.1.20. Ventajas de la Encuesta**

- **Estandarización:** se hacen las mismas preguntas a todos los elementos de la muestra con el apoyo del cuestionario.
- **Facilidad de administración:** el encuestador únicamente tiene que llenar una serie de preguntas que responderá el encuestado.
- **Facilidad de tratamiento de datos:** el cuestionario puede codificarse convirtiendo a números aspectos cualitativos, esto facilita el tratamiento de información de los datos.
- **Posibilidad de hacer estudios parciales:** se podrá clasificar los resultados obtenidos por edad, sexo, entre otros.
- **Rapidez:** en poco tiempo se debe reunir gran cantidad de información.

#### **4.1.21. Desventajas de la Encuesta**

- Requiere un diseño de profesionales con buenos conocimientos de teoría y habilidades en su aplicación.
- Es necesario dar un margen de confiabilidad de los datos, una medida de error estadístico posible al no haber encuestado a la población completa. Por lo tanto debe aplicarse análisis estadísticos que permitan medir dicho error, lo que requiere de profesionales capacitados para el efecto y complica el análisis de las conclusiones. (Castillo, 2011)

#### **4.1.22. Significado de Artesanías**

Artesanía se refiere tanto al trabajo del artesano (normalmente realizado de forma manual por una persona sin el auxilio de maquinaria o automatizaciones), como al objeto o producto obtenido en el que cada pieza es distinta a las demás. La artesanía como actividad material se suele diferenciar del trabajo en serie o industrial. Con el objeto de definir a la artesanía y distinguirla de la industria, Eutimio Tovar Rodríguez en "La artesanía su importancia económica y social ha propuesto como definición de artesanía "toda técnica manual creativa, para producir individualmente, bienes y servicios" y por lo tanto ha definido industria como "toda técnica mecánica aplicada, para producir socialmente, bienes y servicios". (Sancho, 2008)

#### **4.1.23. Marketing**

Marketing es un concepto inglés, traducido al castellano como mercadeo o mercadotecnia. Se trata de la disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores. El marketing analiza la gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades. (Bustos, 1998).

#### **4.1.24. Marketing Estratégico**

Una de las características más útiles e importantes del marketing consiste en poder planificar, con bastante garantía de éxito, el futuro de nuestra empresa, basándonos para ello en las respuestas que ofrezcamos a las demandas del mercado, ya hemos dicho que el entorno en el que nos posicionamos cambia y evoluciona constantemente, el éxito de nuestra empresa dependerá, en gran parte, de nuestra capacidad de adaptación y anticipación a estos cambios. Debemos ser capaces de comprender en qué medida y de qué forma los cambios futuros que experimentará el mercado afectarán a nuestra empresa y de establecer las estrategias más adecuadas para aprovecharlos al máximo en nuestro beneficio. (Lambin, 1995).

#### **4.1.25. Marketing Operativo**

También denominado sistema de acción. Consiste en conquistar el mercado, mediante una estrategia de Marketing- Mix, es decir basada en el producto, la distribución, la comunicación y el precio. El marketing operativo está centrado en acciones a corto y medio plazo. Es desde el punto de vista económico, el verdadero motor de la empresa. (Kotler, Marketing Turístico, 2007)

#### **4.1.26. Marketing Mix**

“El marketing mix o mezcla de mercadotecnia es un concepto que se utiliza para nombrar al conjunto de herramientas y variables que tiene el responsable de marketing de una organización para cumplir con los objetivos de la entidad. Esto quiere decir que el marketing mix está compuesto por la totalidad de las estrategias de marketing que apuntan a trabajar con los cuatro elementos conocidos como las cuatro P: Producto, Precio, Plaza y Promoción” (Bustos, 1998).

- **Producto:** Esta variable engloba tanto el producto, en sí que satisface una determinada necesidad, como todos aquellos elementos y servicios suplementarios y acondicionamientos a ese producto en sí.
- **Precio:** En esta variable se establece la información sobre el precio del producto al que la empresa lo ofrece en el mercado. Este elemento es muy competitivo en el mercado, dado que, tiene un poder esencial sobre el consumidor, además es la única variable que genera ingresos.
- **Plaza:** En esta variable se analiza los canales que atraviesa un producto desde que se crea hasta que llega a las manos del consumidor. Además, podemos hablar también del almacenaje, de los puntos de venta, la relación con los intermediarios, el poder de los mismos, etc.
- **Promoción:** La promoción del producto analiza todos los esfuerzos que la empresa realiza para dar a conocer el producto y aumentar sus ventas en el público, por ejemplo: la publicidad, las relaciones públicas, la localización del producto, etc.

#### 4.1.27. Marketing Turístico

El marketing debería ser el conjunto de acciones tendientes a proporcionar satisfacción al cliente de una manera prologada. Philip Kotler definió al marketing como “aquella actividad humana dirigida a satisfacer necesidades y deseos mediante procesos de intercambio. El turismo comprende el conjunto de actividades realizadas por aquellos que viajan y se hospedan en lugares diferentes al de su habitual entorno durante un periodo de tiempo consecutivo e inferior a un año y con fines de ocio, entretenimiento, por negocios etc. Vale decir entonces que el marketing turístico es un concepto que si bien parece ser restringido al turismo, abarca un mundo muy amplio dentro de éste: alojamiento, agencias de viajes, transporte, espectáculo, restaurantes, guías, traductores, tours, parques, museos, etc. (Santesmases, 1996)

#### 4.1.28. Plan de Marketing

Un plan de marketing es un documento previo a una inversión, lanzamiento de un producto o comienzo de un negocio donde, entre otras cosas, se detalla lo que se espera conseguir con ese proyecto, lo que costará, el tiempo y los recursos a utilizar para su consecución, y un análisis detallado de todos los pasos que han de darse para alcanzar los fines propuestos. También puede abordar, aparte de los aspectos meramente económicos, los aspectos técnicos, legales y sociales del proyecto. (Marketing-free.com, 2009)

#### 4.1.29. Propósitos de un Plan de Marketing

- **Descripción del entorno de la empresa:** permite conocer el mercado, competidores, legislación vigente, condiciones económicas, situación tecnológica, demanda prevista, etc., así como los recursos disponibles para la empresa.
- **Control de la gestión:** prevé los posibles cambios y planificación de los desvíos necesarios para superarlos, permitiendo encontrar nuevas vías que lleven a los objetivos deseados.
- **Alcance de los objetivos:** la programación del proyecto es sumamente importante y, por ello, todos los implicados han de comprender cuáles son sus responsabilidades y como encajan sus actividades en el conjunto de la estrategia. (Kotler, 2006)

#### 4.1.30. Estrategia

Es un plan destinado a dirigir o guiar todas las acciones así un fin específico o meta, debiendo incluir todas las herramientas, elementos y decisiones necesarias que se aplican oportunamente, teniendo en cambios inesperados. (Sancho, 2008)

#### **4.1.31. Productividad**

La productividad es más que ciencia, tecnología y técnicas administrativas, es una filosofía y actitud de mente que depende de la fuerza motivadora de las personas hacia un esfuerzo para alcanzar la calidad y debería medirse en el ámbito de la organizaciones con el mejor usos de los recursos disponibles para obtener un producto o servicio de calidad, la productividad aumenta mayores utilidades, empleo y bienestar para todos. (Castillo, 2011)

#### **4.1.32. Socialización**

Es un proceso mediante el cual el individuo transmite determinados conocimientos e información al público asistente y para ello se debe tener en cuenta las habilidades de comunicación, que son la clave para expresar lo que uno piensa, desea y necesita de un modo directo, honesto y apropiado. El término “socialización”, se refiere también a crear las condiciones y los espacios para que miembros de una comunidad, autoridades locales, y representantes de organizaciones comunales, estén informados de la diferentes acciones que lleva a cabo en un ámbito de interés común, es una forma de que la comunidad conozca los beneficios a los perjuicios de los que pueden ser objeto con la implementación de diferentes proyectos. Por otro lado existen muchas herramientas que permiten la socialización una de ellas esta presentación en Ppower Point, que es una herramienta informática creada por Microsoft para realizar presentaciones gráficas con sonido, animaciones, colores llamativos y cuya misión es facilitar la exposición de un tema de multitud de campo (empresarial, educativo, científico, etc.) (Segura, 2009)

## 4.2. MARCO REFERENCIAL

### 4.2.1. Ubicación geográfica del Ecuador

Ecuador, oficialmente República del Ecuador, es un país situado en la región noroccidental de América del Sur. Ecuador limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú, y al oeste con el Océano Pacífico. Tiene una extensión de 283 520 km. Su capital es Quito. Ecuador es surcado de norte a sur por una sección volcánica de la Cordillera de los Andes, con más de 80 volcanes, siendo el más alto el Chimborazo con 6310 msnm. Al oeste de los Andes se presentan el Golfo de Guayaquil y una llanura boscosa; y al este, la Amazonia. El territorio ecuatoriano incluye las oceánicas Islas Galápagos 1000 km al oeste de la costa. (Ecuador, 2012)



**Figura N° 1.** Mapa del Ecuador  
**Fuente:** Pág. Web  
**Elaboración:** Wilson Ordoñez



## Cuadro N° 1 .Datos generales de Ecuador

<b>Nombre oficial.</b>	República del Ecuador.
<b>Extensión.</b>	256.370 km2.
<b>Población.</b>	14.666.055 hab.
<b>Forma de gobierno.</b>	Democrático.
<b>Gobernante.</b>	Economista Rafael Correa (2013-2017).
<b>Ciudades principales.</b>	Quito, Guayaquil, Cuenca.
<b>Idioma oficial.</b>	Español
<b>Fiesta de independencia.</b>	10 de Agosto.
<b>Unidad monetaria.</b>	Dólar americano.
<b>Religión.</b>	Católica.

Fuente: Pág. Web

Elaboración: Wilson Ordoñez



Figura N° 2. Mapa de la provincia de Loja

Fuente: Pág. Web

Elaboración: Wilson Ordoñez

### 4.2.2. Ubicación geográfica de la provincia de Loja

Loja está ubicada al sur de la república del Ecuador. Por su desarrollo y ubicación, forma parte de la Región Sur o zona 7 integrada por las provincias de El Oro, Loja y Zamora Chinchipe. Tiene una rica tradición en las artes, y por esta razón es conocida como la capital musical y cultural del Ecuador. Cuenta con 16 cantones: Alamor, Célica, Chaguarpamba,

Espíndola, Gonzanamá, Loja, Macará, Olmedo, Paltas, Pindal, Puyango, Quilanga, Saraguro, Sozoranga, Zapotillo. (Loja 2012)

**Cuadro N° 2.** Datos generales de la provincia de Loja

<b>Cabecera cantonal.</b>	Loja.
<b>Altitud.</b>	2 100 m.s.n.m.
<b>Temperatura promedio.</b>	18°C
<b>Superficie.</b>	1923 km <sup>2</sup>
<b>Clima.</b>	Andino
<b>Limites:</b>	
<b>Norte</b>	Con la provincia del Azuay
<b>Sur y Este.</b>	Con la provincia de Zamora Chimchipe
<b>Oeste.</b>	Con la provincia de el Oro

Fuente: Pág. Web

Elaboración: Wilson Ordoñez

#### 4.2.3. Ubicación geográfica del cantón Paltas



**Figura N° 3.** Mapa del cantón Paltas

Fuente: Base de datos del CINFA-UNL

Elaboración: Wilson Ordoñez

El cantón Paltas se encuentra Ubicado en el callejón interandino de la sierra de ecuatoriana, al occidente de Loja. Se encuentra a 97km 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, aleros, escalinatas, parques con iglesias, integrando a la vegetación y paisajes que crean un colorido visual convertido a esta ciudad en un conjunto de gran valor arquitectónica, por lo cual fue declarado patrimonio cultural de la nación, mediante decreto del INPC. El 25 de mayo de 1994 como muestra de la existencia del asentamiento Palta, se encuentra el museo “Hermano Joaquín Liébana Calle” del colegio Maristas, en donde se puede encontrar gran Variedad de vestigios pertenecientes a esta cultura.

#### **4.2.3.1. Comercio**

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

#### **4.2.3.2. Clima**

Cuenta con un clima frío, en general su clima es agradable, con una temperatura promedio de 18°C. En Paltas las lluvias son temporales y son muy fuertes; se dan de diciembre a mayo. La época seca es de junio a noviembre. (Kawasay 2001)

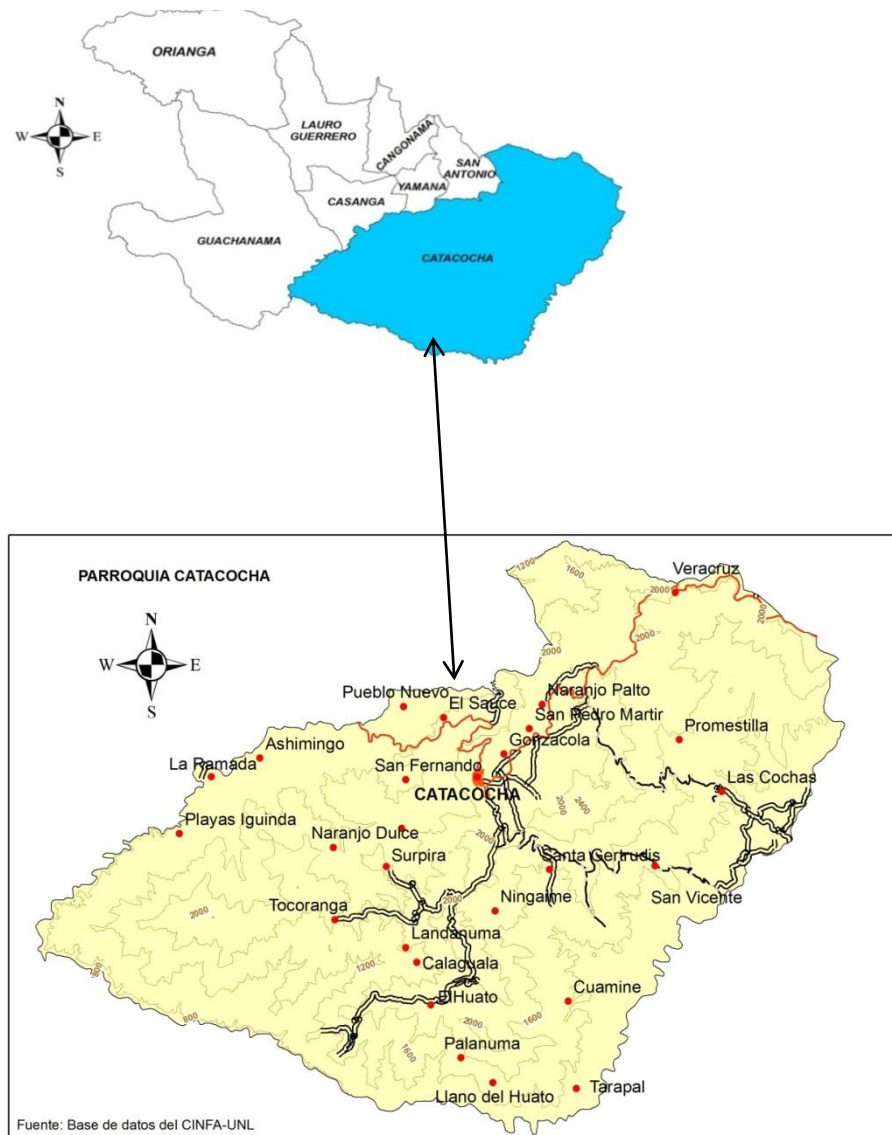
#### **4.2.4. Parroquia urbana Catacocha**

##### **4.2.4.1. Historia de 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, se quedó admirado por la gran cantidad de agua que se había acumulado en la misma, 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 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 asiento indígena Palta, pues se supone que para el año 1600, ya existía como parroquia eclesiástica fundada por los dominicanos. (Paltas, 2013)



**Figura N°4.** Mapa de la parroquia urbana Catacocha

**Fuente:** Base de datos del CINFA-UNL

**Elaboración:** Wilson Ordoñez

#### **4.2.4.2. 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, el acuerdo con la ley de división territorial de colorido expedido por el Gral. Francisco de Paula Santander.

#### **4.2.4.3. Cultura**

Por la gran riqueza de sus tradiciones, heredados de los ancestros aborígenes y de la época colonial, fue declarado Patrimonio Cultura de la Nación. El 25 de mayo de 1994. Este importante legado patrimonial debe por lo tanto ser conservado y preservado como testimonio par las futuras generaciones, en especial su centro histórico y las áreas de influencia entorno del mismo, que aún mantiene un patrón de homogeneidad de sus edificaciones construidas con material tradicionales. Por lo tanto y con miras a fortalecer el turismo cultural, la tarea de convertir en el referente más destacado nos compromete de sobremanera a todos.

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. (Paltas, 2013)

#### **4.2.4.4 Leyendas de la parroquia urbana Catacocha**

La leyenda en esta parroquia ha constituido una narración tradicional relacionada entre sí en hechos imaginarios pero que se consideran reales.

Nuestros antepasados han contado leyendas que se han conservados, razón por lo que es necesario eternizar las tradiciones míticas de los pueblos y de las patrias para que echen raíces profundas y eternas en las generaciones de hoy y del mañana. Entre estos hechos se relatan la leyenda:

- Origen del nombre Catacocha.
- Estampas del Pasado.
- Los Vivos de los Catacocha.
- Peripecias del Suco Sagaz.
- La Contienda de los Dioses.
- La Rebeldía de los Paltas.

#### **4.2.4.5. Vestimenta de la parroquia urbana Catacocha**

Generalmente la vestimenta es la identificación de un pueblo, siendo el clima el principal factor determinante del tipo de ropa en las diferentes épocas estatales. Con la evolución de la indumentaria también han influido los diferentes estilos o modas, los materiales y tecnologías disponibles, los códigos sexuales, la posición social, las migraciones humanas y las tradiciones. Siendo estas acogidas por las nuevas juventudes de Catacocha, cambiando su estilo de vida y vistiéndose a la moda.

En los pueblos rurales de la parroquia Catacocha la vestimenta de los hombres se basa en un pantalón, camiseta, sombrero, botas o zapatos de lona y siempre con una alforja y machete. En la vestimenta de las mujeres en cambio lleva una blusa, falda con enagua o pantalón por debajo de la falda, sombrero, sandalias o zapatos de lona. En la parte urbana de la parroquia su vestimenta es normal. (Paltas, 2013)

#### 4.2.4.6. Fiestas tradicionales de la parroquia urbana Catacocha

El calendario católico tiene a lo largo del año una serie de fiestas con motivo de la celebración santoral de los principales representantes de la religión de Cristo (los santos de la iglesia) y de las fechas especiales dedicadas a Dios. Entre las más importantes y en orden cronológico tenemos;

- 19 de marzo, San José.
- 5 de abril, San Vicente.
- 24 de junio, Fiesta comercial en honor a San Juan.
- 25 de junio de 1824 Cantonización.
- 30 de junio, Fiesta comercial en honor a la virgen de Lourdes.
- 3 de diciembre, Reivindicación de los derechos de los paltas.

#### 4.2.4.7. Atractivos Turísticos

- **Museo Hermano Joaquín Liébana Calle:** Ubicado en la ciudad de Catacocha, en él se encuentra reliquias arqueológicas representativas de nuestros aborígenes, así como restos de animales y vegetales petrificadas, los cuales han sido recogidos por los mismos pobladores, en los alrededores de la ciudad y sus valles.
- **Mirador Shiriculapo denominado 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, Pisaca, Congo, Pilapila y todos los paisajes del entorno de Catacocha.
- **Mirador Colina del Calvario:** Se puede llegar caminando o en vehículo y se puede observar todo el valle de Casanga.

- **Casas Patrimoniales:** Sus viviendas nacen de un trazado indio y una arquitectura española con los portales, balcones y aleros, que sin duda hacen retroceder hacia el pasado.
- **Iglesia Matriz:** Fue construida en el siglo XVIII, es de construcción tradicional a base de adobe, el altar principal hechos de madera y se encuentra formado por tres naves, donde la central consta de tres campanas de bronce que data del siglo XVIII.
- **Parque Central:** Se construyó en el año 2006, es un sitio ideal para el descanso y distracción y se encuentra formado por un conjunto de monumentos como el monumento al Cóndor, al Teniente Coronel Lauro Guerrero y su pileta y glorieta hacen de este parque de ingeniería colorida y a la vez moderna. (Bustos, 1998)

#### 4.2.4.8. Gastronomía

El cantón Paltas ha desarrollado una gastronomía única, entre los platos típicos más destacados tenemos: sango, asado de borrego, fritada, seco de chivo, longaniza (salchicha), repe, sambates (variedad de humitas), tortillas de camote, molo, etc. (Paltas, 2013)

#### 4.2.5. Servicios Turístico.

**Cuadro N° 3.** Servicios turísticos

<b>Cajero automático</b>	
<b>Cafetería</b>	
<b>Restaurantes</b>	
<b>Hoteles</b>	
<b>Internet</b>	
<b>Hospital</b>	
<b>Transporte</b>	
<b>Información turística</b>	

Fuente: Pág. Web

Elaboración: Wilson Ordoñez



#### 4.2.6. Artesanías

Las artesanías de Catacocha expresan sus sentimientos a través de las manos creando manualidades como: tejidos, cerámicas, y la denominada carpintería doméstica. Entre las clases de artesanías que elaborado las manos hábiles de Catacocha están:

- **Los Tejidos:** Entre estos se destacan: las jergas, alforjas, ponchos, gorras, bolsos, hamacas etc., y las encontramos en los sitios de Catacocha, Colanga, Polomontón, la ramada y el Tamarindo.
- **Las Cerámicas:** Entre las que se pueden apreciar están: las ollas, jarrones, cazuelas, cántaros, entre otras, cerámicas que se las puede localizar en los sitios de Tacoranga y Suipirá
- **Carpintería Domestica:** Consiste en la elaboración de lomillos, cucharas, batidores, bateas, tableros de picar, entre otros. Los mismos que los podemos encontrar en todo el cantón. De todas las artesanías, lamentablemente la elaboración de lomillos están desapareciendo por falta de materia prima y por la avanzada tecnología en los medios de transporte, el vehículo ha reemplazado al burro, el caballo y la mula.([www.paltas.gob.ec](http://www.paltas.gob.ec))
- **EL Lomillo:** Es un objeto elaborado de madera, mismo que está formado por dos codos y dos vastos, sirve para ponerlo en el lomo del caballo, las mulas y los burros; muy útiles para la carga y como medio de transporte. También se lo conoce con el nombre de aderezo, chilingo o albarda.

#### 4.2.7. Artesanías de Arte Típico en Telar a Mano.

Las Artesanías de Arte Típico en Telar a Mano de la parroquia Catacocha, se organizado con el fin de impulsar trabajos artesanales y de manualidades, elaborando productos de calidad y a través de la comercialización y venta, acceder a recursos económicos que ayuden a solventar las necesidades de

su hogar. Elaboran variedad de artesanías, destacándose la elaboración de alfombras, jergas, bolsos, ponchos, alforjas, hamacas apliques que son artesanías de antaño que nuestros antepasados utilizaban. (Paltas, 2013)

## **5. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **5.1. Materiales**

Los materiales que se emplearon para el desarrollo de la tesis son los siguientes:

#### **Físicos:**

- Libros.
- Tesis.
- Revistas turísticas
- Cuaderno.
- Lápiz.
- Esferos.
- Carpetas.
- Grapadora
- Perforadora
- Afiches.
- Internet.
- Computadora.
- Impresora.
- copias
- Calculadora.
- Flash Memory.
- Cámara.
- Movilización.

#### **Visitas de investigación**

- Bibliotecas.
- GAD Catacocha.
- Departamento de promoción cultural y turismo de paltas.
- Ministerio de turismo de Loja.
- Cámara de turismo Loja.

- Diseñador gráfico.

## 5.2. Métodos y Técnicas

### 5.2.1. Métodos

**Método científico:** sirve para recopilar una serie de pasos sistemáticos e instrumento que nos lleven a un conocimiento científico, estos pasos nos permiten llevar a cabo una investigación.

**Método Analítico:** Consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para las causas, naturaleza y los efectos, el análisis es la conservación y examen de un hecho en particular, es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia. (Investigación eumetnet ESJ-309)

**Método descriptivo:** Se utiliza en la descripción de hechos y fenómenos actuales, éste método se sitúa en el presente, recoge y tabula los datos para luego analizarlos e interpretarlos de una manera imparcial.

**Método Inductivo:** Parte de un marco general de referencia y se va hacia un caso en particular en la deducción se comparan las características de un caso objeto con la definición que se acordó para una clasificación de objetos y fenómenos. (Ing. MSc. Ivan Cevallos B, 2012)

### 5.2.2. Técnicas

**Observación Directa:** Es la inspección que hace directamente a un fenómeno dentro del medio en que se presenta, a fin de contemplar todos los aspectos inherentes a su comportamiento y características dentro de ese campo

**Entrevista:** Es una recopilación verbal sobre algún tópico de interés para el entrevistado. A diferencia del cuestionario, requiere de una capacitación

amplia y de experiencia por parte del entrevistador, así como un juicio sereno y libre de influencia para captar las opiniones del entrevistado sin agregar ni quitar nada en la información proporcionada.

**Encuesta:** Es una técnica de investigación que permite obtener información acerca de una parte o toda una población mediante el uso de un cuestionario.

**Exposición:** Consiste en aplicar un tema o una idea con la atención de informar, la exposición se hará de forma clara, sencilla y ordenada para que se entienda bien. (Ing. MGc.Ivan Cevallos B 2012)

### **5.3. Metodología por objetivos**

Para el cumplimiento del primer objetivo que corresponde: **Realizar un diagnóstico de la situación actual de las artesanías de arte típico en telar a mano de la parroquia Catacocha en el cantón Paltas, provincia de Loja.**

Para realizar el cumplimiento del primer objetivo específico se utilizó el método analítico, dentro del cual se realizó una ficha de observación, en la que se identificaron aspectos relevantes de la parroquia urbana Catacocha en cuanto se refiere a la infraestructura de los servicios básicos, servicios turísticos y atractivos turísticos existentes. Por otro lado se aplicó una entrevista al Lcdo. Wilmer Guamán director del departamento de promoción cultural y turismo de Paltas, en el ámbito turístico con la finalidad de obtener datos importantes como son las fuentes de ingresos económicos del sector, organizaciones comunitarias que se dediquen a la actividad turística en la zona, eventos más importantes, inconvenientes que impiden el desarrollo del turismo, facilidades económicas que se brinden a los pobladores para que inviertan en algún tipo de negocio, productos que se elaboran de interés de la población en incrementar actividades relacionadas con el turismo y producción y los proyectos que estén ejecutando.

Se efectuó un análisis de la situación turística de la parroquia urbana Catacocha, en donde se hizo la jerarquización de atractivos dando como resultado sitios turísticos de jerarquía II, también se hizo un análisis de la oferta, en donde se pudo identificar los servicios turísticos que Catacocha brinda al turista, luego de esto se procedió a realizar un análisis de la demanda, mediante la que tiene los turistas sobre los atractivos turísticos del sector, así como las distintas actividades que ellos realizan cuando visitan la zona. La encuesta fue aplicada el 30% a los turistas de la parroquia urbana Catacocha y el 70% a los turistas que visitan la ciudad de Loja. Se aplicó 370 encuestas desglosando de la siguiente forma:

Se tomó como referencia el número de turistas que anualmente visitan Catacocha, dado que en esta parroquia urbana no existe una oficina de registro de turistas dando adquirir estos datos y las referencias obtenidas por parte de los dueños de los hoteles:

- **Hotel Arupos:** 4334 turistas al año
- **Hostal pensión Ejecutivo:** 1525 turistas al año
- **Hostal pensión Tambococha:** 1145 turistas al año
- **Pensión den Turismo:** 110 turistas al año

**Muestra:**

La muestra permitió conocer el número exacto de personas a encuestarse en la parroquia urbana Catacocha y en la ciudad de Loja, referente al tema de investigación planteado.

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

**Desarrollo de la Formula:**

$$n = \frac{(1.88)^2 * p * q * N}{7114 * (0.06)^2 + 7114 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3.5344 * 0.5 * 0.5 * 7114}{7114 * 0.0036 + 1.88 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{6285.9304}{25.6104 + 0.47}$$

$$n = \frac{12556.21}{26.0804}$$

$$n = 370$$

Es importante mencionar que otro de los aspectos que llevo a cabo para cumplir con este objetivo fue analizar un análisis de competencia, en donde se identificaron las principales empresas competidoras para la microempresa de artesanías a nivel de la provincia de Loja, dando como resultado que Loja y Saraguro, son los cantones mejor conocidos por la calidad y variedad de sus artesanías y en cuanto a atractivos turísticos se refiere. Por otro lado se utilizó la matriz de análisis FODA, que permitirá conocer la situación real en que se encuentra las artesanías de arte típico en telar a mano, se dedican a la elaboración de artesanías, el riesgo y oportunidades que esta microempresa tiene en el mercado al funcionamiento de la misma.

Finalmente para cumplir con todos los puntos anteriormente nombrados se realizaron visitas de campo, que accederá a ponerse en contacto directo con la propietaria la Sra. Carmen Pogo dueña de la microempresa de artesanías, y con los antes involucrados a fin de obtener información para estructurar y cumplir con el primer objetivo específico.

Para el cumplimiento del segundo objetivo específico. **Propuesta de un Plan de Marketing para la Difusión de las Artesanías de Arte Típico en Telar a Mano en la Parroquia Catacocha del Cantón Paltas, Provincia de Loja.**

En este objetivo se utilizó el método científico que permitió ordenar, descubrir, demostrar y verificar los conocimientos que la ciencia formule sobre el objeto a investigar, con este método se priorizó la información recopilada tanto en libros, revistas, páginas web, rescatando los aspectos más importantes que corresponde a las artesanías. Luego se procedió a elaborar una misión y visión que se pretende alcanzar por medio del plan de

marketing turístico para las artesanías, seguidamente se determina algunas políticas generales, compuestas de dos partes información y valores, los cuales sin duda alguna le permitirán a su propietario tomar como referencia a la hora de atender a los turistas. Por otro lado se fijaron algunas estrategias generales, con la finalidad la imagen que se desea comunicar al mercado objetivo, con el precio se puede establecer costos diferenciales para estimular los mejores canales de promoción y finalmente con los turistas locales, nacionales y extranjeros, que son el mercado objetivo al que se pretende llegar, comercialización los productos, en este caso las artesanías. También se establecieron algunas estrategias competitivas, dentro de las cuales está el marketing interno, que pretende mejorar la calidad de servicio y la atención al cliente, asimismo están las estrategias de promoción entre la que se encuentra la marca turística. La misma que fue diseñada con aspectos relevantes, que permite enfocar las artesanías que oferta la Sr. Carmen Pogo, del mismo modo se elabora un itinerarios para un grupo de 10 personas, con el respectivo presupuesto, guión y recomendaciones, por su puesto destacando la visita al taller de artesanías y de esta forma esta visita sea amena e interactiva; y, por último se hizo un estudio de cobertura de medios para difundir el logotipo de las artesanías, entre los medios que se escogieron fueron medios orales, prensa escrita y materiales publicitarios como dípticos, afiches y una red social facebook.



## 6. RESULTADOS

### 6.1. Diagnóstico de la situación actual para las Artesanías de Arte Típico en Telar a Mano en la Parroquia Catacocha del Cantón Paltas, Provincia de Loja

**Cuadro N°4.** Datos generales del cantón Paltas

<b>Provincia</b>	Loja
• <b>Cantón</b>	Paltas
• <b>Parroquia</b>	Catacocha
• <b>Extensión territorial</b>	1159.55km <sup>2</sup>
• <b>Población</b>	35 647 habitantes
• <b>Temperatura</b>	20°C
• <b>Altitud promedio</b>	1850 m.s.n.m
• <b>Fecha de cantonización</b>	25 de junio de 1824
• <b>Ubicación geográfica</b>	El cantón Paltas se encuentra ubicado en el callejón interandino de la sierra ecuatoriana, al occidente de la ciudad de Loja, entre los meridianos 79° 29' y 80° de longitud y las paralelas 3° 47' y 4° 12' de latitud.
• <b>Limites</b>	<b>Norte:</b> con los cantones Chaguarpamba, Olmedo y la provincia de El Oro. <b>Sur:</b> con los cantones Calvas, Sozoranga y Célica. <b>Este:</b> con Gonzanamá y Catamayo <b>Oeste:</b> Con Puyango y Célica
• <b>División política</b>	<b>Parroquias urbanas:</b> Catacocha y Lourdes. <b>Parroquias rurales:</b> Guachanamá, Cangonamá, Casanga, Yamana, Orianga, Lauro Guerrero y San Antonio
• <b>Referencia cercana</b>	El cantón Paltas se encuentra a 97km de la ciudad de Loja
• <b>Accesibilidad</b>	Para llegar a este maravilloso cantón se lo puede hacer por vía terrestre, en la diferentes cooperativas que ofrecen el servicio de transporte con horarios frecuentes
• <b>Descripción urbana</b>	Catacocha es tierra de historia y gallardía único en su género, propio de un pueblo sureño que muestra particularidades de muy fuerte atractivo, gastronomía, variedad de climas, su inmensa riqueza arqueológica, sus viviendas que nacen de un trazado indio y una arquitectura española, características más que suficientes para justa razón obtenga por parte del Instituto Nacional de Patrimonio la declaratoria como patrimonio Cultural de la Nación el 25 de mayo de 1994.

**Fuente:** Departamento de promoción cultural y turismo de Paltas

**Elaboración:** Wilson Ordoñez

## 6.2. Análisis socioeconómico

La mayor parte de la población de Catacocha se dedica a las actividades económicas y agrícolas como: la agricultura, ganadería, comercio, actividades poco implicados en el turismo, hotelería y restaurantes. La agricultura, comercio y la ganadería una de las actividades más rentables del sector. La agricultura es extensiva bajo lluvia y por lo tanto es muy susceptible a los cambios climáticos, habitualmente subsisten en asociación con los cultivos anuales diversos frutales como mango, papayo, aguacate y cítricos, siendo el maní, maíz duro y fréjol.

## 6.3. Análisis de la situación turística

Para la identificación de atractivos se tomo en cuenta la metodología para inventarios de atractivos turísticos establecido por el Ministerio de Turismo y la recolección de datos se lo hizo por medio de referencias proporcionadas por el departamento de promoción cultural y turismo de Paltas y de visitas hacia los atractivos.

**Cuadro N° 5.** Jerarquización de atractivos turísticos


<b>ANALISIS DE LA SITUACIÓN TURISTICA</b>		
<b>ATRATIVOS NATURALES</b>		
<b>Nombre del atractivo</b>	<b>Jerarquía</b>	<b>N° fichas</b>
<b>El Shiriculapo</b>	Jerarquía II	001
<b>ATRATIVOS CULTURALES</b>		
<b>Nombre del atractivo</b>	<b>Jerarquía</b>	<b>N° fichas</b>
<b>Casas patrimoniales inventariadas</b>	Jerarquía II	002
<b>Fiesta de cantonización</b>	Jerarquía II	003
<b>Iglesia matriz de Catacocha</b>	Jerarquía II	004
<b>Artesanías de Catacocha</b>	Jerarquía II	005
<b>Museo Hermano Joaquín Liébana Calle</b>	Jerarquía II	006

**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Wilson Ordoñez

## 6.4. Ficha descriptiva de los atractivos turísticos de la parroquia urbana Catacocha

**Cuadro N° 6.** El Shiriculapo

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b> El Shiriculapo		
<b>Categoría:</b> Sitio natural	<b>Tipo:</b> Montaña	<b>Subtipo:</b> Colina
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Paltas	<b>Localidad:</b> Catacocha
 <p><b>Fotografía N° 1.</b> El Shiriculapo  <b>Fuente:</b> Observación directa  <b>Elaboración:</b> Wilson Ordoñez</p>		<p><b>Ubicación:</b> El Mirador Shiriculapo o Balcón del Rey Inca (jefe de la tribu Paltas), se ubica en la Parroquia Lourdes (Barrio Bolívar), a 600 metros de la ciudad Catacocha (Cabecera Cantonal), se puede dirigir por la avenida Loja y luego tomar la calle Shiriculapo.</p>
<p><b>Características generales:</b> Mirador Shiriculapo su nombre significa mirador del “Jefe o Shiry” debido a la presencia de aves llamadas “Chiris”. Es una formación rocosa de granito, cuya pared lateral occidental desciende en forma abrupta y vertical a una altura aproximada de 150 metros de profundidad, Cuenta con dos miradores, para llegar al primero se lo hace mediante el ascenso de 53 escalones, en la cima se ha erigido una imagen a Jesús del Gran Poder, ésta imagen está cubierta con un manto rojo y tiene los brazos en forma de cruz, según los habitantes es símbolo de paz, y fue ubicado por el señor Julio Yunga.</p> <p>El segundo mirador se encuentra a 30 m del primero, sobre una roca con menos dimensión que la primera, se ha colocado una reja para seguridad de los visitantes, desde estos dos miradores puede admirar el sitio Playas y el Valle de Casanga, los cerros Guanchuro, El Pisaca, Pisaquita, Pisaquilla, El Cango, Pilapila y el paisajes y edificaciones de Catacocha y Lourdes, además sobre la calzada se encuentra un escudo de armas del Cantón Paltas.</p> <p>Este mirador es muy conocido, puesto que hasta la década de los 90, personas se lanzaban al vacío debido a problemas psicológicos y económicos. Leyendas dicen que en este Cerro muchas almas románticas no resistieron la traición y en vuelo eterno se lanzaron al vacío para buscar la eternidad.</p>		
<p><b>Actividades Turísticas:</b> Este mirador natural es ideal para realizar fotografía, disfrutar de la vista panorámica del cantón Paltas.</p>		
<p><b>Recomendaciones:</b> Usar ropa cómoda, zapatos deportivos, gorra, protector solar, repelente y cámara fotográfica. También se recomienda a los turistas respetar la protección existe en este lugar. ( ver anexo 5 pág. 121)</p>		

**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Wilson Ordoñez

**Cuadro N° 7.** Jerarquización del atractivo turístico El Shiriculapo

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b> EL Shiriculapo		
<b>Provincia:</b> Loja		
<b>Cantón:</b> Paltas		
<b>Localidad:</b> Catacocha		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS MAXIMOS</b>
<b>CALIDAD</b>	a. Valor intrínseco.	10
	b. Valor extrínseco.	8
	c. Entorno.	7
	d. Estado Conservación y organización.	6
<b>APOYO</b>	a. Acceso.	8
	b. Servicios.	4
	c. Asociación con otros atractivos.	3
<b>SIGNIFICADO</b>	a. Local.	
	b. Provincial.	4
	c. Nacional.	
	d. Internacional.	
	<b>TOTAL</b>	<b>50</b>
<b>JERARQUIA II</b>		

**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Wilson Ordoñez

## Cuadro N° 8. Casas patrimoniales

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b> Casas Patrimoniales			
<b>Categoría:</b> Manifestación cultural	<b>Tipo:</b> Históricas	<b>Subtipo:</b> Arquitectura civil	
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Paltas	<b>Localidad:</b> Catacocha	
		<p><b>Ubicación:</b> En Catacocha se puede encontrar varias casas patrimoniales especialmente por las calles Juan Montalvo, Juan Vera y Lauro Guerrero.</p>	
<p><b>Fotografía N°2.</b> Casas Patrimoniales inventariadas  <b>Fuente:</b> Observación directa  <b>Elaboración:</b> Wilson Ordoñez</p>			
<p><b>Características generales:</b> 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.</p> <p>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”</p>			
<p><b>Actividades Turísticas:</b> Se puede observar la arquitectura de las viviendas de Catacocha, que sin duda nos hará retroceder hacia la época colonial. Tomar fotografías de las fachadas de la parte exterior ya que no se puede ingresar a la parte interior.</p>			
<p><b>Recomendaciones:</b> Llevar cámara fotográfica, protector solar, gorra, ropa cómoda, repelente. ( ver anexo 5 pág. 124)</p>			


**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Wilson Ordoñez

**Cuadro N° 9.** Jerarquización del atractivo turístico Casas Patrimoniales

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b> Casas Patrimoniales		
<b>Provincia:</b> Loja		
<b>Cantón:</b> Paltas		
<b>Localidad:</b> Catacocha		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS MAXIMOS</b>
<b>CALIDAD</b>	a. Valor intrínseco.	10
	b. Valor extrínseco.	7
	c. Entorno.	5
	d. Estado Conservación y organización.	6
<b>APOYO</b>	a. Acceso.	8
	b. Servicios.	6
	c. Asociación con otros atractivos.	4
<b>SIGNIFICADO</b>	a. Local.	
	b. Provincial.	4
	c. Nacional.	
	d. Internacional.	
	<b>TOTAL</b>	
<b>JERARQUIA II</b>		

**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Wilson Ordoñez

## Cuadro N° 10. Fiesta de aniversario de cantonización de paltas

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b> Fiesta de Aniversario de Cantonización de Paltas			
<b>Categoría:</b> Manifestación cultural		<b>Tipo:</b> Acontecimientos programados	<b>Subtipo:</b> Fiesta
<b>Provincia:</b> Loja		<b>Cantón:</b> Paltas	<b>Localidad:</b> Catacocha
		<p><b>Ubicación:</b> Las fiestas de cantonización se celebran el 25 de junio en la parroquia urbana Catacocha.</p>	
<p><b>Fotografía N° 3.</b> Fiesta de Aniversario de Cantonización de Paltas  <b>Fuente:</b> Observación directa  <b>Elaboración:</b> Wilson Ordoñez</p>			
<p><b>Características generales:</b> El 25 de junio se celebra las fiestas de aniversario de cantonización, por tal motivo esta fiesta es la más representativa y la que cautiva de mayor atención por parte de todo el pueblo paltense.</p> <p>Paltas es una tierra de mujeres hermosas como preámbulo a lo que serán las fiestas de cantonización se elige a la mujer mas bella que representará al cantón en todos los eventos de belleza a nivel cantonal, con la elección de la reina se da inicio a las festividades que están cargados de alegrías y diversión de todos los habitantes; con esta ocasión se presentan actividades culturales, deportivas, sociales, desfiles estudiantiles, serenatas en homenaje al aniversario de cantonización, no puede faltar la exposiciones de artesanías que se elaboran en el lugar; las festividades generan gran expectativa en todo el pueblo porque son ocasiones para salir de la rutina y disfrutar en familia de actividades diferentes, algunas de la actividades que se realizan por celebrar el aniversario de cantonización de Paltas son: ferias agropecuarias, agroecológicas, exposiciones artesanales, rally, encuentro de integración cultural, juegos pirotécnicos y luces, desfiles cívico estudiantil, misa de acción de gracias, sesión solemne y baile de la confraternidad.</p>			
<p><b>Actividades Turísticas:</b> Los asistentes a tan importante festividad puede participan de las distintas actividades que se planifica durante los días de duración de la misma</p>			
<p><b>Recomendaciones:</b> Los turistas pueden disfrutar tranquilamente de los días festivos por el aniversario de cantonización de Paltas, ya que Catacocha cuenta con sitios de alojamiento que presta muy buenos servicios, restaurantes, internet, información turística, telefonía celular y servicios de transporte. ( ver anexo 5 pág. 127)</p>			

**Fuente:** Observación directa.

**Elaboración:** Wilson Ordoñez.

**Cuadro N° 11.** Jerarquización del atractivo turístico Fiesta de Aniversario de Cantonización de Paltas

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b> Fiesta de Aniversario de Cantonización de Paltas		
<b>Provincia:</b> Loja		
<b>Cantón:</b> Paltas		
<b>Localidad:</b> Catacocha		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS MAXIMOS</b>
<b>CALIDAD</b>	a. Valor intrínseco.	10
	b. Valor extrínseco.	9
	c. Entorno.	4
	d. Estado Conservación y organización.	4
<b>APOYO</b>	a. Acceso.	9
	b. Servicios.	6
	c. Asociación con otros atractivos.	3
<b>SIGNIFICADO</b>	a. Local.	
	b. Provincial.	4
	c. Nacional.	
	d. Internacional.	
	<b>TOTAL</b>	<b>50</b>
<b>JERARQUIA II</b>		

**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Wilson Ordoñez



## Cuadro N° 12. Iglesia matriz de Catacocha

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b> Iglesia Matriz de Catacocha.			
<b>Categoría:</b> Manifestación cultural		<b>Tipo:</b> Históricas	<b>Subtipo:</b> Arquitectura religiosa
<b>Provincia:</b> Loja		<b>Cantón:</b> Paltas	<b>Localidad:</b> Catacocha
 <p><b>Fotografía N°4.</b> Iglesia Matriz de Catacocha  <b>Fuente:</b> Observación directa  <b>Elaboración:</b> Wilson Ordoñez</p>		<p><b>Ubicación:</b> Se encuentra ubicada en el parque central frente al Ilustre Municipio de Paltas en la calle 25 de Junio y Laura Guerrero.</p>	
<p><b>Características generales:</b> Constituye un monumento de valor simbólico, arquitectónico y urbano, por la técnica constructiva que tiene empleada en su construcción y por ende esta iglesia es catalogada como un bien patrimonial.</p> <p>Su plata arquitectónica está formada por un solo cuerpo y su fachada de influencia arquitectónica de estilo barroco, cuya concepción y materiales son propios de la zona, posee 3 naves, sus paredes son de adobe y tapia, mientras que las paredes de la nave central son de bahareque; tiene 2 accesos, uno principal desde el atrio frontal y otro lateral derecho. Al interior el piso es de baldosa, tiene un zócalo de madera, posee un coro alto con escaleras al campanario (campanas que pesan 3 quintales), en su entrada está el bautisterio (pila) de mármol, contiene 10 columnas cuadradas con fuste alargado que están a cada lado y terminan con arcos de medio punto. En los laterales superiores de la nave central están las estaciones, pinturas de olio (misterios) y en las paredes laterales de las naves izquierda y derecha está una cenefa de madera; el cielo raso también es de madera con decoraciones florales.</p> <p>Entre las colecciones que existen en el interior de la iglesia está las imágenes de San Juan, San Pedro patrono de la parroquia Catacocha, San Antonio, La Virgen María, Divino Niño y la Virgen del Rosario, Patrona del Cantón.</p>			
<p><b>Actividades Turísticas:</b>  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.</p>			
<p><b>Recomendaciones:</b> Llevar cámara fotográfica y ropa cómoda ( ver anexo 5 pág. 130)</p>			

**Fuente:** Observación directa.


**Elaboración:** Wilson Ordoñez.

**Cuadro N° 13.** Jerarquización del atractivo turístico: Iglesia Matriz de Catacocha

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b> Iglesia Matriz de Catacocha		
<b>Provincia:</b> Loja		
<b>Cantón:</b> Palta.		
<b>Localidad:</b> Catacocha		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS MAXIMOS</b>
<b>CALIDAD</b>	a. Valor intrínseco.	9
	b. Valor extrínseco.	7
	c. Entorno.	6
	d. Estado Conservación y organización.	8
<b>APOYO</b>	a. Acceso.	10
	b. Servicios.	6
	c. Asociación con otros atractivos.	2
<b>SIGNIFICADO</b>	a. Local.	
	b. Provincial.	2
	c. Nacional.	
	d. Internacional.	
	<b>TOTAL</b>	<b>50</b>
<b>JERARQUIA II</b>		

**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Wilson Ordoñez

## Cuadro N° 14. Artesanías de Catacocha

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO: Artesanías de Catacocha</b>		
<b>Categoría:</b> Manifestación cultural	<b>Tipo:</b> Etnografía	<b>Subtipo:</b> Artesanías
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Paltas	<b>Localidad:</b> Catacocha
 <p><b>Fotografía N° 5.</b> Artesanías de Catacocha  <b>Fuente:</b> Observación directa  <b>Elaboración:</b> Wilson Ordoñez</p>		<p><b>Ubicación:</b> Las artesanías de arte típico en telar a mano se encuentran situado en el barrio Colinas del Calvario.</p>
<p><b>Características generales:</b> Hablar de artesanías en Catacocha es hablar y recordar nuestros ancestros, sus tradiciones y manera de vestir utilizando para ellos el tejido, que es una de las artesanías más antiguas que existen en el mundo, el mismo que se origino con el hombre primitivo, llegándose a descubrir el tejido primeramente pasando por el arte de la cerámica.</p> <p>En Catacocha se utiliza la lana de los animales que una vez sometida al lavado y secado, se procede al teñido, luego se hila y está lista para realizar tejidos como: Jergas, alforjas, ponchos, cobijas y bolsos.</p> <p>Los materiales que se utilizan para elaborar los tejidos son: Telares, para elaborar los tejidos para alforjas, lana de borrego, algodón nativo de la zona, cabuya, algunas clases de fibras vegetales, piel de animales, orlón, plantas de los cuales se puede obtener algunos colores como: el tontarrón, la pepa de aguacate y plitaya, huso, para tejer los hilos, rueca, rueda para hilar. En la actualidad utilizan tintes o hilos de diferente color con el fin de hacer sus artesanías más vistosas.</p>		
<p><b>Actividades Turísticas:</b> Dado que las artesanías no sean promocionadas a nivel turístico, se considera que los artesanos tienen la oportunidad de dar a conocer sus productos en las fiestas de cantonización, ya que en esta fecha acuden turistas nacionales y extranjeros.</p>		
<p><b>Recomendaciones:</b> En el caso de querer adquirir algún tipo de artesanías se lo puede realizar, los días domingos, ya que en este día las artesanías sacan sus productos a la venta en el parque central de Catacocha. ( ver anexo 5 pág. 133)</p>		

**Fuente:** Observación directa.


**Elaboración:** Wilson Ordoñez.

**Cuadro N° 15.** Jerarquización del atractivo turístico: Artesanías de Catacocha

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b> Artesanías de Catacocha		
<b>Provincia:</b> Loja		
<b>Cantón:</b> Paltas		
<b>Localidad:</b> Catacocha		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS MAXIMOS</b>
<b>CALIDAD</b>	a. Valor intrínseco.	6
	b. Valor extrínseco.	9
	c. Entorno.	6
	d. Estado Conservación y organización.	6
<b>APOYO</b>	a. Acceso.	9
	b. Servicios.	6
	c. Asociación con otros atractivos.	2
<b>SIGNIFICADO</b>	a. Local.	
	b. Provincial.	2
	c. Nacional.	
	d. Internacional.	
	<b>TOTAL</b>	<b>46</b>
<b>JERARQUIA II</b>		

**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Wilson Ordoñez

## Cuadro N° 16. Museo Hermano Joaquín Liébana Calle

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b> Museo Hermano Joaquín Liébana Calle		
<b>Categoría:</b> Manifestación cultural	<b>Tipo:</b> Histórica	<b>Subtipo:</b> Museo arqueológico
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Paltas	<b>Localidad:</b> Catacocha
		<p><b>Ubicación:</b> El museo se encuentra ubicado en las calles Sucre y Lourdes en la ciudad de Catacocha. Se encuentra en el primer piso de la unidad educativa "Marista". Exhibe piezas de la era paleolítica y neolítica, joyas y herramientas rudimentarias.</p>
<p><b>Fotografía N° 6.</b> Museo Hermano Joaquín Liébana Calle  <b>Fuente:</b> Observación directa  <b>Elaboración:</b> Wilson Ordoñez</p>		
<p><b>Características generales:</b> Se encuentra ubicado en la ciudad de Catacocha, en el colegio de los hermanos Maristas, en el se encuentran reliquias arqueológicas representativas de nuestros aborígenes, así como restos de animales y vegetales petrificados los cuales han sido recogidos por los mismos pobladores de los alrededores de la ciudad y sus valles.</p> <p>Los restos arqueológicos están situados de acuerdo al periodo de formación de las piezas, sus principales colecciones al interior son:</p> <p><b>Arqueología:</b> piedra, cerámicas y metales.</p> <p><b>Paleontológica:</b> madera petrificada y fósiles marinos.</p> <p><b>Numismática:</b> monedas, billetes del ecuador y minerales.</p>		
<p><b>Actividades Turísticas:</b> Se puede admirar y está permitido tomar fotografías de la inmensa riqueza por la que está compuesto este museo, que muestra la cultura, costumbres y tradiciones del pueblo Palta.</p>		
<p><b>Recomendaciones:</b> Esta permitido tomar fotografías dentro del museo, existe un guía que está encargado de explicar todos los elementos que se puede encontrar en el mismo.          ( ver anexo 5 pág. 136)</p>		

**Fuente:** Observación directa.

**Elaboración:** Wilson Ordoñez.

## Cuadro N° 17. Jerarquización del atractivo turístico: Museo Hermano

Joaquín Liébana Calle

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b> Museo Hermano Joaquín Liébana Calle.		
<b>Provincia:</b> Loja.		
<b>Cantón:</b> Paltas.		
<b>Localidad:</b> Catacocha.		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS MAXIMOS</b>
<b>CALIDAD</b>	a. Valor intrínseco.	9
	b. Valor extrínseco.	7
	c. Entorno.	6
	d. Estado Conservación y organización.	7
<b>APOYO</b>	a. Acceso.	9
	b. Servicios.	6
	c. Asociación con otros atractivos.	2
<b>SIGNIFICADO</b>	a. Local.	
	b. Provincial.	4
	c. Nacional.	
	d. Internacional.	
	<b>TOTAL</b>	
<b>JERARQUIA II</b>		

Fuente: Observación directa

Elaboración: Wilson Ordoñez

### 6.5. Análisis de la oferta

El cantón Paltas ofrece al turista servicios turísticos primordiales y básicos para el turismo puede disfrutar de una estadía agradable y confortables y sobre todo a precios cómodos y cercanos al centro urbano de Catacocha entre los que se encuentran.

#### 6.5.1. Alojamiento

La ciudad de Catacocha cuenta con hoteles, hostales y hosterías que brindan el servicio de hospedaje con precios acorde al servicio que ofrece.

**Cuadro N° 18. Servicios de Alojamiento**

NOMBRE	CATEGORIA	DIRECCION
<b>Hoteles</b>		
<b>Ejecutivo</b>	Tercera	Domingo Celi y Adriano Valarezo.
<b>Tambococha</b>	Tercera	25 de Junio y Lauro Guerrero.
<b>Los Arupos</b>	Tercera	Manuel Vivanco y 25 de Junio.
<b>El descanso de Guerrero</b>	Tercera	Perimetral vía a Loja.
<b>Hosterías</b>		
<b>San Jorge</b>	Tercera	Barrio Santa Marianita
<b>Paraíso de los Paltas</b>	Tercera	Barrio el Naranjo.

Fuente: Departamento de promoción cultural y turismo de Paltas

Elaboración: Wilson Ordoñez

### 6.5.2. Alimentación

La comida típica del cantón se puede encontrar en cualquier de los restaurantes del centro de la urbe, el costo varía acorde al plato.

**Cuadro N° 19. Servicios de Alimentación**

NOMBRE	CATEGORIA	DIRECCION
<b>Restaurantes</b>		
<b>Tradicional</b>	Tercera	Independencia y 25 de Junio.
<b>Cariamanga</b>	Segunda	Calle Manuel Vivanco.
<b>Mesón Paltense</b>	Tercera	Manuel Vivanco.
<b>Mr. Chiken Burguer</b>	Tercera	Lauro Guerrero y Loja.
<b>Gourmet</b>	Tercera	Calle Isidro Ayora.
<b>El Shiriculapo</b>	Segunda	Calle Bolívar.
<b>Las Palmas</b>	Segunda	Barrio el Naranjo.
<b>Cafeterías</b>		
<b>Eclipse</b>	Segunda	Domingo Celi
<b>Los Ochenta</b>	Segunda	Calle Loja y Lauro Guerrero.

Fuente: Departamento de promoción cultural y turismo de Paltas

Elaboración: Wilson Ordoñez

### 6.5.3. Sitios de diversión

**Cuadro N° 20.** Sitios de diversión

BARES Y DISCOTECAS		
NOMBRE	CATEGORIA	DIRECCION
El Sótano	Tercera	Calle Envolvente.
GT	Tercera	Calle Eloy Alfaro.

**Fuente:** Departamento de promoción cultural y turismo de Paltas

**Elaboración:** Wilson Ordoñez

### 6.5.4. Gastronomía

La gastronomía típica de Catacocha cuenta con platos de sabores muy exquisitos como:

- El sango.
- Asado de borrego.
- El molloco.
- Arveja con guineo.
- Conservas.
- Manjurria de maní.
- Mote con cuero.

### 6.5.5. Telefonía

Catacocha cuenta con servicio de telefonía celular Claro y Movistar, Existiendo cabinas telefónicas que prestan servicios de venta de celulares y accesorios y también telefonía convencional, con una oficina establecida del CNL.

### 6.5.6. Internet

En Catacocha existen servicios de internet satelital y alguna de las empresas que ofrecen este servicio son: Colegio Marista, Servicompu y sala de internet Municipal.



### **6.5.7. Agencias bancarias y cooperativas de ahorros**

- Agencias Bancarias y Cooperativas de Ahorros.
- Banco de Loja.
- Banco de Fomento.
- CACPE Loja.
- Cooperativa Casa Fácil.

### **6.5.8. Transporte**

Paltas cuenta con algunos medios de transporte que ofrecen sus servicios a las distintas parroquias del cantón y las cooperativas de transporte que prestan sus servicios desde la ciudad de Loja a Catacocha son las cooperativas Loja, Cariamanga y Catamayo.

## **6.6. Análisis de la demanda**

Para la tabulación e interpretación de resultados se establecieron 13 preguntas a determinados números de turistas para luego obtener un análisis cuantitativo y cualitativo de la respectiva indagación. (Ver anexo 2 pág. 107)

### **1) ¿Conoce Usted el cantón Paltas?**

**Análisis Cuantitativo.-** De la información recibida por parte de los encuestados, 210 turistas revelan que si conocen la parroquia Catacocha, correspondiente a un 57%; en cambio 160 turistas señalan que no conocen Catacocha equivalente a un 43%.

**Análisis Cualitativo.-** De acuerdo con el análisis cuantitativo se determina que la mayor parte de turistas si conocen la parroquia Catacocha ya que es cantón lleno de encantos turísticos, ya que de estas manera se puede compartir momentos amenos, y disfrute de los mismos, mientras los demás

turistas mencionan que no conocen Catacocha ya que no han recibido información sobre este hermoso y encantador cantón. (Ver anexo 2 pág. 109)

## **2) ¿Conoce cuáles son los principales atractivos turísticos de la parroquia urbana Catacocha, cantón Paltas?**

**Análisis cuantitativo.-** De las encuestas aplicadas a los turistas con respecto al conocimiento que tiene los turistas encuestados sobre los atractivos turísticos de la parroquia Catacocha del cantón Paltas, 205 turistas señalan que conocen los principales atractivos de Catacocha que equivale a un 56%; mientras que 165 turistas que equivale al 44%; no conocen los atractivos.

**Análisis cualitativo.-** Catacocha es una bellísima ciudad ubicada al occidente de la provincia de Loja que tiene varios atractivos y servicios turísticos calificados por el Ministerio de turismo de Loja, por lo es satisfactorio saber que la mayor parte de turistas encuestados si conocen los atractivos de Catacocha, que facilita la difusión de estos atractivos. (Ver anexo 2 pág. 109)

## **3) ¿De los siguientes lugares cuáles Usted ha visitado?**

**Análisis cuantitativo.-** De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los turistas tanto de Loja como de Catacocha, 208 turistas respondieron que si conocen Catacocha equivalente a 57%; 78 turistas tomaron la opción de Yamana equivalente a 21%; 48 turistas respondieron que si conocen la parroquia San Antonio equivalente a 13%; mientras que 32 turistas respondieron que si visitan la parroquia Lauro Guerrero correspondiente al 9%.

**Análisis Cualitativo.-** En esta pregunta se determina que la mayoría de los turistas conocen la parroquia Catacocha, ya que es una ciudad encantadora y cultural, mientras que un menor porcentaje los turistas mencionan Yamana,

San Antonio y Lauro Guerrero; son pocos conocidos ya que la información es muy limitada. (Ver anexo 2 pág. 110)

#### **4) ¿Visita Usted con frecuencia los sitios antes mencionados?**

**Análisis cuantitativo.-** De la información recibida por parte de los encuestados, 170 turistas revelan que si visitan con frecuencia los sitios de Catacocha, Yamana, San Antonio y Lauro Guerrero, correspondiente a un 46%, en cambio 200 turistas señalan que no visitan con frecuencia los lugares antes mencionados equivalente a un 54%.

**Análisis cualitativo.-** Con respecto a esta pregunta se puede observar gran satisfacción porque de alguna u otra forma se puede comprobar Catacocha Yamana, San Antonio y Lauro Guerrero, reúne características muy importantes, que han permitido a los visitantes regresar y visitar con frecuencia los atractivos por los que están compuestos estos cuatros lugares. (Ver anexo 2 pág. 111)

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

**Análisis cuantitativo.-** Según los datos obtenidos de los encuestados 186 turistas recibieron información sobre Catacocha Yamana, San Antonio y Lauro Guerrero, de amigos equivale al 52%; 53 turistas por medio del internet equivalente al 14%; 51 turistas se informaron a través de guías turísticas equivalente al 14%, 47 turistas por la radio equivalente al 13%; 28 turistas han recibido información de trípticos correspondiente al 6%; y finalmente 5 turistas han recibido información por medio de la prensa equivalente al 1%.

**Análisis cualitativo.-** La mayoría de las personas han llegado a conocer los sitios de Catacocha Yamana, San Antonio y Lauro Guerrero 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 material publicitario, a fin de llegar a un mercado objetivo múltiple y así lograr el objetivo de atraer a muchos turistas hacia este maravilloso cantón. (Ver anexo pág. 111)

## **6. Si su respuesta es afirmativa señale la frecuencia.**

**Análisis cuantitativo.-** Analizando los resultados en el gráfico correspondiente, que tiene una temática la frecuencia con que los turistas visitan los sitios Catacocha Yamana, San Antonio y Lauro Guerrero, del 100% de los encuestados, 166 turistas visitan los fines de semana correspondiente aun 45%; 137 turistas visitan en temporada de vacaciones equivalente 37%; y 67 turistas con la opción de otros, con un 18%.

**Análisis cualitativo.-** En esta pregunta se puede determinar que la mayoría de visitantes aprovechan los fines de semana para salir a disfrutar de los maravillosos lugares que ofrecen Catacocha Yamana, San Antonio y Lauro Guerrero, otros aprovechan las vacaciones para disfrutar de momentos acogedores con sus familiares o amigos y así también otros turistas prefieren visitas estos lugares, y persona que eligen otros días o temporadas para viajar y conocer estos lugares. (Ver anexo 2 pág. 112)

## **7. Cuando usted visita los lugares antes mencionados lo hace.**

**Análisis cuantitativo.-**Analizando los resultados en el gráfico observamos que 217 turistas viajan con la familia equivalente al 58%; 70 turistas viajan con amigos equivalentes al 19%; 55 turistas viajan solo equivalente al 15%; y finalmente 28 turistas prefieren viajar con otro de personas equivalente al 8%.

**Análisis cualitativo.-** De acuerdo con el análisis cuantitativo se determina que la mayor parte de turistas visitan los lugares antes mencionados con la familia, ya que de estas manera se puede compartir momentos amenos, otros prefieren pasarlo en compañía de sus amigos, para aventurarse y conocer los interesantes atractivos Catacocha Yamana, San Antonio y

Lauro Guerrero, en cambio otros visitantes prefieren ir solo y otros eligen ir en compañía de compañeros de trabajo, etc. (Ver anexo 2 pág. 113)

#### **8. ¿Cuáles de las siguientes alternativas toma en cuenta para visitar los sitios de la parroquia urbana Catacocha?**

**Análisis cuantitativo.-** De la información recibida por parte de la encuestas, 216 turistas revelan que visitan Catacocha por turismo cultural equivalente al 58%; 106 turistas encuestadas acuden a este sitio por turismo Artesanal equivalente al 29%; y finalmente 48 turistas visitan este lugar por turismo comunitario equivalente al 13%.

**Análisis cualitativo.-** Con respecto a esta pregunta se puede observar gran satisfacción porque de alguna u otra manera se puede comprobar que Catacocha es una ciudad patrimonial y cultural; Yamana, San Antonio y Lauro Guerrero reúnen características muy importantes que han permitido a los visitantes regresen y visiten con frecuencia los atractivos turísticos por lo que están compuestos estos lugares. (Ver anexo 2 pág. 113)

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

**Análisis cuantitativo.-** De la información recibida por parte de los turistas encuestados tanto el Loja como en Catacocha 174 turistas señalan que el presupuesto que destinan cuando visitan los lugares antes mencionados es de \$ 26 a 50, que corresponde al 47%; 103 turistas destinan la cantidad de \$ 0 a 25 dólares, equivalente al 28%; 67 turista gastan de \$51 a 75 equivalente al 18%; 22 turistas gastan \$76 a 100 correspondiente al 6%: y por ultimo 4 turistas destinan una cantidad mínima de más de 100 dólares equivalente a 1%.

**Análisis cualitativo.-** De los resultados obtenidos se puede deducir que la mayor parte de turistas destinan la cantidad de \$ 26 a 50 para visitar ya sea Catacocha Yamana, San Antonio y Lauro Guerrero, por razones de que los precios de los servicios que prestan estos cuatro lugares no son tan

elevados y con esta cantidad fácilmente puede acceder a ellos. (Ver anexo 2 pág. 114)

#### **10. ¿Qué tipo de actividades usted realiza cuando visita la parroquia urbana Catacocha?**

**Análisis cuantitativo.-** Por medio de los datos obtenidos se puede determinar que 140 turistas realizan caminatas equivalente 38% 97 turistas visitan lugares específicos equivalente a 26%; 84 turistas visitan lugares arqueológicos correspondiente al 23%; y 49 turistas visitan el lugar por compra de artesanías equivalente al 13%

**Análisis cualitativo.-** Con los resultados obtenidos en esta pregunta la mayoría de la gente le gusta realizar caminatas por las parroquias de Catacocha Yamana, San Antonio y Lauro Guerrero, mencionan ya son muy buenas y saludables para la salud. (Ver anexo 2 pág. 115)

#### **11. ¿Dónde usualmente usted compra las artesanías de la parroquia urbana Catacocha?**

**Análisis cuantitativo.-** Analizando los resultados en el grafico correspondiente se puede denotar que 192 turistas compran artesanías en las plazas equivalentes al 51%; 85 turistas adquieren las artesanías en los mercados equivalente al 24%: 63 turistas adquieren en centros artesanales equivalente al 17%: y 30 turistas realizan compras en otros sitios equivalentes al 8%.

**Análisis cualitativo.-** En esta pregunta se determina que la mayoría de los turistas adquieren las artesanías de las plazas, ya que en estos lugares las artesanías realizan exposiciones de sus productos en determinadas ocasiones, mientras que otros turistas compran artesanías en almacenes artesanales y mercados. (Ver anexo 2 pág. 115)

**12. ¿Cree Usted que los tejidos de la parroquia urbana Catacocha puede llegar a ser un icono representativo de la provincia de Loja en otros países?**

**Análisis cuantitativo.-** De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los turistas tanto de Loja y Catacocha, 194 turistas respondieron que si es una icono representativo de la artesanías equivalente 52%; 176 turistas respondieron que no es tan factible la artesanías por no tienen la información sobre las artesanías que presenta la parroquia Catacocha que equivale 48%.

**Análisis cualitativo.-** Catacocha es un sitio de gran interés por sus atractivos, además de las costumbre y tradiciones que el pueblo mantiene vivas, elementos que le han permitido ser declarado Patrimonio Cultural del Ecuador, y por otro lado no se puede dejar atrás las artesanías que es un icono muy representativos de los paltenses. (Ver anexo 2 pág. 116)

**13. ¿Cree usted que la promoción y difusión de las artesanías, sería más visitado la parroquia urbana Catacocha?**

**Análisis cuantitativo.-** De las 366 encuestas aplicadas a los turistas con respecto al conocimiento que tiene los turistas encuestados de la parroquia Catacocha, 302 turistas señalan que la promoción y difusión de las artesanías es muy necesario equivalente al 81%; mientras que 68 turistas que equivale al 19%; que no es necesario la promoción y difusión de las artesanías. Ya que no tiene los recursos necesarios para promocionarlos.

**Análisis cualitativo.-** La parroquia Catacocha es una ciudad patrimonial por sus viviendas ubicado en la provincia de Loja, que tiene varios atractivos y atractivos turísticos calificados por el ministerio de turismo de Loja, por lo que llena de orgullo saber que la mayor parte de turistas encuestados, que la promoción y difusión de la artesanías son muy importantes para la economía de este lugar y así ser visitados con mayor frecuencia. (Ver anexo 2 pág. 117)

## 6.7. Análisis de la competencia

Hoy en día las artesanías forman parte de la tradición, herencia, historia, referentes iconográficos, incluso influencia externa de diversas culturas que han formado parte del lenguaje artesanal y artístico, es por ello, que se ha considerado relevante reseñar algunos aspectos de la producción artesanal de la provincia de Loja, específicamente de los cantones donde se desarrolla esta actividad, por lo tanto se está haciendo referencia únicamente a la competencia a nivel provincial, aunque vale recalcar que también a nivel regional y nacional existen empresas y organismos dedicados a la elaboración de artesanías.

### **Cantón Loja**

**Alfarería:** En la población denominada “Cera” se puede apreciar la mejor muestra artesanal de del cantón, ahí la mayoría de las familias se dedican a la alfarería, es decir a la elaboración de piezas de arcilla.

Estas artesanías las trabajan con material que lo consiguen en el lugar, una vez que las moldean las llevan a los hornos de leña hasta que obtengan un acabado terracota, para convertirlos en diversos artículos, como ollas, jarrones, pozuelos, maseteros, entre otros, el valor del producto varía dependiendo de su tamaño y dificultad para elaborarlo.

**Cerámica:** La planta de cerámica Cerart aporta un valor artístico a la cerámica a través del aprovechamiento de los recursos naturales y culturales que se encuentran en torno a la ciudad de Loja y todo el país. La utilización de los diferentes sellos y gráficos de la culturas precolombinas como la Valdivia, Esmeraldas, Manabí, Palta y su elaboración manual han sido el valor que se le agrega a cada pieza creada en arcilla roja recubierta de engobe negro o blanco. Los diseños son de tipo decorativo, utilitario, etc.

**Cantón Célica.-** Los habitantes de Mullunamá realizan la técnica del tejido de alforjas y jergas, utilizando materiales como el algodón, lanas, tijeras y



telares. La materia prima es el algodón que lo consigue en la comunidad de Pajonal ubicado en una cadena montañosa de belleza imponente, donde está la mayor producción de algodón.

**Cantón Espíndola.-** En cuanto a la elaboración de artesanías los habitantes son expertos en la transformación del cuero de ganado vacuno o caballar en diversos artículos como indumentaria para acémilas; con la arcilla se hacen vasijas, cazuelas, ollas y maceteros que se usan en los hogares y son vendidos también en las ferias; son expertos elaborando artículos novedosos en madera.

En las comunidades se elaboran varias artesanías. En telares manuales confeccionan alforjas, cobijas, jergas y otros tejidos, ya sea con hilo chillo o con lana de oveja que es más barata.

**Cantón Gonzanamá.-** Las artesanías, en la rama de tejidos tanto en el área urbana como rural es una de las faenas cotidianas que, por décadas está a cargo de la mujer trabajadora del sector, constituyéndose, por tanto, en una considerable fuente de ingreso económico que sirve de ayuda al sustento familiar. Esta manufactura se realiza en telares rudimentarios tradicionales instalados en un lugar acondicionado para el efecto en el interior de la vivienda, es un quehacer cultural que se viene transmitiendo de madres a hijos.

Otros tejidos que se elaboran son: alforjas, bolsos, mochilas, apliques de pared, hamacas, cubrecamas, ponchos, etc. Estas hábiles mujeres consiguen de esta manera valiosos recursos que son empleados en la manutención de la familia a más de conservar la rica tradición de sus antepasados y brindar al turista la oportunidad de adquirir una de estas valiosas prendas.

**Cantón Quilanga.-** Desde la antigüedad las damas del cantón han desempeñado un sinnúmero de labores, entre las cuales se encuentran las artesanías, una de las materias primas indispensables para la elaboración

de estos utensilios es la lana de borrego la misma que es procesada hasta conseguir el hilo con el que elaborar: alforjas, jergas, bolsos y hamaca. La elaboración de este tipo de artesanías ha permitido a las familias tener un mejor nivel de vida ya que sus productos son vendidos en las ferias lo que representa ingresos económicos para solventar sus necesidades.

### **Cantón Saraguro**

**Tejidos:** En las comunidades Lagunas y Ñamarín, en rústico telares manuales, los Saguros dan rienda suelta a su creatividad, tejiendo el hilo de la lana de la ovejas que ellos mismo crías, trasquilan, lavan, hilan y tiñen, siendo el resultado se propia vestimenta y fajas, jergas, ponchos, etc.

**Mulliría.-** Las hábiles manos y agudas vista de las mujeres Saraguro, mullo a mullo dan forma a un colorido collar, que por su cautivante atractivo, sobrio y elegante a la vez, ha dejado de ser solo parte de su atuendo tradicional, pasando a convertirse en artículos de mucha estimación por los turistas.

**Alfarería.-** En Gunudel y Ñamarín, se utiliza la materia prima del lugar para elaborar piezas en cerámica de corte utilitario o decorativo, con diseños que traducen la vivencia del pueblo Saraguro.

**Orfebrería.-** En la comunidad las Lagunas existe un taller de orfebrería donde se producen en planta: tupus, cadenas, zarcillos, hebillas, etc., que complementan la vestimenta tradicional de los hombre y mujeres Saraguro.

#### **6.7.1 Artesanías de Arte Típico en Telar Mano en la parroquia urbana Catacocha**

A través del análisis de las diferentes artesanías elaboradas en los cantones Loja, Célica, Espíndola, Gonzanamá, Quilanga y Saraguro, se puede determinar que el principal competidor para las artesanías de Arte Típico en Telar Mano de la parroquia urbana Catacocha es el cantón Loja, seguido del cantón Saraguro. En lo que respecta al cantón Loja ofrece un sinnúmero de atractivos tanto naturales como culturales, cuenta con excelentes servicios

calificados con categorías cuarta y quinta por el Ministerio de Turismo, atención al cliente e infraestructura turística, que a diferencia de Catacocha los servicios turísticos son de categoría segunda y tercera, y en cuanto a los atractivos turísticos son pocos y les faltan promoción, adecuación y mantenimiento.

En lo referente a las artesanías la ciudad de Loja existen dos sitios donde se elaboran artesanías, el primero es el barrio Cera, donde se elaboran piezas a base de arcilla y el segundo es la planta de ceramistas Cerart de la UTPL de Loja, donde se elaboran cerámicas con diseños decorativos que presentan las culturas precolombianas del Ecuador, que a diferencia de Catacocha, específicamente las artesanías de Arte Típico en Telar a Mano; se dedica a la elaboración de jergas, bolsos, alforjas, ponchos, hamacas, cobijas, convirtiéndose esto en una fortaleza, ya que en Loja, no se puede encontrar este tipo de artesanías, que guardan las costumbres de nuestros ancestros y también por la variedad de artesanías que el turista puede encontrar en este lugar. Por otro lado se estima que las artesanías de la ciudad de Loja son mucho más conocidas y promocionadas a nivel turístico, llegando a ser una ventaja para este sitio y en una debilidad para artesanías de Arte Típico en Telar a Mano de la parroquia Catacocha, ya que las artesanías únicamente son conocidas a nivel Local, más no a nivel turístico, ya que la propietaria tiene la oportunidad de dar a conocer sus productos, sólo cuando es invitada a participar en ferias y exposiciones ya sea en Catacocha o a nivel de la provincia.

Finalmente en lo que se refiere a las artesanías del cantón Saraguro, se considera que son mucho más conocidos a diferencia de las artesanías que se elaboran en Catacocha, por el mismo hecho de que el cantón Saraguro es más visitado por los turistas nacionales y extranjeros por su etnia los Saraguro, que mantienen sus ritos de celebración ancestrales, fiestas religiosas, gastronomía, mingas, estilo de construcción, modalidades de cultivos agrícolas, etc.

En cambio en Catacocha es menos visitado, ya que según datos proporcionados por el personal del departamento de promoción cultural y turismo de Paltas, es notable la afluencia de turistas por temporadas como carnavales, fiestas de cantonización y fin de año, pero pese a esto no se puede dejar de admirar las manos hábiles de las artesanas de Catacocha, que elaboran artesanías de muy buena calidad y a precios accesibles para el consumidor, que en comparación con más artesanías del Cantón Saraguro, son un poco más costosos, pero de muy buena calidad.

#### **6.8. Análisis FODA de las artesanías de Arte Típico en telar a Mano en la parroquia urbana Catacocha**

En la presente tesis, el análisis FODA se lo realizó en base a la experiencia de la señora Carmen Pogo, las cuales apporto con el conocimiento de la realidad por la que hoy en día atraviesa las artesanías, lo que permitió la implementación de acciones y medidas para la generación de nuevos proyectos de desarrollo.

**Cuadro N° 21.** Análisis FODA de las artesanías de Arte Típico en telar a Mano de la parroquia Catacocha.

<p><b>FORTALEZAS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amplia experiencia de las artesanías en el proceso productivo para la elaboración de artesanías.</li> <li>• La microempresa cuenta con el personal necesario para elaborar las artesanías que ofrece al cliente</li> <li>• Buena calidad de las artesanías que elaboran.</li> <li>• Ahorro de gastos que realiza la propietaria, en lo se refiere en el arriendo, ya que es local propio.</li> <li>• Precios accesibles para la adquisición de artesanías por parte de los usuarios.</li> <li>• La propietaria de la microempresa de artesanías está predisponible a emprender e innovar en nuevas artesanías para el cliente</li> </ul>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe interés de las entidades gubernamentales por mejorar el turismo artesanal en la parroquia, con el fin de atraer turistas nacionales e internacionales.</li> <li>• Existe poca competencia a nivel local para la venta de artesanías en Catacocha.</li> <li>• Participación en ferias a nivel de la provincia de Loja, lo que permite la promoción de los productos.</li> <li>• Ampliar la línea de productos (artesanías), para satisfacer una grama más amplia de necesidades del cliente.</li> </ul>
<p><b>DEBILIDADES</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No cuenta con el equipo tecnológico necesario para la elaboración de artesanías.</li> <li>• No existe capacitación para por parte del municipio a la propietaria de artesanías.</li> <li>• Limitados recursos financieros, que impide a las artesanas aumentar el proceso productivo de las artesanías.</li> <li>• Inexistencia de marca comercial que le permitió ser reconocida en el mercado.</li> <li>• El sitio donde trabaja carece de espacio.</li> <li>• No existe material informativo sobre las artesanías.</li> </ul>
<p><b>AMENAZAS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La materia prima sube excesivamente de precio, lo que perjudica al precio final del producto.</li> <li>• Bajos ingresos por la venta de artesanías, lo que denota que existe una baja demanda del producto.</li> <li>• Las artesanías únicamente se venden por temporadas en Catacocha.</li> <li>• La población de Catacocha muy poco adquiere artesanías.</li> <li>• Las artesanías a nivel turístico no son conocidas ni promocionadas.</li> </ul>

**Fuente:** observación directa.

**Elaborado:** Wilson Ordoñez.

## **7. DISCUSIÓN**

### **7.1. Elaboración del Plan de Marketing para la difusión de las artesanías de arte típico en telar a mano de la parroquia Catacocha del cantón Paltas, provincia de Loja**

Para elaborar la propuesta del plan de marketing en primera estancia se procedió a aplicar una ficha de observación, la misma que sirvió para conocer datos como la infraestructura de servicios básicos del cantón Paltas, los servicios turísticos y los atractivos turísticos existente en el cantón, luego se realizó una encuesta dirigida a las personas involucradas dentro del ámbito turístico, a fin de conocer aspectos relevantes como las fuentes de ingresos económicos que tiene Catacocha, inconvenientes por los que no se podría desarrollar la actividad turística de la zona, así como los planes y proyectos turísticos.

Se hizo un análisis FODA de las artesanías arte típico en telar a mano, en la cual se obtuvo como resultado que una de las mayores fortalezas de las artesanías es que cuenta con el personal necesarios para la elaboración de las artesanías como tejidos tradicional como: jergas, bolsos, alforjas, ponchos, hamacas, cobijas., además de tener oportunidad de participar ferias y exposiciones a nivel de la provincia de Loja.

Así como también uno de los problemas fundamentales que les han impedido aumentar la productividad de su negocio es la falta de equipos tecnológico para elaborar la artesanías; y, por último una de las constantes amenazas que sufre es que los ingresos por la venta de artesanías es muy bajo, debido a que no existe promoción de estas a nivel local ni turístico.

Seguidamente se procedió a realizar el análisis de la situación turística, con el fin de identificar los principales atractivos turísticos naturales y culturales de la parroquia urbana Catacocha del cantón Paltas, en donde se asignó una categoría a cada uno de ellos tomando en cuenta los porcentajes que asigna el Ministerio de Turismo; dando como resultado una jerarquía II para

todos los atractivos que se mencionan en la presente investigación. En cuanto a lo que se refiere al análisis de la oferta, se identifica los servicios turísticos que existen en Catacocha como: hoteles y hosterías de tercera categoría, restaurantes de segunda y tercera categoría, bares y discotecas, servicios de transporte interno hacia las distintas parroquias de Paltas, servicios de telefonía celular, gasolinera y farmacias, que sin duda son elementos de vital importancia para que el turista disfrute de una estadía confortable.

Dentro del análisis de la demanda se aplicó una encuesta dirigida a los turistas de Catacocha y Loja, para determinar si los atractivos de Catacocha son visitados y el punto de promoción que estos han alcanzado por medio de los distintos medios publicitarios que falta promoción y mejoramiento de los servicios que se ofrece en los atractivos.

Por último se hizo el análisis de la competencia a la que se enfrenta las artesanías de arte típico en telar a mano, y las distintas personas que se dedican a la elaboración de artesanías en Catacocha, basándose esta competencia a nivel de la provincia de Loja y en los distintos productos que cada uno de las artesanías de los cantones: Céllica, Espíndola, Gonzanamá, Loja, Quilanga y Saraguro, ofrecen en el mercado, llegándose a la conclusión que los principales competidores para las artesanías de Catacocha son los de Loja y Saraguro, por distintos aspectos como la variedad de artesanías, precio, servicios turísticos, afluencia de turistas, etc., pero también se pudo clarificar algunas ventajas para las artesanías de arte típico en telar a mano, porque ofrece artesanías tradicionales como los tejidos y los precios son accesibles.

#### **7.1.1. Misión**

Producir, comercializar y distribuir artesanías de calidad que supera las expectativas de clientes y consumidores como turistas locales, nacionales y extranjeras, generando beneficios económicos a las artesanías de arte típico

en telar a mano de la parroquia Catacocha del catón Paltas, provincia de Loja. Y disfrute de su hospitalidad.

### **7.1.2. 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.

### **7.1.3. Políticas Generales**

- La propietaria de las artesanías de arte típico, debe estar capacitada para dar información al turista a la hora de realizar la respectiva explicación sobre el proceso de elaboración de las artesanías.
- La presentación personal es un aspecto muy importante a la hora de atender a los turistas.
- La información que se brinda al turista debe ser clara, espontánea y verídica, para que se pueda atraer la atención del turista.
- El material informativo que se otorgue al turista debe contener información de interés para el turista, resaltando los puntos más importantes como el tipo de artesanías que ofrece la propietaria Sra. Carmen Pogo., las artesanías de arte típico en telar a mano, etc.
- Es importante que las artesanías de arte típico en telar a mano, cuenta con material informativo para otorgar a los turistas como trípticos, dípticos, holas volates, etc.

**7.1.4. Valores:** Debe comprometerse a cumplir con todas sus obligaciones y deberes a la hora de atender a los turistas.



- **Amabilidad:** Al momento de atender a un turista debe ser cortés y estar predisponible a responder cualquier inquietud.
- **Honestidad:** Es un valor imprescindible que debe en primer momento de establecer costos a los artesanías.
- **Hospitalidad:** La buena acogida y recibimiento que hacen a los turistas o visitantes.
- **Respeto:** Se debe tener respeto con las personas para que exista una buena comunicación, ser cordial y amable en el momento de saludar.

Las políticas generales, se establecieron en base a la matriz de análisis FODA, que permitió detectar algunas falencias, que a su vez se convierten en un gran obstáculo para la artesanías de arte típico, salga adelante por ello se dieron algunas sugerencias, las cuales van de la mano algunos valores que deben poseer la dueña de la microempresa, de manera que le permita dar una atención de calidad al cliente.

## **OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING**

### **7.1.5. Definición de objetivo**

- Crear una marca turística de las artesanías de arte típico en telar a mano de la parroquia urbana Catacocha del cantón Paltas, provincia de Loja.
- Elaborar un itinerario que permite posicionar las artesanías en la mente del turista, por medio de la respectiva promoción.
- Realizar un estudio de cobertura de medios de comunicación para difundir el logotipo y los productos turísticos a ofertarse.

### 7.1.6. Estrategias Generales

- **Producto:** Definir la imagen que se desea comunicar.
- **Promoción:** Seleccionar los canales de promoción adecuados como: radio, televisión, internet, prensa escrita, etc.
- **Plaza:** Definir el mercado objetivo para poder comercializar los productos, servicios y actividades turísticas.
- **Precio:** Manejar precios diferenciales en función del período de la temporada para estimular la demanda.

### 7.1.7. Estrategias Competitivas

#### Estrategias de venta del producto

Se ve la clara necesidad de firmar convenios con algunas instituciones ya que en los resultados obtenidos de la matriz FODA en la parte de amenazas la propietaria manifestó que las artesanías que ella elabora no son conocidos ni promocionados a nivel turístico de igual forma en el análisis de la competencia se pudo clarificar que las dos fuentes competidoras para las artesanías de arte típico son los cantones: Loja y Saraguro, donde sus artesanías son muy conocidas a nivel turístico por los planes y proyectos que estos dos sitios han ejecutado para que las artesanías estén presentes en la mente del turista al momento de realizar sus visitas hacia estos lugares, por ello las instituciones con las que se firmarán los convenios son:

- Municipio del cantón Paltas, a fin que la oficina de promoción cultural y turismo, recomienda a los turistas visiten las artesanías de arte típico y entregar material informativo.

- Agencias de viajes, para que promocionen paquetes turísticos hacia la ciudad de Catacocha incluyendo la compra de las artesanías de arte típico en telar a mano.
- Cooperativa de transporte de Catacocha y cooperativas de transporte interprovincial, como cooperativa., Loja, Cariamanga y Catamayo, etc. Para que por medio de posters, colocados en sus unidades de transporte puedan dar a conocer las artesanías de Catacocha.
- Municipio del cantón Loja, para que a través de la oficina de información turística se entregue material publicitario, a fin de dar a conocer las artesanías de arte típico en telar a mano, que se dedican a la elaboración de artesanías.
- Ministerio de Turismo Región fronteriza Sur Loja, con el fin de que esta entidad a través de vallas publicitarias promueva e incentive a las personas a visitar Catacocha y sus artesanías.

Las personas encargadas de gestionar la participación en eventos de las artesanías de arte típico en telar a mano, deberán planificar la asistencia a ferias turísticas, ya que constituyen el escenario para el contacto directo entre la oferta, demanda y el canal de comunicación apropiados para presentar un producto turístico, crear demanda, investigar a los clientes y realizar contactos. Por ello para participar en este tipo de eventos se debe crear un stand, que comunique el producto que se quiere dar a conocer. Se propone este aspecto a fin de que las artesanías, tenga la salida de sus productos y puedan extenderse y llegar a otros mercados, ya que en la parte de amenazas de la matriz FODA, la propietaria de las artesanías comentó que únicamente tiene la oportunidad de vender las artesanías los domingos y en las fiestas de cantonización de Paltas. La propietaria de la microempresa de artesanías de arte típico en telar de mano, podría participar en las siguientes ferias turísticas:

- Feria de integración Fronteriza Ecuatoriana-Peruana de la ciudad de Loja que se realiza del 1 al 15 de septiembre de cada año en el complejo ferial Simón Bolívar.
- Encuentro de artes de artesanías, organizado por la Universidad Nacional de Loja, en el mes de mayo de cada año.
- Fiesta en honor a la Virgen de el Cisne, que se celebra en la parroquia el Cisne en el mes de Mayo, en Catamayo el 18 y 19 de agosto, y en el cantón Loja el 8 de septiembre de cada año.

### 7.1.8 Estrategias de promoción

**Marca:** Se creo una marca que permite enfocar los diferentes productos de (artesanías), a promocionar.

#### Marca Turística



**Figura N° 5.** Diseño de el Logotipo de las artesanías.

**Fuente:** Office Publisher 2010.

**Elaboración:** Wilson Ordoñez.

#### Significado del logotipo:

**Nombre:** son las palabras, letras u números que pueden expresar, en este caso el nombre es: artesanías de arte típico en telar a mano.

**Logotipo:** es la parte de la marca que aparece en forma de símbolo, diseño, colores o tipografía distintos, es reconocido a simple vista.

En el logotipo que se hizo, de acuerdo a colores representativos a los tejidos tradicionales como las alforjas, jergas, alfombras, bolsos y hamacas, cobijas, cojines que estas son de múltiples colores, la imagen del centro representa a las manos hábiles de las artesanías de arte típico,. Se diseñó este logotipo únicamente para que la propietaria de las artesanías pueda tomarlo como referencia, para su microempresa de artesanías de arte típico.

### 7.1.9. Paquete Turístico.

#### Nombre.

“Ven y disfruta del encanto cultural y artesanal que te ofrece Catacocha”

#### Itinerario.

Tour a la ciudad de Catacocha de 2 días/ 1 noche.

#### CUADRO N°22. Paquete turístico.

HORA	ACTIVIDAD
Día 1	
07H00 am	Salida desde el parque bolívar, con destino a la ciudad de Catacocha
09h30 am	Desayuno continental en el restaurante Mesón Paltense.
10h00 am	Check in en el hotel los Arupos.
10h30 am	Ascenso al cerro Pisaca y laguna
13h30 pm	Almuerzo típico en el restaurante Mesón Paltense.
14h30 pm	Check in al hotel Arupos
15h00 pm	Visita al taller de artesanías de arte típico en telar a mano, para conocer el tipo de artesanías y la elaboración del mismo.
16h30 pm	Visita al museo Hermano Joaquín Liébana Calle,
17h30 pm	Descanso en el hotel
18h30 pm	Cena.
19h30 pm	City by night por el mirador Colinas del Calvario
Día 2	
07h30 am	Desayuno en el restaurante Mesón Paltense.
08h30 am	Visita al Shiriculapo.
09h30 am	Visita a la iglesia central matriz de Catacocha.
10h30 am	Observación de las casas patrimoniales
12h30 pm	Almuerzo donde se degustará de un delicioso plato típico de Catacocha,
13h00 pm	Check out del hotel, retorno a la ciudad de Loja.

Fuente: Observación directa

Elaboración: Wilson Ordoñez

### 7.1.10. Presupuesto del Itinerario

**Cuadro N° 23.** Presupuesto del itinerario a la ciudad de Catacocha

DETALLE	PRECIO POR PAX	PRECIO PARA 10 PAX.
Transporte	20.00	200.00
Alimentación	12.00	120.00
Hospedaje	12.00	150.00
Entradas	1.00	10.00
Material para elaborar artesanías	9.00	90.00
Subtotal	57.00	570.00
5% impuestos	2.85	28.50
<b>Total</b>	<b>US \$ 59.85</b>	<b>US \$ 598.50</b>

Fuente: Observación directa

Elaboración: Wilson Ordoñez

#### **Incluye:**

- Transporte.
- Alojamiento.
- Alimentación.
- Recreación guianza

#### **Recomendaciones:**

- Ropa cómoda.
- Zapatos deportivos.
- Poncho de agua.
- Botas.
- Repelente.
- Protector solar.
- Cámara de fotográfica.
- Gorra.
- El paquete no incluye otros servicios adicionales que no esté especificado en el itinerario.

### 7.1.11. Guion

**Iglesia matriz de Catacocha:** Ubicada en el centro de Catacocha, no se sabe a ciencia cierta su fecha de creación, pero se estima que fue construida en el siglo VIII, aún mantiene un sinnúmero de cuadros e imágenes de algunos santos.

**Museo Hno. Joaquín Liébana Calle:** Se encuentra en el colegio de los maristas, en él se encuentra reliquias, arqueológicas representativas de nuestros aborígenes, así como restos de animales y vegetación petrificada. Los principales recolecciones al interior son en arqueología (piedras, cerámicas y metales), paleontología (madera petrificada, fósiles marinas y terrestres) y numismáticas (monedas, billetes y minerales).

**Cerro Shiriculapo:** Es un mirador natural, conformado por una montaña rocosa cuya pared lateral occidental desciende en forma abrupta y vertical a unos 150 metros de profundidad, desde donde se puede observar los cerros y el entorno de los pobladores de Playas, y el Valle de Cansanga.

**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.

### **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.

### 7.1.12. Promoción.

**Medios Radiales:** Se pactará la respectiva publicidad en los principales radios de la provincia de Loja, que tienen más audiencia, a fin de llegar a más personas y también se destacó la fuerte señal que emite y a más de

ello el internet es una herramienta que les ha permitido a estas radios, por medio de sus páginas web, no solo llegar a personas del país sino de todo el mundo, por ello los medios radiales locales, que se han escogido para pactar la parte publicitaria son: Radio Rumba Estéreo Loja, Radio Macará y Radio Catacocha Estéreo.



**Figura N° 6** Rumba estéreo Loja

**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Wilson Ordoñez



**Figura N° 7** Radio Macará

**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Wilson Ordoñez



**Figura N° 8** Radio Catacocha estéreo

**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Wilson Ordoñez

- **PRENSA ESCRITA**

Permite una cobertura amplia de los acontecimientos del área local y es más accesible que otros medios. Su publicación es frecuente, son flexibles y oportunos tienen un extenso auditorio y se obtiene una respuesta rápida la mayoría de los periódicos tiene secciones de turismo y viajes, en esta ocasión se escogieron dos medios muy prestigiosos como son: Diario la Hora y Diario Centinela, para realizar la promoción y publicidad de las artesanías de arte típico en la parroquia Catacocha.





**Figura N° 11.**Diario la hora  
**Fuente:** Observación  
**Elaboración:** Wilson Ordoñez.



**Figura N° 11.** Diario Centinela del Sur  
**Fuente:** Observación directa  
**Elaborado:** Wilson Ordoñez

**Material Publicitario:** Los medios impresos tienen en su virtud emitir un mensaje que dura más tiempo que otros (ya que está plasmado en un papel), pues no pierde su vigencia, la información que en él se encuentra. También tiene como fortaleza que estos pueden ser enviados a nivel nacional e internacional a diferentes agencias de viaje y con ello la cantidad de personas a los que llegue el mensaje se ampliará notablemente y en este caso se ha elegido realizar el diseño de un díptico, afiches publicitarios y una red social.

- Por medio de dípticos, afiches publicitarios, y el diseño de una página de la red social Facebook. Por el cual se promocionará las artesanías de arte típico. Material que será entregado en las oficinas de información del departamento de promoción cultural y turismo del cantón Paltas, en la oficina de información turística de la ciudad de Loja, en el Ministerio de Turismo y Gobierno provincial de Loja, para que estas entidades puedan entregar este material promocional a los turistas

# DÍPTICO DE LAS ARTESANÍAS DE ARTE TÍPICO EN TELAR A MANO

### ARTESANÍAS DE CATACOCHA



Hablar de artesanías en Catacocha, es discutir y recordar a nuestros antepasados, sus costumbres y tradiciones, y manera de vestir, utilizando para ello el tejido que es una de las artesanías más antiguas que existía en el mundo, el mismo que se origina con el hombre primitivo, llegándose a descubrir el tejido primeramente, pasando por el arte de la cerámica, por ello uno de los referentes importantes de la elaboración de artesanías en Catacocha, la Sr. Carmen Pogo, que gracias a la habilidad, destreza y creatividad convierte cada materia utilizada en artesanías de noble admiración y atracción, por su singularidad belleza.

Para lograr una calidad única en el producto, se comete a una previa clasificación de la materia prima buscando excelencia en: finura, longitud, regularidad en el grado de enortijado, uniformidad, resistencia, color, brillo y rendimiento del Algodón.

### ARTESANÍAS DE ARTE TÍPICO EN TELAR A MANO

**ALFOMBRAS:**  
Las alfombras de algodón se pueden utilizar en zonas de gran humedad, lo cual ofrece la mejor durabilidad con elegancia, dado que el algodón puede ser fácilmente teñido. Las alfombras son ampliamente aclamadas por su durabilidad y una gran textura.



**PONCHO:**  
Prenda de vestir de abrigo, de algodón o lana, que consiste en una manta con una abertura en el centro para pasar la cabeza y que cubre desde los hombros hasta más abajo de la cintura.



**ALFORJA:**  
Tejido con algodón teñido. Es una sola pieza tejida con dos grandes bolsillos dispuestos en los extremos, separados por una banda que se coloca al hombro; cada bolsillo cae uno al pecho y otro a las espaldas del portador, permitiendo el juego de equilibrio con la carga transportada.




**BOLSO:**  
Cuya función principal es la de transportar un número reducido de objetos de uso frecuente, tales como billetes, monederos, llaves, documentos o similares, utensilios de belleza femenina y masculina.



**HAMACA:**  
Sirve para echarse o sentarse constituido por un amazón, generalmente en forma de lijera, al que se sujeta una tela fuerte que sirve de asiento y respaldo.





**Contáctanos:**  
Dirección: Av. Shirculapo y Simón Bolívar esquina.  
Celular: 0980103851  
Catacocha Loja- Ecuador

Artesanías de Arte típico en *Telar a mano*



**No te vayas, sin antes VISITARNOS!!**

Catacocha - Loja - Ecuador

Figura N° 13. Modelo del díptico  
Fuente: Diseñador Grafico  
Elaboración: Wilson Ordoñez y Ramix Gaona



AFICHE PUBLICITARIO DE LAS ARTESANÍAS DE ARTE TÍPICO EN  
TELAR A MANO

# Catacocha

CIUDAD CULTURAL Y ARTESANAL

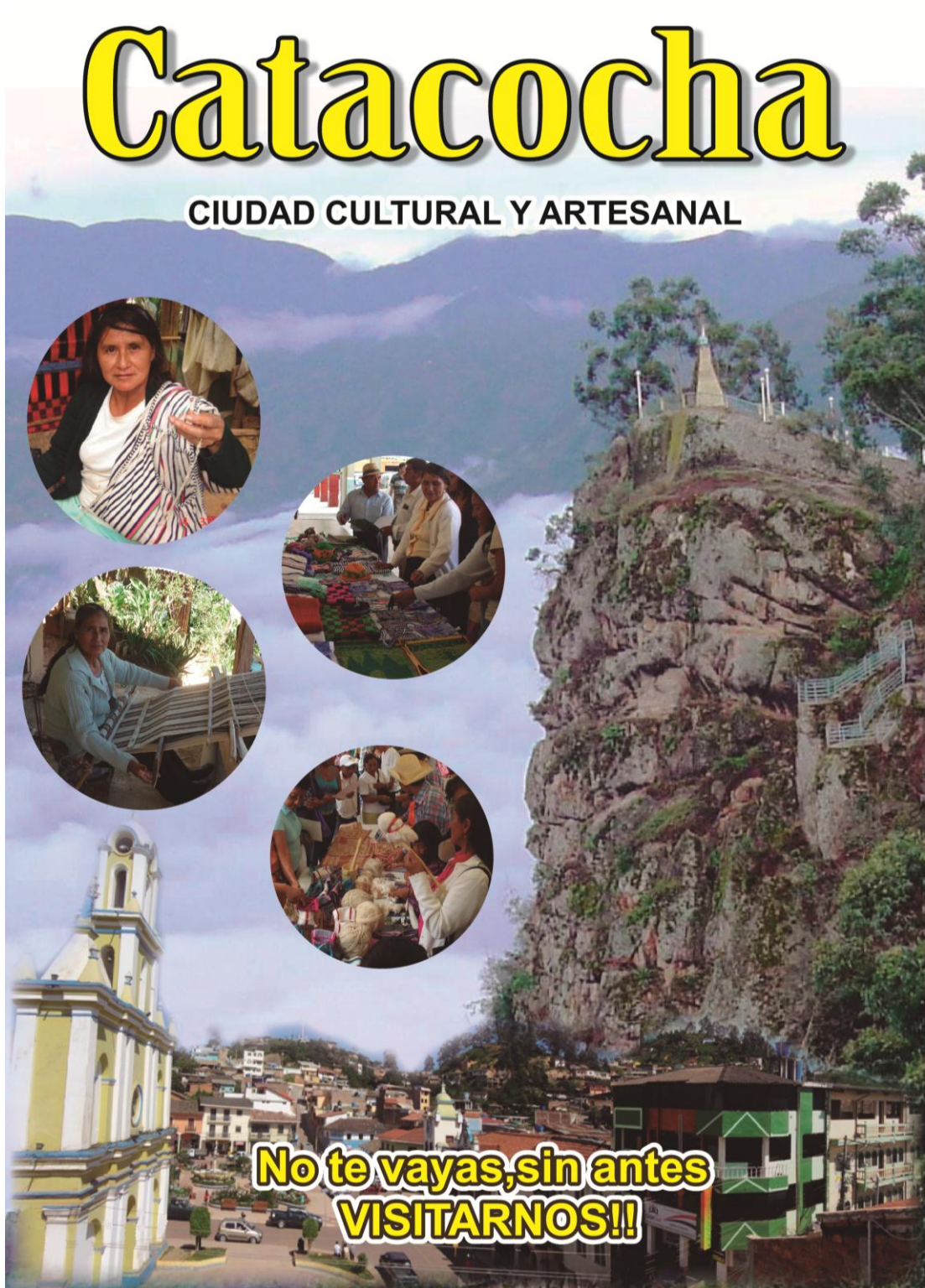


Figura N° 14. Modelo del afiche publicitario

Fuente: Diseñador grafico.

Elaboración: Wilson Ordoñez. Y Ramix Gaona

## RED SOCIAL FACEBOOK DE LAS ARTESANÍAS DE ARTE TÍPICO



Figura N° 15. Modelo de la red social Facebook. Portada principal de la página.

Fuente: Pág. web.

Elaboración: Wilson Ordoñez.

## GALERÍA FOTOGRÁFICA DE LAS ARTESANÍAS DE ARTE TÍPICO



Figura N° 16. Galería fotográfica de las artesanías de arte típico

Fuente: pág. web.

Elaboración: Wilson Ordoñez

- **Campaña de medios**

Para atraer al consumidor directamente y estimular la visita de turistas al taller artesanal de la señora Carmen Pogo propietaria de las artesanías de arte típico en telar a mano en la parroquia Catacocha, se lo realizara mediante los medios de comunicación que a continuación se describen

**Cuadro N° 24.** Campaña de medios

<b>NOMBRE DEL MEDIO PUBLICITARIO</b>	
<b>MEDIOS RADIALES</b>	
Radio Rumba Estéreo	4 pasadas diarias por un mes
Radio Macará	2 pasadas diarias por un mes
Radio Catacocha Estéreo	2 pasadas diarias por un mes
<b>PRENSA ESCRITA</b>	
Diario la Hora.	Full color media paginados dos veces al mes
Diario centinela del Sur	Full color media paginados dos veces al mes
<b>MATERIAL PUBLICITARIO</b>	
Dípticos	600 ejemplares full color
Hojas volantes	500 ejemplares full color

**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Wilson Ordoñez



**Cuadro N° 25. Herramientas promocionales**

<b>PUBLICIDAD</b>		
<b>ANUNCIOS EN MEDIOS RADIALES</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Radio Rumba Estéreo 5 pasadas diarias por un mes)	3.00	90.00
Radio Macará (5 pasadas diarias por un mes)	2.00	60.00
Radio Catacocha Estéreo (5 pasadas diarias por un mes)	3.75.00	122.00
<b>ANUNCIOS DE PRESA</b>		
Diario la hora (full color Media página dos veces al mes)	40.00	80.00
Diario Centinela del Sur full color Media página dos veces al mes)	35.00	70.00
<b>MATERIAL PUBLICITARIO</b>		
Dípticos (600 ejemplares full color)	0.25	150.00
Afiches publicitarios (500 ejemplares full color)	0.25	125.00
Red social Facebook	xxx	xxx
<b>SUBTOTAL</b>		<b>697.00</b>
5% Imprevistos		<b>47.88</b>
<b>TOTAL</b>		<b>US \$ 744.88</b>

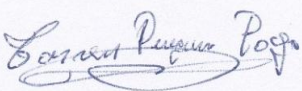
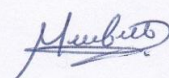

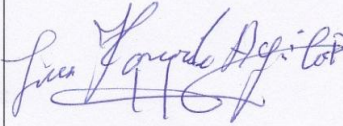
**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Wilson Ordoñez

**7.2. Socialización**

La socialización se la pudo realizar, con la propietaria de la microempresa de artesanías de arte típico en telar a mano la Sr. Carmen Pogo, y al Lcdo. Wilmer Guamán- director del Departamento de promoción Cultural y Turismo

de paltas. Se llenó una matriz de socialización por cada asistente la cual se detalla a continuación.

MATRIZ DE SOCIALIZACIÓN		
SOCIALIZACIÓN DEL " PLAN DE MARKETING PARA LA DIFUSION DE LAS ARTSANÍAS DE ARTE TIPICO EN TELAR A MANO EN LA PARROQUIA CATACOCCHA DEL CANTON PALTAS, PROVINCIA DE LOJA		
ASISTENTE	SUGERENCIA	FIRMA
<p>Correa Pangua Pogo</p>	<p>arte tipico Paltas.</p>	
<p>Maria Cambizaca</p>		
<p>Wilmer Guamañ</p>	<p>Enfocar más el tema sobre las artesanías</p>	
<p>Luis Franco Ayala</p>		

## 8. CONCLUSIONES

Al haber concluido con el Plan de Marketing para la difusión de las artesanías de arte típico en telar a mano de la parroquia Catacocha del cantón Paltas, provincia de Loja. Se pudo obtener las siguientes conclusiones.

- Las artesanías de Arte Típico en Telar Mano en la parroquia Catacocha son de muy buena calidad, por lo que se considera que necesitan ser promocionadas y difundidas a nivel turístico.
- No Existen proyectos que ayuden al desarrollo y rescate de las artesanías tradicionales, estén consideradas como un atractivo cultural y generar ingresos en el sector.
- Con la investigación, se pretende que sea tomada en cuenta para que así sea un eje dinamizador, que contribuya al progreso del turismo en el cantón Paltas.
- En la parroquia urbana Catacocha, se puede adquirir a precios accesibles las artesanías de arte típico de la Sra. Carmen Pogo
- Son muy pocos turistas que cuando viajan a Catacocha adquieren artesanías por el mismo hecho de que no tiene conocimientos de los lugares donde se elaboran las artesanías y realmente son muy pocas las personas que se dedican a esta actividad.
- Las artesanías de arte típico en telar a mano obtienen bajos ingresos por las ventas de las artesanías por el mismo hecho de que las artesanías les falta promoción.



## 9. RECOMENDACIONES

- Se recomienda al departamento de promoción cultural y turismo de Paltas generar proyectos sustentables, en los que se involucre a los artesanos.
- A las autoridades competentes poner en marcha las estrategias planteadas en el proyecto de tesis para el plan de marketing de la artesanías de arte típico
- A los medios de comunicación de la parroquia urbana Catacocha, se recomienda emprender campañas de difusión y conocimiento de las artesanías tradicionales como son las de arte típico.
- Al departamento de promoción cultural y turismo de Paltas informar a los turistas de la existencia de las artesanías de arte típico en telar a mano, para que ellos puedan adquirir artesanías en la misma.
- Se recomienda al departamento de promoción cultural y turismo de Paltas elaborar un plan de promoción y difusión de los atractivos turísticos de Catacocha, en donde se incluya las artesanías de arte típico en telar a mano como un atractivo cultural, con la finalidad de incentivar a los turistas a conocer Catacocha.
- A la propietaria de las artesanías de arte típico en telar a mano, organizarse de mejor manera con la finalidad de que pueda sacar hacia adelante su negocio, y lograr su objetivo primordial como es de llegar al mercado turístico.

## 10. BIBLIOGRAFIA

- Aceranze M, A. (1996) Promoción Turística. Un enfoque Metodológico. Sexta Edición. Editorial Trillas México.
- Boullon, R. (2004) Marketing Turístico. Perspectiva desde la planificación, Buenos Aires. Edición turística.
- DON Heliriego. (Jackson, Slocum) Administration. Un enfoque basado en la competencia. 11va. Edición. UTPL Octubre 2011
- Guía turística de Loja y su provincia, Ministerio de Turismo, Universidad Técnica Particular de Loja.
- UTPL. (2007) Manual Turístico de la Provincia de Loja. Edición UTPL Loja, Ecuador.
- Kotler, P. Fundamentos de mercadotecnia / F. Kotler – Madrid – 7 Edición – Prentice Hall, 1985.
- Paltas, O. D. (s, f.) TRIPTICO PALTAS Y SUS PARROQUIAS Catacocha Loja, Ecuador.
- Quijano, C, R. (s, f.) Manual para Diagnostico turístico Loca.Naranjo Ghilda. Revista del Cantón Paltas “Taita Cocha” El Turismo en su máxima expresión. Edición Julio 2011.
- Ricaurte, Carla (2009). Manual para el diagnósticos turístico local. Guía para planificadores [En línea] ESPOL.
- Uriel Jiménez E. Hernández R. (2004) Análisis y tendencias del turismo. Edición Pirámide. Madrid, España.

## NETGRAFÍA

- [http://www.uventas.com/ebooks/Analisis\\_Foda.pdf](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.boletinturistico.com/diccionarioturismo/Diccionario1/D/DIAGN%C3%93STICO-TUR%C3%8DSTICO--1520/>
- <http://ficherovirtual.cl/pet/estrdepla.html>
- <http://www.dspace,sepol,edu,ec/123456789/8300>
- [www.paltas.gob.ec](http://www.paltas.gob.ec)
- [www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)

## 11. ANEXOS

### ANEXO N. 1. Anteproyecto



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN  
TURÍSTICA**

**“PLAN DE MARKETING PARA LA DIFUSIÓN DE LAS  
ARTESANIAS DE ARTE TIPICO EN TELAR A MANO EN LA  
PARROQUIA CATACOCCHA DEL CANTÓN PALTAS, PROVINCIA  
DE LOJA”**

PROYECTO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN  
TURÍSTICA

**AUTOR**

*Wilson Jimmy Ordoñez Ordoñez*

**DIRECTOR DE TESIS**

*Ing. Mg. Rosa Paola Flores Loaiza*

**Loja – Ecuador**

2013

## **1. TEMA**

**“PLAN DE MARKETING PARA LA DIFUSIÓN DE LAS ARTESANÍAS DE ARTE TÍPCO EN TELAR A MANO EN LA PARROQUIA CATACOCHA DEL CANTÓN PALTAS, PROVINCIA DE LOJA”**

## **2. PROBLEMATIZACIÓN**

Ecuador es un país megadiverso en proceso de desarrollo, que con el pasar de los años han venido desarrollándose con mira a fomentar futuros emprendimientos, en el ámbito académico, social, económico, turístico y ambiental y de esa forma permitir su desarrollo y crecimiento en el mercado. En un mundo tan globalizado y competente como el nuestro, los planes de marketing han ido tomando espacio en el mercado desde ya hace mucho tiempo, en el contexto global han sido una herramienta fundamental para el desarrollo y adelanto de los pueblos, mismos que han influido de manera positiva en todos los lugares donde se los ha aplicado; por tal motivo estos son de vital importancia para un producto. Ahí participa los planes de marketing como herramienta básica de gestión que debe utilizar toda empresa orientada al mercado que quiere ser competitivo. Este fortalecimiento impulsa a los gobiernos provinciales, cantonales y parroquiales, a planificar con los empresarios turísticos del país la producción en el área turística.

Dentro del ámbito nacional no ha sido una excepción puesto que los planes de marketing se han convertido en más de una herramienta son un puntual más para promoción de venta de lugares, productos y servicios, los mismos que han influido de manera positiva en el ámbito económico del país, por tal motivo y gracias a la gran cantidad de promoción de productos y servicios existentes en nuestro país y a la competencia sana de plasmar y expandir nuevos horizontes en cuanto a nuestros mercados mejorando los planes de calidad, servicio y infraestructura.

Actualmente las actividades destinadas al turismo en las diferentes parroquias de la Provincia de Loja no están bien orientadas ya que no hay planes de difusión concretos para cierto producto y target que solicite potencializar los atractivos naturales y culturales. El Plan de Marketing se hace presente con estrategias, que contribuirán al progreso del lugar. Es por ello que la Parroquia de Catacocha, es un pueblo lleno de cultura, tradición y exquisita gastronomía, que a lo largo de los años ha ido decayendo turísticamente, uno de sus factores principales es el escaso presupuesto que le es designado, y la falta de personas calificadas en el tema, y ante todo las vías de acceso no son las más apropiadas lo que dificulta su visita, es por ello que sus habitantes han decidido emigrar a otras provincias para mejorar su economía, y esto afectado notablemente el desarrollo de la población, su preocupación y el interés de progresar turísticamente ya que cuentan con atractivos naturales y culturales que se están perdiendo por la falta de atención, difusión y cuidado.

El propósito de la presente investigación es la elaboración de un Plan de Marketing para la Difusión de las Artesanías de Arte Típico en Telar a Mano en la Parroquia Catacocha del Cantón Paltas, Provincia de Loja.

### **3. JUSTIFICACION**

La Universidad Nacional de Loja tiene como misión formar profesionales de calidad que aportara con los conocimientos a la colectividad a través de la propuesta del proyecto que fomente el desarrollo de los pueblos.

Es así que la presente investigación tiene como finalidad aportar al desarrollo de la Micro Empresa de artesanías de la Parroquia Catacocha, a través del planteamiento de un Plan de Marketing que sirva de guía para poner un valor al producto que allí se produce como es la elaboración de Artesanías de Arte Típico en Telar a Mano, además de buscar estrategias que permita promocionarlo y posicionarlo como un producto turístico en la Parroquia Catacocha del cantón Paltas, provincia de Loja. A través de una

investigación y análisis de los recursos y potencialidades turísticas con los que cuenta el sector, además de procurar el mejor uso de los mismos para el logro de mejores condiciones de la vida para la población.

Con este proyecto se dará a conocer al turista y visitante que la Parroquia Catacocha, posee un ambiente agradable que es rica en cultura y tradiciones; por lo tanto, tratar de captar el interés de las personas para que valoren el espacio vital.

Es así que se justifica el Planteamiento del Plan de Marketing para la Difusión de las Artesanías de Arte Típico en Telar a Mano en del Parroquia Catacocha del Cantón Paltas, Provincia de Loja. Como una propuesta que contribuye al buen manejo y usos de este recurso que produce actualmente el sector para el desarrollo social, turístico y económico de la localidad.

#### **4. OBJETIVOS**

##### **Objetivo General**

- Elaborar un Plan de Marketing para la Difusión de las Artesanías de Arte Típico en Telar a Mano en la Parroquia Catacocha del Cantón Paltas, Provincia de Loja.

##### **Objetivos Específicos**

- Realizar un Diagnóstico de la situación actual para las Artesanías de Arte Típico en Telar a Mano en la Parroquia Catacocha del Cantón Paltas, Provincia de Loja.
- Propuesta de un Plan de Marketing para la Difusión de las Artesanías de Arte Típico en Telar a Mano en la Parroquia Catacocha del Cantón Paltas, Provincia de Loja.

## **5. MARCO TEÓRICO**

### **5.1. MARCO CONCEPTUAL**

#### 5.1.1. Conceptos

##### 5.1.1.1. Turismo

##### 5.1.1.2. Tipos de Turismo

##### 5.1.1.3. Oferta Turística

##### 5.1.1.4. Atractivos Turísticos

##### 5.1.1.5. Planta Turística

###### 5.1.1.5.1. Transporte

###### 5.1.1.5.2. Alojamiento

###### 5.1.1.5.3. Alimentación

###### 5.1.1.5.4. Recreación

##### 5.1.1.6. Diagnostico Turístico

##### 5.1.1.7. FODA

##### 5.1.1.8. Encuesta

##### 5.1.1.9. Significado de Parroquia

##### 5.1.1.10. Significado de Artesanías

##### 5.1.1.11. Marketing

##### 5.1.1.12. Marketing Estratégico

##### 5.1.1.13. Marketing Operativo

##### 5.1.1.14. Marketing Mix

###### 5.1.1.14.1. Producto

###### 5.1.1.14.2. Precio

###### 5.1.1.14.3. Plaza

###### 5.1.1.14.4. Promoción

##### 5.1.1.15. Marketing Turístico

##### 5.1.1.16. Plan de Marketing

##### 5.1.1.17. Importancia de la Investigación del Marketing

### **5.2. MARCO REFERENCIAL**

#### 5.2.1. Antecedentes del cantón Paltas



- 5.2.2. Reseña Histórica
- 5.2.3. Población
- 5.2.4. Ubicación
- 5.2.5. Superficie
- 5.2.6. División Política
- 5.2.7. Límites y Ubicación
- 5.2.8. Actividades Producción y Económicas
- 5.2.9. Clima
- 5.2.10. Temperatura
- 5.2.11. Precipitaciones
- 5.2.12. Hidrografía
- 5.2.13. Flora y Fauna
- 5.2.14. Economía
- 5.2.15. Fiestas religiosas y Comerciales
- 5.2.16. Atractivos Turísticos
  - 5.2.16.1. Mirador Shiriculapo o Balcón del Inca
  - 5.2.16.2. Museo de los Hermanos Maristas
  - 5.2.16.3. Iglesia Central
  - 5.2.16.4. Parque Central
  - 5.2.16.5. Monumento al Indio Paltas
  - 5.2.16.6. Laguna y Cerro Pisaca
  - 5.2.16.7. Petroglifos de Yamana
  - 5.2.16.8. Museo de Yamana
  - 5.2.16.9. Balneario Popular el Almendral
  - 5.2.16.10. Mirador la Quinta
  - 5.2.16.11. Cerro Huanchuro

### **5.3. PROPUESTA Y SOCIALIZACION**

- 5.3.1. Elaborar plan de marketing para desarrollar los productos de la Microempresa de Artesanías ha “Base de Lana” de la Parroquia Catacocha, del Cantón Paltas, Provincia de Loja.
- 5.3.2. Misión.
- 5.3.3. Visión.

- 5.3.4. Marca.
- 5.3.5. Desarrollo del Logotipo
- 5.3.6. Estrategias Generales
- 5.3.7. Estrategias de venta del Producto
- 5.3.8. Estrategias de Promoción

## **6. METODOLOGÍA**

### **6.1. Metodología Técnica**

#### **6.1.1. Métodos Técnicas**

##### **6.1.1.1. Método Sintético**

Es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis; se trata en consecuencia de hacer una explosión metódica y breve, en resumen. En otras palabras debemos decir que la síntesis es un procedimiento mental que tiene como meta la comprensión cabal de la esencia de lo que ya conocemos en todas sus partes y particularidades.

##### **6.1.1.2. Método Bibliográfico**

Los métodos de información bibliográfica para la investigación son aquellos que permitirán al usuario utilizar la información registrada en determinados documentos para llevar a cabo su propia investigación.

##### **6.1.1.3. Método Descriptivo**

La investigación descriptiva se ocupa de la descripción de datos y características de una población. El objetivo es la adquisición de datos objetivos, precisos y sistemáticos que pueden usarse en promedios, frecuencias y cálculos estadísticos similares. Los estudios descriptivos raramente involucran experimentación, ya que están más preocupados con

los fenómenos que ocurren naturalmente que con la observación de situaciones controladas.

#### **6.1.1.4. Observación Directa**

Con esta técnica podremos observar directamente el área de estudio como captar datos históricos científicos ambientales del tema del proyecto.

#### **6.1.1.5. Entrevista**

Es un método de recolección de información oral, consiste en un diálogo de carácter planificado entre el investigador y los sujetos que son fuentes de información. Es necesario obtener información de entendidos en el tema que ayudarán a aclarar las dudas sobre el problema, en lo referente a tecnología, infraestructura e instalaciones.

#### **6.1.1.6. Encuesta**

Es un método de recolección cuyo instrumento es recopilará información por medio de preguntas, cuyas se obtienen por forma escrita con el propósito de resolver el problema de investigación, para determinar y cuantificar las variables relacionadas con el proyecto.

#### **6.1.1.7. Muestra**

Procedimiento auxiliar que consistirá en una serie de operaciones destinadas a tomar una parte de la población que será estudiada, con el fin de facilitar el desarrollo del presente proyecto.

#### **Formula**

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

z: nivel de confianza 1.96

p: probabilidad a favor 0.5

q: probabilidad en contra 0.5

N: universo

e: margen de (0.1)

La presente Formula será desarrollada durante la ejecución de la tesis, con la cual se determinará el número exacto de las encuestas aplicadas en la zona de estudio.

## **6.1. Metodología por Objetivo**

### **6.1.1. Para el cumplimiento del primer Objetivo**

Realizar un diagnóstico de la situación actual de las Microempresa de Artesanías, de Arte Típico en Telar a Mano en la Parroquia Catacocha del Cantón Paltas, Provincia de Loja; con sus oportunidades y limitaciones. Se utilizará el método analítico-sintético, descriptivo, técnica de la observación y se realizará la adaptación de la matriz de levantamiento de información de Carla Ricaurte Quijano ajustándola a la realidad de la Parroquia Colinas del Calvario en estudio.

Para la propuesta del plan de marketing para la Difusión de las Artesanías de Arte Típico en Telar a Mano en la Parroquia Catacocha del Cantón Paltas, Provincia de Loja; que es el segundo objetivo Emplearemos el método descriptivo que facilitara la observación actual de los artesanías, también utilizaremos la técnica de publicación y de esta manera hacer conocer las Artesanías de Arte Típico a mano de la Parroquia Catacocha.

## 7. CRONOGRAMA POR OBJETIVOS Y ACTIVIDADES

TIEMPO ACTIVIDADES	MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Proyecto De Tesis			■	■	■	■																										
2. Realizar un diagnostico de la situación Actual							■	■	■	■	■	■	■																			
3. Propuesta Del Plan De Marketing Turístico													■	■	■	■																
4. Impresión Del Documento																	■	■														
5. Preparación Para La Audiencia Reservada																					■	■	■	■								
6. Sustentación De La Audiencia Reservada																									■	■	■	■				
7. Impresion - Tesis																													■	■		
8. Empastado - Tesis																														■	■	■
9. Sustentacion Publica																																■

## 8. PRESUPUESTO.

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizará los siguientes recursos.

### 8.1. RECURSOS HUMANOS

- La investigación estará a cargo del aspirante a la Ingeniería En Administración Turística estudiante Wilson Jimmy Ordoñez Ordoñez.
- Director de Tesis Ing. Msc. Rosa Paola Flores Loaiza.

### 8.2. RECURSOS MATERIALES.

Detalle	Costos
<b>MATERIALES DE ESCRITORIO</b>	
Papel bond	20.00
Cuadernos	8.00
Esferográficos	3.00
Borradores	2.00
Lápices	7.00
Carpetas	10.00
Internet	160.00
Foto copias de borrador de tesis	100.00
Foto copias de la tesis definitiva	120.00
Foto copias de 5 tesis para el jurado	220.00
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	
Textos	30.00
Revistas	30.00
Cámara Fotográfica	140.00
<b>RECURSOS INSTITUCIONALES</b>	
EL Municipio aportara con información	50.00
<b>EGRESOS</b>	
GASTOS DE DIRECTOR DE TESIS	300.00
GASTOS DE MOVILIZACION	300.00
<b>TOTAL</b>	<b>US \$1 500.00</b>

**FINANCIAMIENTO:** El presente proyecto que tiene un gasto alrededor de US \$ 1 500.00 dólares, todos los gastos del mismo van hacer financiados por el tesista responsable del proyecto.

## 9. Bibliografía

1. Medina Hernandez, U., & Correa Rodriguez, A. (2009). Como Evaluar un Proyecto Empresarial. Díaz de Santos.
2. (PEMF), P. d., & podas, r. e. (2010). Ejecución del plan y manejo de recursos de la plantación. Retrieved 05 16, 2013, from Ejecución del plan y manejo de recursos de la plantación: <http://biblioteca.ucn.edu.co/repositorio/Documents/Agroindustria-Y-Forestales/49-Ejecucion-plan-manejo-recursos-dela-plantacion/01InformacionGeneral.html>
3. Asogapal(Asociacion de gobiernos rurales de Loja). (2011). Loja rural "juntos por el desarrollo y fortalecimiento del sector rural. Loja: asogapal.
4. Ecologia. (2011). Ecologia hoy. Retrieved Abril 23, 2011, from Ecologia hoy: [www.ecoligiahoy.com](http://www.ecoligiahoy.com)
5. Editorial Vertice. (2007). Marketing Turistico. España : Editorial Vertice.
6. Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal de Loja. (2013). Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal de Loja. Retrieved 04 16, 2013, from Gobierno Autonomo descentralizado municipal de Loja: <http://www.loja.gob.ec/contenido/santiago>
7. kotler, P. (2010). Herramientas de marketing.
8. Mintur. (2009). Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador.Ecuador.
9. Sitio wed Marketing turistico. (2010, 05 26). Marketing turistico. Retrieved 05 16, 2013, from Marketing turistico:

## ANEXO N 2. Modelo de las encuesta.



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

Estimado señor (a):

Con el motivo de realizar una investigación en la parroquia Catacocha, con el tema: **“PLAN DE MARKETING PARA LA DIFUSIÓN DE LAS ARTESANÍAS DE ARTE TÍPICO EN TELAR A MANO EN LA PARROQUIA CATACOCCHA DEL CANTÓN PALTAS, PROVINCIA DE LOJA”**: le pido de manera más comedida se digne en contestar las siguientes preguntas.

**1. ¿Conoce usted el cantón Paltas?**

SI ( )

NO ( )

**2. ¿Conoce cuáles son los principales atractivos turísticos de Catacocha, cantón paltas?**

SI ( )

NO ( )

**3. ¿De los siguientes lugares cuáles usted ha visitado?**

Catacocha. ( )

Yamana. ( )

San Antonio. ( )

Lauro Guerrero. ( )

**4. ¿Visita usted con frecuencia los sitios antes mencionados?**

SI ( )

NO ( )

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

**Alternativa:**

Trípticos. ( )

Guías Turísticas. ( )

Internet. ( )

Amigos. ( )

Prensa. ( )

Radios. ( )



**6. Si su respuesta es afirmativa señale la frecuencia**

Fin de semana. ( ) Vacaciones. ( ) Otros. ( )

**7. Cuando usted visita los lugares antes mencionados lo hace.**

**Alternativa:**

Solo. ( ) Con la familia. ( )

Con amigos. ( ) Otros. ( )

**8. ¿Cuáles de las siguientes alternativas toma en cuenta para visitar los sitios de la parroquia Catacocha?**

**Alternativa:**

Turismo Cultural. ( ) Turismo Artesanal. ( ) Turismo Comunitario. ( )

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

**Alternativa:**

De 0 a 25 ( ) De 26 a 50 ( ) De 51 a 75 ( )

De 76 a 100 ( ) Mayor a 100 ( )

**10. ¿Qué tipo de actividades usted realiza cuando visita la parroquia Catacocha?**

**Alternativa:**

Compra de artesanías. ( ) Visitas a lugares Arqueológicas. ( )

Caminatas. ( ) Visita a lugares específicos. ( )

**11. ¿Dónde usualmente usted compra las artesanías de la parroquia Catacocha?**

Centros Artesanales. ( ) Plazas. ( ) Mercados. ( ) Otros. ( )

**12. ¿Cree usted que los tejidos de la parroquia Catacocha puede llegar a ser un icono representativo de la provincia de Loja en otros países?**

SI ( )

NO ( )

**13. ¿Cree usted que la promoción y difusión de las artesanías, sería más visitado la parroquia Catacocha?**

SI ( )

NO ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

### ANEXO N 3. Tabulación de las encuestas.

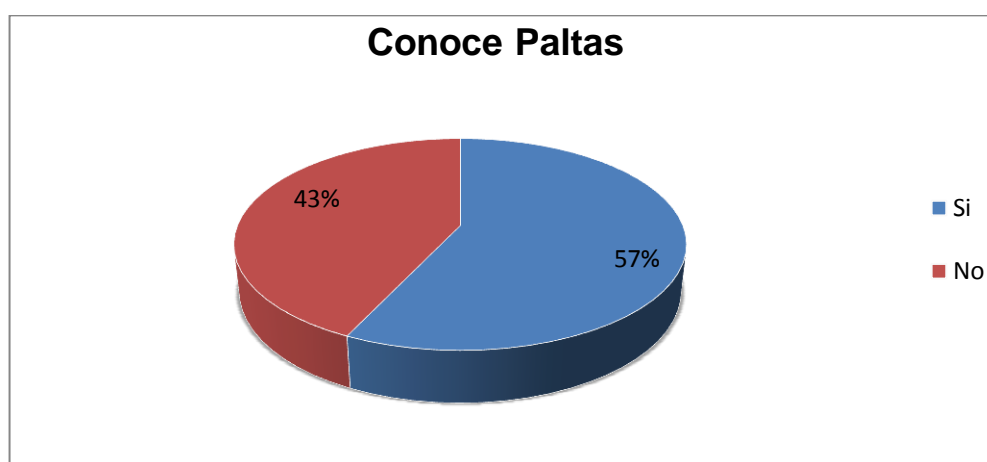
#### 1. ¿Conoce usted el cantón Paltas?

**Cuadro N° 26.** Conoce usted paltas

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	210	57%
No	160	43%
Total	370	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de Catacocha y la ciudad de Loja

Elaboración: Wilson Ordoñez.



**Figura N° 15**

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de Catacocha y la ciudad de Loja

Elaboración: Wilson Ordoñez

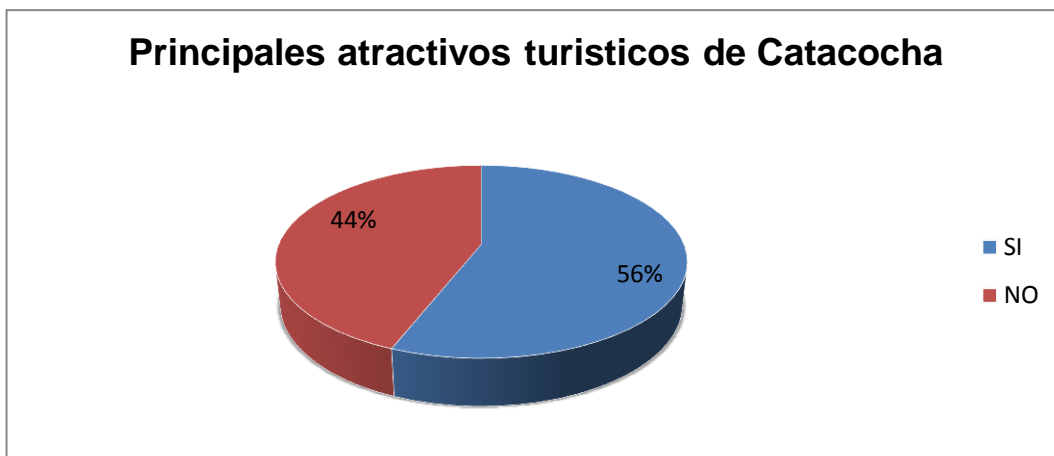
#### 2. ¿Conoce cuáles son los principales atractivos turísticos de la parroquia urbana Catacocha, cantón paltas?

**Cuadro N° 27.** Conoce los principales atractivos turísticos

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	205	56%
No	165	44%
Total	370	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas de Catacocha y la ciudad de Loja

Elaboración: Wilson Ordoñez



**Figura N° 16**

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de Catacocha y la ciudad de Loja

**Elaboración:** Wilson Ordoñez

### 3. ¿De los siguientes lugares cuáles usted ha visitado?

**Cuadro N°28.** Lugares cuáles usted ha visitado

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Catacocha	212	57%
Yamana	78	21%
San Antonio	48	13%
Lauro Guerrero	32	9%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de Catacocha y la ciudad de Loja

**Elaboración:** Wilson Ordoñez



**Figura N° 17**

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de Catacocha y la ciudad de Loja

**Elaboración:** Wilson Ordoñez

#### 4. ¿Visita usted con frecuencia los sitios antes mencionados?

**Cuadro N°29.** Visita usted con frecuencia

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	170	47%
No	200	54%
Total	370	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de Catacocha y la ciudad de Loja

**Elaboración:** Wilson Ordoñez



**Figura N° 18**

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de Catacocha y la ciudad de Loja

**Elaboración:** Wilson Ordoñez

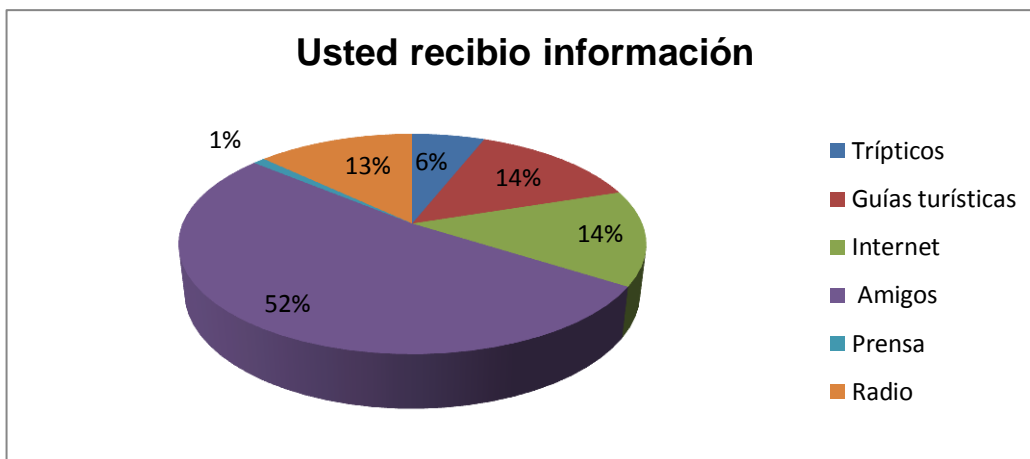
#### 5. ¿A través de qué medio usted recibió información de los lugares antes mencionados?

**CUADRO N°30.** De que medio usted recibió información

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Trípticos	28	6%
Guías turística	51	14%
Internet	53	14%
Amigos	186	52%
Prensa	5	1%
Radio	47	13%
Total	370	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de Catacocha y la ciudad de Loja

**Elaboración:** Wilson Ordoñez



**Figura N° 19**

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de Catacocha y la ciudad de Loja

**Elaboración:** Wilson Ordoñez

**6. Si su respuesta es afirmativa señale la frecuencia.**

**CUADRO N°31.** Señale la frecuencia

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fin de semana	166	45%
Vacaciones	137	37%
Otros	67	18%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de Catacocha y la ciudad de Loja

**Elaboración:** Wilson Ordoñez



**Figura N° 20**

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de Catacocha y la ciudad de Loja

**Elaboración:** Wilson Ordoñez

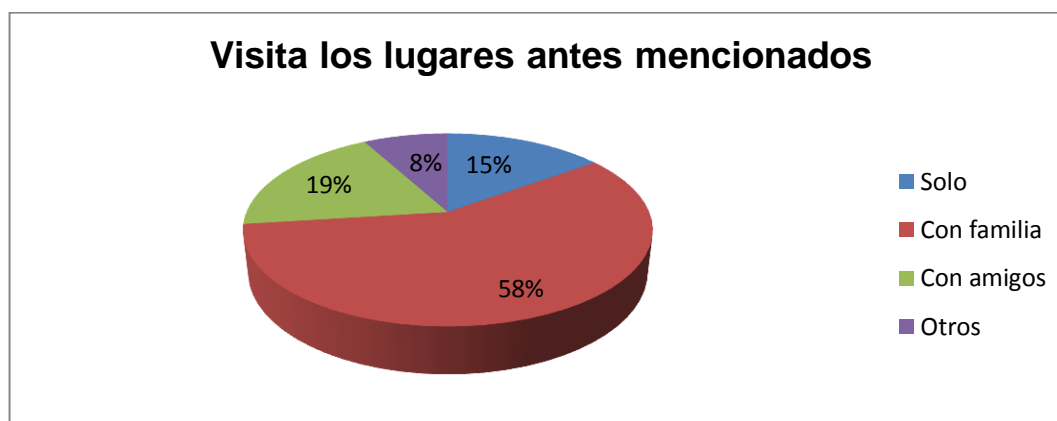
## 7. Cuando usted visita los lugares antes mencionados lo hace.

**Cuadro N° 32.** Cuando usted visita los lugares

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Solo	55	15%
Con la familia	217	58%
Con amigos	70	19%
Otros	28	8%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de Catacocha y la ciudad de Loja

**Elaboración:** Wilson Ordoñez



**Figura N° 21**

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de Catacocha y la ciudad de Loja

**Elaboración:** Wilson Ordoñez

## 8. ¿Cuáles de las siguientes alternativas toma en cuenta para visitar los sitios de la parroquia urbana Catacocha?

**Cuadro N° 33.** Cuando usted visita los lugares

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Turismo cultural	216	58%
Turismo artesanal	106	29%
Turismo comunitario	48	13%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de Catacocha y la ciudad de Loja

**Elaboración:** Wilson Ordoñez



**Figura N° 22**

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de Catacocha y la ciudad de Loja

**Elaboración:** Wilson Ordoñez

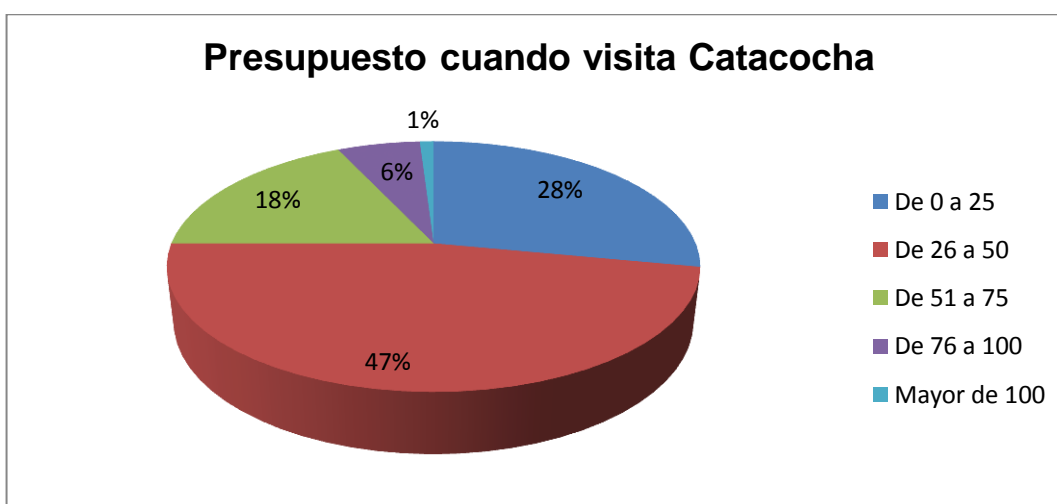
## 9. ¿Cuál es su presupuesto cuando visita estos lugares?

**Cuadro N°34.**Cuál es su presupuesto

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 0 a 25	103	28%
De 26 a 50	174	47%
De 51a 75	67	18%
De 76 a 100	22	6%
Mayor de 100	4	1%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de Catacocha y la ciudad de Loja

**Elaboración:** Wilson Ordoñez



**Figura N° 23 Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de Catacocha y la ciudad de Loja

**Elaboración:** Wilson Ordoñez

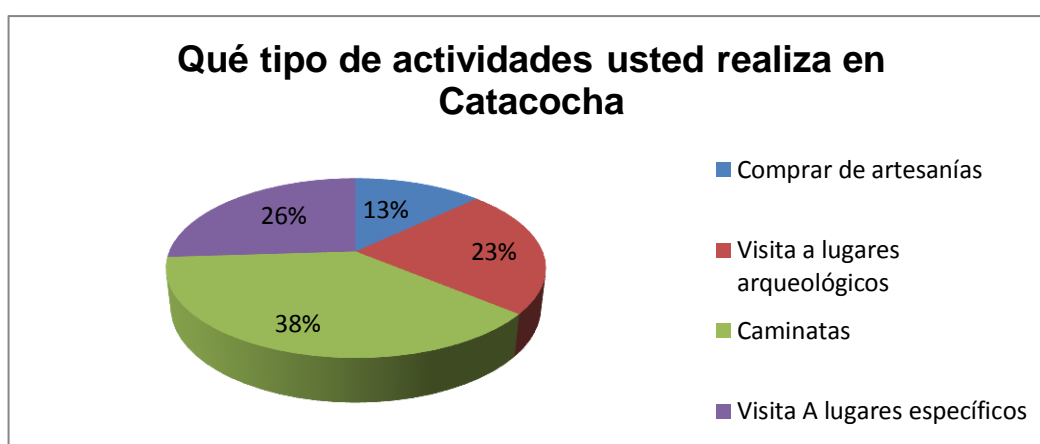
**10. ¿Qué tipo de actividades usted realiza cuando visita la parroquia urbana Catacocha?**

**Cuadro N° 35.** Qué tipo de actividades

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Compra de artesanías	49	13%
Visita a lugares arqueológicos	84	23%
Caminatas	140	38%
Visita a lugares específicos	97	26%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de Catacocha y la ciudad de Loja

**Elaboración:** Wilson Ordoñez



**Figura N° 24**

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de Catacocha y la ciudad de Loja

**Elaboración:** Wilson Ordoñez

**11. ¿Dónde usualmente usted compra las artesanías de la parroquia urbana Catacocha?**

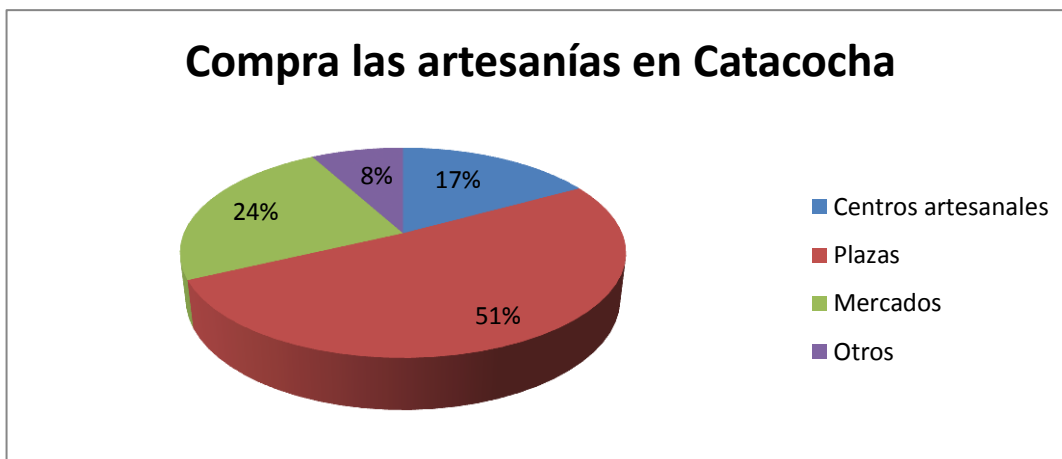
**Cuadro N°36.** Compra artesanías

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Centros artesanales	63	17%
Plazas	192	51%
Mercados	85	24%
Otros	30	8%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de Catacocha y la ciudad de Loja

**Elaboración:** Wilson Ordoñez





**Figura N° 25**

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de Catacocha y la ciudad de Loja

**Elaboración:** Wilson Ordoñez

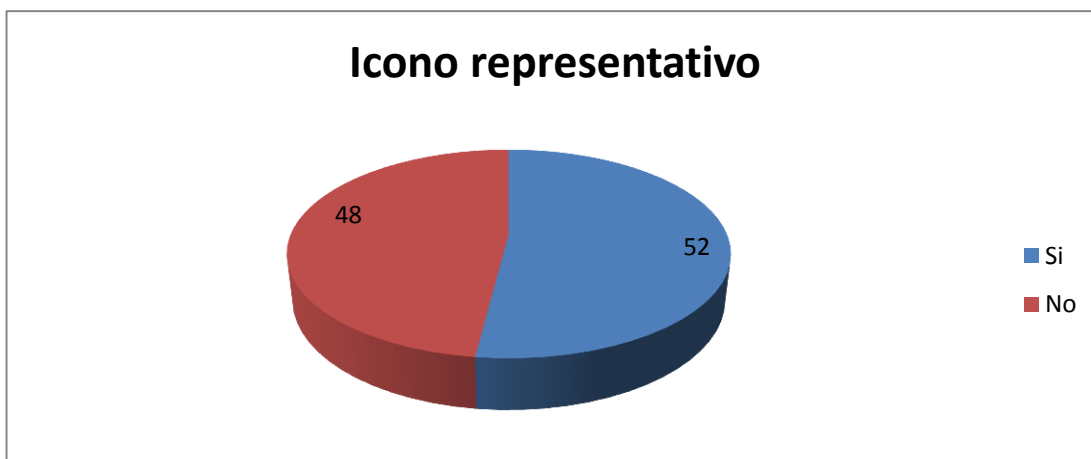
**12. ¿Cree usted que los tejidos de la parroquia urbana Catacocha puede llegar a ser un icono representativo de la provincia de Loja en otros países?**

**Cuadro N°37.** Cree que los tejidos

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	194	52%
No	176	48%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de Catacocha y la ciudad de Loja

**Elaboración:** Wilson Ordoñez



**Figura N° 26**

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de Catacocha y la ciudad de Loja

**Elaboración:** Wilson Ordoñez

**13. ¿Cree usted que la promoción y difusión de las artesanías, sería más visitado la parroquia Catacocha?**

**Cuadro N° 38.** Cree usted que la promoción

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	302	81%
No	68	19%
Total	370	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de Catacocha y la ciudad de Loja

**Elaboración:** Wilson Ordoñez



**Figura N° 27**

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de Catacocha y la ciudad de Loja

**Elaboración:** Wilson Ordoñez

## **ANEXO N° 4. Modelo de la Entrevista**

**Entrevista realizada al Lcdo. Wilmer Guamán director del departamento de promoción cultural y turismo de paltas.**

### **1. ¿Cuáles son las principales fuentes de ingreso económicos de Catacocha?**

Las principales fuentes de ingreso para Catacocha son el comercio, ya que es un centro de transacciones comerciales. Todas las parroquias rurales tienen sus ferias anuales, donde se dan cita agricultores, ganaderos, pequeñas y grandes comerciantes y los domingos es un día de verdadera animación y actividad comercial.

Tres son las ferias comerciales que se realizan anualmente en Catacocha: la del 24 de junio, 30 de julio y el primero domingo de octubre. Por otro lado se encuentra el sector de la industria, que están poco desarrollados, pero son tradicionales los objetos de cerámica, Tacoranga y Quebrada arriba y existen fábricas de teja y ladrillo,

### **2. Considera usted que los aspectos se podrían fortalecer para dinamizar la economía del sector.**

Si se trata de aspectos económicos la inversión sería lo más importante para fortalecer el crecimiento económico de la población, lamentablemente la falta de fuentes de trabajo hacen que la población emigre a otros lugares, sino de dejar de lados otros factores como el poco apoyo por parte de las organizaciones del estado para emprender en la construcción de canales de riego para que nuestros amigos agricultores puedan producir.

### **3. ¿Cuáles considera las facilidades para los pobladores inviertan en algún tipo de negocios?**

Por parte del organismo municipal se ha dado todas las facilidades, pero hay otros factores como la falta de financiamiento y una serie de papeles que deben hacer, para recibir un crédito por parte de una entidad financiera. Sin embargo aquello que poseen medios económicos lo han hecho y Catacocha ha crecido en tu infraestructura hotelera y turística.

**4. ¿Existe una organización comunitaria que desarrolle la actividad turística de la zona?**

Realmente no existe ninguna organización comunitaria que colabore o desarrolle el turismo en Catacocha.

**5. ¿Cuáles son las fiestas populares más significativas de Catacocha?**

El 25 de junio, se celebra las fiestas de aniversario de cantonización, por tal motivo esta fiesta es la más representativa y la que cautiva la mayor atención por parte de todo el pueblo Paltense y de los turistas.

Paltas es una tierra de mujeres hermosas por lo que como preámbulo a lo que serán las fiestas de cantonización se elige a la mujer más bella que representara al cantón, en todos los eventos de belleza a nivel cantona, con la elección de la reina se da inicio a las festividades que están cargadas de alegría y diversión de todos los habitantes; con esta ocasión se presentan actividades culturales, deportivas, sociales, desfiles estudiantiles, serenatas en homenaje al aniversario de cantonización, no puede faltar las exposiciones de artesanías que se elaboran en el lugar; las fiesta generan gran expectativa en todo el pueblo porque son ocasiones para salir de la rutina y disfrutar en familia de actividades diferentes.

**6. ¿Qué tipo de producto se elabora en la parroquia?**

En el barrio Tacoranga se elaboran las tradicionales olla de barro y distintas artesanías a base de cerámica así también existe la producción de artesanías y en la parroquia Yamana se elaboran los exquisitos bocadillos con maní, turrone, huevos faldiqueras, que son muy apetecidos y sacados a la venta en la fiesta de Integración Fronteriza de Loja.

**7. ¿Cuáles son para usted los principales inconvenientes por las cuales no se podría desarrollar el turismo en Catacocha?**

Existe algunas limitantes que impide el desarrollo turístico en Catacocha como la falta de apoyo gubernamental, el presupuesto destinado al turismo es muy pequeña, existe una total falta de irrespeto y descuido de la población en el cuidado de los atractivos y por ultimo algunas parroquias de Catacocha se encuentran muy distantes, por lo que impide realizar el turismo

hacia las mismas.

- La falta del líquido vital, el agua disponible por horas.
- La falta de concienciación en la población.
- Facilidades para conseguir los créditos.
- Miedo a la inversión.

#### **8. ¿Cómo se encuentra el desarrollo de las artesanías en el sector?**

En el ámbito turístico según el Lcdo. Wilmer Guamán; en la administración actual se le ha dado un poco de importancia al turismo ya que por esta razón en el año 2007 se creó el departamento de cultura y turismo, así también se ha creado una página web, Paltas y también se realizan impresos de trípticos para entregar información al turista que acude a este departamento.

#### **9. ¿Existe interés por parte de la población en incrementar una actividad relacionado con el turismo artesanal?**

Todo se ha hecho pero la desorganización impera. Todos se decepcionan porque no hay el apoyo directo de los organismos encargados de ello. Se hacen cursos, seminarios, se conforman directivos pero pasas el tiempo y nada que hay una respuesta por parte de los pobladores.

#### **10. Las artesanías que se producen en la zona tiene buena acogida por los habitantes de Catacocha.**

Personalmente creo que sí. Pero siempre tienen que estar con dinero, que es escaso para que la población no las adquiera, quieren que todo sea barato.

**ANEXO N° 5. Fichas de inventarios de los atractivos turísticos de la parroquia Catacocha del cantón Paltas (MINTUR).**

		<b>UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA</b> <b>CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA</b> Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos	
<b>1. DATOS GENERALES.</b> 1.2. ENCUESTADOR: Wilson Ordoñez. 1.2. FICHA N° 01. 1.3. SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Paola Flores. 1.4. FECHA: 11 de Junio del 2013. 1.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: El Shiriculapo. 1.6. PROPIETARIO: Ministerio de Salud de Catacocha. 1.7. CATEGORÍA: Sitio Natural. 1.8. TIPO: Montañas. 1.9. SUBTIPO: Colina.			
<b>2. UBICACIÓN</b> 2.1. PROVINCIA: Loja. 2.2. CANTÓN: Paltas. 2.3. LOCALIDAD: Catacocha. 2.4. SECTOR: Catacocha. 2.5. NÚMERO: 2.6. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD: 4°4'0" Norte. LONGITUD: 79°37'60" Este.			
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b> 3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Yamana. DISTANCIA: 20 km 3.2. NOMBRE DEL POBLADO: San Antonio. DISTANCIA: 15 km			
<b>CALIDAD</b>	<b>VALOR INTRÍNSECO</b>	<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b> 4.1. ALTURA: 1 891m.s.n.m 4.2. TEMPERATURA: 19°C 4.3. PRECIPITACIÓN: 500 a 1000 mm anuales  Mirador Shiriculapo su nombre significa mirador del "Jefe o Shiry" debido a la presencia de aves llamadas "Chiris". Es una formación rocosa de granito, cuya pared lateral occidental desciende en forma abrupta y vertical a una altura aproximada de 150 metros de profundidad, Cuenta con dos miradores, para llegar al primero se lo hace mediante el ascenso de 53 escalones, en la cima se ha erigido una imagen a Jesús del Gran Poder, ésta imagen está cubierta con un manto rojo y tiene los brazos en forma de cruz, según los habitantes es símbolo de paz, y fue ubicado por el señor Julio Yunga.  El segundo mirador se encuentra a 30 m del primero, sobre una roca con menos dimensión que la primera, se ha colocado una reja para seguridad de los visitantes, desde estos dos miradores puede admirar el sitio Playas y el Valle de Casanga, los cerros Guanchuro, El Pisaca, Pisaquita, Pisaquilla, El Congo, Pilapila y el paisajes y edificaciones de Catacocha y Lourdes, además sobre la calzada se encuentra un escudo de armas del Cantón Paltas.  Este mirador es muy conocido, puesto que hasta la década de los 90, personas se lanzaban al vacío debido a problemas psicológicos y económicos. Leyendas dicen que en este Cerro muchas almas románticas no resistieron la traición y en vuelo eterno se lanzaron al vacío para buscar la eternidad.	
	<b>VALOR EXTRÍNSECO</b>	<b>5. USOS (SIMBOLISMO).</b>  El Shiriculapo es visitado por propios y extraños, en especial por turistas	
		<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>  ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> <b>CAUSAS:</b>	

	alemanes, desde este mirador natural se puede observar el valle de Casanga, el sitio playas y los cerros y todos los paisajes del entorno de Catacocha.	<p><b>6.1.PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b></p> <p>NOMBRE: Casas inventariadas.          FECHA DE DECLARACIÓN: 24 de mayo de 1994          CATEGORÍA:</p> <p>Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/>          Patrimonio del Ecuador: <input checked="" type="checkbox"/></p> <p><b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b></p> <p>ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/>          CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/>          EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS:</p>
	<b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b>	

**8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO**

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML		DR	SM	MN	EV	
Terrestre	Asfaltado				Bus					Días al año 360
	Lastrado				Automóvil					
	Empedrado				4 x 4					
	Sendero				Tren					
Acuático	Marítimo				Barco					Días al mes Culturales: 30 Naturales:
					Bote					
	Fluvial				Canoa Otros					
Aéreo					Avión					Horas al día Culturales: Naturales: 24
					Avioneta					
					Helicóptero					

Siglas: **BN**: bueno; **RG**: regular; **ML**: malo; **DR**: diaria; **SM**: semanal; **MN**: mensual; y, **EV**: eventual.

**OBSERVACIONES:** .....

**9. FACILIDADES TURÍSTICAS**

SERVICIOS	CATEGORÍAS										OTROS
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ALIMENTACIÓN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ESPARCIMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

AGENCIAS DE VIAJES: <input type="checkbox"/>	ALMACENES DE ARTESANÍAS: <input type="checkbox"/>
CORREOS: <input type="checkbox"/>	TELÉFONOS. FAX.: <input type="checkbox"/>
<b>OBSERVACIONES:</b>	

<b>10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>10.1. AGUA:</b> POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA: <input type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>	
<b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA</b> SISTEMA INTERCONECTADO: <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>	
<b>10.3. ALCANTARILLADO:</b> RED PÚBLICA: <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>	
<b>10.4. PRECIO</b> SI: <input type="checkbox"/> NO: <input checked="" type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>	
Observaciones: .....	
<b>11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>	
<b>NOMBRE</b>	<b>DISTANCIA:</b>
Museo Hermano Joaquín Liébana Calle	500 metros
Mirador Colinas del Calvario	500 metros
<b>SIGNIFICADO</b>	<b>12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b> LOCAL: <input type="checkbox"/> PROVINCIAL: <input checked="" type="checkbox"/> NACIONAL: <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL: <input type="checkbox"/>
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos ..... <div style="text-align: right;"><b>Firma: SUPERVISOR EVALUADOR</b></div>	



**1. DATOS GENERALES.**

1.2. **ENCUESTADOR:** Wilson Ordoñez. 1.2. **FICHA N°** 02.  
1.3. **SUPERVISOR EVALUADOR:** Ing. Paola Flores. 1.4. **FECHA:** 11 de Junio del 2013.  
1.5. **NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Casa patrimoniales 1.6. **PROPIETARIO:** Casas de las familias  
Jumbo Tandazo y Sánchez Agila.  
1.7. **CATEGORÍA:** Manifestación cultural. 1.8. **TIPO:** Históricas. 1.9. **SUBTIPO:** Arquitectura civil.

**2. UBICACIÓN**

2.1. **PROVINCIA:** Loja. 2.2. **CANTÓN:** Paltas. 2.3. **LOCALIDAD:** Catacocha.  
2.4. **SECTOR:** Catacocha. 2.5. **NÚMERO:**  
2.6. **LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:** **LATITUD:** 4°4'0" Norte **LONGITUD:** 79°37'60" Este

**2 CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO**

3.1. **NOMBRE DEL POBLADO:** Yamana **DISTANCIA:** 20 km  
3.2. **NOMBRE DEL POBLADO:** San Antonio **DISTANCIA:** 15 km

<b>VALOR INTRÍNSECO</b>	<p><b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b> 4.1. <b>ALTURA:</b> 1 891m.s.n.m 4.2. <b>TEMPERATURA:</b> 19°C 4.3. <b>PRECIPITACIÓN:</b> 500 a 1000 mm anuales</p> <p>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.</p> <p>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”</p>	
	<b>VALOR EXTRÍNSECO</b>	<p><b>4. USOS (SIMBOLISMO).</b> Las casas patrimoniales son habitadas por los distintos propietarios de las mismas</p> <p><b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/></p> <p><b>CAUSAS:</b></p> <p><b>6.1. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b> NOMBRE: Casas inventariadas. FECHA DE DECLARACIÓN: 25 de mayo de 1994 CATEGORÍA: Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador: <input checked="" type="checkbox"/></p> <p><b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b></p>

		<b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>  ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/>  <b>CAUSAS:</b>										
<b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>												
<b>APOYO</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE LAS VÍAS</b>			<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIAS</b>				<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO</b>	
			BN	RG	ML		DR	SM	MN	EV		
	<b>Terrestre</b>	Asfaltado					Bus					Días al año 360
		Lastrado					Automóvil					
		Empedrado					4 x 4					
		Sendero					Tren					
	<b>Acuático</b>	Marítimo					Barco					Días al mes Culturales: 30 Naturales:
							Bote					
		Fluvial					Canoa Otros					
	<b>Aéreo</b>						Avión					Horas al día Culturales: Naturales:
						Avioneta						
						Helicóptero						
Siglas: <b>BN</b> : bueno; <b>RG</b> : regular; <b>ML</b> : malo; <b>DR</b> : diaria; <b>SM</b> : semanal; <b>MN</b> : mensual; y, <b>EV</b> : eventual.												
<b>OBSERVACIONES:</b> .....												
<b>9. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>												
<b>SERVICIOS</b>		<b>CATEGORÍAS</b>										<b>OTROS</b>
		<b>LUJO</b>		<b>PRIMERA</b>		<b>SEGUNDA</b>		<b>TERCERA</b>		<b>CUARTA</b>		
		No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	
ALOJAMIENTO		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ALIMENTACIÓN		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ESPARCIMIENTO		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
AGENCIAS DE VIAJES:		<input type="checkbox"/>		ALMACENES DE ARTESANÍAS:						<input type="checkbox"/>		
CORREOS:		<input type="checkbox"/>		TELÉFONOS. FAX.:						<input type="checkbox"/>		
<b>OBSERVACIONES:</b>												

<b>10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>									
<b>10.1. AGUA:</b> POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA: <input type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>									
<b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA</b> SISTEMA INTERCONECTADO: <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>									
<b>10.3. ALCANTARILLADO:</b> RED PÚBLICA: <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>									
<b>10.4. PRECIO</b> SI: <input type="checkbox"/> NO: <input checked="" type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>									
Observaciones: .....									
<b>11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>									
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left; border-bottom: 1px solid black;">NOMBRE</th> <th style="text-align: left; border-bottom: 1px solid black;">DISTANCIA:</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>El Shiriculapo</td> <td>400 metros</td> </tr> <tr> <td>Museo Hermano Joaquín Liébana Calle</td> <td>500 metros</td> </tr> <tr> <td>Iglesia Lourdes</td> <td>500 metros</td> </tr> </tbody> </table>	NOMBRE	DISTANCIA:	El Shiriculapo	400 metros	Museo Hermano Joaquín Liébana Calle	500 metros	Iglesia Lourdes	500 metros	
NOMBRE	DISTANCIA:								
El Shiriculapo	400 metros								
Museo Hermano Joaquín Liébana Calle	500 metros								
Iglesia Lourdes	500 metros								
<b>SIGNIFICAD</b>	<b>12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b> LOCAL: <input type="checkbox"/> PROVINCIAL: <input checked="" type="checkbox"/> NACIONAL: <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL: <input type="checkbox"/>								
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos ..... <div style="text-align: right;"><b>Firma: SUPERVISOR EVALUADOR</b></div>									



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**  
 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



<b>1. DATOS GENERALES.</b>	
1.2. <b>ENCUESTADOR:</b> Wilson Ordoñez.	1.2. <b>FICHA N°</b> 03
1.3. <b>SUPERVISOR EVALUADOR:</b> Ing. Paola Flores.	1.4. <b>FECHA:</b> 12 de Junio del 2013.
1.5. <b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b> Fiestas de cantonización de Paltas. Municipio de Paltas	1.6. <b>PROPIETARIO:</b> Ilustre
2.7. <b>CATEGORÍA:</b> Manifestación cultural. 1.8. <b>TIPO:</b> Acontecimientos programados. 1.9. <b>SUBTIPO:</b> Fiestas	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
2.1. <b>PROVINCIA:</b> Loja Catacocha	2.2. <b>CANTÓN:</b> Paltas
2.4. <b>SECTOR:</b> Catacocha	2.3. <b>LOCALIDAD:</b>
2.6. <b>LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:</b>	2.5. <b>NÚMERO:</b>
	LATITUD: 4° 4' 0" Norte
	LONGITUD: 79° 37' 60" Este
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
3.1. <b>NOMBRE DEL POBLADO:</b> San Antonio	<b>DISTANCIA:</b> 15 km
3.2. <b>NOMBRE DEL POBLADO:</b> Yamana	<b>DISTANCIA:</b> 20 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
4.1. <b>ALTURA:</b> 1 891m.s.n.m 4.2. <b>TEMPERATURA:</b> 19°C 4.3. <b>PRECIPITACIÓN:</b> 500 a 1000 mm anuales	
<b>CALIDAD</b>	<b>VALOR INTRÍNSECO</b>
	<p>El 25 de junio se celebra las fiestas de aniversario de cantonización, por tal motivo esta fiesta es la más representativa y la que cautiva de mayor atención por parte de todo el pueblo paltense.</p> <p>Palta es una tierra de mujeres hermosas que como preámbulo a lo que serán las fiestas de cantonización se elige a la mujer más bella que representará al cantón en todos los eventos de belleza a nivel cantonal, con la elección de la reina se da inicio a las festividades que están cargados de alegrías y diversión de todos los habitantes; con esta ocasión se presentan actividades culturales, deportivas, sociales, desfiles estudiantiles, serenatas en homenaje al aniversario de cantonización, no puede faltar la exposiciones de artesanías que se elaboran en el lugar; las festividades generan gran expectativa en todo el pueblo porque son ocasiones para salir de la rutina y disfrutar en familia de actividades diferentes, algunas de la actividades que se realizan por celebrar el aniversario de cantonización de Paltas son: ferias agropecuarias, agroecológicas, exposiciones artesanales, rally, encuentro de integración cultural, juegos pirotécnicos y luces, desfiles cívico estudiantil, misa de acción de gracias, sesión solemne y baile de la confraternidad.</p>
<b>VALOR EXTRÍNSECO</b>	<b>5. USOS (SIMBOLISMO).</b> Sirve para fortalecer los lazos de amistad y hermandad entre los habitantes y turistas que son partícipes de las distintas actividades
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> <b>CAUSAS:</b>	

	<p>que se desarrollan por el aniversario de cantonización.</p>	<p><b>1.1. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b>          NOMBRE:          FECHA DE DECLARACIÓN:          CATEGORÍA:          Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/>          Patrimonio del Ecuador: <input checked="" type="checkbox"/></p>
	<p><b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b></p> <p>El 25 de Junio de cada año se celebra tan importante fiesta de cantonización de Paltas.</p>	<p><b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b></p> <p>ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/>          CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/>          EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/></p> <p><b>CAUSAS:</b></p>

**8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO**

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML		DR	SM	MN	EV	
Terrestre	Asfaltado		<input checked="" type="checkbox"/>		Bus	<input checked="" type="checkbox"/>				Días al año 3 días
	Lastrado				Automóvil					
	Empedrado				4 x 4					
	Sendero				Tren					
Acuático	Marítimo				Barco					Días al mes Culturales: 3 días Naturales:
					Bote					
	Fluvial				Canoa Otros					
Aéreo					Avión					Horas al día Culturales: 09h00 a 23h00 Naturales:
					Avioneta					
					Helicóptero					

Siglas: **BN**: bueno; **RG**: regular; **ML**: malo; **DR**: diaria; **SM**: semanal; **MN**: mensual; y, **EV**: eventual.

**OBSERVACIONES:** .....

**9. FACILIDADES TURÍSTICAS**

SERVICIOS	CATEGORÍAS										OTROS
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ALIMENTACIÓN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ESPARCIMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

AGENCIAS DE VIAJES: <input type="checkbox"/> CORREOS: <input type="checkbox"/> <b>OBSERVACIONES:</b>	ALMACENES DE ARTESANÍAS: <input type="checkbox"/> TELÉFONOS. FAX.: <input type="checkbox"/>
<b>13. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>10.1. AGUA:</b> POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA: <input type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>	
<b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA</b> SISTEMA INTERCONECTADO: <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>	
<b>10.3. ALCANTARILLADO:</b> RED PÚBLICA: <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>	
<b>10.4. PRECIO</b> SI: <input type="checkbox"/> NO: <input checked="" type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>	
Observaciones: .....	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>	
<b>NOMBRE</b> Iglesia matriz Catacocha	<b>DISTANCIA:</b> 200 metros
<b>SIGNIFICADO</b>	<b>12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b> LOCAL: <input type="checkbox"/> PROVINCIAL: <input checked="" type="checkbox"/> NACIONAL: <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL: <input type="checkbox"/>
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos ..... <b>Firma: SUPERVISOR EVALUADOR</b>	

**1. DATOS GENERALES.**

1.2. **ENCUESTADOR:** Wilson Ordoñez. 1.2. **FICHA N°** 04  
 1.3. **SUPERVISOR EVALUADOR:** Ing. Paola Flores. 1.4. **FECHA:** 12 de Junio del 2013.  
 1.4. **NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Iglesia matriz Catacocha. 1.6. **PROPIETARIO:** Curia.  
 1.7. **CATEGORÍA:** Manifestación cultural. 1.8. **TIPO:** Históricas. 1.9. **SUBTIPO:** Arquitectura Religiosas

**2. UBICACIÓN**

2.1. **PROVINCIA:** Loja. 2.2. **CANTÓN:** Paltas. 2.3. **LOCALIDAD:** Catacocha.  
 2.4. **SECTOR:** Catacocha. 2.5. **NÚMERO:**  
 2.6. **LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:** **LATITUD:** 4°4'0" Norte. **LONGITUD:** 79°37'60" Este.

**3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO**

3.1. **NOMBRE DEL POBLADO:** Yamana. **DISTANCIA:** 20 km  
 3.2. **NOMBRE DEL POBLADO:** San Antonio. **DISTANCIA:** 15 km

**4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

4.1. **ALTURA:** 1 891m.s.n.m 4.2. **TEMPERATURA:** 19°C 4.3. **PRECIPITACIÓN:** 500 a 1000 mm anuales

Constituye un monumento de valor simbólico, arquitectónico y urbano, por la técnica constructiva que tiene empleada en su construcción y por ende esta iglesia es catalogada como un bien patrimonial.

Su plata arquitectónica está formada por un solo cuerpo y su fachada de influencia arquitectónica de estilo barroco, cuya concepción y materiales son propios de la zona, posee 3 naves, sus paredes son de adobe y tapia, mientras que las paredes de la nave central son de bahareque; tiene 2 accesos, uno principal desde el atrio frontal y otro lateral derecho. Al interior el piso es de baldosa, tiene un zócalo de madera, posee un coro alto con escaleras al campanario (campanas que pesan 3 quintales), en su entrada está el bautisterio (pila) de mármol, contiene 10 columnas cuadradas con fuste alargado que están a cada lado y terminan con arcos de medio punto. En los laterales superiores de la nave central están las estaciones, pinturas de olio (misterios) y en las paredes laterales de las naves izquierda y derecha está una cenefa de madera; el cielo raso también es de madera con decoraciones florales.

Entre las colecciones que existen en el interior de la iglesia está las imágenes de San Juan, San Pedro patrono de la parroquia Catacocha, San Antonio, La Virgen María, Divino Niño y la Virgen del Rosario, Patrona del Cantón.

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

VALOR EXTRÍNSECO

**5. USOS (SIMBOLISMO).**

Las distintas artesanías que elaboran (artesanías de arte típico)

**6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO**

ALTERADO  NO ALTERADO   
 CONSERVADO  DETERIORADO   
 EN PROCESO DE DETERIORO:

**CAUSAS:**

	<p>en telar a mano de la parroquia Catacocha) son para la venta y así obtener réditos económicos para si mismo.</p> <p><b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b></p> <p>Participar en fiestas y exposiciones a nivel de la provincia de Loja y en festividades del cantón como las fiestas.</p>	<p><b>6.1. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b></p> <p>NOMBRE: FECHA DE DECLARACIÓN: CATEGORÍA:          Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/>          Patrimonio del Ecuador: <input checked="" type="checkbox"/></p>
		<p><b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b></p> <p>ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/>          CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/>          EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/></p> <p><b>CAUSAS:</b></p>

APOYO	<b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>										
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
			BN	RG	ML		DR	SM	MN	EV	
	Terrestre	Asfaltado	<input checked="" type="checkbox"/>			Bus	<input checked="" type="checkbox"/>				Días al año 365 días
		Lastrado				Automóvil					
		Empedrado				4 x 4					
		Sendero				Tren					
	Acuático	Marítimo				Barco					Días al mes Culturales: 30 Naturales:
						Bote					
		Fluvial				Canoa Otros					
Aéreo					Avión					Horas al día Culturales: 08h00 a 12h00 – 15H00 a 17H00 Naturales:	
					Avioneta						
					Helicóptero						
Siglas: <b>BN</b> : bueno; <b>RG</b> : regular; <b>ML</b> : malo; <b>DR</b> : diaria; <b>SM</b> : semanal; <b>MN</b> : mensual; y, <b>EV</b> : eventual.											
<b>OBSERVACIONES:</b> .....											
<b>9. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>											
SERVICIOS	CATEGORÍAS					T O R O S					
	LUJO	PRIMERA	SEGUNDA	TERCERA	CUARTA						



	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ALIMENTACIÓN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ESPARCIMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
AGENCIAS DE VIAJES: <input type="checkbox"/>		CORREOS: <input type="checkbox"/>		OBSERVACIONES:		ALMACENES DE ARTESANÍAS: <input type="checkbox"/>		TELÉFONOS. FAX.: <input type="checkbox"/>			
<b>10 INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>											
<b>10.1. AGUA:</b>											
POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA: <input type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>											
<b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA</b>											
SISTEMA INTERCONECTADO: <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>											
<b>10.3. ALCANTARILLADO:</b>											
RED PÚBLICA: <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>											
<b>10.4. PRECIO</b>											
SI: <input type="checkbox"/> NO: <input checked="" type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>											
Observaciones: .....											
<b>11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>											
<b>NOMBRE</b>											
Iglesia matriz Catacocha											
Mirador Colinas del Calvario											
<b>DISTANCIA:</b>											
100 metros											
200 metros											
<b>SIGNIFICADO</b>	<b>12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>										
	LOCAL: <input type="checkbox"/>										
	PROVINCIAL: <input checked="" type="checkbox"/>										
	NACIONAL: <input type="checkbox"/>										
	INTERNACIONAL: <input type="checkbox"/>										
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos .....											
<b>Firma: SUPERVISOR EVALUADOR</b>											

**1. DATOS GENERALES.**

1.2. **ENCUESTADOR:** Wilson Ordoñez. 1.2. **FICHA N°** 05.  
1.3. **SUPERVISOR EVALUADOR:** Ing. Paola Flores. 1.4. **FECHA:** 13 de Junio del 2013.  
1.5. **NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Artesanías de Catacocha (tejidos). 1.6. **PROPIETARIO:**  
1.7 **CATEGORÍA:** Manifestación cultural. 1.8. **TIPO:** Etnografía. 1.9. **SUBTIPO:** Artesanías.

**2. UBICACIÓN**

2.1. **PROVINCIA:** Loja. 2.2. **CANTÓN:** Paltas. 2.3. **LOCALIDAD:** Catacocha.  
2.4. **SECTOR:** Catacocha. 2.5. **NÚMERO:**  
2.6. **LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:** **LATITUD:** 4°4'0" Norte. **LONGITUD:** 79°37'60" Este.

**3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO**

3.1. **NOMBRE DEL POBLADO:** San Antonio **DISTANCIA:** 15 km  
3.2. **NOMBRE DEL POBLADO:** Yamana **DISTANCIA:** 20 km

<b>CALIDAD</b>	<b>VALOR INTRÍNSECO</b>	<p><b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b> 4.1. <b>ALTURA:</b> 1 891m.s.n.m. 4.2. <b>TEMPERATURA:</b> 19°C 4.3. <b>PRECIPITACIÓN:</b> 500 a 1000 mm anuales</p> <p>Características generales: Hablar de artesanías en Catacocha es halar y recordar nuestros ancestros, sus tradiciones y manera de vestir utilizando para ellos el tejido, que es una de las artesanías más antiguas que existen en el mundo, el mismo que se origino con el hombre primitivo, llegándose a descubrir el tejido primeramente pasando por el arte de la cerámica.</p> <p>En Catacocha se utiliza la lana de los animales que una vez sometida al lavado y secado, se procede al teñido, luego se hila y está lista para realizar tejidos como: Jergas, alforjas, ponchos, cobijas y gorros.</p> <p>Los materiales que se utilizan para elaborar los tejidos son: Telares, para elaborar los tejidos para alforjas, lana de borrego, algodón nativo de la zona, cabuya, algunas clases de fibras vegetales, piel de animales, orlón, plantas de los cuales se puede obtener algunos colores como: el tontarrón, la pepa de aguacate y plitaya, huso, para tejer los hilos, rueca, rueda para hilar. En la actualidad utilizan tintes o hilos de diferente color con el fin de hacer sus artesanías más vistosas.</p>	
	<b>VALOR EXTRÍNSECO</b>	<p><b>5. USOS (SIMBOLISMO).</b></p> <p>Sirve para fortalecer los lazos de amistad y hermandad entre los habitantes y turistas que son partícipes de las distintas actividades que se desarrollan por el aniversario de cantonización.</p> <p><b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b></p> <p>El 25 de Junio de cada año se celebra tan importante fiesta.</p>	<p><b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/>          CONSERVADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/>          EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/></p> <p><b>CAUSAS: :</b></p>

		<b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>  ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/>  <b>CAUSAS:</b>	
--	--	---	--

**8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO**

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML		DR	SM	MN	EV	
Terrestre	Asfaltado		<input checked="" type="checkbox"/>		Bus	<input checked="" type="checkbox"/>				Días al año 365 días
	Lastrado				Automóvil					
	Empedrado				4 x 4					
	Sendero				Tren					
Acuático	Marítimo				Barco					Días al mes Culturales: 30 días Naturales:
					Bote					
	Fluvial				Canoa					
					Otros					
Aéreo					Avión					Horas al día Culturales: 12 h00 Naturales:
					Avioneta					
					Helicóptero					

APOYO

Siglas: **BN**: bueno; **RG**: regular; **ML**: malo; **DR**: diaria; **SM**: semanal; **MN**: mensual; y, **EV**: eventual.

**OBSERVACIONES:** .....

**9. FACILIDADES TURÍSTICAS**

SERVICIOS	CATEGORÍAS										OTROS
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ALIMENTACIÓN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ESPARCIMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

AGENCIAS DE VIAJES:   
CORREOS:

ALMACENES DE ARTESANÍAS:   
TELÉFONOS. FAX.:

**OBSERVACIONES:**

	<p><b>10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b></p> <p>10.1. AGUA:          POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA: <input type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/></p> <p><b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA</b></p> <p>SISTEMA INTERCONECTADO: <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/></p> <p><b>10.3. ALCANTARILLADO:</b></p> <p>RED PÚBLICA: <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/></p> <p><b>10.4. PRECIO</b></p> <p>SI: <input type="checkbox"/> NO: <input checked="" type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/></p> <p>Observaciones: .....</p>								
	<p><b>11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b></p> <table style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">NOMBRE</th> <th style="text-align: left;">DISTANCIA:</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Iglesia matriz Catacocha</td> <td>100 metros</td> </tr> <tr> <td>Mirador el Calvario</td> <td>200 metros</td> </tr> </tbody> </table>	NOMBRE	DISTANCIA:	Iglesia matriz Catacocha	100 metros	Mirador el Calvario	200 metros		
NOMBRE	DISTANCIA:								
Iglesia matriz Catacocha	100 metros								
Mirador el Calvario	200 metros								
<b>SIGNIFICADO</b>	<p><b>12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b></p> <p>13.</p> <table style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 60%;">LOCAL:</td> <td style="width: 40%; text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>PROVINCIAL:</td> <td style="text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>NACIONAL:</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>INTERNACIONAL:</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	LOCAL:	<input type="checkbox"/>	PROVINCIAL:	<input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL:	<input type="checkbox"/>	INTERNACIONAL:	<input type="checkbox"/>
LOCAL:	<input type="checkbox"/>								
PROVINCIAL:	<input checked="" type="checkbox"/>								
NACIONAL:	<input type="checkbox"/>								
INTERNACIONAL:	<input type="checkbox"/>								
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos ..... <b>Firma: SUPERVISOR EVALUADOR</b>									

### 1. DATOS GENERALES.

1.2 **ENCUESTADOR:** Wilson Ordoñez. 1.2. **FICHA N°** 06  
 1.3. **SUPERVISOR EVALUADOR:** Ing. Paola Flores. 1.4. **FECHA:** 13 de Junio del 2013.  
 1.5. **NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Museo Hermano Joaquín Liébana Calle. 1.6. **PROPIETARIO:**  
 Hermanos Maristas de Catacocha.  
 1.3 **CATEGORÍA:** Manifestación cultural. 1.8. **TIPO:** Histórico. 1.9. **SUBTIPO:** Museo arqueológico.

### 2. UBICACIÓN

2.1. **PROVINCIA:** Loja. 2.2. **CANTÓN:** Paltas. 2.3. **LOCALIDAD:** Catacocha.  
 2.4. **SECTOR:** Catacocha. 2.5. **NÚMERO:**  
 2.6. **LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:** **LATITUD:** 4°4'0" Norte. **LONGITUD:** 79°37'60" Este.

### 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1. **NOMBRE DEL POBLADO:** San Antonio. **DISTANCIA:** 15 km.  
 3.2. **NOMBRE DEL POBLADO:** Yamana. **DISTANCIA:** 20 km.

### 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

4.1. **ALTURA:** 1 891m.s.n.m 4.2. **TEMPERATURA:** 19°C 4.3. **PRECIPITACIÓN:** 500 a 1000 mm anuales

VALOR INTRÍNSECO

**Características generales:** Se encuentra ubicado en la ciudad de Catacocha, en el colegio de los hermanos Maristas, en el se encuentran reliquias arqueológicas representativas de nuestros aborígenes, así como restos de animales y vegetales petrificados los cuales han sido recogidos por los mismos pobladores de los alrededores de la ciudad y sus valles.

Los restos arqueológicos están situados de acuerdo al periodo de formación de las piezas, sus principales colecciones al interior son:

**Arqueología:** piedra, cerámicas y metales.

**Paleontológica:** madera petrificada y fósiles marinos.

**Numismática:** monedas, billetes del Ecuador y minerales

CALIDAD

VALOR EXTRÍNSECO

### 6. USOS (SIMBOLISMO).

Se lo utiliza como biblioteca para que los alumnos del colegio experimental Catacocha aprendan y conozcan más sobre la riqueza arqueológica, así como de los costumbres y tradiciones del asentamiento Palta.

### 6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

ALTERADO  NO ALTERADO   
 CONSERVADO  DETERIORADO   
 EN PROCESO DE DETERIORO:

#### CAUSAS:

### 6.1.PATRIMONIO (Atractivos Culturales)

NOMBRE:

FECHA DE DECLARACIÓN:

CATEGORÍA:

Patrimonio de la Humanidad:

Patrimonio del Ecuador:

		<p><b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b></p> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/>          CONSERVADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/>          EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/></p> <p><b>CAUSAS:</b></p>
	<p><b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b></p>	

**8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO**

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML		DR	SM	MN	EV	
Terrestre	Asfaltado		<input checked="" type="checkbox"/>		Bus	<input checked="" type="checkbox"/>				Días al año 300 días
	Lastrado				Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>				
	Empedrado				4 x 4					
	Sendero				Tren					
Acuático	Marítimo				Barco					Días al mes Culturales: 30 Naturales:
					Bote					
	Fluvial				Canoa					
					Otros					
Aéreo					Avión					Horas al día Culturales: 08h00 a 13h00 – 15H00 A 18H00 Naturales:
					Avioneta					
					Helicóptero					

APOYO

Siglas: **BN**: bueno; **RG**: regular; **ML**: malo; **DR**: diaria; **SM**: semanal; **MN**: mensual; y, **EV**: eventual.

**OBSERVACIONES:** .....

**9. FACILIDADES TURÍSTICAS**

SERVICIOS	CATEGORÍAS										OTROS
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ALIMENTACIÓN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ESPARCIMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

AGENCIAS DE VIAJES:  ALMACENES DE ARTESANÍAS:   
 CORREOS:  TELÉFONOS. FAX.:   
**OBSERVACIONES:**

<b>14. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>							
<b>10.1. AGUA:</b> POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA: <input type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>							
<b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA</b>  SISTEMA INTERCONECTADO: <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>							
<b>10.3. ALCANTARILLADO:</b>  RED PÚBLICA: <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>							
<b>10.4. PRECIO</b> SI: <input type="checkbox"/> NO: <input checked="" type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>							
Observaciones: .....							
<b>11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>							
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;"><b>NOMBRE</b></td> <td style="width: 50%;"><b>DISTANCIA:</b></td> </tr> <tr> <td>Iglesia matriz Catacocha</td> <td>150 metros</td> </tr> <tr> <td>Mirador Colinas del calvario</td> <td>350 metros</td> </tr> </table>		<b>NOMBRE</b>	<b>DISTANCIA:</b>	Iglesia matriz Catacocha	150 metros	Mirador Colinas del calvario	350 metros
<b>NOMBRE</b>	<b>DISTANCIA:</b>						
Iglesia matriz Catacocha	150 metros						
Mirador Colinas del calvario	350 metros						
<b>SIGNIFICA DO</b>	<b>12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>						
	LOCAL: <input type="checkbox"/>						
	PROVINCIAL: <input checked="" type="checkbox"/>						
	NACIONAL: <input type="checkbox"/>						
INTERNACIONAL: <input type="checkbox"/>							
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos ..... <div style="text-align: right;"><b>Firma: SUPERVISOR EVALUADOR</b></div>							

**ANEXO N° 6. Ficha para Inventario de Prestadores de Servicios de Alojamiento**

<b>Nombre del establecimiento</b>				Hotel Arupos					
<b>LUAF (licencia anual de funcionamiento)</b>				<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>FECHA DE EMISIÓN</b>			
				x					
<b>Nombre del representante legal</b>				Morocho Neira Víctor Emilio					
<b>Dirección / ubicación</b>				Manuel Vivanco y 25 de Junio					
				Teléfono	Fax	Celular	E-mail		
				2684039					
<b>Instalaciones / local</b>				Propias	x	<b>Nombre</b>			
				Alquiladas					
				Comodato					
				Franquicia					
<b>ALOJAMIENTO</b>				<b>SERVICIOS QUE PRESTA</b>					
Hotel	x			A/A	TV	Bar	Cafetería	Internet	Otros servicios
Hostal					x			x	
Pensión									
Refugio									
Hostería				<b>PERSONAL QUE LABORA</b>					
								N°	
N° de habitaciones 21		N° de plazas 43		Personal administrativo				1	
				Personal operativo					
<b>CATEGORIA</b>				<b>SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>					
L u j o	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta	Especialidad de la casa.				
		x			Platos y bebidas típicas				
<b>HABITACIONES</b>				Platos a la carta					
	N°		N°	Platos y bebidas tradicionales					
Suite		Cuádruples	4	Otros					
Simple	9	Familiares		<b>OBSERVACIONES</b>					
Dobles	6	Cabañas							
Triples	5	Otros							
<b>ÁREAS SANITARIAS</b>				<b>SUGERENCIAS</b>					
Baño de mujeres									
Baño de hombres									
Hab. Con baño	x								
Lavadero y baño									
				<ul style="list-style-type: none"> <li>Dar servicio de alimentación</li> </ul>					

Fuente: Observación directa

Elaboración: Wilson Ordoñez



<b>Nombre del establecimiento</b>					Hostal Tambococha					
<b>LUAF (licencia anual de funcionamiento)</b>					<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>FECHA DE EMISIÓN</b>			
					x					
<b>Nombre del representante legal</b>					Quevedo Valarezo Jorge Enrique					
<b>Dirección / ubicación</b>					25 de Junio y Manuel Vivanco					
					Teléfono	Fax	Celular	E-mail		
					2684039					
<b>Instalaciones / local</b>					Propias		x	<b>Nombre</b>		
					Alquiladas					
					Comodato					
					Franquicia					
<b>ALOJAMIENTO</b>					<b>SERVICIOS QUE PRESTA</b>					
Hotel					A/A	TV	Bar	Cafetería	Internet	Otros servicios
Hostal	x									
Pensión						x			x	
Refugio					<b>PERSONAL QUE LABORA</b>					
Hostería								<b>N°</b>		
N° de habitaciones		<b>N° de plazas</b>			Personal administrativo			<b>1</b>		
12		23			Personal operativo					
<b>CATEGORIA</b>					<b>SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>					
L u j o	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta	Especialidad de la casa.					
			x		Platos y bebidas típicas					
<b>HABITACIONES</b>					Platos a la carta					
	<b>N°</b>			<b>N°</b>	Platos y bebidas tradicionales					
Suite		Cuádruples			Otros					
Simple	6	Familiares			<b>OBSERVACIONES</b>					
Dobles	4	Cabañas								
Triples	2	Otros								
<b>ÁREAS SANITARIAS</b>					<b>SUGERENCIAS</b>					
Baño de mujeres										
Baño de hombres										
Hab. Con baño		x								
Lavadero y baño										
					Promocionar más del lugar, y aumentar más habitaciones.					

Fuente: Observación directa

Elaboración: Wilson Ordoñez

<b>Nombre del establecimiento</b>					Hostal residencia Ejecutivo							
<b>LUAF (licencia anual de funcionamiento)</b>					<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>FECHA DE EMISIÓN</b>					
					x							
<b>Nombre del representante legal</b>					Paladines Morillo Ángel Hernán							
<b>Dirección / ubicación</b>					Domingo Celi y Adriano Valarezo							
					Teléfono		Fax		Celular		E-mail	
					2683092							
<b>Instalaciones / local</b>					Propias		x		<b>Nombre</b>			
					Alquiladas							
					Comodato							
					Franquicia							
<b>ALOJAMIENTO</b>					<b>SERVICIOS QUE PRESTA</b>							
Hotel					A/A	TV	Bar	Cafetería	Internet	Otros servicios		
Hostal		x										
Pensión						x			x			
Refugio					<b>PERSONAL QUE LABORA</b>							
Hostería								<b>N°</b>				
N° de habitaciones 19		<b>N° de plazas 38</b>			Personal administrativo			<b>1</b>				
					Personal operativo							
<b>CATEGORIA</b>					<b>SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>							
L u j o	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta	Especialidad de la casa.							
		x			Platos y bebidas típicas							
<b>HABITACIONES</b>					Platos a la carta							
	<b>N°</b>			<b>N°</b>	Platos y bebidas tradicionales							
Suite		Cuádruples		<b>4</b>	Otros							
Simple	<b>8</b>	Familiares			<b>OBSERVACIONES</b>							
Dobles	<b>5</b>	Cabañas										
Triples	<b>2</b>	Otros										
<b>ÁREAS SANITARIAS</b>					<b>SUGERENCIAS</b>							
Baño de mujeres												
Baño de hombres												
Hab. Con baño		x										
Lavadero y baño												

Fuente: Observación directa

Elaboración: Wilson Ordoñez

<b>Nombre del establecimiento</b>				Hotel Descanso							
<b>LUAF (licencia anual de funcionamiento)</b>				<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>FECHA DE EMISIÓN</b>					
				x							
<b>Nombre del representante legal</b>				Morocho Neira Víctor Emilio							
<b>Dirección / ubicación</b>				Manuel Vivanco y 25 de Junio							
				Teléfono	Fax	Celular	E-mail				
				2684039							
<b>Instalaciones / local</b>				Propias		x	<b>Nombre</b>				
				Alquiladas							
				Comodato							
				Franquicia							
<b>ALOJAMIENTO</b>				<b>SERVICIOS QUE PRESTA</b>							
Hotel	x			A/A	TV	Bar	Cafetería	Internet	Otros servicios		
Hostal											
Pensión					x			x			
Refugio				<b>PERSONAL QUE LABORA</b>							
Hostería								N°			
N° de habitaciones 21		N° de plazas 43		Personal administrativo			1				
				Personal operativo							
<b>CATEGORIA</b>				<b>SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>							
L	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta	Especialidad de la casa.						
u			a								
j											
o		x			Platos y bebidas típicas						
<b>HABITACIONES</b>				Platos a la carta							
	N°			N°	Platos y bebidas tradicionales						
Suite		Cuádruples		4	Otros						
Simples	9	Familiares			<b>OBSERVACIONES</b>						
Dobles	6	Cabañas									
Triples	5	Otros									
<b>ÁREAS SANITARIAS</b>											
Baño de mujeres				<b>SUGERENCIAS</b>							
Baño de hombres				<ul style="list-style-type: none"> <li>Dar servicio de alimentación</li> </ul>							
Hab. Con baño	x										
Lavadero y baño											

**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Wilson Ordoñez

<b>Nombre del establecimiento</b>					Pensión de Turismo					
<b>LUAF (licencia anual de funcionamiento)</b>					<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>FECHA DE EMISIÓN</b>			
					x					
<b>Nombre del representante legal</b>					Quevedo Valarezo Jorge Enrique					
<b>Dirección / ubicación</b>					25 de Junio y Manuel Vivanco					
					Teléfono	Fax	Celular	E-mail		
					2684039					
<b>Instalaciones / local</b>					Propias	x	<b>Nombre</b>			
					Alquiladas					
					Comodato					
					Franquicia					
<b>ALOJAMIENTO</b>					<b>SERVICIOS QUE PRESTA</b>					
Hotel					A/A	TV	Bar	Cafetería	Internet	Otros servicios
Hostal	x					x			x	
Pensión										
Refugio					<b>PERSONAL QUE LABORA</b>					
Hostería									<b>N°</b>	
N° de habitaciones 12		<b>N° de plazas</b> 23			Personal administrativo			<b>1</b>		
					Personal operativo					
<b>CATEGORIA</b>					<b>SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>					
L u j o	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta	Especialidad de la casa.					
			x		Platos y bebidas típicas					
<b>HABITACIONES</b>					Platos a la carta					
	<b>N°</b>			<b>N°</b>	Platos y bebidas tradicionales					
Suite		Cuádruples			Otros					
Simple	6	Familiares			<b>OBSERVACIONES</b>					
Dobles	4	Cabañas								
Triples	2	Otros								
<b>ÁREAS SANITARIAS</b>					<b>SUGERENCIAS</b>					
Baño de mujeres										
Baño de hombres										
Hab. Con baño		x								
Lavadero y baño										
					Promocionar más del lugar, y aumentar más habitaciones.					

Fuente: Observación directa  
Elaboración: Wilson Ordoñez

<b>Nombre del establecimiento</b>					Hostal Paraíso de los Paltas.							
<b>LUAF (licencia anual de funcionamiento)</b>					<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>FECHA DE EMISIÓN</b>					
					x							
<b>Nombre del representante legal</b>					Paladines Morillo Ángel Hernán							
<b>Dirección / ubicación</b>					Domingo Celi y Adriano Valarezo							
					Teléfono		Fax		Celular		E-mail	
					2683092							
<b>Instalaciones / local</b>					Propias		x		<b>Nombre</b>			
					Alquiladas							
					Comodato							
					Franquicia							
<b>ALOJAMIENTO</b>					<b>SERVICIOS QUE PRESTA</b>							
Hotel					A/A	TV	Bar	Cafetería	Internet	Otros servicios		
Hostal		x										
Pensión						x			x			
Refugio					<b>PERSONAL QUE LABORA</b>							
Hostería								<b>N°</b>				
N° de habitaciones 19		<b>N° de plazas 38</b>			Personal administrativo			<b>1</b>				
					Personal operativo							
<b>CATEGORIA</b>					<b>SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>							
L u j o	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta	Especialidad de la casa.							
		x			Platos y bebidas típicas							
<b>HABITACIONES</b>					Platos a la carta							
	<b>N°</b>			<b>N°</b>	Platos y bebidas tradicionales							
Suite		Cuádruples		<b>4</b>	Otros							
Simple	<b>8</b>	Familiares			<b>OBSERVACIONES</b>							
Dobles	<b>5</b>	Cabañas										
Triples	<b>2</b>	Otros										
<b>ÁREAS SANITARIAS</b>					<b>SUGERENCIAS</b>							
Baño de mujeres												
Baño de hombres												
Hab. Con baño		x										
Lavadero y baño												

Fuente: Observación directa

Elaboración: Wilson Ordoñez

**ANEXO N° 7. Ficha para Inventario de Prestadores de Servicios de Alimentación**

<b>Nombre del establecimiento</b>					Mesón Paltense							
<b>LUAF (licencia anual de funcionamiento)</b>					<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>FECHA DE EMISIÓN</b>					
					x							
<b>Nombre del representante legal</b>					Salcedo Rojas Piedad Ofelia							
<b>Dirección / ubicación</b>					Manuel Vivanco y 25 de Junio							
					Teléfono		Fax		Celular		E-mail	
									0937781139			
<b>Instalaciones / local</b>					Propias		x		<b>Nombre</b>			
					Alquiladas							
					Comodato							
					Franquicia							
<b>ALIMENTACIÓN</b>					<b>SERVICIOS QUE PRESTA</b>							
N° de plazas		Capacidad			A/A	TV	ESPARCIMIENTO	CAFETERIA	OTROS			
6		24pax					x					
<b>CATEGORIA</b>					Especialidad de la casa		x		Platos a la carta			
Luj o	Prime ra	Segund a	Tercer a	Cuart a	Platos y bebidas típicas		x		Platos y bebidas trad.			
			x		Bufet				Otros			
<b>ÁREAS SANITARIAS</b>					<b>Personal que labora</b>							
Uno solo								N°				
Baño mujeres					Personal administrativo			1				
Baño hombres					Personal operativo			1				
<b>OBSERVACIONES</b>												
Es un buen lugar para llegar a degustar de los mejores platos que tiene esta localidad, además cuenta con bar, restaurant para quienes desean refrescarse después de una caminata en los atractivos que cuenta el lugar.												
<b>SUGERENCIAS</b>												
Brindar mejor atención a los clientes												

Fuente: Observación directa  
Elaboración: Wilson Ordoñez

<b>Nombre del establecimiento</b>					Tradicional					
<b>LUAF (licencia anual de funcionamiento)</b>					<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>FECHA DE EMISIÓN</b>			
					x					
<b>Nombre del representante legal</b>					Cueva Cueva Piedad Bertila					
<b>Dirección / ubicación</b>					Independencia y 25 de Junio					
					Teléfono		Fax		Celular	
					2683582					
<b>Instalaciones / local</b>					Propias		x		<b>Nombre</b>	
					Alquiladas					
					Comodato					
					Franquicia					
<b>ALIMENTACIÓN</b>					<b>SERVICIOS QUE PRESTA</b>					
N° de plazas			Capacidad		A/A	TV	ESPARCIMIENTO	CAFETERIA	OTROS	
6			24 pax				x			
<b>CATEGORIA</b>					Especialidad de la casa		x		Platos a la carta	
Lujo	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta	Platos y bebidas típicas		x		Platos y bebidas trad.	
			x		Bufet				Otros	
<b>ÁREAS SANITARIAS</b>					<b>Personal que labora</b>					
Uno solo								<b>N°</b>		
Baño mujeres					Personal administrativo			1		
Baño hombres					Personal operativo			1		
<b>OBSERVACIONES</b>										
<b>SUGERENCIAS</b>										
Brindar mejor atención a los clientes										

Fuente: Observación directa

Elaboración: Wilson Ordoñez

<b>Nombre del establecimiento</b>					Sagitario's							
<b>LUAF (licencia anual de funcionamiento)</b>					<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>FECHA DE EMISIÓN</b>					
					x							
<b>Nombre del representante legal</b>					Romero Días Meny Jaqueline							
<b>Dirección / ubicación</b>					Manuel Vivanco y Naún Briones							
					Teléfono		Fax		Celular		E-mail	
					2683258							
<b>Instalaciones / local</b>					Propias		x		<b>Nombre</b>			
					Alquiladas							
					Comodato							
					Franquicia							
<b>ALIMENTACIÓN</b>					<b>SERVICIOS QUE PRESTA</b>							
N° de plazas			Capacidad		A/A	TV	ESPARCIMIENTO	CAFETERIA	OTROS			
5			20pax				x					
<b>CATEGORIA</b>					Especialidad de la casa		x		Platos a la carta			
Lujo	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta	Platos y bebidas típicas		x		Platos y bebidas trad.			
			x		Bufet				Otros			
<b>ÁREAS SANITARIAS</b>					<b>Personal que labora</b>							
Uno solo								<b>N°</b>				
Baño mujeres					Personal administrativo			1				
Baño hombres					Personal operativo			1				
<b>OBSERVACIONES</b>												
<b>SUGERENCIAS</b>												

**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Wilson Ordoñez



<b>Nombre del establecimiento</b>					Restaurant Mister Chiken Burguer							
<b>LUAF (licencia anual de funcionamiento)</b>					<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>FECHA DE EMISIÓN</b>					
					x							
<b>Nombre del representante legal</b>					Salcedo Rojas Piedad Ofelia							
<b>Dirección / ubicación</b>					Manuel Vivanco y 25 de Junio							
					Teléfono		Fax		Celular		E-mail	
									0937781139			
<b>Instalaciones / local</b>					Propias		x		<b>Nombre</b>			
					Alquiladas							
					Comodato							
					Franquicia							
<b>ALIMENTACIÓN</b>					<b>SERVICIOS QUE PRESTA</b>							
N° de plazas		Capacidad			A/A	TV	ESPARCIMIENTO	CAFETERIA	OTROS			
6		24 pax					x					
<b>CATEGORIA</b>					Especialidad de la casa		x		Platos a la carta			
Lujo	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta	Platos y bebidas típicas		x		Platos y bebidas trad.			
			x		Bufet				Otros			
<b>ÁREAS SANITARIAS</b>					<b>Personal que labora</b>							
Uno solo								<b>N°</b>				
Baño mujeres					Personal administrativo			1				
Baño hombres					Personal operativo			1				
<b>OBSERVACIONES</b>												
Es un buen lugar para llegar a degustar de los mejores platos que tiene esta localidad, además cuenta con bar, restaurant para quienes desean refrescarse después de una caminata en los atractivos que cuenta el lugar.												
<b>SUGERENCIAS</b>												
Brindar mejor atención a los clientes												

**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Wilson Ordoñez

<b>Nombre del establecimiento</b>					Cafetería Eclipse							
<b>LUAF (licencia anual de funcionamiento)</b>					<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>FECHA DE EMISIÓN</b>					
					x							
<b>Nombre del representante legal</b>					Cueva Cueva Piedad Bertila							
<b>Dirección / ubicación</b>					Independencia y 25 de Junio							
					Teléfono		Fax		Celular		E-mail	
					2683582							
<b>Instalaciones / local</b>					Propias		x		<b>Nombre</b>			
					Alquiladas							
					Comodato							
					Franquicia							
<b>ALIMENTACIÓN</b>					<b>SERVICIOS QUE PRESTA</b>							
N° de plazas		Capacidad			A/A	TV	ESPARCIMIENTO	CAFETERIA	OTROS			
6		24 pax					x					
<b>CATEGORIA</b>					Especialidad de la casa		x		Platos a la carta			
Lujo	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta	Platos y bebidas típicas		x		Platos y bebidas trad.			
			x		Bufet				Otros			
<b>ÁREAS SANITARIAS</b>					<b>Personal que labora</b>							
Uno solo								<b>N°</b>				
Baño mujeres					Personal administrativo			1				
Baño hombres					Personal operativo			1				
<b>OBSERVACIONES</b>												
<b>SUGERENCIAS</b>												
Brindar mejor atención a los clientes												

**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Wilson Ordoñez

<b>Nombre del establecimiento</b>					De Marco's							
<b>LUAF (licencia anual de funcionamiento)</b>					<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>FECHA DE EMISIÓN</b>					
					x							
<b>Nombre del representante legal</b>					Romero Días Meny Jaqueline							
<b>Dirección / ubicación</b>					Manuel Vivanco y Naún Briones							
					Teléfono		Fax		Celular		E-mail	
					2683258							
<b>Instalaciones / local</b>					Propias		x		<b>Nombre</b>			
					Alquiladas							
					Comodato							
					Franquicia							
<b>ALIMENTACIÓN</b>					<b>SERVICIOS QUE PRESTA</b>							
N° de plazas			Capacidad		A/A	TV	ESPARCIMIENTO	CAFETERIA	OTROS			
5			20 pax				x					
<b>CATEGORIA</b>					Especialidad de la casa		x		Platos a la carta			
Lujo	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta	Platos y bebidas típicas		x		Platos y bebidas trad.			
			x		Bufet				Otros			
<b>ÁREAS SANITARIAS</b>					<b>Personal que labora</b>							
Uno solo								<b>N°</b>				
Baño mujeres					Personal administrativo			1				
Baño hombres					Personal operativo			1				
<b>OBSERVACIONES</b>												
<b>SUGERENCIAS</b>												

**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Wilson Ordoñez

## ANEXO N° 8. Fotografías de las Artesanías de Arte Típico en Telar a Mano



**Fotografía N° 7.** Alfombra  
**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Wilson Ordoñez



**Fotografía N° 8.** Jerga  
**Fuente:** Observación directa  
**Elaborado:** Wilson Ordoñez



**Fotografía N° 9.** Alforjas  
**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Wilson Ordoñez.



**Fotografía N° 10.** Bolso  
**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Wilson Ordoñez



**Fotografía N°11. Hamaca**  
**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Wilson Ordoñez



**Fotografía N° 12. Cojines**  
**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Wilson Ordoñez



**Fotografía N° 13. Alforjas Pequeñas**  
**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Wilson Ordoñez




**Fotografía N° 14. Cobija**  
**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Wilson Ordoñez



**Fotografía N° 15. Telar a Mano**  
**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Wilson Ordoñez



**ANEXO N° 9. Oficio de autorización para desarrollar el proyecto de tesis en la parroquia Catacocha**



**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN PALTAS**  
CATACOCHA - LOJA - ECUADOR

ALCALDIA

Oficio N° 0162-AGADCP-2013  
Catacocha, 18 de abril de 2013.

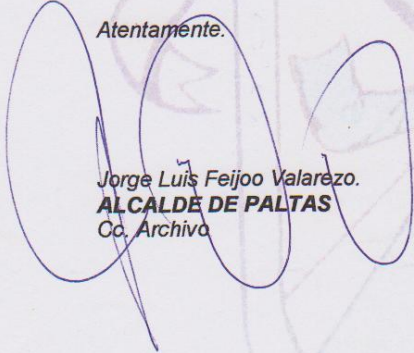
Ing. Mg. Sc.  
Diana Nagua  
**COORDINADORA DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
Presente.-

Saludos Cordiales.


Por medio del presente hago conocer a usted, que en calidad de Alcalde del cantón Paltas, autorizo que el Sr. Wilson Jimmy Ordóñez Ordóñez, desarrolle su proyecto tesis con el tema: **PLAN DE MARKETING PARA LA DIFUSION DE LAS ARTESANIAS DE ARTE TIPICO EN TELAR A MANO EN LA PARROQUIA CATACOCHA, DEL CANTON PALTAS, PROVINCIA DE LOJA;** la municipalidad brindará todo el apoyo que requiera para cumplir con este objetivo.

Particular que informo a usted para los fines pertinentes.

Atentamente.




Jorge Luis Feijoo Valarezo.  
**ALCALDE DE PALTAS**  
Cc. Archivo



**EL DESARROLLO DE PALTAS AVANZA...**

DIRECCIÓN: 25 de Junio e Independencia  
Telfs: 2683045 - Telefax: 2683157 - Alcaldia: 2683158  
E-mail: munpaltas@yahoo.es  
Web: www.paltas.gob.ec

**HECHOS, NO PALABRAS**



**CATACOCHA**  
Patrimonio Cultural del Ecuador  
Arde. Nro. 2703 MECD  
25 de Mayo de 1994

## ANEXO N° 10. Oficio de invitación para la socialización de la propuesta

Loja 23 de julio del 2013

Señora:

Carmen Pogo

**PROPIETARIA DE LAS ARTESANÍAS DE ARTE TIPICO EN TELAR A MANO**

Ciudad,

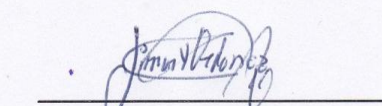
De mi consideración:

Yo, Wilson Jimmy Ordoñez Ordoñez, con cédula de ciudadanía N° 1104292527; estudiante de la Universidad Nacional de Loja, de la Carrera de Ingeniería en Administración Turística; del Módulo X paralelo "A", con la finalidad de socializar mi tema de tesis denominado "**Plan de Marketing para la Difusión de las Artesanías de Arte Típico en Telar a Mano en la parroquia Catacocha del cantón Paltas, Provincia de Loja**", Hacerle la cordial invitación a la señora Carmen Pogo propietaria de las artesanías de arte típico en telar a mano en la parroquia Catacocha., para que nos honre con su grata presencia a este importante evento, el día 24 de julio del 2013 a las 11h00 de la mañana.

Por la favorable atención que le dé a la presente desde ya le expreso mis más sinceros agradecimientos.

Atentamente,

  
Sr. Carmen Pogo

  
Sr. Wilson Jimmy Ordoñez O.



## ANEXO N° 11. Hoja de certificación de la socialización

Loja, 24 de julio de 2013

Ing. Paola Flores

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

Ciudad,

De mi consideración:

Yo, Carmen Pogo, con el número de cedula 1101378980 en calidad de propietaria de la microempresa de Artesanías de Arte típico en Telar a Mano en la parroquia Catacocha, certifico que el señor. Wilson Jimmy Ordoñez Ordoñez., estudiante de la Universidad Nacional de Loja de la carrera de Administración Turística, realizó la socialización de la propuesta para las Artesanías de Arte típico en Telar a Mano con el tema "Plan de marketing para la difusión de las artesanías de Arte Típico en Telas a Mano en la parroquia Catacocha del cantón Paltas, provincia de Loja", información que pongo a su conocimiento, para lo que la peticionario tenga a bien hacer.

Atentamente,

Carmen Pogo  
1101378980





**ANEXO N° 12. Hoja de certificación de las 400 horas de pasantías  
Artesanías de Arte Típico en telar a Mano**

Loja, 24 de julio de 2013

Ing. Paola Flores

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

Ciudad,

De mi consideración:

Yo, Carmen Pogo, con el número de cedula 1101378980 en calidad de propietaria de la microempresa de Artesanías de Arte típico en Telar a Mano en la parroquia Catacocha, certifico que el señor. Wilson Jimmy Ordoñez Ordoñez., estudiante de la Universidad Nacional de Loja de la carrera de Administración Turística, realizó la socialización de la propuesta para las Artesanías de Arte típico en Telar a Mano con el tema "Plan de marketing para la difusión de las artesanías de Arte Típico en Telas a Mano en la parroquia Catacocha del cantón Paltas, provincia de Loja", información que pongo a su conocimiento, para lo que la peticionario tenga a bien hacer.

Atentamente,

Carmen Pogo  
1101378980



### ANEXO N° 13. Fotografías de la socialización de las artesanías de Arte Típico en Telar a Mano



**Fotografía N° 16.** Socialización (Exposición)  
**Fuente:** Observación directa.  
**Elaboración:** Wilson Ordoñez



**Fotografía N° 17.** Socialización de la Propuesta  
**Fuente:** Observación directa.  
**Elaboración:** Wilson Ordoñez



**Fotografía N° 18.** Socialización (Sra. Carmen Pogo y el Lcdo. Wilmer Guamán)  
**Fuente:** Observación directa.  
**Elaboración:** Wilson Ordoñez



**Fotografía N° 19.** Socialización en el Departamento de Promoción Cultural y Turismo  
**Fuente:** Observación directa.  
**Elaboración:** Wilson Ordoñez

## **ANEXO N° 13. Carta Compromiso**



### **CARTA COMPROMISO DE COOPERACIÓN ENTRE EL ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA, CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA Y I. MUNICIPIO DEL CATON PALTAS**

#### **CLAUSULA PRIMERA: INTERVINIENTES**

Interviene en la celebración de la presente carta compromiso, por los derechos que le asisten y en representación de las instituciones, por una parte el Área Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, representada por la Directora (E) Ing. Roció Toral en adelante “El Área Jurídica, Social y Administrativa”, y por otra el I. Municipio del Cantón Paltas, representado por el Lcdo. Jorge Luis Feijo Valarezo en calidad de Alcalde; quienes en forma libre y voluntaria acuerdan suscribir la presente carta compromiso de cooperación al tenor de las cláusulas que se detallan a continuación:

#### **CLAUSULA SEGUNDA: ANTECEDENTES**

La Universidad, es un Centro de Educación Superior de alta calidad académica y humanística, que ofrece formación en los niveles: técnico y tecnológico superior; profesional o de tercer nivel; y, de postgrado o cuarto nivel; que realiza investigación científico-técnica sobre los problemas del entorno, con calidad, pertinencia y equidad, a fin de coadyuvar al desarrollo sustentable de la región y del país, interactuando con la comunidad, generando propuestas alternativas a los problemas nacionales, con responsabilidad social; reconociendo y promoviendo la diversidad cultural y étnica y la sabiduría popular, apoyándose en el avance científico y tecnológico, en procura de mejorar la calidad de vida del pueblo ecuatoriano, que tiene entré sus fines promover la cooperación interinstitucional y el intercambio académico, técnico y sociocultural con organismos nacionales e internacionales.

A través de la Facultad de Ciencias Administrativas, el 27 de marzo de 1996 con Of. No 96478 el Ing. Gonzalo Noriega Polo dirige un comunicado al vicerrector académico de la Universidad Nacional de Loja, presentando el proyecto de creación de la Tecnología en Administración turística; seguidamente, el 10 de abril de 1996, el vicerrector Académico envía el Of. No. 961921, indicando que la Honorable comisión Académico, acordó sugerir al Honorable Consejo Universitario se apruebe la creación de la Tecnología en Administración turística.

En el año 2002 la Tecnología en Administración turística es elevada a LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA, con Of. No 20062850 la

Junta Universitaria en sesión ordinaria de 20 de julio de 2006 resolvió se apruebe la creación de la carrera de INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA a ejecutarse por el Área Jurídica, social y Administrativa, con una duración de 5 años, modalidad presencial, título a conferirse Ingeniero en Administración Turística, cuya vocación es hacer de esta actividad rentable no solo desde el punto de vista económico sino sobre todo desde el punto de vista del desarrollo humano sustentable.

Según el Estatuto Orgánico, la representación legal de la Universidad Nacional de Loja, le corresponde al Rector. La Directora (E) del Área Jurídica, Social y Administrativa de la UNL, está facultada para firmar cartas compromiso desde el mes de abril del 2013.

La sede principal de la UNL está ubicada en el barrio La Argelia, ciudadela. Guillermo Falconí Espinosa. La Página web: [www.unl.edu.ec](http://www.unl.edu.ec); email: [rector@unl.edu.ec](mailto:rector@unl.edu.ec). Teléfonos: 2547200, ext. 101,102; 2547252, ext. 135,136.

Por su parte El I. Municipio del Cantón Paltas ubicado en las calles 25 de junio e independencia, telf. 2683045 - 2683157

La Universidad Nacional de Loja y el I. Municipio de Loja, consideran que la mutua cooperación entre las partes para la investigación en las líneas de patrimonio cultural, planes de marketing turístico, emprendimiento y diagnóstico turístico y integración en áreas naturales en el I. Municipio del Cantón Paltas, permitirán lograr adelantos para el desarrollo turístico sustentable de la Región sur del País

### **CLAUSULA TERCERA: OBJETO:**

El objeto de la presente carta compromiso es viabilizar la realización de acciones conjuntas entre la Universidad Nacional de Loja y el I. municipio del Cantón Paltas, con el fin de desarrollar aportes de investigación vía tesis con el fin de fortalecer los destinos turísticos y por ende el desarrollo turístico sustentable de la Región Sur del Ecuador, específicamente en el I. Municipio del Cantón Paltas. En este contexto, se buscará fortalecer la formación teórica y práctica de los estudiantes de la Carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja, mediante la realización de tesis.

### **CLAUSULA CUARTA: COMPROMISOS DE LAS PARTES EN CUANTO A INVESTIGACIÓN VIS TESIS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

La Universidad Nacional de Loja, a través de la Dirección del Área Jurídica, social y Administrativa, Carrera de Ingeniería en Administración turística, se compromete:

1. Designar un docente de la Carrera de Ingeniería en Administración turística para que, de común acuerdo con el funcionario responsable designado por la el I. Municipio del Cantón Paltas, planifique, coordine, ejecute, supervise y asesore permanentemente las actividades relacionadas a las tesis.
2. El docente se compromete a realizar el seguimiento del óptimo desempeño de los tesis aceptados por el I. Municipio del Cantón Paltas. .

3. Los estudiantes seleccionados para realizar las investigaciones, se someterán a los reglamentos del I. Municipio del Cantón Paltas.
4. Los estudiantes entregarán oportunamente avances de la ejecución de la investigación, así como el informe final de la tesis (digital) al I. Municipio del Cantón Paltas; con el fin de publicar los resultados obtenidos a fin de ser socializados y difundidos.
5. El docente designado, se encargará de inspeccionar el escenario de estudio, con el fin de controlar y evaluar el trabajo realizado por los estudiantes.
6. Tanto el docente como los estudiantes se comprometen a cumplir con el cronograma de actividades plan de investigación.
7. Los estudiantes de la Carrera de Administración turística de la Universidad Nacional de Loja, pueden realizar sus pasantías durante el desarrollo de su investigación en el I. Municipio del Cantón Paltas.
8. El tiempo estimado en el cronograma de actividades del trabajo de campo y trabajo autónomo en el desarrollo de la investigación de los pasantes, es de 400 horas desde el inicio hasta la disertación de su trabajo.

**El Ilustre Municipio del Cantón Paltas, se compromete a:**

1. La facilitación de equipos de proyección para la socialización de avances de las tesinas.
2. Facilitación de información de los escenarios a investigarse.
3. Coordinación con los actores involucrados en los estudios de las tesinas.
4. Coordinación con los docentes para certificar los avances de las investigaciones.
5. Designar el Departamento correspondiente para la Coordinación directa.
6. Reconocimiento de la propiedad intelectual de la Universidad Nacional de Loja, en cuanto a la publicación de resultados, en caso de tomar información secundaria producto de las tesinas.
7. Brindar la oportunidad a los estudiantes de la carrera de Ingeniería en Administración turística de la Universidad Nacional de Loja para realizar sus pasantías en el lapso que dura el desarrollo de su investigación en el I. Municipio del Cantón Paltas.
8. Delegar un representante del I. Municipio del Cantón Paltas con quien los docentes coordinadores de la Carrera de Ingeniería en Administración turística de la Universidad Nacional de Loja interactúan para hacer el seguimiento, control y evaluación del desempeño de los estudiantes.



**CLAUSULA QUINTA: VIGENCIA, PLAZO Y RENOVACIÓN:**

El presente compromiso entrará en vigencia a partir de su firma por las partes y tendrá una duración de 1 año, pudiendo ser renovado o ampliado de mutuo acuerdo entre ellas.

**CLAUSULA SÉPTIMA: TERMINACIÓN:**

El presente compromiso podrá darse por terminado por las siguientes razones:

1. Por cumplimiento del plazo y de las obligaciones adquiridas.
2. Por mutuo acuerdo de las partes.
3. Por cualquier razón que esté fuera del control de las partes, debido a un caso fortuito o fuerza mayor.
4. Por declaración unilateral debido al incumplimiento de las obligaciones adquiridas por una de las instituciones comparecientes.

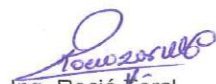
**CLAUSULA OCTAVA: CONTROVERSIAS:**

De surgir dificultades, las partes tratarán de llegar a un entendimiento en primera instancia. En caso de no llegar a un acuerdo, someterán las controversias y dificultades no solventadas, derivadas de la ejecución de este convenio, al Centro de Arbitraje y Mediación de la Procuraduría General del Estado, Regional Loja, para que sean resueltas de acuerdo a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación y su Reglamento.

En el evento de que las partes de mutuo acuerdo renuncien al recurso arbitral, conforme lo establece el artículo 8 de la Ley de Arbitraje y Mediación, recurrirán a los jueces competentes de la ciudad de Loja a fin de solventar las controversias no resueltas entre ellas.

**CLAUSULA NOVENA: ACEPTACIÓN:**

Las partes que intervienen en la presente carta compromiso expresan su responsabilidad en el cumplimiento de lo estipulado en todas las cláusulas precedentes y para constancia de su aceptación, firman el presente instrumento, en unidad de acto en tres ejemplares de igual tenor y valides, en la ciudad de Loja, 18 de abril de 2013



Ing. Rocío Foral  
DIRECTORA DEL ÁREA JURÍDICA SOCIAL  
Y ADMINISTRATIVA DE LA UNL



Ldo. Jorge Luis Feijo Valarezo  
ALCALDE DEL I. MUNICIPIO DE PALTAS



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN .....	ii
AUTORÍA .....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS DEL AUTOR .....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
1. TITULO .....	1
2. RESUMEN EJECUTIVO .....	2
SUMMARY .....	5
3. INTRODUCCIÓN .....	8
4. REVISIÓN DE LITERATURA.....	11
4.1. MARCO CONCEPTUAL .....	11
4.1.1. Turismo .....	11
4.1.2. Turismo Urbano .....	11
4.1.3. Tipos de Turismo Urbano.....	11
4.1.4. Patrimonio Cultural.....	12
4.1.5. Tipos de Atractivos.....	13
4.1.6. Inventarios Turísticos .....	13
4.1.7. Etapas para elaborar el inventario de atractivos .....	14
4.1.8. Importancia del Turismo.....	16
4.1.9. Oferta Turística .....	16
4.1.10. Atractivos Turísticos.....	17
4.1.11. Planta Turística .....	17
4.1.12. Diagnostico Turístico.....	17
4.1.13. Propósito del Diagnostico Turístico.....	18

4.1.14. Aspectos que se deben tomar en cuenta para elaborar del diagnóstico de un plan de marketing .....	18
4.1.15. Etapas del Diagnóstico Turístico.....	19
4.1.16. Análisis de Situación .....	19
4.1.17. FODA.....	20
4.1.18. Detalles de los componentes del análisis FODA .....	20
4.1.19. Encuesta.....	21
4.1.20. Ventajas de la encuesta.....	21
4.1.21. Desventajas de la encuesta .....	22
4.1.22. Significado de artesanías.....	22
4.1.23. Marketing .....	22
4.1.24. Marketing Estratégico .....	23
4.1.25. Marketing Operativo.....	23
4.1.26. Marketing Mix.....	23
4.1.27. Marketing Turístico.....	24
4.1.28. Plan de Marketing .....	25
4.1.29. Propósito de un plan de marketing.....	25
4.1.30. Estrategia.....	25
4.1.31. Productividad .....	26
4.1.32. Socialización .....	26
4.2. MARCO REFERENCIAL.....	27
4.2.1. Ubicación geográfica del Ecuador .....	27
4.2.2. Ubicación geográfica de la provincia de Loja.....	28
4.2.3. Ubicación geográfica del cantón Paltas .....	29



4.2.3.1. Comercio.....	30
4.2.3.2. Clima.....	30
4.2.4. Parroquia urbana Catacocha .....	30
4.2.4.1. Historia de Catacocha.....	30
4.2.4.2. Fundación española de Catacocha.....	32
4.2.4.3. Cultura .....	32
4.2.4.4. Leyendas de la parroquia urbana Catacocha .....	32
4.2.4.5. Vestimenta de la parroquia urbana Catacocha .....	33
4.2.4.6. Fiestas tradicionales de la parroquia Catacocha .....	34
4.2.4.7. Atractivos turísticos.....	34
4.2.4.8. Gastronomía .....	35
4.2.5. Servicios turísticos .....	35
4.2.6. Artesanías.....	36
4.2.7. Artesanías de arte típico en telar a mano de la parroquia Catacocha.....	36
5. MATERIALES Y MÉTODOS.....	38
5.1. Materiales .....	38
5.2. Métodos y técnicas .....	39
5.2.1. Métodos .....	39
5.2.2 Técnicas.....	39
5.3. Metodología por objetivo.....	40
6. RESULTADOS.....	44

6.1. Diagnóstico de la situación actual para las Artesanías de Arte Típico en Telar a Mano en la Parroquia Catacocha del Cantón Paltas, Provincia de Loja .....	44
6.2. Análisis socioeconómico .....	45
6.3. Análisis de la situación turística .....	45
6.4. Ficha descriptiva de los atractivos turísticos de la parroquia urbana Catacocha.....	46
6.5. Análisis de la oferta.....	57
6.5.1. Alojamiento .....	57
6.5.2. Alimentación .....	58
6.5.3. Sitios de diversión .....	59
6.5.4. Gastronomía .....	59
6.5.5. Telefonía .....	59
6.5.6. Internet.....	59
6.5.7. Agencias bancarias y cooperativas de ahorros.....	60
6.5.8. Transporte.....	60
6.6. Análisis de la Demanda .....	60
6.7. Análisis de la Competencia .....	67
6.7.1. Artesanías de arte típico en telar a mano .....	69
6.8. Análisis FODA de las artesanías de arte típico en telar a mano .....	71
7. DISCUSIÓN .....	73
7.1. Elaboración de un plan de marketing para difusión de las artesanías de arte típico en telar a mano en la parroquia Catacocha del cantón Paltas, provincia de Loja .....	73
7.2. Socialización .....	89

8. CONCLUSIONES .....	91
9. RECOMENDACIONES .....	92
10. BIBLIOGRAFIA .....	93
11. ANEXOS .....	95
Anexo N° 1. (Anteproyecto).....	95
Anexo N° 2. Modelo de las encuestas .....	107
Anexo N° 3. Presentación gráfica y porcentual de la encuesta.....	109
Anexo N° 4. Modelo de la entrevista .....	118
Anexo N° 5. Fichas de inventarios y servicios turísticos .....	121
Anexo N° 6. Fichas de inventarios y servicios de prestadores de servicios de alojamiento.....	139
Anexo N° 7. Fichas de inventarios y servicios de prestadores de servicios de alimentación.....	145
Anexo N° 8. Fotos de las artesanías de arte típico en telar a mano .....	151
Anexo N° 9 Oficio de autorización para desarrollar el proyecto de tesis ...	153
Anexo N° 10. Oficio de invitación para la socialización de la propuesta ...	154
Anexo N° 11. Hoja de certificación de la socialización.....	155
Anexo N° 12. Hoja de certificación de las 400 horas pasantías .....	156
Anexo N° 13. Fotografías de la socialización .....	157
Anexo N° 14. Carta compromiso.....	158

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1. Datos generales de Ecuador.....	28
Cuadro N° 2. Datos generales de la provincia de Loja .....	29
Cuadro N° 3. Servicios turísticos. ....	35
Cuadro N° 4. Datos generales del cantón Paltas.....	44
Cuadro N° 5. Jerarquización de los atractivos turísticos.....	45
Cuadro N° 6. El Shiriculapo .....	46
Cuadro N° 7. Jerarquización del atractivo turístico Shiriculapo.....	47
Cuadro N° 8. Casas patrimoniales inventariadas.....	48
Cuadro N° 9. Jerarquización del atractivo turístico Casas patrimoniales...	49
Cuadro N° 10. Fiesta de aniversario de cantonización de Paltas .....	50
Cuadro N° 11. Jerarquización del atractivo turístico de aniversario de Cantonización .....	51
Cuadro N° 12. Iglesia matriz de Catacocha .....	52
Cuadro N° 13. Jerarquización del atractivo turístico Iglesia de Catacocha	53
Cuadro N° 14. Artesanías de Catacocha .....	54
Cuadro N° 15. Jerarquización del Artesanías de Catacocha .....	55
Cuadro N° 16. Museo Hno. Joaquín Liébana Calle .....	56
Cuadro N° 17. Jerarquización del atractivo turístico Museo Hno. Joaquín	57
Cuadro N° 18. Servicios de alojamiento .....	58
Cuadro N° 19. Servicios de alimentación.....	58
Cuadro N° 20. Sitios de diversión .....	59
Cuadro N° 21. FODA de las artesanías de arte típico en telar mano.....	72

Cuadro N° 22. Paquete turístico .....	80
Cuadro N° 23. Presupuesto del itinerario a la ciudad de Catacocha .....	81
Cuadro N° 24. Campaña de medios .....	88
Cuadro N° 25. Herramientas promocionales Campaña de medios.....	89
Cuadro N° 26. Presentación porcentual. Pregunta 1. ....	109
Cuadro N° 27. Presentación porcentual. Pregunta 2 .....	109
Cuadro N° 28. Presentación porcentual. Pregunta 3 .....	110
Cuadro N° 29. Presentación porcentual. Pregunta 4 .....	111
Cuadro N° 30. Presentación porcentual. Pregunta 5 .....	111
Cuadro N° 31. Presentación porcentual. Pregunta 6 .....	112
Cuadro N° 32. Presentación porcentual. Pregunta 7. ....	113
Cuadro N° 33. Presentación porcentual. Pregunta 8 .....	113
Cuadro N° 34. Presentación porcentual. Pregunta 9 .....	114
Cuadro N° 35. Presentación porcentual. Pregunta 10 .....	115
Cuadro N° 36. Presentación porcentual. Pregunta 11 .....	115
Cuadro N° 37. Presentación porcentual. Pregunta 12 .....	116
Cuadro N° 38. Presentación porcentual. Pregunta 13 .....	117

## INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1. Mapa del Ecuador.....	27
Figura N° 2. Mapa de la provincia de Loja .....	28
Figura N° 3. Mapa del cantón Paltas.....	29
Figura N° 4. Mapa de la parroquia urbana Catacocha .....	31
Figura N° 5. Marca.....	79
Figura N° 6. Radio Rumba Estéreo. ....	83
Figura N° 7. Radio Macará.....	83
Figura N° 8. Radio Catacocha Estéreo. ....	83
Figura N° 9. Diario la Hora.....	84
Figura N° 10. Diario Centinela del sur.....	84
Figura N° 11. Modelo del díptico.....	85
Figura N° 12. Modelo de afiche publicitario.....	86
Figura N° 13. Modelo de la red social facebook (Portada Principal).....	87
Figura N° 14. Modelo de la red social facebook (Galería de fotos).....	87
Figura N° 15. Pregunta 1. Conoce usted Paltas.....	109
Figura N° 16. Pregunta 2. Conoce cuales los principales atractivos.....	110
Figura N° 17. Pregunta 3. De los siguientes lugares cuales usted .....	110
Figura N° 18. Pregunta 4. Visita con frecuencia Catacocha, Yamana.....	111
Figura N° 19. Pregunta 5. Medios en que recibió información.....	112
Figura N° 20. Pregunta 6. Señale la frecuencia .....	112
Figura N° 21. Pregunta 7. Visita Catacocha, Yamana, San Antonio.....	113
Figura N° 22. Pregunta 8. Alternativas para visitar Catacocha .....	114

Figura N° 23. Pregunta 9. Presupuesto cuando visita estos lugares .....	114
Figura N° 24. Pregunta 10. Actividades que realizan. ....	115
Figura N° 25. Pregunta 11. Donde compra las artesanías .....	116
Figura N° 26. Pregunta 12. Cree usted que los tejidos de la parroquia .....	116
Figura N° 27. Pregunta 13. Cree usted que la promoción y difusión .....	117

## INDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía N° 1. El Shiriculapo.....	46
Fotografía N° 2. Casas patrimoniales inventariadas .....	48
Fotografía N° 3. Fiesta de aniversario de cantonización de Paltas.....	50
Fotografía N° 4. Iglesia matriz de Catacocha .....	52
Fotografía N° 5. Artesanías de Catacocha.....	54
Fotografía N° 6. Museo Hno. Joaquín Liébana Calle .....	56
Fotografía N° 7. Alfombras.....	151
Fotografía N° 8. Jergas.....	151
Fotografía N° 9. Alforjas.....	151
Fotografía N° 10. Bolsos.....	151
Fotografía N° 11 Hamacas .....	152
Fotografía N° 12. Cojines .....	152
Fotografía N° 13. Alforjas pequeñas para documentos.....	152
Fotografía N° 14. Cobija .....	152
Fotografía N° 15. Telar a mano.....	152
Fotografía N° 16. Socialización (Exposición) .....	157
Fotografía N° 17. Socialización de la propuesta.....	157
Fotografía N° 18. Socialización (Sra. Carmen Pogo y el Lcdo. Wilmer Guamán)	157
Fotografía N° 19. Socialización en el Departamento Cultural y turismo .....	157