



1859

**UNL**

Universidad  
Nacional  
de Loja

**Universidad Nacional de Loja**  
**Facultad Jurídica, Social y Administrativa**  
**Carrera de Turismo**

**“El Roscón” como potencial producto turístico de la Parroquia  
San Pedro de la Bendita, Cantón Catamayo**

Trabajo de Integración Curricular  
previo a la obtención del título de  
Licenciada en Turismo

**AUTORA:**

Lizeth Dayana Flores Jara

**DIRECTOR:**

Ing. Rubén Darío Román Aguirre MAE

Loja – Ecuador

2023

## **Certificación**

Loja, 02 de agosto del 2023

Ing. Rubén Darío Román Aguirre MAE

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

### **CERTIFICO:**

Que he revisado y orientado todo el proceso de elaboración del Trabajo de Integración Curricular denominado: **“El Roscón” como potencial producto turístico de la Parroquia San Pedro de la Bendita, Cantón Catamayo**, previo a la obtención del título de **Licenciada en Turismo**, de autoría de la estudiante **Lizeth Dayana Flores Jara**, con **cédula de identidad Nro. 1150088142**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.

Ing. Rubén Darío Román Aguirre MAE

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

## **Autoría**

Yo, **Lizeth Dayana Flores Jara**, declaro ser autora del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

**Firma:**

**Cédula de Identidad:** 1150088142

**Fecha:** 12 de septiembre de 2023

**Correo electrónico:** lizeth.flores@unl.edu.ec

**Teléfono:** 0997907666

**Carta de autorización por parte de la autora para para la consulta, reproducción parcial o total, y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular.**

Yo, **Lizeth Dayana Flores Jara**, declaro ser autora del presente Trabajo de Integración Curricular denominado: **“El Roscón” como potencial producto turístico de la Parroquia San Pedro de la Bendita, Cantón Catamayo**, como requisito para optar por el título de **Licenciada en Turismo**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los doce días del mes de septiembre del 2023.

**Firma:**

**Autora:** Lizeth Dayana Flores Jara

**Cédula de identidad:** 1150088142

**Dirección:** Loja – Ecuador

**Correo Electrónico:** lizeth.flores@unl.edu.ec

**Teléfono:** 0997907666

**DATOS COMPLEMENTARIOS:**

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

## **Dedicatoria**

Dedico este Trabajo de Integración Curricular de manera muy especial a Dios por iluminar cada día mi camino, por darme fuerzas para seguir luchando para cumplir mis metas y no dejarme caer en cada paso de la vida.

A mis padres Manuel Flores y Rosa Jara por ser el pilar fundamental en mi vida durante todos mis estudios, por sus consejos de superación, por cariño, porque a pesar de las adversidades de la vida siempre estuvieron apoyándome en todo momento.

A mi hermana Angie, ya que es mi ejemplo a seguir y que se ha preocupado por mí desde el momento en que llegue a este mundo, me ha formado para saber cómo luchar y salir victoriosa ante las diversas adversidades de la vida.

Le dedico a mi abuelita Vicenta que siempre me motivó a seguir con mis estudios y no rendirme. A toda mi demás familia, amigos y compañeros que siempre me han brindado su apoyo, amistad, confianza y conocimientos durante toda mi vida personal y universitaria.

***Lizeth Dayana Flores Jara***

## **Agradecimiento**

Mi más sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, a la facultad Jurídica, Social y Administrativa, a la Carrera de Turismo, autoridades y docentes de los cuales guardo respeto y grato agradecimiento por el aprendizaje entregado.

Agradezco a Dios por permitirme alcanzar una nueva meta en mi vida, bendiciéndome siempre en el transcurso de la vida.

De manera especial a mi Director de Trabajo de Integración Curricular Ingeniero Rubén Román y a la Ingeniera Jhohana Larrea quienes me apoyaron y ayudaron durante toda la elaboración del proyecto de investigación, por sus enseñanzas, conocimientos y su paciencia durante todo el desarrollo.

A todos los docentes que me impartieron sus sabidurías para contribuir a futuros profesionales

Finalmente agradezco al GAD de San Pedro de la Bendita darme la oportunidad de realizar mi investigación, a los productores de roscón por colaborarme información que me permitió realizar este trabajo, que termine con éxito y se convierta un gran aporte en la localidad.

***Lizeth Dayana Flores Jara***

## Índice de Contenidos

<b>Portada</b> .....	<b>i</b>
<b>Certificación</b> .....	<b>ii</b>
<b>Autoría</b> .....	<b>iii</b>
<b>Carta de autorización</b> .....	<b>iii</b>
<b>Dedicatoria</b> .....	<b>v</b>
<b>Agradecimiento</b> .....	<b>vi</b>
<b>Índice de Contenidos</b> .....	<b>vii</b>
Índice de tablas .....	<b>x</b>
Índice de figuras .....	<b>xi</b>
Índice de anexos .....	<b>xii</b>
<b>1. Título</b> .....	<b>1</b>
<b>2. Resumen</b> .....	<b>2</b>
<b>2.1. Abstract</b> .....	<b>3</b>
<b>3. Introducción</b> .....	<b>4</b>
<b>4. Marco Teórico</b> .....	<b>6</b>
<b>4.1. Marco Conceptual</b> .....	<b>6</b>
4.1.1. Turismo.....	<b>6</b>
4.1.2. Tipos de turismo .....	<b>6</b>
4.1.3. Desarrollo turístico .....	<b>7</b>
4.1.4. Producto.....	<b>7</b>
4.1.5. Producto turístico.....	<b>7</b>
4.1.6. Oferta .....	<b>9</b>
4.1.7. Demanda.....	<b>9</b>
4.1.8. Gastronomía .....	<b>9</b>
4.1.9. Gastronomía tradicional arte de la preparación de una buena comida.....	<b>9</b>
4.1.10. Platos Ecuatorianos de mayor preferencia .....	<b>10</b>

4.1.11. Roscón .....	11
<b>4.2. Marco Referencial.....</b>	<b>12</b>
4.2.1. Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos .....	12
4.2.2. La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas .....	12
4.2.3. Diseño de un producto turístico para la parroquia Timbara del cantón Zamora, provincia Zamora Chinchipe. ....	13
4.2.4. Ruta Gastronómica del cantón Cayambe provincia de Pichincha a partir de sus potencialidades territoriales. Ecuador.....	13
<b>5. Metodología .....</b>	<b>15</b>
5.1. Área de estudio .....	15
5.1.1. Límites .....	15
5.2. Métodos .....	16
5.3. Metodología por objetivos. ....	16
<b>6. Resultados.....</b>	<b>18</b>
6.1. Diagnóstico del producto “el roscón” en la parroquia San Pedro de la Bendita, cantón Catamayo.....	18
6.1.1. Análisis previo del territorio.....	18
6.1.2. Ficha adaptada de Carla Ricaurte .....	18
6.1.3. Datos generales de la Parroquia San Pedro .....	18
6.1.4. Resultados de encuestas realizadas .....	24
6.1.5. Análisis general de los resultados.....	27
6.1.6. Análisis de interpretación de las encuestas realizadas. ....	29
6.1.7. Ficha de la demanda .....	30
6.1.8. Fichas resumen del MINTUR .....	31
6.2. Alternativas de desarrollo turístico a partir del elemento estudiado.....	39
6.2.1. Matriz FODA.....	39
6.2.2. Matriz de estrategias ME.....	41

6.2.3. Análisis de la Matriz de estrategias ME .....	- 45 -
<b>7. Discusión .....</b>	<b>57</b>
<b>8. Conclusiones .....</b>	<b>60</b>
<b>9. Recomendaciones .....</b>	<b>61</b>
<b>10. Bibliografía .....</b>	<b>62</b>
<b>11. Anexos .....</b>	<b>64</b>

## Índice de tablas:

<b>Tabla 1.</b> Población de San Pedro de la Bendita .....	19
<b>Tabla 2.</b> Alojamiento de San Pedro de la Bendita .....	20
<b>Tabla 3.</b> Otros servicios de la parroquia San Pedro de la Bendita .....	20
<b>Tabla 4.</b> Aéreas de esparcimiento de la Parroquia San Pedro de la Bendita.....	21
<b>Tabla 5.</b> Transporte de la Parroquia San Pedro de la Bendita.....	21
<b>Tabla 6.</b> Telefonía de San Pedro de la Bendita .....	22
<b>Tabla 7.</b> Sanidad de San Pedro de la Bendita .....	23
<b>Tabla 8.</b> Autoridades del GAD periodo 2019 - 2023 .....	23
<b>Tabla 9.</b> Actividades económicas de la parroquia.....	23
<b>Tabla 10.</b> Perfil Socio - demográfico .....	24
<b>Tabla 11.</b> Determinante de residentes .....	25
<b>Tabla 12.</b> Determinante de visitantes .....	25
<b>Tabla 13.</b> Determinantes de producto el Roscón .....	26
<b>Tabla 14.</b> Determinantes de viaje, producción turística, promoción y distribución .....	26
<b>Tabla 15.</b> Atractivos turísticos de la parroquia .....	31
<b>Tabla 16.</b> Ficha Urna de la Virgen del Cisne .....	32
<b>Tabla 17.</b> Ficha de Urna de San Vicente Ferrer .....	33
<b>Tabla 18.</b> Ficha de Iglesia Matriz de San Pedro de la Bendita .....	34
<b>Tabla 19.</b> Ficha del Parque Central de San Pedro de la Bendita.....	35
<b>Tabla 20.</b> Ficha de la Laguna Encantada .....	36
<b>Tabla 21.</b> Ficha de Cascada la Concha .....	37
<b>Tabla 22.</b> Ficha del Roscón.....	38
<b>Tabla 23.</b> Matriz FODA.....	39
<b>Tabla 24.</b> Matriz de estrategias ME .....	41
<b>Tabla 25.</b> Diseñar un producto turístico.....	47
<b>Tabla 26.</b> Implementar emprendimientos basados en dulces tradicionales de la parroquia ...	47
<b>Tabla 27.</b> Capacitaciones a los productores del producto el Roscón .....	48
<b>Tabla 28.</b> Proponer promoción y difusión para el producto el Roscón.....	48
<b>Tabla 29.</b> Propuesta de producto turístico.....	49
<b>Tabla 30.</b> Propuesta de emprendimientos basados en los dulces tradicionales de la parroquia .....	51
<b>Tabla 31.</b> Capacitaciones a los productores del producto el Roscón .....	53
<b>Tabla 32.</b> Propuesta de promoción y difusión para el producto el Roscón.....	55

## **Índice de figuras:**

<b>Figura 1.</b> El roscón.....	12
<b>Figura 2.</b> Mapa de ubicación de la Parroquia San Pedro de la Bendita.....	15
<b>Figura 3.</b> Urna de la Virgen del Cisne .....	32
<b>Figura 4.</b> Urna de San Vicente Ferrer .....	33
<b>Figura 5.</b> Iglesia Matriz San Pedro de la Bendita .....	34
<b>Figura 6.</b> Parque Central de San Pedro de la Bendita.....	35
<b>Figura 7.</b> Laguna Encantada .....	36
<b>Figura 8.</b> Cascada la Concha.....	37
<b>Figura 9.</b> Roscón.....	38

## **Índice de anexos:**

<b>Anexo 1.</b> Oficio de designación de tutor .....	64
<b>Anexo 2.</b> Ficha de caracterización turística de las comunidades propuesto por Carla Ricaurte .....	65
<b>Anexo 3.</b> Modelo de encuesta.....	74
<b>Anexo 4.</b> Modelo de entrevista.....	77
<b>Anexo 5.</b> Ficha de demanda.....	77
<b>Anexo 6.</b> Ficha del MINTUR .....	80
<b>Anexo 7.</b> Ficha INPC.....	89
<b>Anexo 8.</b> Entrevista a productores.....	91
<b>Anexo 9.</b> Certificación del tribunal de Grado.....	93
<b>Anexo 10.</b> Certificado de traducción del resumen.....	94

## **1. Título**

**“El Roscón” como potencial producto turístico de la Parroquia San Pedro de la Bendita, Cantón Catamayo.**

## 2. Resumen

La parroquia San Pedro de la Bendita es reconocida por su gastronomía en especial sus dulces tradicionales que destacan por sabores y presentación, como ejemplo se puede mencionar el producto el roscón, debido a que su elaboración se mantiene de manera tradicional. Para la elaboración del presente proyecto de investigación denominado **“El Roscón” como potencial producto turístico de la parroquia San Pedro de la Bendita, Canton Catamayo**, tiene como objetivo general Identificar el potencial gastronómico del roscón para el desarrollo turístico en la parroquia San Pedro de la Bendita, de igual manera se establecieron dos objetivos específicos, primero realizar un diagnóstico del producto “El Roscón” en la parroquia San Pedro de la Bendita, para lo cual se utilizaron los métodos analíticos y sintéticos; y, se realizó el levantamiento de información con la matriz de Carla Ricaurte adaptándola a la realidad de la parroquia, las fichas de inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR 2017), se utilizaron para el levantamiento de información sobre los atractivos turísticos que tiene la Parroquia; además se establecieron los servicios turísticos con los que cuenta San Pedro de la Bendita, se aplicaron encuestas a los posibles consumidores del producto, así mismo se emplearon entrevistas a los productores para conocer sobre la producción del roscón y con esta información se completó la ficha de demanda. Además, se aplicó la ficha del Instituto de Patrimonio Cultural (INPC), al producto el roscón debido a que se considera de un recurso turístico que puede convertirse específicamente a una manifestación cultural. Como segundo objetivo específico se planteó “Establecer las alternativas de desarrollo turístico a partir del elemento estudiado” para lo cual se construyó un FODA, posteriormente, a través del FODA estratégico, definir objetivos estratégicos para el diseño de propuestas para el desarrollo turístico de la parroquia. Al realizar los análisis de resultados se determinó que el producto el roscón tiene potencialidad para convertirse en un producto turístico por su característica tradicional en la parroquia. Finalmente se concluye que el roscón aportará al desarrollo de la parroquia mediante el turismo apoyado en una buena difusión del producto por lo cual se generan recomendaciones para las autoridades del Gad para que su involucramiento en las actividades que consideren al roscón

**Palabras clave:** *Producto turístico, Potencialización, Desarrollo Turístico, Cultura, Gastronomía, Patrimonio Turístico.*

## **2.1. Abstract**

The parish of San Pedro de la Bendita is recognized for its gastronomy, especially its traditional sweets that stand out for flavors and presentation, as an example we can mention the roscón product, because its preparation is maintained in a traditional way. For the elaboration of this research project called "El Roscón" as a potential tourist product of the San Pedro de la Bendita parish, Canton Catamayo, its general objective is to identify the gastronomic potential of the roscón for tourism development in the San Pedro de la Bendita, in the same way, two specific objectives were established, firstly, to carry out a diagnosis of the product "El Roscón" in the parish of San Pedro de la Bendita, for which analytical and synthetic methods were used; and, the information gathering was carried out with the matrix of Carla Ricaurte, adapting it to the reality of the parish, the inventory files of tourist attractions of the Ministry of Tourism of Ecuador (MINTUR 2017), were used for the gathering of information on the tourist attractions that the Parish has; In addition, the tourist services that San Pedro de la Bendita has were established, surveys were applied to potential consumers of the product, interviews with producers were also used to learn about the production of the roscón and with this information the information sheet was completed. demand. In addition, the file of the Institute of Cultural Heritage (INPC) was used, to the product the roscón because it is considered a tourist resource that can be specifically converted to a cultural manifestation. As a second specific objective, "Establish alternatives for tourism development based on the element studied" was proposed, for which a SWOT was built, later, through the strategic SWOT, define strategic objectives for the design of proposals for the tourism development of the parish. . When carrying out the analysis of results, it was determined that the roscón product has the potential to become a tourist product due to its traditional characteristic in the parish. Finally, it is concluded that the roscón will contribute to the development of the parish through tourism supported by a good diffusion of the product, for which recommendations are generated for the authorities of Gad so that their involvement in activities that consider the roscón

**Key words:** *Tourist product, Potentialization, Tourist Development, Culture, Gastronomy, Tourist heritage.*

### 3. Introducción

A nivel mundial existen nuevas tendencias turísticas en la cual la demanda exige productos turísticos, que oferten nuevas experiencias de viajes y que esto ayude a propagar el potencial que tiene un atractivo en un destino turístico.

En consecuencia, los últimos años la actividad turística se ha incrementado, es así que las exigencias del turista también van cambiando y creciendo conforme pasan los años, lo que lleva a innovar nuevos productos turísticos para ofertar en el mercado. (Barros, 2018).

Consecuentemente, los productos turísticos se generan mediante las estadías de turistas que visitan un sitio determinado para el disfrute de los servicios que se ofrece, según (Boullon, 2006)

Para la construcción de un producto turístico competitivo en las zonas rurales requiere el desarrollo de una red de servicios y actividades complementarias, en este sistema la restauración desempeña un papel protagonista, la oferta gastronómica se está convirtiendo en un elemento esencial para el enriquecimiento y complementación de los destinos turísticos en general y adquiere mayor relevancia en el caso de turismo rural. (Sola, 2003).

Por consiguiente, el presente trabajo de investigación busca potenciar, en el ámbito turístico, al producto el roscón, con la finalidad de ayudar a fortalecer la actividad turística en la parroquia San Pedro de la Bendita. Para se establecieron objetivos, uno general “Identificar el potencial gastronómico del Roscón para el desarrollo turístico de la parroquia San Pedro de la Bendita, cantón Catamayo”, para completar con la investigación se realizó los siguientes objetivos específicos, “Realizar un diagnóstico del producto “El Roscón” en la parroquia San Pedro de la Bendita, cantón Catamayo”, para conocer la situación turística de la zona, de igual manera, se recopiló información respecto a los servicios, infraestructura, accesibilidad y gobernanza de la parroquia, así mismo se levantaron fichas de inventarios turísticas (MINTUR), con el fin de establecer los recursos turísticos y los atractivos, tanto naturales como culturales, además se trabajó con la ficha INPC. Por lo tanto, la parroquia San Pedro de la Bendita tiene gran potencial para la creación de productos turísticos, debido a que cuenta con diversidad turística dentro y fuera de sus alrededores, siendo así que su fortalecimiento puede ayudar a mejorar su actividad turística. Para continuar este proyecto de investigación el segundo objetivo específico que se planteó fue “Establecer las alternativas de desarrollo turístico a partir del elemento estudiado”, en el cual se trabajó en base a los resultados del

objetivo anterior se construyó FODA y posteriormente, a través del FODA estratégico, definir objetivos estratégicos para el diseño de propuestas para el desarrollo turístico de la parroquia.

Dentro de los alcances de la investigación se pudo conocer que las principales actividades económicas de la parroquia San Pedro de la Bendita son la agricultura, silvicultura y manufactura; siendo reconocido a nivel cantonal por su gastronomía, sin embargo, no cuenta con estrategias de potencialización que permitan la difusión y promoción de sus productos, tales como, los dulces tradicionales que varían entre el roscón, el biscocho, mazapanes, entre otros, adicionando su riqueza natural y cultural.

Una de las limitaciones de este proyecto, es la falta de interés que tiene el GAD parroquial de San Pedro de la Bendita, no ayuda a la potencialización de los productos que tiene la parroquia, provocando el desinterés del turista y cohibiendo la integración del producto en las actividades turísticas, en consecuencia, se obtiene poca afluencia de turistas ya que no hay una motivación nueva para que visiten el sitio, y debido a esto existe carencia de desarrollo turístico.

Finalmente, esta investigación servirá para identificar el potencial turístico que tiene el producto el roscón, y la actualización de información sobre los servicios que presta la localidad, para que se desarrolle turísticamente, Los principales beneficiarios de esta investigación serán los visitantes, pues, degustarán el producto “el Roscón” típico de la localidad, también se beneficiarán los dueños de los emprendimientos que oferten este producto, aumentando el número de clientes, que permita mejorar sus ingresos económicos y, por ende, aportando al desarrollo turístico de la parroquia, rescatando la identidad cultural y sabores tradicionales de la localidad.

## 4. Marco Teórico

### 4.1. Marco Conceptual

#### 4.1.1. Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico (OMT, 2022).

#### 4.1.2. Tipos de turismo

El turismo puede ser, dependiendo del fin por el que se realice, un viaje por turismo de negocios, así como un viaje por turismo rural. También, dependiendo de la compañía, se puede estar hablando de turismo familiar o turismo científico.

Existe un gran número de tipos de turismo, estos se van clasificando en función del tipo de viaje, el fin del mismo, la actividad a desarrollar, los motivos, la compañía, así como un sinfín de características que nos motivan a viajar de un lugar u otro. (Morales, 2020)

Dentro del turismo, como concepto, existen una gran variedad de tipos de turismo. Todos estos tipos se clasifican en función del fin con el que se realiza el viaje, así como el interés que provocó la motivación. Dependiendo de la actividad que se realice durante el viaje, la duración, la estancia, la compañía, así como otros factores, podemos clasificar el turismo entre los siguientes tipos:

- **Turismo Familiar**

Este tipo de turismo es el que se realiza en familia. Es decir, en el turismo familiar, la principal característica es que el viaje se realiza en familia, y con el motivo de que el fin de este es el disfrute en familia. Es uno de los tipos de turismo más demandado, así como uno de los que más gasto genera a los distintos comercios.

El demandante en este tipo de turismo elige destinos en los que se ofrezcan actividades familiares, así como servicios que permitan la estancia de la familia. (Chávez & López, 2022)

- **Turismo de negocios**

Este tipo de turismo es el que se realiza por trabajo. Es decir, aquel en el que se viaja con el fin de realizar negocios en lugares estratégicos para la compañía que representa o el

perfil que desempeña. Los fines son el de conseguir acuerdos comerciales entre empresas o personas físicas, caracterizándose por ser muy demandado por los ejecutivos, empresarios, profesionales, así como los comerciantes. (Chávez & López, 2022)

- **Turismo cultural**

El turismo cultural es uno de los tipos de turismo más practicados a nivel mundial. Comprender las vivencias y tradiciones de una nación, conocer su historia, su gastronomía, y sus actividades más comunes, hacen de este turismo una práctica altamente atractiva para aquellos extranjeros que desean contemplar la vida desde una perspectiva diferente.

El turismo cultural se define como aquellas actividades que realiza un turista para presenciar, estudiar y aprender las características culturales que un destino geográfico posee y ofrece como producto turístico.

La extensión geográfica que comprende el turismo cultural puede ser a baja escala, como visitar una pequeña población, o a gran magnitud, como recorrer diferentes partes de un país. (Chávez & López, 2022)

#### ***4.1.3. Desarrollo turístico***

El desarrollo turístico se refiere a la creación y el mantenimiento de una industria turística dentro de un lugar en particular, y el desarrollo del turismo sostenible se preocupa por garantizar que este proceso tenga en cuenta factores como la sostenibilidad ambiental, cultural y económica. . (Revfine, 2022)

#### ***4.1.4. Producto***

“Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. (Sin embargo), el concepto de producto no está limitado a objetos físicos; cualquier cosa que pueda satisfacer una necesidad se puede llamar producto (objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas). Además de los bienes tangibles, los productos incluyen servicios, que son actividades o beneficios que se ofrecen a la venta y que son básicamente intangibles y no tienen como resultado la propiedad de algo" (CEUPE, 2018)

#### ***4.1.5. Producto turístico***

Producto turístico es la combinación de prestaciones y elementos tangibles y no tangibles ofrecidos para satisfacer las expectativas de los turistas. El producto turístico es un

sistema de componentes ensamblados, capaces de hacer viajar a la gente para realizar actividades que satisfagan sus necesidades, otorgándoles beneficios y satisfacción de manera integral. Por tanto, existirán tantos tipos de turismo o productos como segmentaciones del mercado y motivaciones a viajar existan. (CEUPE, 2018)

“Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista..., es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.” (Acerenza, 2017)

#### **4.1.5.1. Características del producto turístico.**

“En relación con los servicios, existen unas características que los diferencian de los bienes: se trata de la intangibilidad, la inseparabilidad, la heterogeneidad y el carácter perecedero. (Pretelt, 2013)

#### **4.1.5.2. Componentes de un producto turístico.**

El producto turístico se compone de dos partes indivisibles: Una parte tangible la constituye el producto global, tal y como es ofrecido por los productores a los clientes.

Y otra parte intangible que es la percepción y expectativas que los consumidores tienen del producto.

Podemos decir que todos los elementos que conforman el producto turístico se resumen en: Atractivos, Facilidades, Accesos, Herencia cultural de un pueblo

#### **4.1.5.3. Tipos de productos turísticos.**

Según la modalidad o finalidad del producto o servicio turístico, en función de la unidad de análisis y de la demanda, se dividen así:

- **Básico:** resuelve necesidades y motivaciones principales: hotel, restaurante, transporte. En el caso de destinos turísticos: grandes atracciones, parques temáticos.
- **Complementario:** mejora y aporta valor y diferenciación: gimnasio dentro del hotel, menús especiales en los restaurantes, guías o conducción especializados. En el caso de destinos turísticos: evento programado, compras, entretenimiento. (Santamaría, 2018)

#### **4.1.6. Oferta**

La oferta puede ser definida como la cantidad de bienes y/o servicios que las distintas organizaciones, empresas o personas tienen la capacidad y deseo de vender en el mercado, en un determinado lapso tiempo y espacio, en un particular valor pecuniario, con el fin de satisfacer deseos y/o necesidades (Equipo editorial, Concepto, 2021)

#### **4.1.7. Demanda**

La demanda, en economía, refiere a la cantidad de bienes o servicios que la población pretende conseguir, para satisfacer sus necesidades o deseos. Estos bienes o servicios pueden ser muy variados, como alimentos, medios transporte, educación, actividades de ocio, medicamentos, entre muchas otras cosas, es por ello que se considera que prácticamente todos los seres humanos son demandantes (Equipo editorial, Concepto, 2021)

#### **4.1.8. Gastronomía**

La gastronomía es la palabra, como tal, proviene del griego γαστρονομία (gastronomía).

La gastronomía se compone de un **conjunto de conocimientos y prácticas relacionadas con el arte culinario**, las recetas, los ingredientes, las técnicas y los métodos, así como su evolución histórica y sus significaciones culturales. (investigador, 2015)

#### **4.1.9. Gastronomía tradicional arte de la preparación de una buena comida**

La gastronomía tradicional es una expresión de filiación que permite exteriorizar el significado histórico y cultural de los pueblos, facultando la unión del conocimiento, sensaciones y emociones reunidos a lo largo del tiempo.

El término tradicional para un alimento se direcciona al hecho de que su consumo es transmitido de generación en generación, ya que la tradición se orienta a los usos, hábitos o formas de vida que se mantienen en el tiempo y que, por lo general, se transmiten en forma oral. Por otra parte, una precisión científica de *alimento tradicional* traspasa a la nutrición y a la salud, incorporando al medio ambiente, a la ecología y a la cultura de los pueblos. (Troncoso-Pantoja, 2019)

#### **4.1.10. Platos Ecuatorianos de mayor preferencia**

Diversidad en sabores, colores y olores, eso es la COCINA ECUATORIANA, no se puede poner todo lo que es la cocina ecuatoriana, pero si los platos que con más frecuencia son consumidos.

La Gastronomía Ecuatoriana viene desde nuestros ancestros, combinaciones de productos traídos por los españoles más nuestros propios productos, dieron como resultado la cocina ecuatoriana que nos da identidad propia. (Ecuador, 2018)

##### **4.1.10.1. Gastronomía Tradicional de la Costa**

La gastronomía de la costa es muy variada y saludable ya que se basa principalmente en pescados, como la trucha y la corvina. Se suman también los mariscos como camarones, conchas y cangrejos. Los plátanos hacen parte importante de la culinaria típica.

Entre los platos más importantes se tiene el encebollado de pescado, muchines de yuca patacón, sopa marinera, arroz guayaco, ceviche, corviche, sancochado.

La comida de la costa ecuatoriana se caracteriza por sus deliciosas carnes, la variedad de ellas le brinda a su cocina una personalidad muy especial, además de los complementos con los que se sirven. En la costa no sólo degustarás el famoso maíz, también se deleita con la yuca, el maní, los camotes, así como el cacao y el coco, las frutas tropicales son deliciosas. (Figuroa, 2014)

##### **4.1.10.2. Dulces tradicionales de la región Costa**

Los suspiros, roscones, borrachitos, relámpagos, alfajores, caracoles y chambuques son algunos de los dulces tradicionales en Guayaquil. Son parte de su cultura y de su historia centenaria, coinciden especialistas.

“Al guayaquileño le gusta el dulce de cuchara como el morocho, chucula, arroz con leche, que se los consume por las tardes. Al mediodía le gusta los bocaditos más crocantes y de masa como tortas que son acompañados con café o jugo de frutas” (Orellana, 2018)

##### **4.1.10.3. Gastronomía tradicional de la Sierra**

Entre los alimentos andinos, que además constituyen productos nativos, se tiene papa, melloco, chocho, maíz y mote (derivado del maíz). El maíz es uno de los alimentos más antiguos del pueblo.

Además de estos, en la Sierra de Ecuador se usa varios granos para la preparación de platos típicos. En Ecuador, al igual que en la mayoría de los Andes, existen al menos 12 variaciones de maíz, cada una posee distintos nombres y adquieren diferentes sabores en una gran variedad de platos.

Las comunidades de la Sierra, por ejemplo, elaboran la chicha de jora, la chicha del yamor, entre otras, las cuales son bebidas elaboradas a base del maíz fermentado. Las consumen en sus festividades y ceremonias, ya que para algunas culturas aun representa una forma de culto a los dioses antiguos.

Entre las comidas más difundidas de la región Sierra están las sopas, siendo las más consumidas el caldo de gallina, la sopa de pescado, la sopa de verduras y el Yaguarlocro. Este último es una especie de cocido de morcilla, en español significa sopa de sangre, se sirve acompañado de ensalada, arroz o aguacate. Otra sopa popular es el caldo de patas: locro de papas con pata de cerdo, mandioca cocida, maíz cocido, leche y cebolla. Para la semana de Pascua, o Semana Santa, la sopa tradicional es la Fanesca. (S/N, WordPress.com., 2016)

#### **4.1.10.4. Dulces tradicionales de la Sierra**

Los dulces típicos de la sierra últimamente se han ido perdiendo debido a que las grandes empresas de golosinas tienen mucha popularidad. Entre los dulces que más se preparan se tiene: cocadas, garrapiñada, melcochas, tostado enconfitado, maní de sal, habas de dulce y sal y dulces de guayaba, todo elaborado a mano. Preparar estos bocadillos es una larga labor que además demanda mucho esfuerzo, últimamente la rentabilidad de este trabajo ha ido disminuyendo por este motivo es que no se encuentran muchos negocios con facilidad.

Para mantener esta tradición se han estado realizando ferias donde se puede encontrar toda clase de bocadillos para todo paladar, en estas ferias se reúnen todas las personas que aún conservan esta tradición de preparar dulces sin alterar su receta para mantener su inigualable sabor. (S/N, Dulces Tradicionales de la Sierra , 2018)

#### **4.1.11. Roscón**

Producto que tiene forma de rosquillas con glaseado de azúcar parecen donas, pero son crujientes y más ligeras, perfectas para el cafecito de la tarde.

El roscón se caracteriza por ser un producto sabroso que es elaborado a base de azúcar, huevos, harina, manteca, royal. Una vez elaborados los roscones tienen un periodo de

duración de 3 meses sin confitarlos, y confitados duran un mes, pasado este periodo el producto se deteriora. (Ver Figura 1)



Figura 1. El roscón

## **4.2. Marco Referencial**

A continuación, se tomó como referencia los siguientes estudios de casos relacionados a productos turísticos:

### ***4.2.1. Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos***

La investigación de trabajo tiene como objetivo, poner a la atención de los interesados una propuesta metodológica para el diseño de productos turísticos, sobre cuya base se puedan generar alternativas de nuevos emprendimientos en el contexto del destino. Su base conceptual está definida por los enfoques de marketing y sostenibilidad, la cadena de valor y la conceptualización del producto en el destino como una oferta integrada, ello supone, que el recurso atractivo existente en el espacio físico que lo sustenta se constituye en el producto básico y las actividades complementarias, impulsadas por el pensamiento creativo de los implicados en el proceso, pueden constituirse en los principales elementos que aportan mayor valor a esta oferta, en tanto se logren integrar y provoquen una experiencia única para el turista. (Gómez, 2014)

### ***4.2.2. La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas***

El objetivo de esta investigación es realizar un análisis sobre cómo se crean y desarrollan las rutas turísticas enológicas como concepto diferenciado dentro de las

investigaciones relacionadas con la creación de productos turísticos, la base para la investigación, es una ruta ya establecida y consolidada en España, la Ruta del Vino Montilla-Moriles, la cual puede servir de ejemplo para el desarrollo (y potenciación) del enoturismo en otras áreas geográficas. Para dar cumplimiento a los objetivos planteados en esta investigación se dividió en segmentos en la cual se trabaja con relación entre turismo y vino, otro segmento centra la información en las rutas turísticas enológicas y se analiza cómo se crean en España rutas oficiales del vino y, finalmente, en el apartado quinto se presenta un estudio de la ruta anteriormente señalada (López & Sanchez Cañizares )

#### ***4.2.3. Diseño de un producto turístico para la parroquia Timbara del cantón Zamora, provincia Zamora Chinchipe.***

El alcance del proyecto de investigación, tiene un enfoque descriptivo, se basa en tomar información necesaria y actual para la creación de propuestas de productos turísticos para el fortalecimiento y desarrollo turístico en la parroquia, por lo que puede ser de mucha ayuda para futuros proyectos enfocados al turismo que se planteen para el mejoramiento de la actividad turística en la zona, los resultados obtenidos en la investigación se establecen propuestas de productos turísticos que pueden ser aprovechados para el desarrollo turístico de la parroquia, permitiendo conocer las actividades turísticas que se pueden realizar, como las visitas a los emprendedores que elaboran la melcocha y los derivados de la caña; también los atractivos naturales, las comunidades indígenas y su gastronomía típica. La promoción turística servirá para dar a conocer el producto a nivel local y provincial. Así mismo se determinó un presupuesto para la implementación de este proyecto, en este punto cabe resaltar que el alcance de esta investigación llega hasta la propuesta, misma que para su implementación será necesario que tanto el GAD parroquial como el cantonal destinen recursos económicos para mejorar la infraestructura de los atractivos turísticos que forman parte de la ruta. (Ordoñez, 2022)

#### ***4.2.4. Ruta Gastronómica del cantón Cayambe provincia de Pichincha a partir de sus potencialidades territoriales. Ecuador.***

La investigación se fundamenta en el diseño de una ruta gastronómica del Cantón Cayambe Provincia de Pichincha Ecuador a partir de las potencialidades territoriales presentes en la localidad desde el punto de vista ambiental, gastronómico y turístico, además se analizó la ruta epistemológica que sustenta la investigación desde el enfoque introspectivo vivencial, a través de la teoría fundamentada como método cualitativo para la generación del diseño de esta

ruta, así como establecer las técnicas e instrumentos con las cuales se recopiló la información por medio de la aplicación de la codificación abierta, axial y selectiva para lograr los objetivos antes mencionados, se sustentó en los aportes teóricos de Paz Sandin (2003), Glaser y Strauss (1967), Strauss and Corbin (1996). Como objetivo de la investigación se plante diseñar una ruta gastronómica a partir de las potencialidades territoriales presentes en el cantón Cayambe. Como resultado obtenido de la codificación selectiva emergieron siete categorías en las cuales se logra plasmar las potencialidades territoriales tales como los recursos alimentarios, económicos, medioambientales, geográficas, culinarias, étnicas, sostenibles, turísticas y el patrimonio intangible y que a través de estas emergen la ruta gastronómica y las tres zonas de estudio que son parte del Cantón Cayambe como una nueva alternativa de planificación territorial del turismo gastronómico. (Romero Corral, 2022)

## 5. Metodología

### 5.1. Área de estudio

La presente investigación se la realizó en la parroquia San Pedro de la Bendita, del cantón Catamayo a 53km desde la ciudad de Loja por la carretera panamericana que conduce hacia la Costa.

San Pedro de la Bendita cuenta con una extensión de 147.70km<sup>2</sup>, es una de las parroquias que conjuntamente con las parroquias rurales de Zambí, el Tambo y la parroquia urbana Catamayo conforman el cantón Catamayo, en la provincia de Loja. (Ver Figura 2)

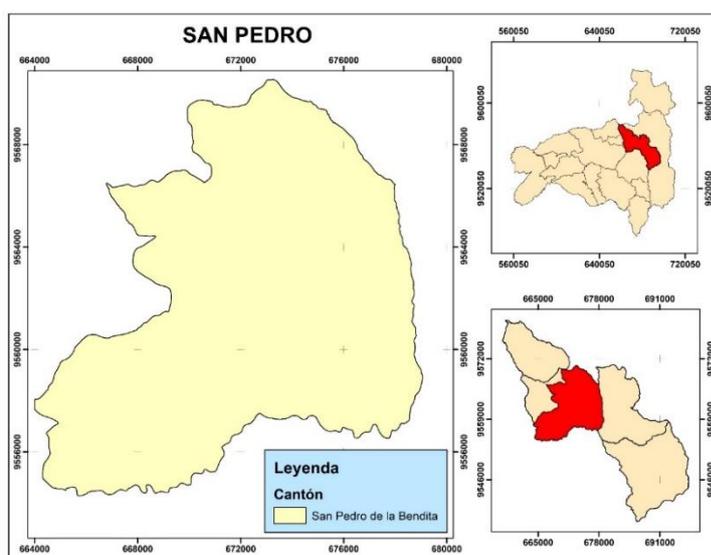


Figura 2. Mapa de ubicación de la Parroquia San Pedro de la Bendita

Fuente: Cartografía del Igm límites parroquiales

#### 5.1.1. Límites

**Norte:** Por una parte, la parroquia El Cisne sirviendo como límite natural la quebrada de Naranjillo y por la otra con la parroquia Zambí sirviendo de límite natural la Quebrada Duranda y la vía Panamericana que conduce la costa.

**Sur:** La parroquia Nambacola sirviendo como límite natural el Río Catamayo.

**Este:** Con la parroquia urbana y cabecera cantonal de Catamayo sirviendo como límite natural el río Guayabal

**Oeste:** Por una parte, con la parroquia Zambí y por otra con la parroquia Catacocha perteneciente al cantón Paltas.

## 5.2. Métodos

Para el desarrollo del proyecto de investigación se aplicaron distintos métodos y técnicas de investigación, los cuales ayudaron a comprender de mejor manera el problema a investigar y se describen a continuación:

**Método analítico:** Este método se utilizó para realizar un análisis actualizado sobre la parroquia San Pedro de la Bendita, la información trató sobre su cultura gastronómica y sobre su desarrollo en la actividad turística en la actualidad.

**Método deductivo:** Este método ayudó con la información real y datos generales de la parroquia San Pedro de la Bendita.

**Método descriptivo:** Este método se lo aplicó para investigar antecedentes y características más relevantes dentro del campo de estudio.

**Método Bibliográfico:** Este método se utilizó para la recopilación de información de fuentes bibliográficas seguras como: libros, páginas web entre otros.

## 5.3. Metodología por objetivos.

Para el cumplimiento del primer objetivo **“Realizar un diagnóstico del producto “el roscón” en la parroquia San Pedro de la Bendita, cantón Catamayo.”** Se realizó con trabajo de campo donde se cumplió las siguientes actividades: para el diagnóstico: Se utilizó la matriz de levantamiento de información de Carla Ricaurte para la parroquia ajustándola a la realidad de la parroquia San Pedro de la Bendita del Cantón Catamayo (**Ver anexo 3**), para la cual se tomó en consideración la técnica de observación directa, entrevistas a los principales productores del roscón de la parroquia en la cual se encuentra el modelo (**Ver anexo 5**) para conocer como es producción del mismo. Además, se aplicó una encuesta a los posibles visitantes para determinar el perfil de turista, que podrá demandar sobre los servicios y actividades que se planteen en base a la producción del Roscón. El modelo aplicado se encuentra en el **anexo 4**.

Para el estudio de las características y potencialidad del producto analizado se levantaron las fichas de atractivos turísticos del MINTUR (**Ver anexo 7**), considerando que se trata de un recurso turístico que puede convertirse en atractivo específicamente una manifestación cultural. Cabe señalar que se complementó el estudio del producto Roscón

mediante la aplicación de la ficha adaptada del INPC (**Anexo 8**), para este tipo de elementos que forman parte de la gastronomía lojana.

Cabe recalcar que para el estudio de la demanda del producto se aplicaron encuestas a los posibles demandantes tomando en cuenta la información de movimientos de turistas establecidos en el Geoportal de Visitas Internas Turísticas (GEOVIT).

Con la finalidad de determinar el número de encuestas a realizarse se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z^2 p \times q}$$
$$n = \frac{156037 \times 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}{0.05^2 \times (156037 - 1) + 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}$$
$$n = 383.2189784$$

**n**= Tamaño de muestra

**N**= Tamaño de la población (156.037)

**Z**= Nivel de confianza (95%) / (Za= 1.96)

**P**= Probabilidad de éxito, o proporción esperada (50%)

**Q**= Probabilidad de fracaso (50%)

**E(d)**= Precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) (5%)

Para dar cumplimiento del segundo objetivo el cual es “**Establecer las alternativas de desarrollo turístico a partir del elemento estudiado**” se lo cumplió con todo el diagnóstico del objetivo número uno, el cual va a evaluarse con la matriz FODA, para después realizar la matriz de estrategias ME o FODA Estratégico, con esto se va a obtener los futuros objetivos estratégicos que van a apoyar a establecer las posibles propuestas o alternativas para el producto estudiado.

## **6. Resultados**

### **6.1. Diagnóstico del producto “el roscón” en la parroquia San Pedro de la Bendita, cantón Catamayo.**

Para el desarrollo del primer objetivo, se ha utilizado la metodología de Carla Ricaurte exactamente la ficha de caracterización turística de las comunidades, la cual sirvió para realizar un diagnóstico en base a la parroquia San Pedro de la Bendita, Finalmente se utilizó la ficha de atractivos turísticos del Ministerio de turismo y una ficha de INPC. Con la combinación de estas metodologías se obtuvo mejores resultados para el estudio del primer objetivo planteado.

#### ***6.1.1. Análisis previo del territorio***

##### **• Reseña histórica de la Parroquia San Pedro de la Bendita**

Se crea la parroquia eclesiástica de San Pedro en el año de 1779, por el arzobispo de Cuenca, en el año de 1906 pasa hacer una parroquia civil, su fecha de parroquialización se celebra el 29 de junio de cada año. San Pedro de la Bendita es pueblo fértil, acogedor de agradable clima, es una parroquia que se caracteriza por la elaboración de amasijos y dulces que su gente emprendedora lo elabora por varios años y es una de sus fuentes de ingresos. Las fiestas que celebran son el primer domingo de mayo en honor a San Vicente Ferrer, el 29 de junio por su patrono San Pedro y San Pablo, el 5 de agosto en honor a su Patrona la Virgen de las Nieves y el 15 de agosto es una fecha especial por la visita de la Imagen de la Virgen de El Cisne y del 6 al 17 de noviembre, por el retorno de la Imagen a la parroquia El Cisne.

#### ***6.1.2. Ficha adaptada de Carla Ricaurte***

Con la finalidad de conocer los datos generales de la Parroquia San Pedro de la Bendita se aplicó la ficha de caracterización turística de comunidades, de Carla Ricaurte Quijano en la que consta información sobre los servicios que posee la parroquia, actividades que se dedica, el potencial turístico, la organización y las necesidades que tiene la misma.

#### ***6.1.3. Datos generales de la Parroquia San Pedro***

San Pedro de la Bendita es una Parroquia rural del cantón Catamayo perteneciente a la provincia de Loja- Ecuador. La parroquia se encuentra ubicada al Noroeste de la cabecera cantonal.

- **Límites de la Parroquia**

**Norte:** Por una parte, la parroquia el cisne sirviendo como límite natural la quebrada de naranjillo y por la otra con la parroquia Zambí sirviendo de límite natural la Quebrada Duranda y la vía Panamericana que conduce la Costa.

**Sur:** La parroquia Nambacola sirviendo como límite natural el Río Catamayo.

**Este:** Con la parroquia urbana y cabecera cantonal de Catamayo sirviendo como límite natural el río Guayabal

**Oeste:** Por una parte, con la parroquia Zambí y por otra con la parroquia Catacocha perteneciente al cantón Paltas.

- **División política**

Existen muchos barrios de los cuales algunos por el crecimiento habitacional se han unificado y otros por la migración casi han desaparecido.

A continuación, detallamos la interna división territorial:

- ✓ Barrio El Limo
- ✓ Barrio Thogueros
- ✓ Barrio Urushapa
- ✓ Barrio El Tingo
- ✓ Barrio Las Chinchas
- ✓ Barrio Iliaca

- **Población**

La parroquia San Pedro de la Bendita cuenta con una población 1590 de habitantes, la misma que es caracterizada por su gente amable y colaborativa, la cual está interesada mejorar el turismo en la parroquia. (**Ver tabla 1**)

Tabla 1. Población de San Pedro de la Bendita

<b>Parroquia</b>	<b>Hombre</b>	<b>Mujer</b>	<b>Total</b>
San Pedro de la Bendita	780	810	1590
Población en edad de trabajar	458	490	948
<b>Total</b>	49,06%	50,94%	100%

Fuente: Pdot de la parroquia San Pedro de la Bendita 2019

- **Servicios**

- Alojamiento/ Hospedaje**

La parroquia cuenta con dos hostales, ubicados en el centro de la cabecera parroquial ambos lugares cuentan con un administrador, a más de alojamiento brindan alimentación para su funcionamiento cuentan con permiso municipal, sanitario y RUC. **(Ver tabla 2)**

Tabla 2. Alojamiento de San Pedro de la Bendita

<b>Razón social</b>	<b>Administrador</b>	<b>Dirección</b>
Hostal “El Peregrino”	Lilia Vázquez	Av. Reina del Cisne Frente al Parque Central
Hostal “Reina del Cisne”	David Jaramillo	Av. Reina del Cisne Frente al Parque Central

Fuente: Pdot de la parroquia San Pedro de la Bendita 2019

- Alimentación**

En la parroquia San Pedro de la Bendita la alimentación se puede encontrar a 15 registrados en la comisaria nacional de Catamayo y cuentan con permiso municipal, permiso sanitario , RISE y en algunos casos Ruc restaurantes debido a que sus principales clientes son los turistas debido a que diariamente viajan al Cisne y a los Transportistas, los platos de mayor preferencia son: Sopa de arveja con guineo, Cecina, seco de pollo, fritada entre otros, los ingredientes para la preparación de los diferentes platos se obtienen de la parroquia mismo y en algunos casos de la cabecera cantonal.

- **Otros servicios**

En otros servicios la Parroquia cuenta con un Banco del Barrio y con un cajero automático de la Cooperativa “CoopMego” que están al alcance de la comunidad. **(Ver tabla 3)**

Tabla 3. Otros servicios de la parroquia San Pedro de la Bendita

<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>
Banco del Barrio	Vía Catamayo
Cajero Automático “CoopMego”	Frente al Parque Central en el Gobierno Autónomo Descentralizado San Pedro de la Bendita

Fuente: Pdot de la parroquia San Pedro de la Bendita 2019

- **Esparcimiento**

Dentro de la Parroquia de la Bendita en cuanto se refiere a esparcimiento cuenta con aéreas para actividades como: Recreación

A continuación, se detalla las áreas de esparcimiento **(Ver tabla 4)**

Tabla 4. Aéreas de esparcimiento de la Parroquia San Pedro de la Bendita

<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>
Coliseo de la Parroquia	Pastorita Arias
Cancha deportiva “Urbanización Reina del Cisne”	Urbanización Reina del Cisne
Piscina (Antigua)	Está ubicada en la parte Oeste de la parroquia cerca de la Planta de Tratamiento de Agua Potable

Fuente: Pdot de la parroquia San Pedro de la Bendita 2019

- **Infraestructura de servicios básicos**

### **Trasporte**

Las vías de acceso para visitar la parroquia se encuentran en buen estado, debido a que sus carreteras son de cemento rígido y sus calles asfaltadas.

En la comunidad hay más servicios públicos como buses y camionetas que están a servicio para las personas y puedan trasladarse, existen una estación de parada de camionetas del transporte público que prestan servicio a la comunidad, dentro de su cabecera parroquial el medio de transporte que se utiliza es la Cooperativa de Camionetas Sanpebita la misma que ofrece su servicio a propios y extraños, aunque por la proximidad de algunos sectores respecto a la Cabecera Parroquial se lo puede hacer caminando, acotando que la mencionada cooperativa posee sitio de parada dado por el GAD de Catamayo.

A continuación, se detalla las diferentes cooperativas, tipos de vehículo y la frecuencia con la que se ofrece el servicio. **(Ver tabla 5)**

Tabla 5. Transporte de la Parroquia San Pedro de la Bendita

<b>Nombre de la cooperativa</b>	<b>Estación terminal</b>	<b>Tipos de trasporte</b>		<b>Frecuencia al servicio</b>	<b>Tipo de vehículo</b>
		Local	Cantonal		
Catamayo	X		X	Todos los días	Bus
Cooperativa Loja	X		X	Todos los días	Bus
Unión	X		X	Todos los días	Bus
Cariamanga					
Sur Oriente	X		X	Todos los días	Bus
Ciudad de Piñas	X		X	Todos los días	Bus
Cooperativa Santa	X		X	Todos los días	Bus
Tac	X		X	Todos los días	Bus
Unión Yatzaza		X	X	Todos los días	Bus

Cooperativa de camionetas	X	X	Todos los días	Camioneta / Trasporte Mixto
---------------------------	---	---	----------------	--------------------------------

Fuente: Pdot de la parroquia San Pedro de la Bendita 2019

## Comunicaciones

En la parroquia San Pedro llegan las señales de radio y provienen de Catamayo, Loja e incluso algunas emisoras de Zamora, las emisoras más escuchadas (Radio Boquerón, WG Milenium, Radio positiva) entre otras. Con relación a la televisión se muestran los canales nacionales y locales alrededor de las 5 personas tienen antena DIRECTV, y según el INEC son 14 viviendas poseen señal de Tv cable, además con la prensa escrita la mayor frecuencia es el periódico la Hora y el Universo. Además, existen dos redes de fibra óptica que pasan por la parroquia: TELECONET y CNT, también en la telefonía fija convencional un 57.63% de acuerdo a los datos censales del INEC no tienen acceso al servicio y un 42, %37 si lo poseen. **(Ver tabla 6).**

Tabla 6. Telefonía de San Pedro de la Bendita

Lugar	Telefonía Convencional		Telefonía Móvil		
	Fija	Inalámbrica	Alegro	Claro	Movistar
San Pedro	X	X		X	X
El Tingo		X		X	
El Sauce		X		X	
Tigueros		X	X	X	X
Shagüindo, puyungo	X	X		X	X
La Bendita					
Illaca				X	

Fuente: Pdot de la parroquia San Pedro de la Bendita 2019

- **Sanidad**

### Agua Potable

En la parroquia San Pedro de la Bendita hidrográficamente pertenecen a dos cuencas; La del Río Chira y la del Río Puyungo, el origen hidrográfico principal de la parroquia lo comprenden los ríos El Guayabal y Catamayo los cuales sirven como fuente de abastecimiento para irrigar los terrenos ubicados en la parte baja de la parroquia.

Dentro de La Subcuenca Río Catamayo se hallan once microcuencas hidrográficas y un área de drenajes menores; mientras que para el caso de las Subcuencas de los ríos Yaguachi y Luis se encuentra una microcuenca dentro de cada una de ellas.

Cabe recalcar que la parroquia cumple con las etapas de filtración, cloración, almacenaje y su distribución del agua. De acuerdo a los datos del Censo del 2010 se abastecen del Servicio de Agua Potable 385 Familias o viviendas, cuando en la realidad el número de medidores existentes, según la nómina de Usuarios entregada por la secretaria de la junta Administradora de Agua Potable de la Parroquia es de 510 familias, ubicadas dentro y fuera del Perímetro Urbano. **(Ver tabla 7)**

Tabla 7. Sanidad de San Pedro de la Bendita

<b>Medio</b>	<b>Usuarios</b>
Red Publica	385
Pozo	4
Rio, vertiente, acequia o canal	36
Otro (agua lluvia, albarrada)	5
<b>Total</b>	<b>430</b>

Fuente: Pdot de la parroquia San Pedro de la Bendita 2019

- **Gobernanza**

**Estructura del GAD Parroquial de San Pedro de la Bendita periodo 2019-2023.**

En cuanto a la gobernanza del periodo se encuentra distribuido de la siguiente manera:

Tabla 8. Autoridades del GAD periodo 2019 - 2023

<b>Autoridades del GAD Parroquial</b>	
Sr. Kleber Jaramillo	Presidente
Ing. Luis Xavier Córdova Burneo	Vicepresidente
Abg. Andrea Fernanda Benavides Diaz	Primer Vocal
Sr. Diego Eduardo Aguirre Vargas	Segundo Vocal
Sra. Teresa Valentina Suing Correa	Tercer Vocal

- **Comunidad Receptora**

La población económicamente activa (PEA) de la parroquia, se encuentra trabajando en distintas ramas económicas las cuales se dividen en: Agricultura, silvicultura y pesca representa la principal fuente de ingresos de los pobladores, ya que el 31,45% de los habitantes se dedican a estas actividades, de los cuales 168 son hombres y 21 son mujeres. **(Ver tabla 9)**

Tabla 9. Actividades económicas de la parroquia

<b>Rama de actividad</b>	<b>Hombre</b>	<b>Mujer</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	168	21	189	31.45%
Explotación de minas y canteras	2	2	4	0,67%
Industrias manufactureras	40	17	57	9.48%

Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	2	1	3	0,5%
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	4	-	4	0,67%
Construcción	56	1	57	9,48%
Comercio al por mayor y menor	40	38	78	12,98%
Transporte y almacenamiento	12	1	13	2,16%
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	6	18	24	3,99%
Información y comunicación	2	1	3	0,5%
Actividades financieras y de seguros	-	3	3	0,5%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	4	1	5	0,83%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	7	2	9	1,5%
Administración pública y defense	18	6	26	4,33%
Enseñanza	7	22	29	4,83%
Actividades de la atención de la salud humana	-	3	3	0,5%
Artes, entretenimiento y recreación	1	1	2	0,33%
Otras actividades de servicios	4	2	6	1
Actividades de los hogares como empleadores	1	15	16	2,66%
No declaro	34	24	58	9,65
Trabajador Nuevo	7	5	12	2
<b>TOTAL</b>	<b>415</b>	<b>186</b>	<b>601</b>	<b>100</b>

Fuente: Pdot de la parroquia San Pedro de la Bendita 2019

#### 6.1.4. Resultados de encuestas realizadas

- **Demanda potencial**

Para la determinar la demanda potencial se aplicó una encuesta, para obtener la demanda real se tomó como referencia los datos de población turística Geovit del cantón Catamayo, en base a los datos obtenidos se tiene 156.037 personas económicamente activas. Análisis de los resultados de la encuesta

Para la aplicación de la encuesta se estableció un cuestionario de 7 preguntas para obtener información sobre el perfil sociodemográfico y 16 preguntas acerca de la parroquia y el producto del roscón, la encuesta fue aplicada de manera mixta es decir virtual y física. A continuación, se describen los siguientes resultados. (Ver tabla 10)

Tabla 10. Perfil Socio - demográfico

Variable (n=383)	Categoría	Frecuencia absoluta	Porcentaje%
Sexo	Masculino	206	53,8%
	Femenino	177	46,2%
Edad	De 18 a 27	156	40,7%
	De 28 a 37	105	27,4%
	De 38 a 47	87	22,7%
	De 48 a 57	15	3,9%
	De 58 en adelante	10	2,6%

	Sin estudios	15	3,9%
	Primaria	20	5,2
Nivel de instrucción	Secundaria	58	15,1%
	Tercer Nivel	210	54,8%
	Cuarto Nivel	80	20,9%
	Casado	95	24,8
Estado Civil	Soltero	220	57,4%
	Viudo/a	5	1,3%
	Unión de hecho	60	15,7%
	Divorciado	3	0,8%
Ocupación	Empleado publico	58	15,1%
	Empleado Privado	75	19,6%
	Jubilado	10	2,6%
	Sin Empleo	90	23,5%
Ingresos mensuales	Estudiante	150	39,2%
	Menos de \$425	74	19,3%
	De \$425 a \$800	295	77,0%
	De \$801 a \$1000	14	3,7%
	De 1001 a \$1200	0	0%
Cantón o Lugar de procedencia	Más de \$1200	0	0%
	Calvas	20	5,2%
	Macara	10	2,6%
	Cariamanga	15	3,9%
	Catamayo	120	31,3%
	Célica	40	10,4%
	Loja	150	39,2%
	Zamora	10	2,6%
	Zapotillo	6	1,6%
Gonzanamá	12	3,1%	

Fuente: Encuestas realizadas

Tabla 11. Determinante de residentes

Variable (n=383)	Categoría	Frecuencia absoluta	Porcentaje%
¿Usted reside en la parroquia San Pedro?	Si	63	16,4%
	No	320	83,6%

Fuente: Encuestas realizadas

Tabla 12. Determinante de visitantes

Variable (n=320)	Categoría	Frecuencia absoluta	Porcentaje%
¿Usted ha visitado o conoce la Parroquia San Pedro de la Bendita?	Si	310	96,9%
	No	10	3,1%
	Solo	43	13,4%
¿Con quién ha visitado la Parroquia?	Amigos	67	20,9%
	Familiares	180	56,3%
	Familia y amigos	10	3,1%
	Todas las anteriores	10	3,1%
	Turismo	229	71,6%
	Trabajo	32	10,0%

¿Cuál fue su motivación para conocer la parroquia San Pedro de la Bendita?	Visita a Familiares	30	9,4%
	Turismo y trabajo	10	3,1%
	Estudio	4	1,3%
	Todas las anteriores	5	1,6%
¿Usted ha degustado el producto el roscón?	Si	358	93,5%
	No	25	6,5%

Fuente: Encuestas realizadas

Tabla 13. Determinantes de producto el Roscón

Variable (n=358)	Categoría	Frecuencia absoluta	Porcentaje%
Piensa usted que, ¿La producción del roscón genera desarrollo turístico y económico del cantón?	Si	350	97,8%
	No	8	2,2%
¿Las potencialidades de la producción del roscón pueden apoyar al desarrollo de productos turísticos para la Parroquia?	Si	358	100%
	No	0	0%
A través de que emprendimientos basados en la producción del roscón se puede aportar al desarrollo turístico	Fabrica Turística comunitaria	83	23,2%
	Tienda de dulces tradicionales souvenirs (Recuerdos)	199	55,6%
	Monumento	25	7,0%
	A través del producto turístico	51	14,2%
	Tours del roscón	100	27,9%
¿A través de que producto turístico el roscón de San Pedro de la Bendita generaría mayor desarrollo de la parroquia?	Caminatas por las fábricas del roscón	201	56,1%
	Casa abierta del roscón	57	15,9%

Fuente: Encuestas realizadas

Tabla 14. Determinantes de viaje, producción turística, promoción y distribución

Variable (n=358)	Categoría	Frecuencia absoluta	Porcentaje%
Si la parroquia San Pedro de la Bendita, se lanzara un paquete incluido un producto turístico de la pregunta anterior ¿estaría dispuesto a comprar este servicio?	Definitivamente si	258	72,1%
	Definidamente no	0	0%
	Probablemente si	100	27,9%
	Probablemente no	0	0%
En caso que se lanzará el paquete antes mencionado ¿Con que frecuencia lo visitaría?	Una vez al año	185	51,7%
	Dos veces al año	20	5,6%
	Tres veces al año	10	2,8%
	Mas de 3 veces al año	43	12,0%
	Feria gastronómica	199	55,6%

¿A través de qué actividades de promoción y difusión desearía que se conozca más el producto el Roscón	Restaurantes de comida tradicional	43	12,0%
	Concurso de dulces tradicionales	99	27,7%
	Giras Demostrativas	59	16,5%
	Marketing digital en redes	10	2,8%
¿Qué medios de comunicación le gustaría que se realce la promoción y difusión de este producto turístico	Redes sociales: Instagram, Facebook, Twitter	269	75,1%
	Plataformas digitales: Páginas web, Blog, Foros	42	11,7%
	Medios Tradicionales: Televisión, Periódicos, Radio	47	13,1%
	Agencia de viaje	60	16,8%
¿Por qué medios de distribución le gustaría adquirir un producto turístico basado en el roscón?	Tiendas -Almacenes tradicionales artesanales	235	65,6%
	Tiendas virtuales	63	17,6%
Le gustaría que la parroquia San Pedro de la Bendita tuviera su marca inspirada en el Roscón	Si	358	100%
	No	0	0%

Fuente: Encuestas realizadas

### 6.1.5. *Análisis general de los resultados.*

- **Perfil sociodemográfico**

El perfil sociodemográfico permitió conocer el perfil del turista en lo que respecta a la variable de sexo con 383 encuestas realizadas con el 53,8% corresponde al sexo masculino y el 46,2% al sexo femenino, lo cual determina que se obtuvieron más respuestas del género masculino, a continuación la variable edad en la cual 40,7% tienen de 18 a 27 años, es el porcentaje con mayor cantidad respecto a la edad, y con un 2,6% de 58 en adelante es el porcentaje menor, siendo de esta manera que el mayor número de encuestados están entre los 18 y 27 años.

Continuando con la variable de nivel de instrucción con un 3,9% es sin estudios, el 5,2% son de primaria, el 15,1% pertenecen a tercer nivel y con un 20,9% es de cuarto nivel esto quiere demostrar que los encuestados tienen estudios de tercer y cuarto nivel. En la variable de estado civil con un 24,8% son casados, el 57,4% solteros, el 1,3% es viudo/a con un 15,7% es unión de hecho y con un 0,8% es divorciado, en la variable de ocupación el 15,1% pertenece a empleado público, el 19,6% es empleado privado, un 2,6% jubilado, el 23,5% es sin empleo, y un 39,2% son estudiantes.

En la variable de ingresos mensuales pertenece con 19,3% a menos de \$425, el 77,0% es de \$801 a \$1000, de 3,7% pertenece \$1001 a \$1200, esto quiere decir que los encuestados tienen ingresos entre \$801 a \$1000.

De la variable de la procedencia se puede destacar que la población que realizó esta encuesta es de origen de la provincia de Loja 39,2%, y seguidamente con un 31,3% pertenecen al cantón Catamayo, y el cantón con menos porcentaje es de Zapotillo con 1,6%, lo cual determina que gran parte de los encuestados provienen de la ciudad de Loja

- **Determinantes de residentes**

En esta determinante ayuda a identificar a los residentes y a las distintas personas que han visitado la parroquia San Pedro de la Bendita, y conocer si han degustado del producto el Roscón para de esta manera identificar la demanda potencial.

Con la variable, si residen en la parroquia San Pedro de la Bendita, de las 383 personas encuestadas el 16,4% Reside en la parroquia y el 83,6% no residen. De las personas que han visitado la parroquia San Pedro pertenece a un 96,9% respondieron que si han visitado y un 3,1% no han visitado.

Con respecto a la variable con quien ha visitado la parroquia, la opción con el porcentaje más alto es con familias con el 56,3% y también se toma a consideración la opción con amigos que tiene un porcentaje del 20.9%, dando como resultado que los turistas prefieren conocer la parroquia con familiares y amigos.

Con la variable sobre la motivación para visitar la parroquia pertenece a un 71,6% lo hicieron por turismo, siendo la opción con más seguidamente la alternativa con 10,0% la visitaron por trabajo, esto significa que las motivaciones para ir San Pedro de la Bendita es por turismo y trabajo, seguidamente la variable si han degustado el producto el roscón se obtuvieron con un 93,5% si ha degustado del producto y con un 6,5% no lo han hecho, esto quiere decir que el producto tiene un porcentaje elevado sobre su degustación.

- **Determinantes del producto el roscón**

Con respecto a la variable de la producción del roscón genera desarrollo turístico económico de la parroquia, con un 97,8% piensan que si genera desarrollo económico a la parroquia y un 2,2% piensan que no.

Con la variable sobre las potencialidades de la producción con un 100% piensan que la producción del producto del roscón si apoya al desarrollo de productos turísticos.

Con la variable de emprendimientos con un 23,2% el emprendimiento de una fábrica turística comunitaria, el 55,6% con una tienda de dulces tradicionales, el 7,0% con un monumento y el 14,2% a través del mismo producto turístico, siendo el emprendimiento que podría tener más acogida sería una fábrica comunitaria.

Con la variable del producto turístico sobre con un 27,9% prefieren un tour del roscón, el 56,1% prefieren las caminatas por las fábricas del roscón, el 15,9% una casa abierta del roscón.

- **Determinantes viajes, productos y promoción**

En la variable de si la parroquia ofreciera un paquete incluido con lo que refiere a la producción con un 72,1% piensan que definitivamente si, y el 27,9% piensan que si es probable. Con la variable de la frecuencia de visita con un 51,7% lo visitarían una vez al año, con 5,6% lo visitarían 2 veces al año, el 2,8% lo visitarían tres veces al año, el 2,8% tres veces al año y 12% más de tres veces al año.

En la variable sobre actividades y promoción del producto con un 55,6% prefieren una feria gastronómica, con un 12,0% los restaurantes de comida tradicional, con un 27,7% los concursos de dulces tradicionales, el 16,5% prefieren giras demostrativas y con un 2,8% el marketing digital en redes.

En la variable sobre la comunicación y promoción con un 75,1% prefieren las redes sociales, con un 11,7% prefieren las plataformas digitales, el 13,1% prefieren los medios tradicionales.

En la variable de distribución para adquirir el producto con un 16,8% prefieren en una agencia de viajes, con un 65,6% las tiendas de almacenes tradicionales, con un 17,6% pertenece a las tiendas virtuales.

Con la variable de la marca inspirada en el roscón con un 100% están interesados de conocer la marca inspirada en el mismo producto.

#### ***6.1.6. Análisis de interpretación de las encuestas realizadas.***

A continuación, se presentan los resultados de las entrevistas realizadas a 3 productores del roscón. La entrevista consta de 7 preguntas (**Ver anexo 9**)

Las entrevistas fueron dirigidas a los principales productores involucrados dentro de la elaboración del producto el Roscón de la parroquia San Pedro de la Bendita, los mismos que

consideran que el producto si genera desarrollo económico y turístico específicamente en las festividades de la parroquia, también se encontraron de acuerdo en promocionar y diseñar una marca para la parroquia basado en el producto el roscón ya que promovería la actividad económica y turística en la localidad.

De igual forma se encuentran prestos a colaborar con apoyo promocional para el producto como patrimonio turístico cultural desde las diferentes actividades que ellos realizan como productores y comerciantes de este producto.

Además, consideran que la promoción y diseño de la marca basado en el roscón si generaría más ingresos y llamaría la atención de los turistas, siempre y cuando se realice de manera organizada para socializar, tanto local como nacionalmente.

Para finalizar los productores mencionaron sus estrategias de promoción las cuales se podría mejorar y poder así mejorar sus ventas, la estrategia más usada por los mismos es las redes sociales y la boca en boca de sus productos.

#### **6.1.7. Ficha de la demanda**

Una vez aplicada las técnicas de observación, entrevistas y encuestas a la demanda potencial del roscón, se puede completar la ficha de demanda Carla Ricaurte, se obtuvieron los siguientes resultados.

##### **6.1.7.1. Demanda turística**

Con los resultados obtenidos, se puede destacar que, sí existe demanda turística en la parroquia de San Pedro de la Bendita, los encuestados visitarían hasta 3 veces al año para realizar actividades relacionadas con la producción del roscón.

##### **6.1.7.2. Forma de viaje**

La forma de viaje es de manera independiente ya que no se han realizado o no se ha promocionado paquetes turísticos, específicamente a la Parroquia San Pedro de la Bendita , su demanda es mayormente regional , debido a que muchos viajan a visitar a sus familiares y por tradiciones de la provincia de Loja, el gasto promedio en la parroquia varia de \$25 a \$40 dólares entre alimentación, transporte, el hospedaje varía entre un día a dos máximo y sus principales atractivos que visitan es la iglesia, el parque y la laguna encantada, los servicios turísticos que más se consumen son los restaurantes.

### 6.1.8. Fichas resumen del MINTUR

#### 6.1.8.1. Inventario y jerarquización de los atractivos y recursos turísticos de la parroquia San Pedro

El presente cuadro detalla: Categoría, tipo y jerarquía de cada uno de los atractivos turísticos seleccionados para el desarrollo de la presente investigación y previamente corroborados en las fichas del MINTUR.

Tabla 15. Atractivos turísticos de la parroquia

Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Urna de San Vicente Ferrer	Manifestación cultural	Arquitectura	Histórica/Vernácula	I
Parque San Pedro de la Bendita	Manifestación cultural	Arquitectura	Espacio Público	I
Iglesia de San Pedro de la Bendita	Manifestación cultural	Arquitectura	Histórica/Vernácula	I
Urna de la Virgen del Cisne	Manifestación cultural	Arquitectura	Histórica/Vernácula	I
Laguna Encantada	Sitio Natural	Ambientes Lacustres	Laguna	I
Cascada de la concha (Quita chuchaquis)	Atractivo Natural	Ríos	Cascada	II

Fuente: Salida de campo

#### 6.1.8.2. Fichas resumen de los atractivos de la Parroquia San Pedro de la Bendita

Una vez resumido el número de atractivos que se han tomado en cuenta para la realización de esta investigación se detallan las fichas de resumen de atractivos de la parroquia San Pedro de la Bendita.

Tabla 16. Ficha Urna de la Virgen del Cisne

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>		<b>JERARQUIA:</b>
URNA DE LA VIRGEN DEL CISNE		I
<b>CATEGORÍA:</b>	<b>TIPO:</b>	<b>SUBTIPO:</b>
Manifestación Cultural	Arquitectura	Histórica/ Vernácula
<b>PROVINCIA:</b>	<b>CANTÓN:</b>	<b>LOCALIDAD:</b>
Loja	Catamayo	San Pedro de la Bendita



Figura 3. Urna de la Virgen del Cisne

**Ubicación:**

La Urna de la Virgen del Cisne se encuentra ubicado en la Parroquia San Pedro de la Bendita a 5 minutos en el Urbanización Reina Del Cisne.

**Georreferenciación:**

Latitud: 3°55'43.33"S

Longitud: 79°25'46.04"W

**Características:**

La inauguración de la urna fue mayo 2003, iniciaron con las fiestas de la zona que lleva el mismo nombre, pero en últimas instancias cambiaron las fiestas para el último domingo de mayo la novena empieza el 18 empieza la novena de mayo y termina el 26 del mismo mes con una noche cultural para que no coincidieran con las fiestas de Catamayo, esta fiesta lleva 13 años de tradición Religiosa, la imagen de la virgen cuenta con 15 trajes donados por los devotos de la Parroquia en la actualidad se recibe 2 a 3 vestidos por año; quienes colabora con los vestidos es la Sra. Teresa Ordoñez y el Sr Hernán Paredes, la persona que se encarga de confeccionar de los trajes es la Sra. Melania García.

**Recomendaciones:**

- Se recomienda llevar ropa ligera, zapatos cómodos, bloqueador solar y agua.

**Actividades Turísticas:**

Fotografía

Tabla 17. Ficha de Urna de San Vicente Ferrer

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>		<b>JERARQUIA:</b>
URNA DE SAN VICENTE FERRER		I
<b>CATEGORÍA:</b>	<b>TIPO:</b>	<b>SUBTIPO:</b>
Manifestación Cultural	Arquitectura	Histórica/ Vernácula
<b>PROVINCIA:</b>	<b>CANTÓN:</b>	<b>LOCALIDAD:</b>
Loja	Catamayo	San Pedro de la Bendita



Figura 4. Urna de San Vicente Ferrer

**Ubicación:**

La Urna de san Vicente Ferrer se encuentra ubicado a 8km de la parroquia San Pedro de la Bendita Vía a la Costa.

**Georreferenciación:**

Latitud: 3°55'51.11"S

Longitud: 79°26'3.38"W

**Características:**

La imagen de San Vicente Ferrer, fue esculpida en madera y bien pintada esta obra fue del ilustre escultor don Manuel Álvarez. Una de las prácticas importantes vinculadas a la devoción a san Vicente Ferrer es visitarlo y dejar limosna antes de viajar pues es conocido como el patrono se trata de un acto de generosidad y fervor en la que los devotos buscan congraciarse con la divinidad.

El 26 de abril al 05 de mayo se realiza la fiesta en honor a San Vicente Ferrer es la principal y la más importante de la parroquia, la misma que empezó a celebrarse por el año de 1935. Esta festividad se estableció en honor al Patrono de la parroquia, por iniciativa del párroco y sus priostes de todos los años en agradecimiento a los grandes milagros que ha realizado este santo especialmente por cuidar a los viajeros que pasan por esta localidad Desde que se estableció esta festividad tiene el carácter de religiosa-cultural.

**Recomendaciones:**

Se recomienda llevar ropa ligera, zapatos cómodos, bloqueador solar y agua.

**Actividades Turísticas:**

Fotografía

Tabla 18. Ficha de Iglesia Matriz de San Pedro de la Bendita

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>		<b>JERARQUIA:</b>
IGLESIA MATRIZ DE SAN PEDRO DE LA BENDITA		I
<b>CATEGORÍA:</b>	<b>TIPO:</b>	<b>SUBTIPO:</b>
Manifestación Cultural	Arquitectura	Histórica/ Vernácula
<b>PROVINCIA:</b>	<b>CANTÓN:</b>	<b>LOCALIDAD:</b>
Loja	Catamayo	San Pedro de la Bendita



Figura 5. Iglesia Matriz San Pedro de la Bendita

**Ubicación:**

La Iglesia matriz de San Pedro de la Bendita se encuentra ubicado a 13 km del Cantón Catamayo en la calle Rosita Arias, frente al parque Central.

**Georreferenciación:**

Latitud: 3°56'51.22"S

Longitud: 79°26'25.94"W

**Características:**

La Iglesia es el principal Atractivo Turístico de la Parroquia San Pedro de la Bendita, además, en la Parroquia predomina la religión católica, la misma que ha sido transmitida de generación en generación. La construcción de la iglesia se llevó a cabo a base de mingas con la ayuda de la comunidad; fue creada en el año 1938-1943 la fachada de la iglesia es de tapia con madera y cedro, estilo romano moderno además cuenta con un campanario y en la parte superior se encuentra un reloj, está compuesta por 3 naves en la nave principal se encuentra el altar donde reposa la imagen de la virgen de la Nieves, a lado izquierdo se encuentra la imagen de San Pedro y lado derecho la imagen de san Pablo que son los patronos de la Parroquia, en las paredes de sus dos naves laterales están imágenes de diferentes santos. Además, la iglesia cuenta con luces ornamentales que dan relace a la misma.

**Recomendaciones:**

Se recomienda llevar ropa ligera, zapatos cómodos, bloqueador solar y agua.

**Actividades Turísticas:**

Fotografía

Tabla 19. Ficha del Parque Central de San Pedro de la Bendita

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>		<b>JERARQUIA:</b>
PARQUE CENTRAL DE SAN PEDRO DE LA BENDITA		I
<b>CATEGORÍA:</b>	<b>TIPO:</b>	<b>SUBTIPO:</b>
Manifestación Cultural	Arquitectura	Espacio Publico
<b>PROVINCIA:</b>	<b>CANTÓN:</b>	<b>LOCALIDAD:</b>
Loja	Catamayo	San Pedro de la Bendita



Figura 6. Parque Central de San Pedro de la Bendita

**Ubicación:**

El parque Central de San Pedro de la Bendita se encuentra ubicado a 13 km del Cantón Catamayo en la calle Rosita Arias, frente a la Iglesia.

**Georreferenciación:**

Latitud: 3°56'17.25"S

Longitud: 79°25'51.76"W

**Características:**

El parque de San Pedro de la Bendita, es uno de los atractivos más concurrentes por lo visitantes de la parroquia y turistas, el parque cuenta con baterías sanitarias, con 30 minutos gratis de internet, hay una pileta de agua con luces, una glorieta.

Aquí se llevan a cabo los actos por las festividades de parroquialización, entre otros eventos públicos.

**Recomendaciones:**

- Se recomienda llevar ropa ligera, zapatos cómodos, bloqueador solar y agua.

**Actividades Turísticas:**

- Fotografía
- Recreación

Tabla 20. Ficha de la Laguna Encantada

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>		<b>JERARQUIA:</b>
LAGUNA ENCANTADA		I
<b>CATEGORÍA:</b>	<b>TIPO:</b>	<b>SUBTIPO:</b>
Sitio Natural	Ambientes Lacustres	Laguna
<b>PROVINCIA:</b>	<b>CANTÓN:</b>	<b>LOCALIDAD:</b>
Loja	Catamayo	San Pedro de la Bendita

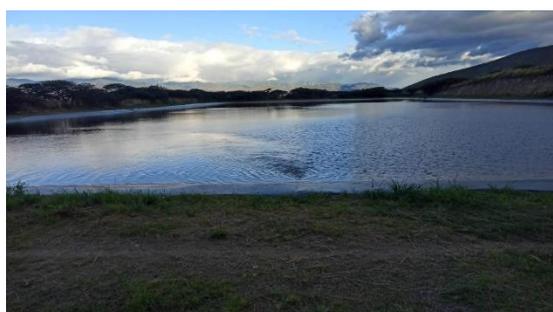


Figura 7. Laguna Encantada

**Ubicación:**

Se encuentra ubicada en la parroquia San Pedro de la Bendita tomando el camino del cementerio

**Georreferenciación:**

Latitud: 3°55'43.33"S

Longitud: 79°25'46.04"W

**Características:**

En esta laguna se puede acampar y caminar alrededor de la misma mientras se medita, con la compañía de su mascota. Es además un sitio de partida para los excursionistas que prefieren subir a las cimas de las montañas y por el campo que está rodeada la laguna.

Turistas que han visitado este lugar como son de Catamayo, Loja y de otras ciudades, han quedado satisfechos y con ganas de regresar varias veces por la gran belleza que ofrece este lugar como su naturaleza que la rodea, sus animales que frecuentemente se cruzan alrededor de la laguna y sobre todo por el aire puro que se puede respirar.

**Recomendaciones:**

Se recomienda llevar ropa ligera, zapatos cómodos, bloqueador solar, agua, alimentos y carpas

**Actividades Turísticas:**

**Fotografía**

Zona de acampar

Pesca

Tabla 21. Ficha de Cascada la Concha

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>		<b>JERARQUIA:</b>
CASCADA LA CONCHA		II
<b>CATEGORÍA:</b>	<b>TIPO:</b>	<b>SUBTIPO:</b>
Sitio Natural	Ríos	Cascada
<b>PROVINCIA:</b>	<b>CANTÓN:</b>	<b>LOCALIDAD:</b>
Loja	Catamayo	San Pedro de la Bendita



Figura 8. Cascada la Concha

**Ubicación:**

Se encuentra ubicada en la parroquia San Pedro de la Bendita a 7km del parque central se encuentra el ingreso de la cascada.

**Georreferenciación:**

Latitud: 3°55'43.33"S

Longitud: 79°25'46.04"W

**Características:**

La cascada la concha se encuentra a unos 15 minutos del parque central de la parroquia San Pedro de la bendita se encuentra el ingreso a la cascada, desde el ingreso hasta la cascada se camina un tiempo de 30 minutos. Una altura de 3 metros aproximadamente. Hoy en día cuenta con un camino de herradura, para llegar a la cascada, la entrada es libre sin costo se sugiere visitar a partir de las 08h00 a 16h00.

**Recomendaciones:**

- Se recomienda llevar ropa ligera, zapatos cómodos, bloqueador solar, agua, alimentos y repelente

**Actividades Turísticas:**

Fotografía

Avistamiento de fauna y flora

La ficha resumen del producto el roscón se basó en la ficha INPC que consta en el anexo

8

Tabla 22. Ficha del Roscón

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>		<b>JERARQUIA:</b>
ROSCON		I
<b>CATEGORÍA:</b>	<b>TIPO:</b>	<b>SUBTIPO:</b>
Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Gastronomía
<b>PROVINCIA:</b>	<b>CANTÓN:</b>	<b>LOCALIDAD:</b>
Loja	Catamayo	San Pedro de la Bendita
<b>Fotografía 7</b>		<b>Ubicación:</b>
		Dentro de la parroquia de San Pedro podemos encontrar algunos locales dedicados a la elaboración de amasijitos, específicamente alrededor del parque central son muy conocidos y tradicionales del lugar
<p>Figura 9. Roscón</p>		<b>Georreferenciación:</b>
		Latitud: 3°55'43.33" S
		Longitud: 79°25'46.04" W
<b>Características:</b>		
<p>Los Roscones se caracterizan por ser un producto sabroso que se elabora a base de azúcar, huevos, harina, agua, manteca, royal. Una vez elaborados los Roscones tienen un periodo de duración de 3 meses sin confitarlos, y confitados duran un mes, pasado este periodo el producto se deteriora.</p> <p>La venta del producto el roscón se encuentra alrededor de Parque Central de San Pedro de la Bendita en, los diferentes locales de amasijos el precio es de \$1.25ctv la funda.</p>		
<b>Actividades Turísticas:</b>		
Fotografía		
Degustación gastronómica		

## 6.2. Alternativas de desarrollo turístico a partir del elemento estudiado

Con la finalidad de determinar las potencialidades y amenazas que posee el producto estudiado se desarrolla el análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas).

### 6.2.1. Matriz FODA

Tabla 23. Matriz FODA

<b>FORTALEZA</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
1. El roscón se elabora en la parroquia desde por lo menos unos 60 años atrás.	1. La parroquia San Pedro de la Bendita cuenta con atractivos y recursos culturales y naturales.
2. La preparación del producto roscón es de tipo artesanal en horno de barro lo cual da características especiales y diferenciadas.	2. La parroquia cuenta con servicios básicos para el desarrollo del turismo incluido el transporte.
3. Cuenta con 3 fábricas dedicadas a la producción del roscón.	3. Existe una gran afluencia de turistas nacionales y extranjeros en los meses de agosto y noviembre por fiestas religiosas.
4. El roscón es considerado como dulce tradicional de la parroquia.	4. Cercanía a ejes viales que unen a sitios turísticos.
5. El roscón puede consumirse en cualquier hora de día y ocasiones especiales como ejemplo una comida familiar.	5. Demanda de viajeros por productos locales con historia como el roscón.
6. Para la elaboración del roscón, sus ingredientes son accesibles para la comunidad	6. Fiestas religiosas de la Virgen del Cisne que tiene en su ruta a la parroquia.
7. El producto roscón se lo puede adquirir de manera fácil, debido a que su venta se la puede encontrar en los alrededores del parque.	7. Servicios de alojamiento y restauración en Catamayo.
	8. Nuevas tendencias del turismo.
	9. Interés de los demandantes sobre sitios con tradición gastronómica
	10. Ferias gastronómicas que se realizan en diferentes localidades y fechas
	11. Demandantes prefieren degustar gastronomía local de sitios visitados.
	12. La parroquia cuenta con servicios turísticos de alimentación y ofertan actividades de senderismo.

- 
13. La parroquia posee infraestructura vial de primer orden
  14. Clima agradable y atractivo para los turistas.
  15. Los pobladores son amables y colaborativos
- 

## **DEBILIDADES**

## **AMENAZAS**

- |  |   |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Carencia de proyectos turísticos, en base de dulces tradicionales en este caso el roscón que permitan el desarrollo de la parroquia.</li> <li>2. Mala gestión de Gobernabilidad por parte del Gad respecto a sus dulces traicionales</li> <li>3. Falta de promoción, que permita conocer sobre el producto el Roscón</li> <li>4. Escasez de puntos de información turística en la parroquia para la venta del producto el roscón</li> <li>5. Existen 5 productores de roscón que lo hacen de forma tecnificada dejando de lado lo tradicional.</li> <li>6. La elaboración del roscón artesanal se mantiene solo dentro del núcleo familiar.</li> <li>7. Carencia de puntos de información turística (PIT) por parte de las autoridades locales para el reconocimiento y promoción del roscón</li> <li>8. Autoridades locales no han considerado e planificación de eventos gastronómicos al roscón.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desinterés por parte de autoridades cantonales y provinciales para apoyar al desarrollo turístico de parroquias.</li> <li>2. Falta de reconocimientos e incentivos a productores dulces tradicionales.</li> <li>3. Falta de inversión turística en la localidad</li> <li>4. Desastres naturales que impidan el acceso a parroquias rurales.</li> <li>5. Demandantes tienen preferencia por sitios reconocidos por su marca.</li> <li>6. Oferta similar de gastronomía tradicional basada en dulces de sectores aledaños.</li> <li>7. Oferta de mejores salarios a mano de obra calificada para elaboración de dulces tradicionales</li> </ol> |
|--|---|
-

## 6.2.2. Matriz de estrategias ME

Tabla 24. Matriz de estrategias ME

<b>Análisis Interno</b>	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
	<p>El roscón se elabora en la parroquia desde por lo menos unos 60 años atrás.</p> <p>La preparación del producto roscón es de tipo artesanal en horno de barro lo cual da características especiales y diferenciadas.</p> <p>Cuenta con 3 fábricas dedicadas a la producción del roscón.</p> <p>El roscón es considerado como dulce tradicional de la parroquia.</p> <p>El roscón puede consumirse en cualquier hora de día y ocasiones especiales como ejemplo una comida familiar.</p> <p>Para la elaboración del roscón, sus ingredientes son accesibles para la comunidad</p> <p>El producto roscón se lo puede adquirir de manera fácil, debido a que su venta se la puede encontrar en los alrededores del parque.</p>	<p>Carencia de proyectos turísticos, en base de dulces tradicionales en este caso el roscón que permitan el desarrollo de la parroquia.</p> <p>Mala gestión de Gobernabilidad por parte del Gad respecto a sus dulces traicionales</p> <p>Falta de promoción, que permita conocer sobre el producto el Roscón</p> <p>Escasez de puntos de información turística en la parroquia para la venta del producto el roscón</p> <p>Existen 5 productores de roscón que lo hacen de forma tecnificada dejando de lado lo tradicional.</p> <p>La elaboración del roscón artesanal se mantiene solo dentro del núcleo familiar.</p> <p>Carencia de puntos de información turística (PIT) por parte de las autoridades locales para el reconocimiento y promoción del roscón</p> <p>Autoridades locales no han considerado en la planificación de eventos gastronómicos al roscón.</p>
<b>Análisis Externo</b>		
<b>Oportunidades</b>	<b>FO</b>	<b>DO</b>

- 
- |   |   |  |
|---|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"><li>1. La parroquia San Pedro de la Bendita cuenta con atractivos y recursos culturales y naturales.</li><li>2. La parroquia cuenta con servicios básicos para el desarrollo del turismo incluido el transporte.</li><li>3. Existe una gran afluencia de turistas nacionales y extranjeros en los meses de agosto y noviembre por fiestas religiosas.</li><li>4. Cercanía a ejes viales que unen a sitios turísticos.</li><li>5. Demanda de viajeros por productos locales con historia como el roscón.</li><li>6. Fiestas religiosas de la Virgen del Cisne que tiene en su ruta a la parroquia.</li><li>7. Servicios de alojamiento y restauración en Catamayo.</li><li>8. Nuevas tendencias del turismo.</li><li>9. Interés de los demandantes sobre sitios con tradición gastronómica</li></ol> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Diseñar un producto turístico basado en su potencial gastronómico. <b>(F1, F2, F3, F4, F5 F6, F7, O1, O2, O3, O5, O9, O11, O12)</b></li><li>• Implementar emprendimientos basados en los dulces tradicionales de la parroquia <b>(F1, F2, F3, F4, F6, F7, O2, O3, O5, O9, O11,)</b></li><li>• Diseñar una ruta turística del Roscón con los principales actores involucrados en esta investigación <b>(F2, F3, F4, F5, F6, O1, O2, O3, O4, O5, O7, O8, O9, O11, O12, O14)</b></li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Diseñar tiendas tradicionales de venta de roscón y otros dulces tradicionales de la parroquia <b>(D1, D2, D3, D4, D5, D6, D7, O1, O3, O6, O9)</b></li><li>• Diseño de una marca turística para la promoción adecuada del producto <b>(D2, D3, D5, D8, O3, O7, O8)</b></li><li>• Realizar actividades como ferias gastronómicas y de dulces tradicionales para la promoción del producto el roscón. <b>(D1, D2, D3, D6, D7, O8, O10, O11)</b></li><li>• Proponer promoción y difusión para el producto el Roscón. <b>(D1, D2, D4, D5, D8, O1, O4, O6, O13)</b></li><li>• Participar en ferias gastronómicas para la degustación del producto el Roscón. <b>(D5, D7, D8, O1, O4, O7)</b></li></ul> |
|---|---|--|
-

- 
10. Ferias gastronómicas que se realizan en diferentes localidades y fechas
  11. Demandantes prefieren degustar gastronomía local de sitios visitados.
  12. La parroquia cuenta con servicios turísticos de alimentación y ofertan actividades de senderismo.
  13. La parroquia posee infraestructura vial de primer orden
  14. Clima agradable y atractivo para los turistas.
  15. Los pobladores son amables y colaborativos

<b>Amenazas</b>	<b>FA</b>	<b>DA</b>
1. Desinterés por parte de autoridades cantonales y provinciales para apoyar al desarrollo turístico de parroquias.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitaciones a los productores del producto el Roscón para la conservación de la tradición en su elaboración.</li> </ul> <b>(F2, F3, F4, F5, F6, F10, A1, A2, A4, A5)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar un calendario de actividades acorde a las temporadas altas de visita de los turistas en la parroquia.</li> </ul> <b>(D1, D3, D5, A1, A4, A5)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Involucrar actividades relacionadas con la promoción turística del roscón</li> </ul>
2. Falta de reconocimientos e incentivos a productores dulces tradicionales.		
3. Falta de inversión turística en la localidad		

---

---

<p>4. Desastres naturales que impidan el acceso a parroquias rurales.</p> <p>5. Demandantes tienen preferencia por sitios reconocidos por su marca.</p> <p>6. Oferta similar de gastronomía tradicional basada en dulces de sectores aledaños.</p> <p>7. Oferta de mejores salarios a mano de obra calificada para elaboración de dulces tradicionales</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incentivar a las autoridades a involucrarse más en actividades con los productores del roscón <b>(F4, F7, A1, A2, A3, A7)</b></li> </ul>	<p>en un plan de gestión turística de la parroquia <b>(D5, D8, D9, A4, A5, A6)</b></p>
--	---	--

---

### **6.2.3. Análisis de la Matriz de estrategias ME**

Mediante la matriz de alto impacto se analizaron y se cruzaron las oportunidades con las fortalezas y las debilidades que dieron como resultado las siguientes estrategias:

- ✓ Diseñar un producto turístico basado en su potencial gastronómico.
- ✓ Implementar emprendimientos basados en los dulces tradicionales de la parroquia
- ✓ Diseñar una ruta turística del Roscón con los principales actores involucrados en esta investigación
- ✓ Realizar actividades como ferias gastronómicas y de dulces tradicionales para la promoción del producto el roscón.
- ✓ Crear y diseñar tiendas tradicionales de venta de roscón y otros dulces tradicionales de la parroquia
- ✓ Diseño de una marca turística para la promoción adecuada del producto
- ✓ Proponer promoción y difusión para el producto el Roscón.
- ✓ Participar en ferias gastronómicas para la degustación del producto el Roscón.

De igual manera se cruzaron las amenazas con las fortalezas y debilidades dando como resultado las siguientes estrategias

- ✓ Capacitaciones a los productores del producto el Roscón para la conservación de la tradición en su elaboración.
- ✓ Realizar un calendario de actividades acorde a las temporadas altas de visita de los turistas en la parroquia.
- ✓ Incentivar a las autoridades a involucrarse más en actividades con los productores del roscón
- ✓ Involucrar actividades relacionadas con la promoción turística del roscón en un plan de gestión turística de la parroquia

#### **6.2.3.1. Elaboración de las fichas generales para cada estrategia planteada**

Una vez planteado el FODA estratégico y las posibles estrategias a trabajar se procedió llenar dichas sencillas, consolidando algunas estrategias similares, bajo las cuales en el objetivo 1 se determinó el perfil de turista y las posibles estrategias de promoción.

A continuación, se detallan las estrategias con las cuales se trabajará:

- Diseñar un producto turístico

- Implementar emprendimientos basados en los dulces tradicionales de la parroquia
- Capacitaciones a los productores del producto el Roscón.
- Proponer promoción y difusión para el producto el Roscón

Tabla 25. Diseñar un producto turístico

<b>Objetivo estratégico</b>	<b>Recurso</b>	<b>Propuesta</b>	<b>Ventajas</b>	<b>Consideraciones</b>
Diseñar un producto turístico	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Atractivos y recursos turísticos de la parroquia</li> <li>• Fabricas artesanales de producción de Roscón</li> <li>• Servicios turísticos en la parroquia.</li> <li>• Servicios complementarios al turismo.</li> </ul>	Ruta turística del Roscón	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo a emprendimientos locales.</li> <li>• Permite conocer y disfrutar sobre la cultura y tradiciones de la parroquia</li> <li>• Genera empleo de manera directa a e indirecta a los pobladores de la parroquia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe demanda potencial para este producto</li> <li>• Señalética</li> <li>• Vía e a atractivos</li> <li>• Itinerarios</li> <li>• Atractivos culturales</li> </ul>

Tabla 26. Implementar emprendimientos basados en dulces tradicionales de la parroquia

<b>Objetivo estratégico</b>	<b>Recurso</b>	<b>Propuesta</b>	<b>Ventajas</b>	<b>Consideraciones</b>
Implementar emprendimientos basados en los dulces tradicionales de la parroquia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fabricas artesanales del roscón</li> <li>• Voluntad de los productores a participar</li> </ul>	Diseñar tiendas tradicionales de venta de roscón y otros dulces tradicionales de la parroquia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potencializar el producto el Roscón</li> <li>• Incremento de turistas</li> <li>• Generación de empleo dentro de la parroquia</li> <li>• Degustación del producto y diferentes dulces tradicionales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir los souvenirs que acompañen al producto</li> </ul>

Tabla 27. Capacitaciones a los productores del producto el Roscón

<b>Objetivo estratégico</b>	<b>Recurso</b>	<b>Propuesta</b>	<b>Ventajas</b>	<b>Consideración</b>
Capacitaciones a los productores del producto el Roscón.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autoridades del Gad Parroquial</li> <li>• Productores, Pobladores de la parroquia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación y motivación turística.</li> <li>• Capacitación para la conservación de la elaboración tradicional del roscón.</li> <li>• Capacitación sobre atención al cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concientiza a los productores mantener la tradición sobre la preparación del producto el Roscón.</li> <li>• Motiva a la comunidad a integrarse a actividades turísticas</li> <li>• Generación de conocimientos ante un cliente</li> <li>• Busca de alianza estratégicas con el municipio del canton Catamayo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optar por material didáctico para las capacitaciones</li> <li>• Buscar un buen salón para las personas que serán capacitadas.</li> <li>• En caso de brindar capacitaciones vía web asegurar que todos manejen la plataforma en el que se dictara</li> <li>• Personal capacitado para brindar las capacitaciones.</li> </ul>

Tabla 28. Proponer promoción y difusión para el producto el Roscón

<b>Objetivo estratégico</b>	<b>Recurso</b>	<b>Propuesta</b>	<b>Ventajas</b>	<b>Consideración</b>
Proponer promoción y difusión para el producto el Roscón.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración del producto el roscón</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño de una marca turística para la promoción adecuada del producto</li> <li>• Participar en ferias gastronómicas para la degustación del producto el Roscón.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acceso al mercado turístico nacional e internacional</li> <li>• Existen aplicaciones que ayuden a promocionar el producto el roscón</li> <li>• Progresivo número de usuarios que usan plataformas virtuales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal capacitado para la elaboración de marketing y afiches publicitarios.</li> <li>• Utilización de marketinkg que ayude al medio ambiente y reducir contaminación ambiental</li> <li>• La realización de ferias gastronómicas genera gastos altos</li> </ul>

### 6.2.3.2. Estrategias para la aplicación del producto turístico el Roscón

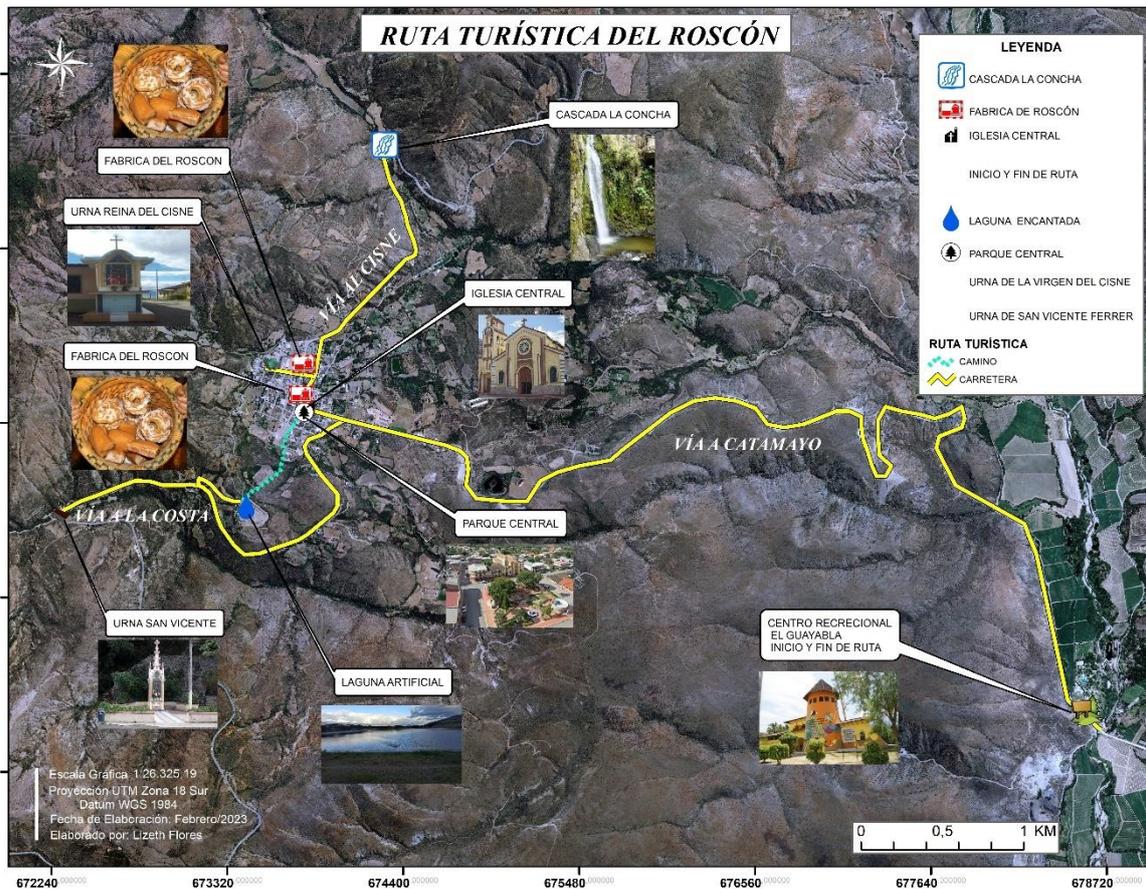
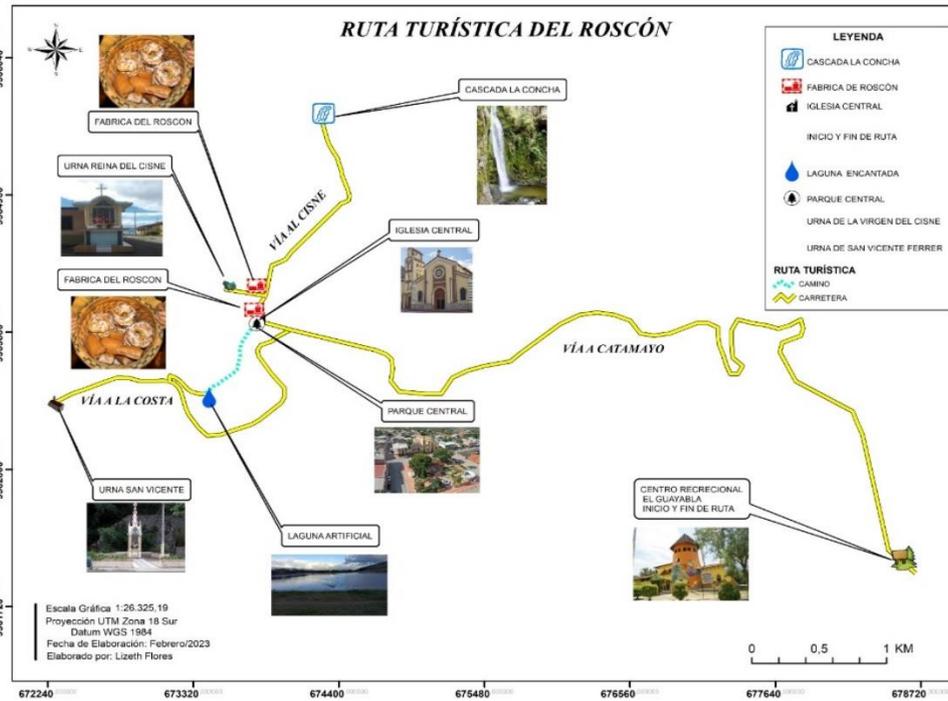
A continuación, se presentan propuestas que se pueden tomar a futuro para que el producto el Roscón pueda ser un producto potencial turístico.

Tabla 29. Propuesta de producto turístico

<b>Objetivo Estratégico</b>	<b>Proponer el diseño de un producto turístico</b>	
<b>Medio</b>	Ruta Turística	
<b>Detalles</b>	<b>Nombre</b>	Ruta del Roscón
	<b>Objetivo General</b>	Diseñar una Ruta Turística
	<b>Objetivos Específicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar actividades turísticas para integrar atractivos culturales y naturales de la parroquia San Pedro de la Bendita</li> <li>• Mejorar los ingresos económicos de la parroquia.</li> </ul>
<b>Características</b>	<b>Visión del Futuro</b>	La parroquia se consolida turísticamente a través del producto el roscón.
	<b>Fuentes de Financiamiento</b>	Recursos de la Junta Parroquial, GAD Parroquial y Cantonal.
	<b>Formas de Ejecución</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administración Directa.</li> <li>• Contratación Pública</li> <li>• Convenios con la Junta Parroquial de San Pedro</li> <li>• Gobierno Cantonal de Catamayo</li> </ul>
	<b>Responsables</b>	Administrador del GAD de la parroquia San Pedro de la Bendita y los productores del roscón
<b>Estructura del diseño</b>	<b>Parámetros a considerar en su diseño</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudio previo por la autora de la investigación de la carrera de turismo.</li> <li>• Identificación y selección de los atractivos naturales y culturales de la parroquia.</li> <li>• Trazado de la ruta.</li> <li>• Creación del Itinerario turístico.</li> <li>• Señalización turística.</li> </ul>

- Estudio vial para el ingreso a atractivos

### Diseño de su implantación



---

**Observaciones:**

Antes del recorrido brindar la información específica y concreta de todos los atractivos a visitar y dar las respectivas indicaciones de lo que deben llevar.

---

Tabla 30. Propuesta de emprendimientos basados en los dulces tradicionales de la parroquia

<b>Objetivo Estratégico</b>	<b>Proponer emprendimientos basados en los dulces tradicionales de la parroquia</b>	
<b>Medio</b>	Tiendas tradicionales	
<b>Detalles</b>	<b>Nombre</b>	Dulce y Tradición
	<b>Objetivo General</b>	Diseñar tiendas tradicionales de venta de roscón y otros dulces tradicionales de la parroquia
	<b>Objetivos Específicos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Realizar un estudio de mercado para determinar los productos a venta en la tienda</li><li>• Diseñar un estudio técnico del tamaño, localización y distribución de la tienda para el funcionamiento de la misma</li><li>• Determinar costos y rentabilidad de la tienda</li></ul>
<b>Características</b>	<b>Visión del Futuro</b>	La parroquia se consolida turísticamente a través del producto el roscón.
	<b>Fuentes de Financiamiento</b>	Recursos de la Junta Parroquial y Cantonal, empresas interesadas en cultura y tradición
	<b>Formas de Ejecución</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Contratación de profesional en emprendimientos turísticos</li><li>• Convenios con la junta parroquial.</li><li>• Gobierno cantonal de Catamayo.</li></ul>
	<b>Responsables</b>	Actuales y futuros productores de los dulces tradicionales
<b>Estructura del diseño</b>	<b>Parámetros a considerar en su diseño</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• La demanda potencial que considere que la creación de este emprendimiento es</li></ul>

necesario para potenciar el turismo en la parroquia

- Establecer convenio con proveedores de tienda en este caso seria los productores
- Definir los souvenirs que acompañen al producto.

Diseño de Tienda



Diseño de su implantación

Propuesta de la Tienda



Propuesta de la Tienda



### Bosquejo de diseño de tienda

### Posibles productos rentables de venta en la tienda



### Observaciones:

Realizar toda la documentación de funcionamiento para emprendimientos los cuales deben estar avalados por el RSI, adicional a ellos las normas establecidas por el municipio y departamento de higiene, asi como de las unidades competentes (Cuerpo de bomberos entre otros)

Tabla 31. Capacitaciones a los productores del producto el Roscón

<b>Objetivo Estratégico</b>	<b>Proponer talleres de Capacitaciones a los productores del producto el Roscón.</b>	
<b>Medio</b>	Talleres de capacitación en temas turísticos, conservación de la elaboración artesanal del producto el roscón	
<b>Detalles</b>	<b>Nombre</b>	Turismo y Atención al cliente
	<b>Temáticas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación y motivación turística.</li> <li>• Capacitación para la conservación de la elaboración tradicional del roscón.</li> <li>• Capacitación sobre atención al cliente.</li> </ul>
	<b>Objetivo General</b>	Realizar capacitaciones con temar de conservación, motivación y servicio al cliente.
	<b>Objetivos Específicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la calidad de servicio al cliente.</li> <li>• Concientizar a los productores sobre la conservación de elaboración artesanal del producto el roscón</li> <li>• Motivar a productores a involucrarse a actividades turísticas.</li> </ul>
<b>Características</b>	<b>Visión del Futuro</b>	La parroquia se consolida turísticamente a través de talleres dictados a los habitantes, autoridades y empresarios
	<b>Fuentes de Financiamiento</b>	Recursos de la Junta Parroquial, GAD Parroquial y Cantonal.
	<b>Formas de Ejecución</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contratación de profesionales en área turística, servicio al cliente y productor que mantenga la elaboración artesanal del roscón y otros dulces</li> <li>• Convenio con la junta parroquial de San Pedro</li> </ul>

**Responsables**

Administrador del GAD de la  
parroquia San Pedro de la Bendita

**Estructura del diseño**

**Parámetros a  
considerar en su  
diseño**

- Elección del espacio para brindar las capacitaciones
- Selección de material didáctico para los talleres
- Selección de modalidad para las capacitaciones
- Selección de capacitadores
- Definición de horarios cómodos para las capacitaciones

**Diseño de su  
implantación  
Afiche Publicitario**



**Afiches  
de  
tematicas**



**Observaciones:**

Generar certificados avalados por el GAD de San Pedro de la Bendita o ministerio de turismo

Tener encuentra material didáctico claro para las capacitaciones

Tabla 32. Propuesta de promoción y difusión para el producto el Roscón

<b>Objetivo Estratégico</b>	<b>Plantear una estrategia de promoción y difusión para el producto el Roscón.</b>	
<b>Medio</b>	Participación en ferias turísticas	
<b>Detalles</b>	<b>Nombre</b>	Dulce Tradición en San Pedro
	<b>Objetivo General</b>	Promocionar el producto el Roscón de la parroquia San Pedro de la Bendita
	<b>Objetivos Específicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño de una marca turística para la promoción adecuada del producto</li> <li>• Posicionar el producto el roscón como un potencial turístico de la parroquia San Pedro de la Bendita.</li> </ul>
	<b>Características</b>	<p><b>Visión del Futuro</b> La parroquia San Pedro de la Bendita es conocida a nivel local y nacional mediante su producto estrella el roscón</p> <p><b>Fuentes de Financiamiento</b> Recursos de la Junta Parroquial, GAD Parroquial y Cantonal, Cámara de artesanos del cantón Loja, Corporación de ferias Loja, y productores.</p> <p><b>Formas de Ejecución</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contratación de profesionales en participación en ferias gastronómicas</li> <li>• Convenios con la Junta Parroquial de San Pedro</li> <li>• Gobierno Cantonal de Catamayo</li> <li>• Convenio con la corporación de ferias Loja</li> <li>• Convenio con la cámara de turismo Loja</li> </ul> <p><b>Responsables</b> Administrador del GAD de la parroquia San Pedro de la Bendita</p>
<b>Estructura del diseño</b>	<b>Parámetros a considerar en su diseño</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contar con un stand fácil de movilizar</li> <li>• Contar con afiches publicitarios, trípticos</li> </ul>

---

dinámicos para llamar la atención de posibles clientes

- Optar por souvenirs
  - Explicación clara del potencial que tiene el producto el roscón.
- 

### Diseño de su implantación

#### Modelos de posibles Marca turística



---

#### Observaciones:

Tomar en cuenta la presentación del stand y los expositores, llevar suficiente producto para degustación de posibles clientes.

---

## 7. Discusión

Para la elaboración del presente trabajo de investigación denominado “El Roscón” como potencial producto turístico de la parroquia San Pedro de la Bendita, Cantón Catamayo, se utilizó la fase 1 y 2 del manual de diagnóstico turístico local de Carla Ricaurte, dicha metodología permitió obtener datos actualizados sobre la oferta de servicios turísticos que tiene la parroquia San Pedro de la Bendita, misma que se confirmó con la respectiva visita de campo. En efecto, se determinó que en la parte céntrica de la parroquia existen establecimientos que únicamente prestan servicio de hospedaje, con una capacidad mínima de demanda turística. Posteriormente, a través de la ficha de caracterización, se realizó un diagnóstico a la infraestructura, la accesibilidad, sanidad y abastecimiento de energía del lugar, teniendo como resultado que un 98% de la población de la parroquia se beneficia de todos estos recursos, mismo que, a través de la gobernanza se gestionan actividades que contribuyan al desarrollo social y económico de la parroquia. Aludiendo a lo mencionado por Ordoñez (2022) se pone en consideración que, la utilización de la ficha de caracterización de comunidades, es factible para tener una perspectiva del área de estudio, puesto que coadyuva en el inicio de una investigación turística, permitiendo destacar lo bueno y lo malo que tiene la parroquia, y, de esta manera conocer sobre su desarrollo turístico.

De igual manera, se utilizaron técnicas de investigación como la observación directa, encuestas y entrevistas, dichos instrumentos permitieron determinar que el producto, el roscón, es el más conocido por la comunidad puesto que, en primera instancia su elaboración es artesanal, manteniendo la tradición ancestral en su receta, misma que trasciendo muchos años. En tal sentido, tras mantener un legado tradicional, este producto debe ser potencializado, reconocido y comercializado a nivel nacional e internacional, en vista que, se lo puede considerar como un recurso turístico y puede convertirse en un atractivo específicamente cultural. Tal como lo menciona Corral (2022) las potencialidades de un producto presentes en la localidad, desde el punto de vista ambiental, gastronómico y turístico, deben ser reconocidas como principales y primordiales. Por otra parte, se aplicaron las encuestas, a la población de estudio, que coadyuvaron a la recopilación de información, con la cual se determinó el perfil del turista, según Robleda (2017) Es muy importante investigar el perfil del turista a través del ocio tipos para maximizar la oferta de productos especializados, orientado a la satisfacción del cliente, y generar desarrollo en las comunidades aledañas a la zona. Conjuntamente con las ideas de actividades idóneas para complementar el producto. Dicha información se agrupó en

el estudio del producto, a través de la ficha adaptada del INPC puesto que este el roscón, forma parte de la gastronomía,

Adicionalmente, la aplicación de las fichas de inventario de atractivos turísticos y jerarquización (MINTUR 2017) y tomando como referencia trabajos de investigación similares se pudo recopilar información de todos los atractivos que tiene la parroquia. Lastimosamente, estos atractivos no se encuentran validados por el Ministerio de Turismo, pero si están registrados por el GAD de San Pedro de la Bendita, es decir, podemos encontrar 4 atractivos turísticos de categoría cultural con una jerarquía I, y 2 atractivos de categoría natural que varía en I y II de jerarquía. Cabe recalcar, es de vital importancia que las autoridades realicen los trámites necesarios para que estos atractivos sean aprobados por el ministerio de turismo, puesto que es importante tener la información actualizada, para agilizar la planificación de actividades turísticas y brindar apoyo a los estudiantes que estén realizando investigaciones sobre la parroquia. Según Ordoñez (2022) el levantamiento de información con fichas del MINTUR, son importantes debido a que generan mayor flujo de visitas en los sitios registrados.

Por otra parte, mediante un análisis FODA y un FODA estratégico se planteó una variedad de estrategias, cuya finalidad se orienta a brindar al turista nuevas experiencias en la localidad; una de las estrategias es diseñar un producto turístico en el cual se pueda integrar una ruta turística del roscón, en relación a lo detallado, coincidiendo con la propuesta de producto turístico de Ordoñez(2022) denominado “ Ruta de la caña y melcocha , ya que este se determinó de acuerdo a las estrategias obtenidas mediante el análisis FODA, y se obtuvieron varios resultados del mismo diagnóstico, determinando distintos segmentos turísticos que se los podría aprovechar para el desarrollo de actividades,

Además, se obtuvieron estrategias como el diseño de tiendas tradicionales de venta de roscón y otros dulces, para lo cual se deberá realizar capacitaciones para los productores del roscón, en materia de promoción y difusión del producto, lo que se complementa con una marca turística tradicional, potenciando su participación en ferias gastronómicas y mejorar el posicionamiento de la marca en el sector turístico, coincidiendo con Corral (2022) que trata sobre que las capacitaciones hacia la población son importantes debido a que estos permiten el fomento de la creatividad de su tejido social y mejora la calidad de vida de la población al crear iniciativas con valor agregado de sus productos primarios.

Finalmente, con base a Revfine (2022) la creación y el mantenimiento de una industria turística dentro de un lugar en particular, y el desarrollo del turismo sostenible se preocupa por

garantizar que este proceso tenga en cuenta factores como la sostenibilidad ambiental, cultural y económica, todas las estrategias que se han desarrollado mediante fichas generales surgen con el fin de que el Roscón sea reconocido como potencial producto turístico de la parroquia, y permita el crecimiento social y económico de la localidad.

## 8. Conclusiones

Una vez culminado la presente investigación se concluye lo siguiente:

- El diagnóstico realizado en la parroquia San Pedro de la Bendita determinó que los servicios turísticos son insuficientes.
- La Parroquia San Pedro de la Bendita cuenta con potencial turístico para realización de actividades que ayuden a la potencialización del producto el Roscón
- Existe desinterés por parte de las autoridades locales sobre actividades que involucren a los productores a mostrar su producción en este roscón y a la vez esto desanima a la comunidad a integrarse en actividades turísticas, esto genera escasos de proyectos que permitan promocionar y difundir el producto turístico el roscón.
- El producto el roscón se puede potencializar con actividades turísticas, como una ruta en donde se pueda realizar visitas a las fábricas artesanales principales de roscón.
- Se elaboró un esquema con propuestas para potencializar el producto el roscón, para que futuros investigadores puedan cumplir con las propuestas realizadas.

## 9. Recomendaciones

Al haber culminado con el presente trabajo de investigación se pueden establecer las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda a las autoridades del GAD Parroquial de San Pedro de la Bendita mantener la información de la parroquia actualizada, debido a que no existe registros y la información del PDOT no cuenta con información turística de la misma, e incentivar a los productores de la parroquia para la realizar actividades que estén relacionados con temas turísticos,
- Al GAD realizar un calendario de actividades acorde a las temporadas altas de visita de los turistas en la parroquia se puede involucrar actividades relacionadas con la promoción turística del roscón en un plan de gestión turística de la parroquia.
- A las autoridades del GAD parroquial ejecutar la propuesta de capacitaciones a los productores sobre temas turísticos.
- Al MINTUR, implementar un sistema que genere un registro de visitantes en la parroquia para tener información actualizada en los establecimientos turísticos.
- Al MINTUR tener el registro avalado de atractivos turísticos que tiene la parroquia para futuros investigadores.

## 10. Bibliografía

- Acerenza, M. Á. (2017). Productos turísticos.
- Barros, P. (2018). Alcances del Turismo .
- Boullon, R. C. (2006). Productos Turísticos. En R. C. Boullon., *Planificación del espacio turístico*.
- CEUPE. (10 de Septiembre de 2018). Obtenido de CEUPE: <https://www.ceupe.com/blog/ques-un-producto-turistico.htm>
- Chávez, J., & López, V. (2022). *CEUPE*. Obtenido de CEUPE: <https://www.ceupe.com/blog/turismo-cultural.html?dt=1658511220128>
- Ecuador, T. (2018). *Mi Sitio Web*. Obtenido de Mi Sitio Web: <https://sites.google.com/site/misitiowebtavi/ecuador-y-sus-sabores/9---platos-ecuatorianos-de-mayor-preferencia>
- Equipo editorial, E. (5 de Agosto de 2021). *Concepto*. Obtenido de Concepto: <https://concepto.de/oferta/>
- Equipo editorial, E. (5 de agosto de 2021). *Concepto*. Obtenido de Concepto: <https://concepto.de/demanda/>
- Figuroa, V. (2014 de Enero de 2014). *wordpress*. Obtenido de wordpress: <https://verofiguroa84.wordpress.com/2014/01/23/gastronomia-de-la-costa-ecuatoriana/>
- Gómez, G. (2014). *Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos*. Cuenca.
- investigador, E. (28 de Enero de 2015). *Significados* . Obtenido de Significados : <https://www.significados.com/gastronomia/>
- López, T., & Sanchez Cañizares , S. (s.f.). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas.
- Morales, F. C. (21 de Marzo de 2020). *Economipedia.com*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-turismo.html#:~:text=El%20turismo%20puede%20ser%2C%20dependiendo,turismo%20familiar%20o%20turismo%20cient%3%ADfico.>
- OMT. (01 de noviembre de 2022). *UNWTO*. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

- Ordoñez, J. (2022). *Repositorio UNL*. Obtenido de Repositorio UNL: file:///D:/Downloads/Tesis%20%20Janeth%20Ordo%C3%B1ez%20Monta%C3%B1o.%20(2).pdf
- Orellana, W. (14 de Septiembre de 2018). Dulces evocan el pasado con sabor a tradicion . *El Telegrafo* .
- Pretelt, J. (2013). Productos turisticos.
- Revfine*. (8 de 02 de 2022). Obtenido de Revfine: <https://www.revfine.com/es/desarrollo-turismo-sostenible/>
- Romero Corral, J. F. (2022). Ruta Gastronómica del cantón Cayambe provincia de Pichincha a partir de sus potencialidades territoriales. Ecuador. *Revista Científica de FAREM - Estelí*. S/N. (2016). *WordPress.com*. Obtenido de WordPress.com.: <https://geparra.wordpress.com/p2/#:~:text=Entre%20las%20comidas%20m%C3%A1s%20difundidas,de%20ensalada%2C%20arroz%20o%20aguacate.>
- S/N. (2018). *Prezi*. Obtenido de prezi: <https://prezi.com/a30rspphxz94/los-dulces-tipicos-de-la-sierra-ultimamente-se-han-ido-perdi/>
- Santamaría, P. G. (2018). EL PRODCUTO TIRSTICO.
- Sola, T. M. (2003). La gastronomía tradicional en el turismo rural. En T. M. Sola, *Historia de la alimentacion rural y tradicional* (págs. 159-161). Instituto de Estudios Almerienses.
- Troncoso-Pantoja, C. (junio de 2019). *ScieLo*. Obtenido de ScieLo: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0124-41082019000100105](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-41082019000100105)

## 11. Anexos

### Anexo 1. Oficio de designación de tutor



UNL

Universidad  
Nacional  
de Loja

Carrera de Administración Turística  
**FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y  
ADMINISTRATIVA**

Presentada el día de hoy, 19 de octubre de 2022, a las 09h55. Lo certifica, la Secretaria Abogada de la Facultad Jurídica Social y Administrativa de la UNL.

**ENA REGINA  
PELAEZ  
SORIA** Firmado digitalmente  
por ENA REGINA  
PELAEZ SORIA  
Fecha: 2022.10.19  
12:37:32 -05'00'

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

Loja, 19 de octubre de 2022, a las 10h00. Atendiendo la petición que antecede, de conformidad a lo establecido en el **Art. 228 Dirección del trabajo de integración curricular o de titulación**, del Reglamento de Régimen Académico de la UN vigente; una vez emitido el informe favorable de estructura, coherencia y pertinencia del proyecto, se designa al **Ing. Rubén Darío Román Aguirre, Mg. Sc.**, Docente de la Carrera de Administración Turística de la Facultad Jurídica Social y Administrativa, como **DIRECTOR/A del Trabajo de Integración Curricular o Titulación**, titulado: **“EL ROSCÓN COMO POTENCIAL PRODUCTO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA SAN PEDRO DE LA BENDITA, CANTÓN CATAMAYO”**, de autoría del Sr./Srta. **LIZETH DAYANA FLORES JARA**. Se le recuerda que conforme lo establecido en el Art. 228 antes mencionado. Usted en su calidad de director del trabajo de integración curricular o de titulación *“será responsable de asesorar y monitorear con pertinencia y rigurosidad científico-técnica la ejecución del proyecto y de revisar oportunamente los informes de avance, los cuales serán devueltos al aspirante con las observaciones, sugerencias y recomendaciones necesarias para asegurar la calidad de la investigación. Cuando sea necesario, visitará y monitoreará el escenario donde se desarrolle el trabajo de integración curricular o de titulación”*. **NOTIFÍQUESE para que surta efecto legal.**

**RUBEN DARIO  
ROMAN  
AGUIRRE** Firmado digitalmente  
por RUBEN DARIO  
ROMAN AGUIRRE  
Fecha: 2022.10.19  
09:58:43 -05'00'

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

Loja, 19 de octubre de 2022, a las 10h05. Notifiqué con el decreto que antecede al **Ing. Rubén Darío Román Aguirre, Mg. Sc.**, para constancia suscriben:

**RUBEN DARIO  
ROMAN AGUIRRE** Firmado digitalmente por  
RUBEN DARIO ROMAN  
AGUIRRE  
Fecha: 2022.10.19 09:58:58  
-05'00'

Ing. Rubén Darío Román Aguirre, Mg. Sc  
**ASESOR/A DEL PROYECTO**

**ENA REGINA  
PELAEZ  
SORIA** Firmado digitalmente  
por ENA REGINA  
PELAEZ SORIA  
Fecha: 2022.10.19  
12:37:42 -05'00'

Dra. Ena Regina Peláez Soria Mg. Sc  
**SECRETARIA ABOGADA**

Anexo 2. Ficha de caracterización turística de las comunidades propuesto por Carla Ricaurte

## CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE COMUNIDADES

### 1. DATOS GENERALES

#### 1.1 Ubicación de la comunidad

NOMBRE DE PROVINCIA
NOMBRE DE CANTÓN
NOMBRE DE PARROQUIA
NOMBRE DE COMUNIDAD

#### 1.2 Número aproximado de habitantes en el conglomerado urbano.

(Esta información la puede encontrar en la página Web del INEC)

\_\_\_\_\_.

Fuente \_\_\_\_\_.

### 2. OFERTA DE SERVICIOS

#### 2.1 Alojamiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de alojamiento existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alojamiento, sírvase llenar el Apéndice No. 1).

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

## 2.2 Alimentación

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

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

## 2.3 Esparcimiento

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

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

## 2.4 Otros servicios

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

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

# 3. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS

## TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

### 3.1. Distancias

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

Distancia a la cabecera parroquial (Km): \_\_\_\_\_  
 Distancia a la cabecera cantonal (km): \_\_\_\_\_

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

3.2. Principales vías de acceso a la comunidad:

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

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

a) VIAL

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

b) TURÍSTICA

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

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

1. BUS	<input type="checkbox"/>	5. CANOA	<input type="checkbox"/>
2. CAMIONETA	<input type="checkbox"/>	6. AVIÓN	<input type="checkbox"/>
3. TAXIS	<input type="checkbox"/>	7. AVIONETA	<input type="checkbox"/>
4. LANCHA	<input type="checkbox"/>	8. NINGUNO	<input type="checkbox"/>
		9. OTRO_____	

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

1. BUS	<input type="checkbox"/>	5. MARÍTIMO	<input type="checkbox"/>
2. CAMIONETA	<input type="checkbox"/>	6. FLUVIAL	<input type="checkbox"/>
3. CAMIONES	<input type="checkbox"/>	7. LACUSTRE	<input type="checkbox"/>
4. TAXIS	<input type="checkbox"/>	8. AÉREO	<input type="checkbox"/>
		9. OTRO_____	

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

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

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

**COMUNICACIONES**

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

- 1. Sí
- 2. No

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

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

- 1. Sí
- 2. No

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

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

3.13. Existe oficina de correos en la comunidad:

- 1. Sí
- 2. No

**SANIDAD**

3.14. Existe red de agua entubada:

- 1. Sí  % de la población con agua entubada \_\_\_\_\_
- 2. No

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

- 1. Sí
- 2. NO

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

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

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

1. Sí  % de la población con alcantarillado \_\_\_\_\_  
 2. No

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

1. EXCUSADO Y ALCANTARILLADO   
 2. LETRINA   
 3. AIRE LIBRE, RÍO, ESTERO   
 4. POZO SÉPTICO   
 5. POZO CIEGO   
 6. OTRO \_\_\_\_\_

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

1. CARRO RECOLECTOR   
 2. SE QUEMA   
 3. SE ENTIERRA   
 4. OTRO \_\_\_\_\_

3.20. Existen establecimientos de salud en la comunidad:

1. Sí   
 2. No

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

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

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

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

## ENERGÍA

3.23. Existe servicio de energía eléctrica en la comunidad:

1. Sí
2. No

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

3.25. Qué porcentaje de la población tiene energía eléctrica: \_\_\_\_\_.

3.26. Existen gasolineras en la comunidad

1. Sí  ¿Cuántas? \_\_\_\_\_
2. No

3.27. Distancia a la gasolinera más cercana: \_\_\_\_\_ Km.

## 4. GOBERNANZA

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

INSTITUCIÓN	NOMBRE	DESDE	HASTA	ACTIVIDAD
1 NACIONALES				
2 INTERNACIONALES				

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

1. Sí

PLAN	AÑO

2. No

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

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

## 5. COMUNIDAD RECEPTORA

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

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

Fuente: \_\_\_\_\_

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

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

Fuente: \_\_\_\_\_

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

	Porcentaje%
1. EMPLEOS FORMALES EN TURISMO (PERSONAL CON CONTRATO VERBAL O ESCRITO, ESTABLECIMIENTOS CON DOCUMENTOS EN REGLA)	<input type="checkbox"/>
2. EMPLEOS INFORMALES EN TURISMO (VENEDORES INFORMALES, PRESTADORES DE SERVICIOS SIN DOCUMENTOS EN REGLA O SIN PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO)	<input type="checkbox"/>

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

- |                         |                          |
|-------------------------|--------------------------|
| 1. TRABAJO EN GRUPO     | <input type="checkbox"/> |
| 2. MINGA                | <input type="checkbox"/> |
| 3. ASAMBLEA COMUNITARIA | <input type="checkbox"/> |
| 4. OTRAS                | <input type="checkbox"/> |

Comentarios:

---



---



---

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

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

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

- |                                       | # de personas        |
|---------------------------------------|----------------------|
| 1. INGLÉS                             | <input type="text"/> |
| 2. CAPACIDAD O EXPERIENCIA EN GUIANZA | <input type="text"/> |
| 3. COCINA                             | <input type="text"/> |
| 4. CONTABILIDAD / ADMINISTRACIÓN      | <input type="text"/> |
| 5. OTRA _____                         | <input type="text"/> |

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

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

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

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

---

---

---

---

---



Auxiliar de campo:

Fecha:

**Anexo 3. Modelo de encuesta**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE TURISMO**

Estimado/a, la presente encuesta tiene como fin realizar un estudio de la demanda turística, respecto al roscón para potenciarlo como producto turístico de la parroquia, por tal razón le solicitamos unos minutos de su valioso tiempo en la respuesta de las siguientes preguntas, ya que esta información será muy valiosa para el progreso de la misma.

1. Perfil sociodemográfico

<b>Sexo</b> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/>	<b>Edad</b> De 18 a 27 <input type="checkbox"/> De 28 a 37 <input type="checkbox"/> De 38 a 47 <input type="checkbox"/> De 48 a 57 <input type="checkbox"/> De 58 en adelante <input type="checkbox"/>	<b>Estado Civil</b> Casado/a <input type="checkbox"/> Soltero/a <input type="checkbox"/> Viudo/a <input type="checkbox"/> Unión de hecho <input type="checkbox"/> Divorciado/a <input type="checkbox"/>
	<b>Nivel de instrucción</b> Sin estudios <input type="checkbox"/> Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Tercer Nivel <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Especifique..... <input type="checkbox"/>	<b>Ingresos mensuales</b> Menos de 425 <input type="checkbox"/> De 425\$ a 800\$ <input type="checkbox"/> De 801\$ a 1000 <input type="checkbox"/> De 1001\$ a 1200\$ <input type="checkbox"/> Más de 1200\$ <input type="checkbox"/>

Cantón o lugar de procedencia .....

**A. ¿Usted reside en la parroquia San Pedro de la Bendita?**

- SI  Si reside en la parroquia San Pedro de la Bendita salte a la pregunta 5
- NO

**1. ¿Usted ha visitado o conoce la Parroquia San Pedro de la Bendita?**

- SI
- NO  Si contesta esta opción diríjase a la pregunta 5

**2. ¿Con quién ha visitado la parroquia?**

- Solo
- Amigos
- Familiares
- Otro especifique.....

**3. ¿Cuál fue su motivación para conocer la parroquia San Pedro de la Bendita?**

- Turismo
- Trabajo
- Visita a familiares
- Otro especifique.....

**4. ¿Usted ha degustado el producto el roscón?**

- SI
- NO  Si contesta esta opción gracias por su participación

**5. Piensa usted que, ¿La producción del roscón genera desarrollo turístico y económico del cantón?**

- SI
- NO

6. ¿Las potencialidades de la producción del roscón pueden apoyar al desarrollo de productos turísticos para la parroquia?

- SI
- NO

7. A través de que emprendimientos basados en la producción del roscón se puede aportar al desarrollo turístico

- Fabrica Turística comunitaria
- Tienda de dulces tradicionales souvenirs (recuerdos)
- Monumento
- A través del producto turístico
- Otros

Especifique .....

8. ¿A través de que producto turístico el roscón de San Pedro de la Bendita generaría mayor desarrollo de la parroquia?

- Tours de Roscón
- Caminatas por las fábricas del roscón
- Otros

Especifique .....

9. Si en la parroquia San Pedro de la Bendita, se lanzara un paquete incluido un producto turístico de la pregunta anterior ¿Estaría dispuesto a comprar el servicio?

- Definitivamente Si
- Definitivamente No
- Probablemente Si
- Probablemente No

10. En caso que se lanzará el paquete antes mencionado ¿Con que frecuencia lo visitaría?

- Una vez al año
- 2 veces al año
- 3 veces al año
- Más de 3 veces al año

11. ¿A través de qué actividades de promoción y difusión desearía que se conozca más el producto el Roscón?

- Feria Gastronómica
- Restaurantes de comida tradicional
- Concurso de dulces tradicionales
- Giras demostrativas
- Otros especifiquen.....

12. ¿Qué medios de comunicación le gustaría que se realice la promoción y difusión de este producto turístico?

- Redes Sociales Instagram, Facebook, Twitter ( )
- Plataformas digitales, Páginas web, Blog, foros ( )
- Medios tradicionales, televisión, periódicos, radio ( )
- Otros ( ) Especifique .....

13. ¿Por qué medios de distribución le gustaría adquirir un producto turístico basado en el roscón ?

- Agencias de viajes ( )
- Tiendas- almacenes tradicionales artesanales ( )

- Tiendas virtuales ( )
- Otros ( ) Especifique.....

**14. Le gustaría que la parroquia San Pedro de la Bendita tuviera su marca inspirada en el Roscón**

- SI ( )
- NO ( )

Anexo 4. Modelo de entrevista

	<b>UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA</b> <b>CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA</b>
<b>ENTREVISTA</b>	
<b>Tema:</b>	<b>“El Roscón” como potencial producto turístico de la parroquia San Pedro de la Bendita, Cantón Catamayo.</b>
<b>Objetivo:</b>	Identificar el potencial gastronómico del roscón para el desarrollo turístico de la parroquia San Pedro de la Bendita, cantón Catamayo.
<b>Nombre del entrevistado</b>	
<b>PREGUNTAS</b>	
<b>Usted es productor o comerciante del Roscón</b>	
..... .....	
<b>¿Cuánto tiempo lleva usted produciendo/vendiendo este producto?</b>	
..... .....	
<b>Considera usted que el roscón genera desarrollo económico y turístico de la Parroquia.</b>	
..... ..... .....	
<b>¿Cuál es la temporada alta para que los turistas degusten el producto roscón?</b>	
.....	
<b>¿Cree usted que el roscón que se produce la parroquia San Pedro forma parte de la gastronomía local, representa una motivación para que los turistas visiten la parroquia?                  ¿Por qué?</b>	
..... .....	
<b>¿Qué estrategias de promoción le parecen más adecuadas para dar a conocer la marca de este producto?</b>	
..... ..... .....	
<b>Le interesaría ser parte de la promoción en base a este producto.</b>	

## Anexo 5. Ficha de demanda

# CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA

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

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

1. Sí
2. No

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

\_\_\_\_\_ VISITANTES DE LUNES A VIERNES

\_\_\_\_\_ VISITANTES LOS DÍAS SÁBADO

\_\_\_\_\_ VISITANTES LOS DÍAS DOMINGO

\_\_\_\_\_ VISITANTES LOS DÍAS FERIADOS

Fuente de información:

\_\_\_\_\_

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

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

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

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

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

- A) CON RESPECTO AL ORIGEN
1. INTERNACIONAL
  2. NACIONAL
  3. REGIONAL

A) CON RESPECTO AL TIEMPO DE ESTADÍA

1. TURISTAS
2. EXCURSIONISTAS

Fuente de información:

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

USD

1. TURISTAS
2. EXCURSIONISTAS


Fuente de información:

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

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

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

TIPO DE SERVICIO

1. Alojamiento
2. Restaurantes
3. Kioscos de comida
4. Bares
5. Servicio de guianza local
6. Otro
7. Ninguno


## Anexo 6. Ficha del MINTUR

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																				
Código del atractivo:	0	0	0	0	0	0	M	C	0	0	0	0	0	1	0	0	1			
	Provincia	Cantón			Parroquia			Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo				
<b>1. DATOS GENERALES</b>																				
<b>1.1 Nombre del Atractivo Turístico</b>																				
IGLESIA CENTRAL DE SAN PEDRO DE LA BENDITA																				
<b>1.2 Categoría</b>						<b>1.3 Tipo</b>						<b>1.4 Subtipo</b>								
MANIFESTACIONES_CULTURALES						ARQUITECTURA						HISTÓRICA / VERNÁCULA								
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO</b>																				
<b>2.1 Provincia</b>						<b>2.2 Cantón</b>						<b>2.3 Parroquia</b>								
LOJA						CATAMAYO						SAN PEDRO DE LA BENDITA								
<b>2.4 Barrio, Sector o Comuna</b>						<b>2.5 Calle Principal</b>			<b>2.6 Número</b>			<b>2.7 Transversal</b>								
Centro de la Parroquia						Rosita Arias			N/A			N/A								
<b>2.8 Latitud (grados decimales)</b>						<b>2.9 Longitud (grados decimales)</b> <a href="#">Click</a>						<b>2.10 Altura (msnm)</b>								
3°56'37.3"S						79°26'05.1"W						1800 m.s.n.m								
<b>2.11 Información del administrador</b>																				
a. Tipo de Administrador:						N/A			b. Nombre de la Institución:						N/A					
c. Nombre del Administrador:						del Sacerdote			d. Cargo que ocupa:											
e. Teléfono / Celular:						N/A			f. Correo Electrónico:						N/A					
Observaciones: <span style="color: #4682B4;">N/A</span>																				
<b>3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>																				
<b>3.1 Características climatológicas</b> <input type="checkbox"/>																				
a. Clima:						Templado			b. Temperatura(°C):			25° - 28° C			c. Aventura					
<b>3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)</b> <input type="checkbox"/>																				
a. Cultura						<input checked="" type="checkbox"/>			b. Naturaleza			<input type="checkbox"/>			c. Aventura <input type="checkbox"/>					
<b>3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico</b> <input type="checkbox"/>																				
a. Prístino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>				d. Rural <input type="checkbox"/>				e. Urbano <input checked="" type="checkbox"/>				
<b>3.4 Ingreso al atractivo (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>																				
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención														
		Ingreso	Salida	Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar								
Libre <input checked="" type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> <span style="color: #4682B4;">texto</span>									
Restringido <input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> <span style="color: #4682B4;">texto</span>									
Pagado <input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> <span style="color: #4682B4;">texto</span>									
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>								
e. Precio:		Desde <span style="color: #4682B4;">0,00</span> Hasta <span style="color: #4682B4;">0,00</span>				Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>										
g. Meses recomendables de visita:				<span style="color: #4682B4;">texto</span>																
Observaciones: <span style="color: #4682B4;">N/A</span>																				

**4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO** SI  NO  SI

a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): CATAMAYO

b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano: 13 km c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: 0:15 h/min d. Coordenadas (grados decimales): Lat.: 0 Long.: 0

Observaciones: texto

**4.2 Vías de Acceso (M)**

		Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado
a. Terrestre (M)	<input type="checkbox"/>	a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0	texto	
		b. Segundo orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	
		c. Tercer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	

Observaciones: N/A

b. Acuático (U)	<input type="checkbox"/>	Marítimo	Puerto / Muelle de partida	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	Estado	
		<input type="checkbox"/>	texto				texto
		Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida		texto		Puerto / Muelle de Llegada
		Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Puerto / Muelle de Llegada	texto	

Observaciones: texto

c. Aéreo (U)  Nacional:  Internacional:

Observaciones: N/A

**4.3 Servicio de transporte (M)**

a. Bus  b. Buseta  c. Transporte 4x4  d. Taxi  e. Moto taxi  f. Teleférico   
 g. Lancha  h. Bote  i. Barco  j. Canoa  k. Avión  l. Avioneta   
 m. Helicóptero  n. Otro  Especifique

Observaciones: N/A

**4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M)**

a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual	
Coop. Catamayo	Estacion	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Loja, Catamayo
Coop. Trans. "San Pebita"	Estacion	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Loja, Catamayo
Coop. Loja	Estacion	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Loja, Catamayo
Coop. Union Cariamanga	Estacion	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Loja, Catamayo
Coop. Nambija	Estacion	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Loja, Catamayo

**4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)**

General  Discapacidad Física  Discapacidad Visual  Discapacidad Auditiva  Discapacidad Intelectual o Psicosocial  d. No es accesible

Observaciones: No cuenta con ranflas para personas con discapacidad

**4.5 Señalización**

a. Señalización de aproximación al atractivo  Estado (U) Bueno  Regular  Malo

Observaciones: texto

**5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS** SI  NO  SI

**5.1 Planta turística (M)**

a. En el Atractivo				b. En la ciudad o poblado cercano			
<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas

Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	2	0	0		
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>						
<b>Alimentos y bebidas</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	<b>Alimentos y bebidas</b>	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		
Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	15	0	0	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0		
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Fuentes de soda	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>						
<b>Agencias de Viaje</b>	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			<b>Agencias de Viaje</b>	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados				
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0			Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0				
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0			Internacionales	<input type="checkbox"/>	0				
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0			Operadoras	<input type="checkbox"/>	0				
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>						
<b>Guía</b>	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	<b>Guía</b>	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>						
<b>5.2 Facilidades en el entorno al atractivo</b> <input type="checkbox"/>											
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)					
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	I-Tur	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardianía	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Miradores	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Senderos	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e. Otros <input type="checkbox"/>	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
			0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Observaciones: <input type="text"/>											

5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>	
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/>
Especifique: <a href="#">texto</a>		Especifique: <a href="#">texto</a>	
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/></span>			
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearíá <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: <a href="#">texto</a>		
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
6.2 Entorno (U) <input type="checkbox"/>			
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearíá <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: <a href="#">texto</a>		
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo			
a. Declarante: <a href="#">texto</a>	b. Denominación: <a href="#">texto</a>	b. Fecha de declaración: <a href="#">texto</a>	c. Alcance: <a href="#">texto</a>
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/></span>			
7.1 Servicios Básicos <input type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>	
Agua: <input type="checkbox"/>		Agua: <input type="checkbox"/>	

Especifique: <input type="text"/>			Especifique: <input type="text"/>					
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>			Energía eléctrica <input type="checkbox"/>					
Especifique: <input type="text"/>			Especifique: <input type="text"/>					
Saneamiento: <input type="checkbox"/>			Saneamiento: <input type="checkbox"/>					
Especifique: <input type="text"/>			Especifique: <input type="text"/>					
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>			Disposición de desechos <input type="checkbox"/>					
Especifique: <input type="text"/>			Especifique: <input type="text"/>					
Observaciones: <input type="text"/>								
<b>7.2 Señalética en el atractivo</b> <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	<input type="text"/>							
Observaciones: <input type="text"/>								
<b>7.3 Salud (más cercano) (M)</b> <input type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>					
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0			
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0			

Otros	<input type="checkbox"/>		0	Otros	<input type="checkbox"/>		0	
Observaciones: <a href="#">texto</a>								
<b>7.4 Seguridad (M)</b> <input type="checkbox"/>								
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle	<a href="#">texto</a>					
b. Policía nacional	<input type="checkbox"/>		<a href="#">texto</a>					
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		<a href="#">texto</a>					
d. Otra	<input type="checkbox"/>		<a href="#">texto</a>					
Observaciones: <a href="#">texto</a>								
<b>7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)</b> <input type="checkbox"/>								
<b>a. En el atractivo</b> <input type="checkbox"/>				<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input type="checkbox"/>				
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>		Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>		
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>		Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>		
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>			Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>			
Observaciones: <a href="#">texto</a>								
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>								
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>				
Observaciones: <a href="#">texto</a>								
<b>7.6 Multiamenazas (M)</b> <input type="checkbox"/>								
Deslaves <input type="checkbox"/>	Sismos <input type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	Incendios forestales <input type="checkbox"/>					
Sequía <input type="checkbox"/>	Inundaciones <input type="checkbox"/>	Aguajes <input type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>					
Deslaves <input type="checkbox"/>	Sismos <input type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	Incendios forestales <input type="checkbox"/>					
Sequía <input type="checkbox"/>	Inundaciones <input type="checkbox"/>	Aguajes <input type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>					
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento:	<a href="#">texto</a>	Nombre del documento:	<a href="#">texto</a>	Año de elaboración:		0	
Observaciones: <a href="#">texto</a>								
<b>8. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b>						SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Año de elaboración:				
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:				
<a href="#">texto</a>								
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:				
<a href="#">texto</a>								
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:				
<a href="#">texto</a>								
Observaciones: <a href="#">texto</a>								
<b>9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b>						SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
<b>9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b> <input type="checkbox"/>								
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>								
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>	e. Surf <input type="checkbox"/>				
f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>	i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>				
k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>				
p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>	q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesca deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	<a href="#">texto</a>			
Observaciones: <a href="#">texto</a>								

a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Cangoning	<input type="checkbox"/>
f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>
k. Pícnico	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>	m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	texto	

Observaciones: texto

## 9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (J)

### 9.2.1 Tangibles e intangibles

a. Recorridos guiados	<input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input type="checkbox"/>
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/> texto

Observaciones: texto

## 10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI NO SI/

### 10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)

¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI  NO  Especifique: texto

¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI  NO

Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL: texto	Ninguna
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna

Observaciones: texto

### 10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI NO Especifique: texto

Observaciones: texto

## 11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI NO SI/

### 11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos

a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI  NO  Tipo: Digital  Papel  Años de registro: 0

b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI  NO  Frecuencia de los reportes: Ninguna

#### c. Temporalidad de visita al atractivo

Alta (meses)	Especifique	Número de visitantes
<input type="checkbox"/>	texto	0
Baja (meses)	texto	0

#### d. Llegada de turistas

<input type="checkbox"/> Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/> Turista extranjero	Llegadas mensuales	Total Anual
Ciudades de origen	texto	0	Países de origen	texto	0
	texto	0		texto	0
	texto	0		texto	0

Observaciones: [texto](#)

### 11.2. Frecuencia de visita según informantes clave

Nombre del Informante Clave:	<a href="#">texto</a>	Contactos:	<a href="#">(+593)</a>			
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>		Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>				
Lunes a viernes <input type="checkbox"/>	Fines de semana <input type="checkbox"/>	Días feriados <input type="checkbox"/>	Permanente <input type="checkbox"/>	Estacional <input type="checkbox"/>	Esporádica <input type="checkbox"/>	Inexistente <input type="checkbox"/>

Observaciones: [texto](#)

### 12. RECURSO HUMANO SI NO S/I

a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/>		d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/>			
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>		g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M) <input type="checkbox"/>			
Primaria <input type="checkbox"/>	Secundaria <input type="checkbox"/>	Primeros Auxilios <input type="checkbox"/>	Hospitalidad <input type="checkbox"/>	Inglés <input type="checkbox"/>	Alemán <input type="checkbox"/>
Tercer Nivel <input type="checkbox"/>	Cuarto Nivel <input type="checkbox"/>	Atención al Cliente <input type="checkbox"/>	Guianza <input type="checkbox"/>	Francés <input type="checkbox"/>	Italiano <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	<a href="#">texto</a>	Sensibilización de discapacidades <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Chino <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>

Observaciones: [texto](#)

### 13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

[texto](#)

### 14. ANEXOS

#### a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)

--	--

Fuente: [texto](#)

#### b. Ubicación gráfica del Atractivo

--

Fuente: [texto](#)

<b>FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)</b>		
<b>ELABORADO POR:</b>	<b>VALIDADO POR:</b>	<b>APROBADO POR:</b>
Apellido y Nombre	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre
Institución	Institución	Institución
Cargo	Cargo	Cargo
Correo Electrónico	Correo Electrónico	Correo Electrónico
Teléfono	Teléfono	Teléfono
Firma	Firma	Firma
Fecha	Fecha	Fecha

## Anexo 7. Ficha INPC

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR	<b>INSTITUTO NACIONAL DE          PATRIMONIO CULTURAL</b> DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL <b>FICHA DE REGISTRO</b>	 <b>INPC</b> <small>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL</small>	<b>CÓDIGO</b>
--	--	--	---------------

### 1. DATOS DE LOCALIZACIÓN

<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Catamayo
<b>Parroquia:</b> San Pedro De La Bendita	Urbana      Rural (X)
<b>Localidad:</b> San Pedro de la Bendita	
<b>Coordenadas UTM:</b> 3°55'60" S y 79°25'0" W	

### 2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



**Descripción de la fotografía:** Producto y comerciantes del roscón se realiza todo el proceso manual desde la compra de productos, preparación, y al momento de hornear.

**Código Fotográfico:** IMG\_20220625\_15210.jpg

### 3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN del Productor de Roscón

<b>Nombres del productor:</b>	Gisela Luzuriaga		
<b>Género</b>	M ( )	F ( X )	<b>Edad</b>   30 AÑOS
<b>Grupo Social:</b> Mestizo			
<b>Productos que realiza:</b>	Panadería y derivados Roscón Bizcochuelo Arepas Keyes		

### 4. DESCRIPCIÓN

El negocio es herencia de la familia de esposo y se va realizando la venta ya 20 años de producción y comercialización.

	Periodo	Detalle de la Periodicidad
	Anual	. El producto se lo prepara de manera continuo debido a que al diario se consume.
X	Continua	
	Ocasional	
	Otro (diaria)	

Alcance		Detalle del Alcance	
	Local	Se lo comercializa a diferentes ciudades como Guayaquil, Quito, Loja	
	Provincial		
	Regional		
X	Nacional		
	Internacional		
TÉCNICA			
Materiales		Procedencia	Forma de adquisición
Harina			Tienda o micro mercado
Huevos			Tienda o micro mercado
Azúcar			Tienda o micro mercado
Manteca			Tienda o micro mercado
Mantequilla			Tienda o micro mercado
Levadura			Tienda o micro mercado
Royal			Tienda o micro mercado
5. PORTADORES / SOPORTES			
		Detalle de la procedencia	
Procedencia del saber			
Padres e hijos		Herencia de sus suegros ya que ellos le enseñaron y querían que siga su tradición de la producción de roscón	
Maestros – aprendiz			
Centro de capacitación			
Otro			
		Detalle de la transmisión	
Transmisión del saber			
Padres e hijos		Se desea mantener la tradición familiar tal cual como es la receta	
Maestros – aprendiz			
Centro de capacitación			
Otro			
6. INTERLOCUTORES (datos del entrevistador)			
<b>Apellidos y nombres:</b>		<b>Teléfono</b>	<b>Sexo</b>
Lizeth Dayana Flores Jara		0967571148	Femenino
<b>Edad</b>			
23			
<b>Dirección:</b> Barrio el Dorado			
<b>Institución:</b> Universidad Nacional de Loja		<b>Carrera:</b> Turismo	
<b>Fecha de inventario:</b> 20 DE diciembre del 2022			
7. ANEXOS			
Fotografías		Videos	Audios
8. OBSERVACIONES			

## Anexo 8. Entrevista a productores

### Pregunta 1

<b>1. Usted es productor o comerciante del Roscón</b>			
<b>Sujeto informante</b>	<b>Nombres</b>	<b>Comentario</b>	<b>Resumen Conclusivo</b>
Productor 1	Gisela Luzuriaga	Es productora y lo que se refiere a comercializar el producto se dedican a familia del esposo.	En este caso los productores además de producir comercializan el mismo roscón.
Productor 2	Isabel Correa	Por el momento solo es productora del roscón	
Productor 3	Edisson Anginsaca	Es productor y comerciante del roscón	

### Pregunta 2

<b>2. ¿Cuánto tiempo lleva usted produciendo/vendiendo este producto?</b>			
<b>Sujeto informante</b>	<b>Nombres</b>	<b>Comentario</b>	<b>Resumen Conclusivo</b>
Productor 1	Gisela Luzuriaga	Lleva 13 años produciendo el roscón	Los productores llevan ya más de 10 años en la producción del roscón esto quiere decir que tienen mucha experiencia.
Productor 2	Isabel Correa	Lleva 60 años en la producción del roscón	
Productor 3	Edisson Anginsaca	Lleva 20 años con la producción del producto.	

### Pregunta 3

<b>3. Considera usted que el roscón genera desarrollo económico y turístico de la Parroquia.</b>			
<b>Sujeto informante</b>	<b>Nombres</b>	<b>Comentario</b>	<b>Resumen Conclusivo</b>
Productor 1	Gisela Luzuriaga	Si, por que San Pedro de la Bendita vive del comercio, debido a que es la entrada al Cisne	En este caso los productores consideran que el roscón si genera el desarrollo económico y turístico ya que lo toman como tradición lojana.
Productor 2	Isabel Correa	Si, por que la gente es lo que más consume	
Productor 3	Edisson Anginsaca	Si porque cuando llega el turista es lo tradicional, y es lo primero que pregunta para el consumo.	

### Pregunta 4

<b>4. ¿Cuál es la temporada alta para que los turistas degusten el producto roscón?</b>			
<b>Sujeto informante</b>	<b>Nombres</b>	<b>Comentario</b>	<b>Resumen Conclusivo</b>
Productor 1	Gisela Luzuriaga	La temporada más alta seria en agosto y noviembre por la Romería y en el Mes de mayo por las fiestas marianas.	La temporada mas alta en la cual todos coinciden es agosto y noviembre que se
Productor 2	Isabel Correa	Agosto y noviembre	

Productor 3	Edisson Anginsaca	Desde julio en adelante más en agosto	refieren a la romería de la Virgen del Cisne
-------------	-------------------	---------------------------------------	--

### Pregunta 5

**5. ¿Cree usted que el roscón que se produce la parroquia San Pedro forma parte de la gastronomía local, representa una motivación para que los turistas visiten la parroquia? ¿Por qué?**

Sujeto informante	Nombres	Comentario	Resumen Conclusivo
Productor 1	Gisela Luzuriaga	Si, por que el roscón es originario de San Pedro y si es motivación	A opinión de los productores ellos consideran que este producto si es tradición y forma parte de la gastronomía ya que es el más conocido y buscado.
Productor 2	Isabel Correa	Si, por que se a trabajado bastante tiempo en este tipo de producto.	
Productor 3	Edisson Anginsaca	Si por qué es lo típico de la parroquia	

### Pregunta 6

**6. ¿Qué estrategias de promoción le parecen más adecuadas para dar a conocer la marca de este producto?**

Sujeto informante	Nombres	Comentario	Resumen Conclusivo
Productor 1	Gisela Luzuriaga	Marketing digital en este caso las redes sociales.	La estrategia más usada en la parroquia es el boca a boca y, pero en la actualidad tratar de usar las diferentes redes sociales.
Productor 2	Isabel Correa	El reconocimiento de las personas que ya conocen el trabajo	
Productor 3	Edisson Anginsaca	La promoción y su estrategia es trabajar de mejor manera y el boca a boca para tener recomendaciones	

### Pregunta 7

**7. Le interesaría ser parte de la promoción en base a este producto.**

Sujeto informante	Nombres	Comentario	Resumen Conclusivo
Productor 1	Gisela Luzuriaga	Si, por que San Pedro de la Bendita vive del comercio, debido a que es la entrada al Cisne	Los productores si están interesados a formar parte de la promoción de este producto.
Productor 2	Isabel Correa	Si por que generaría mejor economía	
Productor 3	Edisson Anginsaca	Claro con mucho gusto si me interesa	

## Anexo 9. Certificación del tribunal de Grado



FACULTAD, JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE TURISMO

### CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Loja, 22 de agosto de 2023

En calidad del tribunal calificador del trabajo de integración curricular, titulado: **“El Roscón” como potencial producto turístico de la Parroquia San Pedro de la Bendita, Cantón Catamayo**, de la autoría de la señorita Lizeth Dayana Flores Jara, portadora de la cédula de identidad Nro. 1150088142 previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo, certificamos que se ha incorporado las observaciones realizadas por los miembros del tribunal, por tal motivo se procede a la aprobación y calificación del trabajo de integración curricular y la continuación de los trámites pertinentes para su publicación y sustentación pública.

**APROBADO**

Certificamos en honor a la verdad:



JHOHANA MERCEDES  
LARREA SILVA

Ing. Jhohana Larrea Silva Mg. Sc

**PRESIDENTE**



MARUXI YADIRA  
LOARTE TENE

Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene Mg.Sc.

**VOCAL PRINCIPAL**



ALEX JAVIER QUITO  
RAMÓN

Ing. Alex Javier Quito Ramón Mg.Sc.

**VOCAL PRINCIPAL**

072 - 545190

072 - 545175

Ciudad Universitaria **“Guillermo Falconi Espinosa”**  
Casilla Letra **“S”** La Argelia, Loja – Ecuador

Página 1 | 1

Educamos para **Transformar**

## Anexo 10. Certificado de Traducción de Inglés



### CERTIFICADO DE TRADUCCIÓN

Loja, 12 de septiembre de 2023

Lic.  
Diana Quevedo Aguilar.  
CC.EE. Idioma Inglés.

#### CERTIFICA:

Haber traducido del Idioma Español al Idioma Inglés, el ABSTRACT del Trabajo de Investigación denominado: **"El Roscón" como potencial producto turístico de la Parroquia San Pedro de la Bendita, Cantón Catamayo**. Elaborado por: **Lizeth Dayana Flores Jara**, portadora de la cédula de identidad No. **1150088142**.

La técnica de traducción utilizada fue: Traducción Literal.

Lo certifico.

Atentamente

Lic. Diana Quevedo Aguilar  
C.I. 1104558505

