



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

*La Universidad Católica de Loja*

**ÁREA ADMINISTRATIVA**

**TÍTULO INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**Planificación para la creación de la Unidad de Turismo en el Gobierno  
Autónomo Descentralizado del Cantón Calvas**

**TRABAJO DE TITULACIÓN.**

**AUTOR:** Serrano Conza, Adriana de los Ángeles

**DIRECTORA:** Sánchez Cevallos, Rosario Estefanía, Mgs

**LOJA – ECUADOR  
2016**



*Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>*

Septiembre, 2016

## APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Magister.

Rosario Estefanía Sánchez Cevallos

### DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación: **Planificación para la creación de la Unidad de Turismo en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Calvas**, realizado por **Adriana de los Àngeles Serrano Conza**, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, Junio 2016

f) .....

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo Serrano Conza Adriana de los Ángeles, declaro ser autor (a) del presente trabajo de titulación: **Planificación para la creación de la Unidad de Turismo en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Calvas**, de la Titulación en Hotelería y Turismo, siendo, Estefanía del Rosario, Sánchez Cevallos director (a) del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y trabajo de fin de maestría que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f.....

**AUTOR: Serrano Conza Adriana de los Ángeles.**

**CÉDULA :1104765654**

## **DEDICATORIA**

Dedico la elaboración de mi tesis en primer lugar a Dios y a mis padres, quienes han velado por mi educación, brindándome el apoyo necesario para poder seguir creciendo en mi desarrollo profesional y celebrar conmigo el alcance de cada meta trazada.

De igual forma a mi hermana y sobrinos, por su compañía en el desarrollo de mi trabajo de investigación.

Así mismo, ofrezco este trabajo a una persona muy especial, como lo es mi prima y mis demás familiares que vivió conmigo en casa, compartiendo los mejores años de mi vida, prodigándome compañía y comprensión.

**Adriana Serrano Conza**

## **AGRADECIMIENTO**

Mis sinceros agradecimientos, principalmente al todopoderoso por revestirme de sabiduría en la consecución de este importante logro que marca mi vida

De una manera multiforme a mi familia, por el apoyo incondicional económico y personal, ayudándome en mis tareas para que me dedique con todo el empeño al logro de mis ideales, y disfrutar ahora, al ver cristalizada mi aspiración de titularme profesionalmente

A mi distinguida Directora, la excelente catedrática Mgs. Estefanía Sánchez, por compartir sus sabias directrices con la mejor intención, que siga los lineamientos de nuestra prestigiosa UTPL

**Adriana Serrano Conza**

## ÌNDICE DE CONTENIDOS

<b>APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN .....</b>	<b>viii</b>
<b>DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS .....</b>	<b>ix</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>x</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>xi</b>
<b>ÌNDICE DE CONTENIDOS .....</b>	<b>xii</b>
<b>ÌNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ÌNDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>xv</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>1</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>2</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>3</b>

### **CAPÍTULO 1**

#### **MARCO TEÓRICO**

##### **ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO**

1.1. Generalidades del Cantón Calvas .....	7
1.1.1. Ubicación.....	7
1.1.2. Características climáticas. ....	8
1.2. Situación Socio-Cultural y Económica.....	11
1.2.1. Población.....	11
1.2.2. Educación.....	12
1.2.3. Salud.....	15
1.2.4. Contexto económico.....	17
1.2.5. Sectores productivos del Cantón.....	26

### **CAPÍTULO 2**

#### **ANÁLISIS DE LA INSTITUCIONALIDAD Y POTENCIALIDAD TURÍSTICA DEL CANTÓN**

##### **CALVAS**

2.1.1. Estructura política administrativa de la institución pública.....	37
2.1.2. Mapeo de actores que conforman la cadena de valor turística del Cantón.....	40
2.2. Análisis de la Potencialidad Turística del Cantón.....	42
2.2.1. Análisis de la oferta.....	42
2.2.1.1. Planta Turística.....	42
2.2.1.1.1.....	46

Uso de NTICS en la oferta turística. ....	46
2.2.1.2. Determinación del potencial turístico del Cantón. ....	65
2.2.1.3. ....	75
Análisis de las líneas de productos potenciales para el Cantón de acuerdo al MINTUR 2020. ....	75
2.2.1. Análisis de demanda. ....	78
2.2. Foda institucional y turístico. ....	81

## **CAPÍTULO II**

### **PLANIFICACIÓN ORGÁNICA FUNCIONAL**

3.1. Misión .....	85
3.2. Vision .....	85
3.3. Objetivos.....	85
3.4. Valores.....	86
3.5. Competencias.....	86
3.6 Organigrama.....	88
3.8. Manual de procesos .....	92
3.9 Manual de procesos .....	96
3.10. Presupuesto .....	97
3.11. Estudio técnico .....	98
1.1.1. Análisis y determinación de la localización óptima de la Unidad de turismo.....	98
1.1.2. Ubicación de la Unidad de turismo. ....	98
1.1.3. Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros de insumo. ....	98
1.2. Estudio económico .....	99
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>102</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>103</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>104</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>108</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Población del Cantón Calvas .....	12
<b>Tabla 2</b> Proyección de la población ecuatoriana, por años calendario, según cantones .....	12
<b>Tabla 3</b> Edades de los niños que reciben educación inicial y pre-escolar en porcentaje .....	14
<b>Tabla 4</b> Comparativo de indicadores educativos.....	15
<b>Tabla 5</b> Pobreza comparativa por necesidades básicas insatisfechas (NBI).....	19
<b>Tabla 6</b> Población total por parroquias del Cantón Calvas.....	21
<b>Tabla 7</b> Tasa de Ocupación Plena del cantón Calvas .....	21
<b>Tabla 8</b> Actividad económica del cantón. ....	23
<b>Tabla 9</b> Establecimientos económicos por sector Manufactura, Comercio, Servicios y Otros en el cantón, 2010.....	26
<b>Tabla 10</b> Uso actual del suelo de Calvas .....	27
<b>Tabla 11</b> Formas de agricultura en el cantón Calvas .....	29
<b>Tabla 12</b> Producción pecuaria de grandes productores del cantón Calvas a nivel parroquial.....	30
<b>Tabla 13</b> Actividades artesanales principales de Calvas.....	32
<b>Tabla 14</b> Asociaciones de Productores de Calvas registradas en el MICIP. ....	32
<b>Tabla 15</b> Comercialización de producción agrícola en el cantón Calvas .....	33
<b>Tabla 16</b> Tipos de actores del Cantón Loja.....	42
<b>Tabla 17</b> Inventario de la planta turística del Canton Calvas.....	44
<b>Tabla 18</b> Datos generales de la empresa.....	53
<b>Tabla 19</b> Atractivos Turísticos.....	65
<b>Tabla 20</b> CERRO AHUACA .....	66
<b>Tabla 21</b> EL CERRO PAN DE AZÚCAR.....	67
<b>Tabla 22</b> BALNEARIO RIO LUCERO .....	68
<b>Tabla 23</b> TEMPLO SANTUARIO VIRGEN DE LA NUBE .....	69
<b>Tabla 24</b> IGLESIA MATRIZ.....	70
<b>Tabla 25</b> CRUZ RELIGIOSA CIUDADELA AMAZONAS.....	71
<b>Tabla 26</b> CAPILLA DE LA VIRGEN AHUACA DEL CARMEN .....	72
<b>Tabla 27</b> CAPILLA EL CIMBORIO .....	73
<b>Tabla 28</b> Inventario del Potencial Turístico del cantón Calvas .....	77
<b>Tabla 29</b> ANALISIS FODA del Cantón Calvas .....	81
<b>Tabla 30</b> Manual de Procesos de la Unidad de Turismo del Cantón Calvas .....	96
<b>Tabla 31</b> Presupuesto para la Unidad de Turismo .....	99
<b>Tabla 32</b> Infraestructura e Implemetos.....	100
<b>Tabla 33</b> Muebles y enseres .....	100
<b>Tabla 34</b> Total de inversión.....	100

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Modelo Económico del cantón Calvas .....	34
<b>Figura 2</b> Mapa de actores.....	41
<b>Figura 3</b> Alojamiento.....	54
<b>Figura 4</b> Agencia de Viajes .....	55
<b>Figura 5</b> restaurantes.....	55
<b>Figura 6</b> Utiliza las Tics en su empresa .....	56
<b>Figura 7</b> Nuevas Tics.....	56
<b>Figura 8</b> Obstáculos para la aplicación de Tics.....	57
<b>Figura 9</b> ¿Antes utilizaba las Nuevas Tecnologías de Información?.....	58
<b>Figura 10</b> Tiempo que no utiliza las tics .....	58
<b>Figura 11</b> Las tics interactúan con empresas del sector turístico.....	59
<b>Figura 12</b> Empresas con las que interactúan.....	59
<b>Figura 13</b> Teléfono .....	60
<b>Figura 14</b> Página Web.....	60
<b>Figura 15</b> Correo electrónico .....	61
<b>Figura 16</b> Redes sociales.....	61
<b>Figura 17</b> Incrementó nivel de ventas con el uso de las NTics. ....	62
<b>Figura 18</b> Beneficio de la empresa incremento nivel de ventas.....	62
<b>Figura 19</b> Las tics cubren las necesidades de la empresa.....	63
<b>Figura 20</b> Necesidades no cubiertas por las Tics .....	64
<b>Figura 21</b> Cruz en el Cerro Ahuaca .....	66
<b>Figura 22</b> El cerro Ahuaca.....	66
<b>Figura 23</b> Cerro Ahuaca Menor .....	66
<b>Figura 24</b> Bella Maria.....	67
<b>Figura 25</b> Vista panorámica de Cariamanga.....	67
<b>Figura 26</b> El Yeso.....	67
<b>Figura 27</b> Unión de los dos río.....	68
<b>Figura 28</b> Río y extracción de arena.....	68
<b>Figura 29</b> Iglesia La Nube y Busto al Padre Esteban Narganez .....	69
<b>Figura 30</b> Retablo .....	70
<b>Figura 31</b> Fachada.....	70
<b>Figura 32</b> Parte interna de la Iglesia .....	70
<b>Figura 33</b> Urna al Niño Jesus y Virgen del Cisne.....	71
<b>Figura 34</b> Parte interna de la Iglesia .....	72
<b>Figura 35</b> Fachada .....	72
<b>Figura 36</b> Roca de la Virgen .....	72
<b>Figura 37</b> Graderio y Urna a la Virgen del Cisne .....	73

## RESUMEN

La presente investigación surge por la necesidad de recopilar información conducente a crear una entidad que brinde las condiciones de participación, con personal idóneo para manejar adecuadamente los recursos naturales, culturales y turísticos del cantón Calvas. Es por ello que con el tema “Planificación para la creación de la Unidad de Turismo en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Calvas”. La entidad y departamentos pretende fortalecer el vínculo de nuestra ciudad con otros sectores productivos, ampliando variantes económicos para mejorar el estilo de vida de los habitantes, la economía y las relaciones sociales. Calvas, es una ciudad que permite evidenciar la factibilidad de la creación de la Unidad de Turismo. La información recopilada a través de encuestas, visitas insitu y visión ocular en los distintos lugares turísticos, entrevistas a los pequeños empresarios que poseen hostales, hosterías, restaurantes, ofertando gastronomía local, provincial, nacional y del exterior. Al término de las acciones se determinó que el cantón requiere potenciar el turismo, se presenta una propuesta, con un enfoque holístico aprovechando las fortalezas, que permita incrementar nuestra cultura.

PALABRAS CLAVES: unidad, turismo, gastronomía.

## **ABSTRACT**

This research arises from the need to collect information leading to create an entity that provides the conditions for participation, qualified staff to properly manage natural, cultural and tourist resources of the canton Calvas. That is why the theme "Planning for the creation of the Tourism Unit in the Decentralized Autonomous Government of Calvas Canton". The entity and departments aims to strengthen the bond of our city with other productive sectors, expanding economic variants to improve the lifestyle of the people, economy and social relations. Calvas, is a city that allows to demonstrate the feasibility of the creation of the Tourism Unit. Information collected through surveys, visits insitu and eyesight in the various tourist sites, interviews with small entrepreneurs who own hostels, inns, restaurants, offering local, provincial, national and foreign cuisine. At the end of the shares was determined that the canton requires boost tourism, a proposal is presented, with a holistic approach leveraging the strengths, which allows increasing our culture.

**KEYWORDS:** unity, tourism, gastronomy.

## INTRODUCCIÓN

Planificar la creación de la Unidad de Turismo en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Calvas, refiere en sí, a una dependencia que busque dar a conocer nuestro cantón en lo que corresponde a lugares que caprichosamente la naturaleza se ha dignado ofrecernos, es por ello que considero vital e importante que se aproveche los profesionales en la rama de hotelería, turismo, gastronomía, entre otros, para que potencien este ámbito y sea el referente para que el gobierno central brinde su apoyo, ya que solo conociendo las fortalezas y necesidades de los pueblos, se puede pretender su adelanto.

De otra forma, este proyecto de una manera multiforme nos amplía el abanico de oportunidades de dar a conocer nuestras fortalezas, plasmadas en hermosos lugares paradisiacos que a nivel provincial y nacional muy poco han tenido relevancia, mejorando la economía, toda vez que es una ciudad que no posee el desarrollo de empresas manufactureras de trascendencia, más aún, a pesar de tener la materia prima no se han potenciado fábricas que coadyuven a ofertar trabajo a sus habitantes.

Este trabajo investigativo esta seleccionado en tres capítulos en los cuales de una manera sucinta, en el primero, data sobre la ubicación, la flora, fauna, los lugares hermosos del cantón, los barrios con sus nombres que son originarios de su cultura ancestral, vertientes de agua, pequeñas empresas que producen tejidos, guarapo de caña, entre otros, así mismo comidas típicas con sus nombres especiales, relativos algunos de ellos a los ingredientes que se utilizan para su elaboración, en definitiva, todas las costumbres e identidad de nuestro hermoso Calvas.

En el segundo capítulo, nos direccionamos a conocer la estructura de la institución municipal, sus departamentos, funciones, atenciones a la ciudadanía y con datos reales y confiables los lugares para el sano esparcimiento como bares, discotecas, hosterías, comidas rápidas, restaurantes con su respectiva dirección y propietarios, indicándonos lo que ofertan, con una atención esmerada, toda vez que nuestra ciudad es cuna de docentes donde la cultura es el principal referente de identidad.

En el tercer capítulo, nos conduce ya a nuestra competencia, la planificación para la estructura orgánica funcional de la Unidad de Turismo del Cantón, donde se hace presente la misión y visión, base fundamental para potenciar esta entidad, así mismo los alcances que se pretende con esta creación, siendo pilares fundamentales que debe poseer nuestra municipalidad para lograr la oferta en el ámbito que se direcciona, sea de alta calidad.

Por otra parte, es menester acotar que el Gobierno Descentralizado del Cantón Calvas, con esta creación se beneficiará por dar cobertura a lo que Cariamanga posee, propiciando la oferta e inversión de empresarios, que de múltiple forma conduzcan a mejorar la forma de vida de sus habitantes y crecimiento de la ciudad.

Por lo tanto, el presente estudio, refleja los conocimientos actuales y los que debe poseer de una forma holística todo lo que puede ofertar la creación de la unidad de turismo, donde prevalezcan los interés de sus habitantes como del gobierno seccional, como potenciarlo, etc., haciendo hincapié en los principales requerimientos que deben poseer y por otro lado, enfatiza la importancia y se analiza desde el punto de vista la organización, tarea conjunta que en definitiva influyen en el mejor desempeño de sus personeros.

Con la implementación de este proyecto existe la certeza de lograr los objetivos trazados que a continuación los detallo.

- Impulsar el turismo para el desarrollo social, económico, cultural del cantón recuperando y revolucionando la riqueza cultural y natural
- Favorecer el crecimiento ordenado y armonioso de la actividad turística del cantón mediante la creación de la ordenanza municipal en relación al turismo de cada uno de sus atractivos
- Crear una red de turismo que cuente con la participación de personas capacitadas y conjuntamente con la ciudadanía
- Crear servicios comunitarios de calidad, comodidad en función a los propios recursos y así garantizar la seguridad de sus visitantes

La institución municipal cuenta con ciertos medios didácticos y recursos necesarios para poder implementar el proyecto, existe un alto porcentaje de factibilidad de lograr esta aspiración, es por ello que, no se pueden expresar limitantes en este trabajo ya que la institución brindó todo el apoyo a los requerimientos de datos especialmente, para llevar a buen término esta oferta de creación.

La metodología de apoyo ha sido la descriptiva y de campo, las mismas que entre sus acciones, nos conducen a un asertivo proceso investigativo sin lugar a sesgo, por ser fuentes confiables de datos que reposan para dar a conocer a quienes lo requieran, más aún si se trata de aportar en el adelanto económico social y cultural.

Es importante acotar que no se han presentado limitantes en el transcurso de la investigación, consecución de datos y registros para esta propuesta.

**CAPÍTULO I**  
**MARCO TEÓRICO**  
**ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO**

## 1.1. Generalidades del Cantón Calvas

### 1.1.1. Ubicación.

El Cantón Calvas se encuentra ubicado en el sur de la provincia de Loja, a una altura promedio de 1740 metros sobre el nivel del mar.

De acuerdo al PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTÓN CALVAS, el cantón Calvas limita al oeste con el cantón Paltas, al noreste con el cantón Gonzanamá, al sur con la República del Perú, al este con los cantones Quilanga y Espíndola y al oeste con el cantón Sozoranga. (PDOT, 2014)

Se hace mención, la demarcación geográfica por el oeste, ya que se ha tomado en cuenta el decreto de creación del Cantón Sozoranga, publicado en el registro oficial Nro. 941 del 28 de Noviembre de 1975, el mismo que dice: en su Art. 5 “Los límites que se establecen en el presente Decreto no lesionarán los derechos de los cantones colindantes cuyos límites serán los que legal y geográficamente han tenido”

**Art. 5.** “Los límites que se establecen en el presente Decreto no lesionarán los derechos de los cantones colindantes cuyos límites serán los que legal y geográficamente han tenido”. Si por una parte este artículo aparece como aclaratorio, por otra parte resulta contradictorio, por cuanto el mismo decreto de creación, al fijar la delimitación del cantón Sozoranga, cercena parte del cantón Calvas, desmembrando las siguientes localidades o barrios como son: Santanilla, Algodonal, Pongo, Gualo, Capilla de Chinchanga, Quisuala, Yunarrumi, Pampa Grande, Limón, Ningomine (parcial) y otros. (PDOT, 2014)

Esta contradicción ha dado margen a un inusitado movimiento de rebeldía y de pertenencia de los barrios antes mencionados al cantón Calvas, que además por error histórico – político, desmembró una Comuna la de Chinchanga. Basados en este reclamo, han solicitado que a través del GAD Parroquial de Colaisaca, se formalice una acción de intervención a las instancias competentes. El GAD cantonal de Calvas.

Calvas tiene una superficie de 1700 km<sup>2</sup> y una extensión de 855 km<sup>2</sup>.

## **Latitud y Longitud**

Calvas se encuentra ubicada en el hemisferio austral, en la zona tórrida; entre los 4° 9' y 4° 33' de latitud sur; y 79° 25' y 79° 54' de longitud occidental:

Es importante resaltar que el Río Calvas, constituye el lindero natural con el cantón Espíndola y con la República del Perú. Es el río de mayor importancia en el cantón Calvas, nace al sureste del cantón en la unión de los ríos La Capilla y Chiriyacu bajo el nombre de Pindo, luego al unirse con el río Espíndola toma el nombre de Calvas. (CPL, 2015)

Además el cantón está ventajosamente situado en torno a las cuencas del Catamayo al norte, con sus afluentes principales: Bella María, Samanamaca y La Palanca; y Calvas al sur, con sus afluentes principales: Espíndola, Amaluza y Pindo. Los dos sistemas fluyen al Pacífico formando primero el Macará y luego el Zapotillo para ir al Perú. (Municipalidad, 2010)

### **1.1.2. Características climáticas.**

El clima del cantón Calvas, de la provincia de Loja y toda la Región Sur del Ecuador se ve afectada por las diferentes corrientes de vientos alisios que ingresan hacia la depresión Andina

## **Factores climáticos**

Los factores que inciden en el clima del cantón son semejantes los que influyen en la provincia Loja y en toda Sudamérica, es decir la Zona de Convergencia Intertropical (ZCIT), el efecto de la interacción océano Pacífico-atmósfera (Fenómeno del Niño y Corriente Fría de Humboldt, los vientos Alisios) y la típica orografía serrana y costera, e indudablemente la posición geográfica de zona ecuatorial, ligada estrechamente a la radiación solar. El carácter peculiar del clima de la provincia, está supeditado al relieve típico, a la ausencia de la cordillera occidental y al fenómeno de la desertificación.

Los relieves locales interceptan, como barreras, la penetración de aire húmedo de los dos frentes y provocan fuertes contrastes térmicos a corta distancia, como es el caso entre las ciudades de Loja y Catamayo. El río Catamayo que atraviesa la provincia permite el paso durante la mayor parte del año del aire cálido y seco, que viene del desierto del sur,

contribuyendo a la desertificación, más acentuada hacia los extremos occidental y suroccidental. En los valles de Catamayo, Playas y en el margen izquierdo superior del río Jubones, aparecen mesoclimas tropicales semidesérticos como consecuencia de fenómenos climáticos ligados al relieve, como el Efecto Foehn<sup>1</sup> y Sombra Pluviométrica. (PFPL, 2011)

## **Temperatura**

El análisis de este parámetro climático, se obtuvo del análisis de los datos de la memoria técnica de la cartografía e información social y, de infraestructura comunitaria de la provincia de Loja realizado por ODEPLAN, MAG, DINAREN 2002, donde se tomaron los valores registrados en las estaciones meteorológicas existentes en la provincia de Loja. Sin embargo, el gradiente térmico es bastante irregular; en muchos casos a más de la latitud, depende de la orientación de las vertientes y del relieve del sector. El cantón tiene los siguientes pisos de temperatura:

**Templada:** 1200-2000 m.s.n.m.

**Fría:** 2000-3000 m.s.n.m.

## **Tipos de clima**

De acuerdo a la clasificación de pisos climáticos establecidos en el Almanaque ecuatoriano, edición 2001, Calvas posee tres tipos de clima: templado Subandino, Templado Subtropical y tropical.

**Clima Templado Subandino.-** Poseen este clima, los terrenos ubicados entre los 2500 y 3500 metros con un promedio de lluvia anual de 1700 mm y una temperatura que oscila de los 0° a los 8° C aproximadamente. Este clima se lo encuentra en la cordillera de Colaisaca y Guallinimí.

**Clima Templado Subtropical.-** Poseen clima templado los terrenos que están entre los 1200 y 2500 metros de altura, con un promedio de 1000 mm de lluvia anual y una temperatura media de 17,5° C. Es el más generalizado en el cantón, es propio de las estribaciones de la cordilleras mencionadas en el clima frío; también lo encontramos en la cordillera de Yarahuma. Los terrenos que gozan de este clima son los más poblados y aptos

---

<sup>1</sup>Se produce en relieves montañosos cuando una masa de aire cálido y húmedo es forzada a ascender para salvar ese obstáculo, es el proceso descrito en las laderas de sotavento y resulta ser un viento "secante" y muy caliente.

para cultivos variados, Cariamanga, Colaisaca y Utuana; así como los barrios de Azanuma, Moras, San Pedro Mártir, El Parco, San Juan, Chalacanuma, Ahuaca del Carmen, Tierras Coloradas, Cuinuma, Chingulle, Yambaca, El Toldo, Chalacanuma, Tabloncillo, Macaicanza, Santa Teresa, Tablón, Yunga, Macaicanza, Ahuaca Agua Dulce , Cerro Huachingue entre otros.

**Clima Tropical.-** Poseen clima cálido los terrenos que están entre los 800 y 1200 metros de altura, con un promedio de 500 mm de lluvia anual y una temperatura que oscila anualmente entre los 20° y 23°, Este clima se presenta en las partes bajas de las parroquias El Lucero y Sanguillín, especialmente en la población de Lucero y en los barrios: La Palma, Cangopita, La Ramada, Quisanga, El Lindero, Loma Larga, Cachaco, Usaime, Camayos, San José, Puerto Remolino. Guara, Bellamaría, Shilupa, Pishinamaca, etc.

La pluviometría anual distribuida en dos estaciones lluviosas, está comprendida entre 500 y 2000 mm. Las temperaturas medias se sitúan entre 18 y 25 C y la humedad relativa entre 65 y el 85 %.

La posición del Ecuador dentro del globo terráqueo, la inclinación de los rayos solares con respecto al Ecuador, la distancia desde el sol hasta el Ecuador, entre otros factores son los determinantes para que en el cantón Calvas se precisen dos tipos de estaciones: Invierno y verano.

El Invierno con frecuencia se extiende desde los últimos días de diciembre hasta los primeros de Junio, durante esta estación es común ver lluvias abundantes acompañadas con temperaturas bajas. El invierno no es continuo, es interrumpido por dos “veranillos” el uno a finales del mes de enero y el otro a finales de marzo y comienzos de abril, esto cuando no se producen alteraciones ocasionadas por la presencia de fenómenos que aumentan o disminuyen en exceso las precipitaciones, produciendo en el primer caso el deterioro de los caminos, poca productividad, presencia de tormentas y en el segundo caso, la presencia de sequías y alteraciones climáticas.

El verano se extiende desde los primeros días de junio hasta los primeros días de diciembre, se caracteriza por días soleados con altas temperaturas, las noches son frías con descensos de temperatura, la presencia de vientos se inicia en los meses de julio y se terminan en septiembre.

## **1.2. Situación Socio-Cultural y Económica**

### **1.2.1. Población.**

El canton Calvas cuenta con mayor población en la ciudad de Cariamanga cabecera cantonal del Cantón, la misma que se distribuye con las partes urbanas de las parroquias San Vicente, Chile y Cariamanga; el 60,4 % de la población se ubica en periferia y el 39,6 % en Cariamanga centro o ciudad.

Las parroquias rurales de Colaisaca, El Lucero Sanguillín y Utuana, se caracterizan por tener la población mayoritariamente distribuida en las periferias, alejadas de la cabecera parroquial: en promedio, el 12% se ubica en las cabeceras y el 88 % en el resto del territorio.

En números absolutos, la población de Calvas ha disminuido desde 1982 a 2001 (Ver Gráfico 1.1), de 30.123 a 27.568 habitantes, registrando tasas de crecimiento de -0.34 y -0.56 % en los períodos intercensales 1982-90 y 1990-2001, respectivamente. Esto debido a dos causas fundamentales:

El aislamiento y la ruptura seculares de la provincia en relación con el resto del territorio nacional que han disminuido las opciones de empleo y de satisfacción de las necesidades vitales y desarrollo humano, que han impulsado al habitante sureño a buscar dicha satisfacción fuera de su tierra natal, y la transición demográfica, un fenómeno de ocurrencia en el nivel nacional, como producto de la aplicación de políticas de control de la natalidad y otras afines al control demográfico, dentro de una propuesta de lucha contra la pobreza.

El Cantón Calvas tiene una población de 28185 habitantes (Censo 2010), representando el 6.28% de la Población de la Provincia de Loja. De este total, 13950 hab., son hombres y 14235 hab., son mujeres. Un porcentaje significativo de la población ocupa el área urbana del cantón, es decir, 47.23%; el 52.77% restante se distribuye entre sus cuatro parroquias rurales.

**Tabla 1** Población del Cantón Calvas

CANTÓN CALVAS	CENSO 2001			CENSO 2010		
	URBANO	RURAL	CANTONAL	URBANO	RURAL	CANTONAL
HOMBRES	5147	8431	13578	6401	7549	13950
MUJERES	5773	8253	14026	6910	7325	14235
TOTAL	10920	16684	27604	13311	14874	28185

Fuente: (INEC–Ecuador, 2001–2010).

Elaborado: (Paladines & Asociados, 2011)

Desde el Censo realizado en el 2001 hasta el de 2010, el Cantón Calvas ha experimentado un crecimiento del 2.10% de su población, con una tasa de crecimiento cantonal de 0.23% anual, es decir de 581 habitantes, lo que representa un incremento positivo mínimo.

Existe en el INEC una proyección, obviamente estos datos están sujetos a comprobación no dejan de ser inferencias y a continuación se detallan así.

**Tabla 2** PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA, POR AÑOS CALENDARIO, SEGÚN CANTONES

2010-2020

Código	Provincia y Cantón	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1101	LOJA	222.830	227.913	233.039	238.171	243.321	248.473	253.625	258.767	263.900	274.112	263.900
1102	CALVAS	29.479	29.543	29.595	29.636	29.665	29.682	29.684	29.674	29.651	29.616	29.651

Fuente: (INEC–Ecuador, 2016)

Elaborado: (Serrano, 2016)

Se puede evidenciar que la proyección esta errada, porque de acuerdo al Censo del 2010 son 28 185 los habitantes, confrontando con la que consta en el INEC son 29 479 habitantes, esto nos permite entrever que, los datos sin lugar a sesgo se realizan mediante un Censo todo esto en relación al número de habitantes en Calvas.

En definitiva lo que si se puede observar que el número de habitantes no crece significativamente como es en otras ciudades, considerándose principalmente como un nudo crítico la migración existente en las parroquias rurales.

### 1.2.2. Educación.

La educación puede definirse como el proceso de socialización de los individuos. Al educarnos, somos capaces de asimilar y aprender conocimientos. En el caso de los niños, la

educación busca fomentar el proceso de estructuración del pensamiento y de las formas de expresión. Hoy por hoy, podemos hablar de la educación permanente o continua que establece que el proceso educativo, no se limita a la niñez y juventud, sino a que los seres humanos debemos adquirir conocimientos a lo largo de toda nuestra vida. (Rojas Osorio, 2013)

La educación como servicio público se prestará a través de instituciones públicas, fiscomisionales y particulares.

En los establecimientos educativos se proporcionarán sin costo servicios de carácter social y de apoyo psicológico, en el marco del sistema de inclusión y equidad social. (Constitución Política de la República del Ecuador)

El La educación es uno de los principales aspectos para medir el desarrollo humano de los países y regiones, pues constituye la mejor herramienta para enfrentar los grandes retos del presente y del futuro, para capacitar al más importante recurso estratégico que tienen los pueblos que son los recursos humanos: niños, niñas, adolescentes y jóvenes. (Basulto Ruiz, 2009).

El índice de educación está formado en base a las variables de analfabetismo, nivel de escolaridad, instrucción superior y tasa neta de asistencia a nivel primario, secundario y superior. Este muestreo está dado en un rango de 0 a 100 puntos, en donde los valores más cercanos a 100 nos indican mejores condiciones en el desarrollo educativo. Calvas tienen 51,78 puntos; lo que revela que es uno de los cantones con mayor deficiencia en el desarrollo educativo, el mismo que va aumentando en su deficiencia, mientras más se va alejando de la cabecera cantonal o del área urbana.

No obstante a lo expuesto, es menester acotar que los pueblos definitivamente están encausados por el adelanto cognitivo de sus habitantes, siendo el pilar fundamental la educación si se pretende llegar a un horizonte diferente, donde las oportunidades sean igualitarias con relación a otros contextos.

Por otra parte, las cifras expresan objetivamente los grupos humanos de acuerdo a las edades, en la forma como se ubican relativamente, nivel educativo y porcentajes de habitantes de este cantón: 8% de analfabetismo; 6,1 años de promedio de escolaridad, 58,4% alcanzan primaria completa; 14,5% llegan a completar secundaria completa; 12%

instrucción superior; y poseen 140 establecimientos educativos, lo que indica que la mayoría de sus habitantes por razones de pobreza, tienen que trabajar desde muy pequeños, dejando a un lado su educación. (PDOT G. A., 2011)

El (INEC, 2014), afirma que de los niños/niñas que reciben educación inicial, en la zona urbana un 45.63% (279 niños/niñas) están en edades entre 0 – 1 años, 45.63% (279 niños/niñas) entre 2 – 3 años, y el restante 8.74% (53 niños/niñas) se encuentran en edades entre 4 – 5 años. Mientras que en la zona rural, un 41.61% (486 niños/niñas) están en edades entre 0 – 1 años, 48.45% (566 niños/niñas) entre 2 – 3 años, y el restante 9.94% (116 niños/niñas) entre 4 – 5 años.

Esta realidad nos permite tener una idea holística y fundamentada como la población en nuestro cantón ha venido incrementándose y sobre todo, proyectarnos a inferir la situación poblacional para los próximos años cuando se realice un nuevo Censo Nacional.

**Tabla 3** Edades de los niños que reciben educación inicial y pre-escolar en porcentaje

<b>EDADES</b>	<b>URBANA (%)</b>	<b>RURAL (%)</b>
0 – 1 año.	45.63	41.61
2 – 3 años.	45.63	48.45
4 – 5 años.	8.74	9.94
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: (INEC, 2010).

Elaborado: (Paladines & Asociados, 2011)

Es evidente que el más alto porcentaje se establece en el sector rural en las edades de 2 a 3 años, dando a entrever que hoy en día la educación no se ha rezagado como antiguamente era desatendida dentro de este contexto.

Es evidente el apoyo de las autoridades educativas que prestan todo su afán para que este grupo humano pueda acceder a los planes educativos que se ofertan en adelanto de la educación de nuestro cantón y país

### **Establecimientos educativos**

Los establecimientos educativos están reglamentados por el Ministerio de Educación, dividida en educación fiscal, fisco misional, municipal, y particular; laica o religiosa , hispana o bilingüe intercultural. La educación pública es laica en todos sus niveles, obligatoria hasta el nivel básico, y gratuita hasta el bachillerato o su equivalente. (dineib, 2012)

Los centros educativos existentes en el cantón Calvas, de acuerdo al registro maestro de la Coordinación Zonal de Educación, existen un total de 113 establecimientos educativos los cuales se encuentran con un deficiente y deteriorado tipo de infraestructura. (Maldonado, 2014)

En el Cantón Calvas tiene el mayor número de estudiantes, docentes, y planteles educativos, de igual forma tiene acceso a mejores servicios complementarios para la educación como transporte, servicios de salud, instalaciones deportivas, medios de comunicación, etc.

En el siguiente cuadro está indicando cual es la población y el número de establecimientos educativos.

**Tabla 4** Comparativo de indicadores educativos

<b>Comparativo de indicadores educativos</b>						
<b>CANTÓN</b>	<b>Nro. Estudiantes</b>	<b>%</b>	<b>Nro. Docentes</b>	<b>%</b>	<b>Planteles Educativos</b>	<b>%</b>
<b>CALVAS</b>	9335	67,92	684	58,61	125	50,40323

**Fuente.** (Centros Educativos , 2011)

**Elaborado:** (Serrano,2016)

### **1.2.3. Salud.**

Según la Organización Mundial de la Salud tiene una definición concreta: es el estado completo de bienestar físico y social que tiene una persona, A partir de la década de los cincuenta, la OMS revisó esa definición y finalmente la reemplazó por esta nueva, en la que la noción de bienestar humano trasciende lo meramente físico. (OMS, 2015). “la salud es el estado de completo bienestar físico, mental y social y no solo la ausencia de enfermedad y minusvalía”. (Gurina, 01-2012)

Los indicadores de salud son instrumentos de evaluación que pueden determinar directa o indirectamente modificaciones, dando así una idea del estado o situación de una población en general. La metodología utilizada para el desarrollo del Índice de Salud es el análisis factorial, éste índice tiene un rango de 0 a 100 puntos, valores cercanos a 100 nos indican mejores condiciones en el área de la salud.

Calvas es el cuarto cantón con mejor índice de salud de la provincia de Loja, con 48,24%; esto tampoco significa que se encuentre bien, sufre al igual que otros cantones, provincias y regiones del país del déficit en salud. Cuentan con 3 Subcentros de salud, 6 Dispensarios médicos y 1 establecimiento público que es el Hospital José Miguel Rosillo; existen 73 personas capacitadas entre médicos, enfermeras y auxiliares para atender estos establecimientos; lo que indica 2,18 médicos por cada 1000 habitantes.

Ahora bien, el índice de oferta en Salud se interpreta, como un promedio de indicadores relacionados con el número de personas, que labora en establecimientos de salud y la relación por cada 10000 habitantes, de tal manera que los mayores valores representan la mayor oferta de servicios con relación a la población. Calvas con 29,36% de índice de oferta de salud, es uno de los cantones que presenta un mejor índice, pero pese a esto el personal es insuficiente para el tamaño de la población.

El Hospital “José Miguel Rosillo”, atiende diariamente un promedio de 150 a 160 pacientes en los que se incluyen habitantes de Espíndola, Gonzanamá, y Sozoranga.

No existe cifras exactas sobre los pacientes atendidos diariamente y de médicos, siendo estos de planta y otros que hacen su año rural, es así que, mediante consulta personal a los directivos se pueden acceder a las siguientes cifras, observando que son variables constantes.

No obstante a lo mencionado, dentro de estas instalaciones se brinda atención en:

- Consulta externa (17 médicos tratantes en horario a tiempo completo), promoción y educación para la salud;
- Emergencia (atención las 24 horas);
- Hospitalización (en Gineco-Obstetricia, Clínica, Pediatría, y ocasionalmente cirugías con una disponibilidad total de 27 camas);
- Maternidad gratuita y atención a la infancia, complementada con vitaminas y nutrientes para mujeres y niños/as;
- Farmacia con entrega gratuita o a precios muy bajos, según naturaleza, disponibilidad y condiciones económicas de los pacientes;
- Odontología, con curaciones y endodoncia a costos módicos;
- Laboratorio, con análisis sencillos como: biometría hemática, coproparasitarios, hemo bacilos copias;

- Departamento Sanitario de inmunologías humana, canina y felina;
- Registro de nacimientos y defunciones; y campañas de vacunación cuando son programadas por el Ministerio de Salud Pública. (Hospital Miguel Rosillo Calvas, 2016)

Es menester acotar que no existen cambios estructurales en atención peor aún en infraestructura, ya que el proyecto de construcción de un nuevo hospital no quedó mas que en mero proyecto, pese a que se lo consideró a Calvas como el cantón donde funcionaría el Ministerio de Salud de este distrito.

### **Mortalidad.**

Es el proceso natural mediante el cual desaparece una población a lo largo del tiempo, se estudia a partir de una información de flujo: las defunciones que ocurren durante el período considerado. El fenómeno de la mortalidad se analiza mediante una fuente dinámica de información: el registro de defunciones. (PrintScreen, 2015)

Los datos de mortalidad indican el número de defunciones por lugar, intervalo de tiempo y causa. Los datos de mortalidad de la OMS reflejan las defunciones recogidas en los sistemas nacionales de registro civil, con las causas básicas de defunción codificadas por las autoridades nacionales. (salud, 2016)

La tasa de mortalidad en este cantón es de 5,28 por cada 1000 habitantes, además existen 5822 mujeres en edad fértil, y una desnutrición crónica en niños menores a cinco años de 55,8%.

Las principales causas de mortalidad en el cantón son las siguientes: IRA sin Neumonía, Parasitosis; y EDA sin deshidratación. (Paladines y Asociados , 2011).

Esta información fundamentada se prescribe hasta la presente fecha, debido a que no existen otros datos oficiales que manifiesten otros indicadores y cualquier otra información estaríamos incurriendo en sesgo.

#### **1.2.4. Contexto económico.**

Las principales actividades económicas a las cuales se dedica la población son:

comerciales, agrícolas, ganaderas, artesanales; con la particularidad de ser una zona fronteriza con la República del Perú. Existen importantes grupos de personas dedicadas al intercambio 7 comercial de productos como café, arveja, maní, frejol y maíz. (Jiménez, 2015)

Para mejorar la economía es necesario crear un país que sea más atractivo para la inversión, pero sin necesidad de comprometer de forma absoluta la soberanía nacional. Para crecer económicamente con mayor celeridad, hay que mejorar el clima de inversión, eliminar ciertas trabas burocráticas, crear y respetar leyes claras que se apliquen de forma expedita y equitativa para todos los ciudadanos. (Pinto, 2014)

La economía en definitiva es uno de los puntales que diferencia un pueblo de otro y nuestro cantón no es la excepción ante esta situación.

Por lo aportado en algunos aspectos es imprescindible prestarle el afán que se requiere y tratar como a continuación se detalla.

## **Pobreza**

Refiriéndose a este tema muy controversial, Sen (1996), define como pobreza a la carencia de capacidades y derechos debido al contexto económico y sociopolítico de la sociedad, que termina perpetuando las desigualdades en las dotaciones iniciales de las personas al impedirles plena participación de sus capacidades (Pardo, 2007)

Para la medición de la pobreza el INEC utiliza recomendaciones internacionales para lo cual se compara el ingreso per cápita familiar con la línea de pobreza y pobreza extrema que en marzo de 2016 se ubicaron en US\$ 84,25 y US\$ 47,48 mensuales por persona respectivamente. Los individuos cuyo ingreso per cápita es menor a la línea de pobreza son considerados pobres, y si es menor a la línea de pobreza extrema son considerados pobres extremos. (Melody Serrano, Juan Carlos Serrano, 2016)

La pobreza, ha sido medida con referencia a la disponibilidad de ingresos para satisfacer las necesidades básicas, o a partir del consumo de los hogares. Se considera “pobre” a una persona, si pertenece a un hogar que presenta carencias persistentes, en la satisfacción de sus necesidades; incluyendo vivienda, salud, educación y empleo; esta definición establece a un hogar como pobre si presenta una de las siguientes condiciones:

- Su vivienda tiene servicios inadecuados (Viviendas sin conexión a acueductos o tubería, o sin sanitario conectado a alcantarillado o a pozo séptico).
- El hogar tiene una alta dependencia económica (Aquellos con más de 3 miembros por persona ocupada y que el Jefe(a) del hogar hubiera aprobado como máximo dos años de educación primaria).
- En el hogar existen niños (as) que no asisten a la escuela (Aquellos con al menos un niño de seis a doce años de edad que no asiste a la escuela).
- El hogar se encuentra en un estado de hacinamiento crítico (Aquellos con más de tres personas en promedio por cuarto utilizado para dormir).

La provincia experimenta una situación de pobreza y extrema pobreza, superior a la media nacional, y dentro de esta situación, el cantón Calvas cuenta con el 75,6% de sus habitantes, y el 77,6% de niños y jóvenes sumergidos en la misma, por insatisfacción de sus necesidades básicas; lo que ha conllevado, a que sus habitantes se trasladen a otras ciudades en busca de salud, educación, fuentes de trabajo, que les permita mejorar sus condiciones de vida. (SIISE 2010)

Hasta la presente no existen otros estudios en nuestro cantón que tengan un indicador actual que el que reposa en en GAD Calvas como referente.

**Tabla 5** Pobreza comparativa por necesidades básicas insatisfechas (NBI)

CANTÓN	PROMEDIO	CANTIDAD		POBLACIÓN TOTAL
		MUJERES	HOMBRES	
Loja	49.4	44698	41745	175077
Calvas	75.6	10394	10467	27604

Fuente: (SIISE, 2010)

Elaborado: (Paladines& Asociados, 2010)

Por lo expuesto y en comparación con la provincia, es significativo como un elevado porcentaje de pobreza se evidencia en nuestro cantón, especialmente en los hombres más que en las mujeres, debido a que tenemos un gran porcentaje de mujeres trabajando en la docencia y esto es un referente para ellas tengan mayores oportunidades de trabajar.

### **Análisis del PEA**

(INEC, 2007), PEA es el principal indicador de la oferta de mano de obra en una sociedad. Las personas económicamente activas son todas aquellas que, teniendo edad para trabajar,

están en capacidad y disponibilidad para dedicarse a la producción de bienes y servicios económicos en un determinado momento. Incluye a las personas que trabajan o tienen trabajo (ocupados) y a aquellas que no tienen empleo pero están dispuestas a trabajar (desocupados). Son inactivos quienes no están en disponibilidad de trabajar ya sea por edad, incapacidad o decisión propia.

La Población Económicamente Activa (PEA) se la realiza para 2 grupos de edad: los denominados infantes (10-17 años) y los jóvenes (18 a 24 años). Esto es complementado con un análisis de los núcleos familiares que soportan ambos tipos de trabajadores. Entre los principales resultados encontrados se destaca que una proporción pequeña de los trabajadores infantiles se encuentran estudiando. Además el ingreso derivado de trabajo es, en promedio, fundamental para sus núcleos familiares. Entre los trabajadores juveniles en cambio, no se observa que el trabajo sea tan imperativo para el soporte de sus hogares. (GUERRERO, 2015)

Según el censo de población y vivienda efectuado por el INEC en el año 2010, se establece que el cantón Calvas cuenta actualmente con 28185 habitantes, de los cuales el 56,25% se encuentran en edad de trabajar (PET); y el 36,63% es la Población Económicamente Activa (PEA).

El Grupo de población mayoritaria del cantón Calvas es la mestiza, con 27033 personas que abarcan más del 95,9% de sus habitantes. Además existen 623 personas de raza blanca, 100 Indígenas, 102 Mulatos, 224 Negros, 76 Montubios y 27 personas que no han sabido responder a que grupo pertenecen. La población según los grupos de edades se divide de la siguiente manera.

Es importante resaltar que nuestro cantón está atravesando por un alto índice de migración ya que lamentablemente no hay fuentes de trabajo y, para los jóvenes que necesitan estudiar el nivel superior, no se oferta atención universitaria, razones por las cuales optan por salir de su ciudad, aunque no existe un censo para medir la migración se pudo conocer a través de entrevistas a las autoridades pertinentes.

**Tabla 6** Población total por parroquias del Cantón Calvas

<b>PARROQUIAS</b>	<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>	<b>TOTAL</b>
Cariamanga, Chile y San Vicente	10.402	10.899	21.301
Colaisaca	941	913	1.854
El Lucero	1.037	988	2.025
Utuaña	704	633	1.337
Sanguillín	866	802	1.668
<b>TOTALES</b>	<b>13950</b>	<b>14235</b>	<b>28.185</b>

Fuente: (INEC–Ecuador. 2010)

Elaborado: (Serrano, 2016)

La tasa global de ocupación plena hace referencia al porcentaje de personas de la PEA que se encuentran ocupadas. En el cantón la tasa global de ocupación plena se encuentra en el 63,13% de la PEA total lo que se puede observar en el siguiente cuadro.

**Tabla 7** Tasa de Ocupación Plena del cantón Calvas

<b>Cantón</b>	<b>Porcentaje (%)</b>	<b>Ocupados (hab)</b>	<b>Pea 15 años y más (hab)</b>
CALVAS	63,13	10009	15854

Fuente: (SIISE, 2008)

Elaborado: (Paladines & Asociados, 2011)

## **Estructura productiva**

### **Empleo**

El empleo es de vital importancia no sólo por ser de interés social sino también porque refleja el nivel de producción y capacidad del cantón para generar fuentes de empleo y recursos para sus habitantes. (Maldonado, 2014)

A inicios de 2011, todavía se sienten los estragos de la crisis financiera internacional, sobre todo en los indicadores de empleo. Lo más preocupante es que a nivel mundial las variables de desempleo son menos propensas a evolucionar favorablemente que otras variables económicas. De esta manera, se evidenció que aunque la mayoría de economías del mundo, en especial las desarrolladas, comenzaron a crecer a partir del segundo semestre de 2009, el desempleo no ha bajado en las mismas proporciones ni con la misma rapidez en nuestro país, como si ha ocurrido en países más desarrollados.

En nuestro país es evidente que el empleo es uno de los aspectos que mas está afectando a los ciudadanos y por otra parte, en distintas instituciones hay despidos de trabajadores debido a la baja demanda y crisis económica no solamente nacional sino mundial.

### **Tasa de Ocupación Plena**

Población constituida por personas ocupadas de 10 años y más que trabajan, como mínimo, la jornada legal de trabajo y tienen ingresos superiores al salario unificado legal y no desean trabajar más horas, o bien que trabajan menos de 40 horas y sus ingresos son superiores al salario unificado legal y no desean trabajar más horas. (inec, 2012)

Si se analiza desde el lado la demanda de empleo, en Ecuador se observa una tendencia estable en la composición del mercado laboral por tipo de empleador desde el año 2008. En general, de cada 10 plazas de trabajo ocho son generadas por el sector privado, y dos son generadas por el sector público. (Moncayo, 2014)

Este indicador es la expresión en datos, pero conocemos que la realidad vivenciada da mucho que desear y que en la mayoría de instituciones optimizan recursos a fin de ofertar menos plazas de trabajo y adicionando las tareas a los que poseen un contrato indefinido o nombramiento.

### **Actividades industriales y manufactureras**

La actividad industrial manufacturera es de pequeñas dimensiones, medianamente desarrollada. Se desarrolló inicialmente al amparo de una política de sustitución de importaciones hacia los años sesenta y con la puesta en el descenso de las importaciones, se aplicaron algunas políticas que permitieron aumentar levemente la base industrial de la región; de esta forma, la industria local se inició en la producción de bienes con escasa base tecnológica y con limitado uso de mano de obra calificada. (Chiriboga, 2011)

Aunque es uno de los principales cantones de la Provincia de Loja, no ha desarrollado industrias relevantes que permitan salir de su estatus económico, pese a los limitantes si es posible citar algunas de ellos que de alguna forma permiten mejorar la economía de sus habitantes.

En el cuadro se muestra la información referente a los establecimientos económicos existentes en el cantón por su actividad principal, considerando la clasificación entregada por el Cuerpo de Bomberos de Calvas, de todas las Actividades Económicas.

**Tabla 8** Actividad económica del cantón.

<b>ACT. ECONÓMICA</b>	<b>CANTON CALVAS</b>	<b>TOTAL ESTABLECIMIENTOS ECONÓMICOS</b>
Nro.		<b>Absoluto</b>
	<b>Total</b>	<b>1183</b>
1	Tiendas de Abasto	271
2	Cantinas	4
3	Vendedores ambulantes	6
4	Juegos Mecánicos	1
5	Venta de Pinturas	4
6	Almacén de electrodomésticos	2
7	Salones de comida	10
8	Burguer	4
9	Cafeterías	11
10	Marisquería	5
11	Picantería	8
12	Asaderos	5
13	Almacenes en general	16
14	Almacén de computadoras	2
15	Carpinterías	14
16	Cerrajerías	6
17	Aserrios	1
18	Mueblerías y otros	14
19	Farmacias	27
20	Consultorios Médicos	15
21	Consultorios Dentales	14
22	Laboratorios clínicos	4
23	Bazares y otros	47
24	Depósitos de gas	4
25	Criadores de Pollos	6

26	Almacén de lanas	3
27	Almacén Automotriz	4
28	Discotecas, Bares, Karaokes	7
28	Estaciones de Servicio	3
30	Balnearios y Canchas sintéticas	8
31	Casas de Tolerancia	2
32	Venta de café molido	1
33	Copiadora de Llaves	1
34	Licoreras	1
35	Almacén de Plásticos	3
36	Almacenes electrónicos	4
37	Mini market y micromercados	3
38	Gimnasio	1
39	Compra venta de vehículos	1
40	Molineras y Piladoras	3
41	Coliseo de Gallos	7
42	Centros fotográficos y de filmación	3
43	Rotulaciones y publicidad	5
44	Juegos de billar y electrónicos	6
45	Bancos cooperativas de ahorro	7
46	Agencias de viajes y correos	3
47	Perfumerías y joyerías	3
48	Funerarias	2
49	Lavadoras de autos	5
50	Arreglo de calzado y Herrerías	3
51	Distribuidores	7
52	Fábricas	1
53	Venta de cerámica	3
54	Talabartería / marmolería	5
55	Venta y arreglo de celulares	6
56	Centros comerciales	14
57	Mecánicas/Vulcanizadoras	9
58	Sastrerías	13
59	Tercenas de carne	11
60	Librerías y papelerías	11

61	Almacenes Aluminio y Vidrio	10
62	Consultorios Jurídicos	4
63	Venta de CD y otros	15
64	Imprenta y centros de copiado	10
65	Panaderías	24
66	Talleres /radiotécnico/carpintería/metalurgia	26
67	Venta de verduras	19
68	Venta de zapatos	23
69	Boutiques, venta de ropa	55
70	Peluquerías	10
71	Gabinete de belleza	22
72	Bodegas principalmente granos	24
73	Almacenes agropecuarios	14
74	Cyber / Centro de computo/Cabinas	46
75	Ferreterías	21
76	Residenciales, hoteles, hostales, hosterías	11
77	Salón Social	1
78	Bares Escolares	12
79	Locales comerciales en mercado central, Chile y Terminal	112
80	Transporte de combustible y gas	7
81	Restaurants	48

**Fuente:** (Cuerpo de Bomberos de Calvas, 2012)

**Elaborado:** (Paladines & Asociados, 2011)

En el cuadro 7 se indica los establecimientos económicos que existen en el cantón Calvas, derivados por sectores siendo el grupo mayoritario con 271 dedicados a tiendas de abastos, muy a pesar que últimamente se han visto algunos de ellos bajar su nivel de ventas e ingresos para sus propietarios, generando de alguna manera preocupación constante y pensar en lo posterior el cierre de sus locales.

**Tabla 9** Establecimientos económicos por sector Manufactura, Comercio, Servicios y Otros en el cantón, 2010.

<b>CANTÓN</b>	<b>TOTAL</b>	<b>MANUFACTURA</b>	<b>COMERCIO</b>	<b>SERVICIOS</b>	<b>OTROS</b>
CALVAS	1240	82	792	364	2

**Fuente:** (Censo Nacional Económico, 2010)

**Elaborado:** (Paladines & Asociados, 2011)

Realmente en relación al comercio, este ocupa el primer puesto en la economía pese a que el aparato económico no sea el mejor, se sigue bregando con la esperanza que suba este índice y se pueda fortalecer este importante espacio económico.

### **1.2.5. Sectores productivos del Cantón.**

#### **Sector Agrícola**

El sector agrícola se divide en dos partes: propiamente Agricultura y Ganadería, el sector agrícola es una actividad productora o primaria que obtiene materias primas de origen vegetal a través del cultivo. Se trata de una de las actividades económicas más importantes del medio rural. (JulieBCN, 2010)

El peso específico de las actividades agrícola y pecuaria en el sector primario del cantón Calvas es alto pues son las tareas productivas más extendidas, debido a su alta relación con otras actividades en la zona. Además de lo mencionado, los subcomponentes agro y pecuario facilitan los alimentos, bebidas, fibras y productos medicinales para el consumo de la población. Adicionalmente, ofrecen a las industrias ubicadas en otras ciudades, materias primas de origen agropecuario, promoviendo el comercio y los servicios de apoyo a la producción. Al mismo tiempo, el sector primario tiene un importante papel estratégico en la conservación de los recursos naturales, la seguridad alimentaria y participa en las exportaciones.

La agricultura y la ganadería constituyen la base de la economía del cantón, pues concentra al 32,63 % de la población económicamente activa, siendo el sector agropecuario la segunda fuente de ocupación laboral. El 50,11 % de las tierras se destinan a la actividad agropecuaria, es decir 2,30 % a la agricultura y 47,82 % a la ganadería, el 48.56 % para montes y bosques y para otros usos el 1,33 %, de acuerdo al uso actual del territorio, como muestra el cuadro siguiente cuadro (Paladines y Asociados , 2011).

El cantón Calvas se caracteriza por ser netamente agrícola y ganadero siendo el sector primario la principal fuente de ingresos del lugar, los principales productos que comercializan los pequeños productores son: maíz, fréjol, arveja, café, que se venden a los comerciantes mayoristas para expenderlos fuera del cantón.

**Tabla 10** Uso actual del suelo de Calvas

<b>Cobertura</b>	<b>Superficie (ha)</b>	<b>Porcentaje</b>
Área Urbana (Suelo Ocupado)	151,4	0,18
Asociación pasto matorral	6139,45	7,3
Bosque húmedo denso	1819,99	2,16
Bosque húmedo intervenido	1228,47	1,46
Bosque seco denso	75,59	0,09
Bosque seco ralo	8939,66	10,63
Cultivo de arroz	3,45	0
Cultivo de café	20,36	0,02
Cultivo de caña	0,21	0
Cultivos asociados andinos	195,63	0,23
Cultivos asociados subtropicales	1712,94	2,04
Matorral húmedo alto	13677,68	16,26
Matorral húmedo degradado	385,11	0,46
Matorral seco alto	13064,3	15,53
Matorral seco bajo	1652,43	1,96
Nube	137,63	0,16
Pastizal	338,18	0,4
Pasto natural	33739,45	40,11
Ríos	115,16	0,14
Sombra	110,05	0,13
Suelo desnudo	600,11	0,71

**Fuente:** (Paladines & Asociados, 2011)

**Elaborado:** (Serrano, 2016)

Según datos del MAGAP - 2011, la agricultura en Calvas combina los cultivos transitorios con los permanentes y además se practica la asociación de cultivos y rotación de los mismos. Los principales productos del cantón Calvas son: maíz asociado con fréjol, 3920 has (51%); maíz suave asociado con frejol 910 has (12%), café 1180 has (15%); arveja con 503 has (7%); caña con 450 has (6%); yuca 350 has (5%), otros cultivos como maní, zarandaja, tomate, banano (guineo común), hortalizas, frutales y papa con 328 has (4,6%).

## **Forma de Agricultura**

Se pueden diferenciar dos grandes formas de explotar la tierra. La agricultura ecológica, que intenta respetar al máximo el cultivo tradicional sin abonos químicos ni pesticidas; y la agricultura intensiva, donde lo importante es la cantidad producida, pasando a un segundo término el respeto a lo natural. (HERNÁNDEZ, 2014)

Existen dos formas de agricultura:

La propiedad colectiva predomina en las sociedades poco desarrolladas, en las que existe un régimen patriarcal que establece la forma de explotación de la tierra, realizándose algunas labores colectivamente. La propiedad colectiva aparece también en los países de economía socialista, en los que parte de la tierra es propiedad estatal.

La propiedad individual puede provenir de parcelación y reparto entre distintas familias de una propiedad colectiva inicial, de tierras concedidas a repobladores y colonizadores, de repartos de tierras conquistadas, de la compra de tierras, etc. (Ortega, 2006)

En el cantón Calvas, la única representación de superficie agrícola irrigada se encuentra en El Lucero, donde está establecido el canal de riego Chiriyacu - Lucero es el único sistema de estas características en todo el cantón.

Este sistema, (canal) es parte de un proyecto que beneficia también al cantón Espíndola y parte de Quilanga. La cota de captación es de 1.253 m.s.n.m, en el río Pindo y subcuenca del Macará y cuenca del Catamayo, con un área de riego de 2,700 hectáreas y con una área total de regado de 1.516 ha para beneficio de unas 400 familias. En los años 2006 al 2009 y a partir del canal, se ha venido implementado con el apoyo de PROLOCAL y el Gobierno Provincial de Loja, riego por aspersión, tecnificando y optimizando el uso del agua para riego del sistema Chiriyacu-Lucero.

Sin embargo, dentro de la parroquia, las superficies de mayor beneficio pertenecen en al menos un 50 % a hacendados residentes en la ciudad de Cariamanga, y algunos en Loja. El resto del territorio brinda posibilidades a los cultivos de secano señalados anteriormente.

En la misma zona de El Lucero existen proyectos de rehabilitación de 12 acequias con un área regable de 183.3 ha, además es de destacar el estudio para el canal de riego Usaime (Parroquia Sanguillín) que consta en el Plan Inmediato de Riego de la provincia de Loja.

En definitiva y aún con lo expuesto no deja de ser un cantón rezagado en el apoyo gubernamental, que favorezca un atención al agricultor y poder cambiar una realidad lacerante en algunos contextos de nuestra orografía.

Entonces, la actividad agropecuaria principal se da en la modalidad de secano o temporal lo que se puede evidenciar en el siguiente cuadro.

**Tabla 11** Formas de agricultura en el cantón Calvas

Cantón	Cultivos		Riego				Secano			
	UPA´s	Has	UPA´s	Has	% UPA´s	% has	UPA´s	has	% UPA´s	% has
Calvas	7552	15276	1438	2198	19	14	6114	13078	81	86

**Fuente:** (III Censo Nacional Agropecuario, 2008)

**Elaborado:** (Paladines & Asociados, 2011)

### Sector ganadero

Es una actividad económica de origen muy antiguo que consiste en el manejo de animales domesticables con fines de producción para su aprovechamiento. Dependiendo de la especie ganadera, se pueden obtener diversos productos derivados, tales como la carne, la leche, los huevos, los cueros, la lana y la miel, entre otros. (Horwitz, 1998)

La ganadería, es una actividad generalizada y desarrollada prácticamente en todo el país, es considerada como un renglón socioeconómico para el desarrollo del campo; ha sido y es cuestionada fuertemente por su desempeño productivo e impacto ambiental. Por lo tanto debe equilibrarse en un nivel tecnológico aceptable y sostenible. (RECALDE, 2015)

En Calvas existen muy pocas áreas de pastizales, pero se dan principalmente en las vegas de los ríos y bajo el canal de riego Chiriyacu-Lucero (principalmente pasto chileno) esta producción, sustenta una ganadería de mejor rentabilidad que los cultivos agrícolas prenombrados, debido especialmente a menores costos de producción y disminución significativa del uso de mano de obra que demanda esta actividad.

En los cuadros se muestra la producción pecuaria existente en las parroquias del cantón según el tipo de productor:

**Tabla 12** Producción pecuaria de grandes productores del cantón Calvas a nivel parroquial.

PARROQUIA	PRODUCTOS CULTIVADOS		
	Grandes productores (entre 40 y 80 ha) promedio)	% que comercializan	Mercados
	Prod.	Prod.	
	Pecuarios	Pecuarios	
Cariamanga, SV y Ch.	Vacas (hasta 60) cerdos, aves de corral (hasta 60) y animales menores (como cuyes), burros (hasta 3)	95.00%	Cariamanga, ciudades de Loja y Guayaquil.
Colaisaca	Vacas (hasta 50), cerdos (hasta 15), cabras, aves de corral y animales menores	90.00%	Cariamanga, Lucarquí, ciudades de Loja y Guayaquil
El Lucero	Vacas (hasta 80), burros, vacas, aves de corral, cerdos y animales menores.	95.00%	Cariamanga, Amaluza, ciudades de Loja y Guayaquil
Utua	Vacas (hasta 50), cerdos y cabras (hasta 20), burros (hasta 6), aves de corral y animales menores	95.00%	Cariamanga, Lucarquí, ciudades de Loja y Guayaquil
Sanguillín	Vacas (hasta 50), cerdos y cabras (hasta 15), burros (hasta 4), aves de corral y animales menores	95.00%	Cariamanga, ciudad de Loja.

**Fuente:** (Paladines & Asociados, 2011)

**Elaborado:** (Serrano, 2016)

## Sector Industrial

La industria es el conjunto de procesos y actividades que tienen como finalidad transformar las materias primas en productos elaborados, de forma masiva. Existen diferentes tipos de industrias, según sean los productos que fabrican. (SECTOR INDUSTRIAL, 2013)

La industria manufacturera, después del comercio, es el sector que más aporta a la economía del país; su contribución al producto interno bruto nacional es alrededor del 14%.

La rama que más aporta a la producción de este sector es la de alimentos y bebidas. (Camara de Guayaquil, 2009)

En el Cantón Calvas, existen 1198 UPA's dedicadas a la caficultura, con una superficie de 1700 hectáreas, promedio de producción de 7 qq/ha/año, del total plantado, en producción existen 1275 hectáreas, con un volumen de 8925 qq/año.

El problema principal es que solamente el 20% del total producido en el 2011, es decir 1785 qq. Han sido procesados como café lavado con un precio promedio de \$350, mientras que los 7140 qq restantes se han vendido como café natural o bola a un precio referencial de \$180,00

El café de Loja, Calvas no es la excepción es el mejor café del Ecuador, y la calidad de su grano es apetecida en los mercados mundiales.

En conclusión en el cantón la mayoría de los cultivos son de época invernal, es decir de secano y ciclo corto: maíz, fréjol, etc. debido por un lado a la baja disponibilidad de agua en el cantón, a la carencia de sistemas de riego y a los prolongados períodos de sequía.

### **Artesanía**

La artesanía es un objeto totalmente cultural, realizados por artesanos que tienen la particularidad de variar dependiendo de la cultura, el paisaje, el clima y la historia del lugar. (Youssefsan, 2015)

Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. (Manila, 2009)

Las artesanías de mayor representación existentes en el cantón Calvas, giran en torno a sus propias costumbres a más de las alforjas (bolsicos) y jergas bordadas que se elaboran aun en algunos lugares rurales del Cantón, la talabartería en torno a la actividad ganadera y la crianza de caballos de paso son las más representativas.

**Tabla 13** Actividades artesanales principales de Calvas

CANTÓN	SECTOR	ARTESANÍA	PRODUCTOS	Otros cantones con productos similares
CALVAS	Cariamanga	Talabartería	Sillas de montar	Celica
			Arneses	Puyango
			Estribos	Loja

**Fuente:** (INEC, 2016)

**Elaborado:** (Serrano, 2016)

En el cuadro anterior establecemos las actividades artesanales de talabartería que se desarrollan en Cariamanga, además debe señalarse que existen otros cantones que realizan actividades similares entre los que se ubican aunque en menor grado Celica, Puyango, Loja.

La talabartería es la artesanía tradicional de Calvas, en los últimos años se está perdiendo debido a la falta de demanda, los artesanos están elaborando otro tipo de productos artesanales, con los mismos materiales, como son: sillas decorativas, (no de uso), pieles con grabados y zapatería.

Existen muy pocas materias primas locales con potencial de transformación para productos artesanales, la mayoría son externas, solamente se dispone de arcilla para cerámica y ciertos materiales locales.

**Tabla 14** Asociaciones de Productores de Calvas registradas en el MICIP.

CANTÓN	ASOCIACIÓN y MICROEMPRESA	DIRECCIÓN	ACTIVIDAD
CALVAS	Asociación Agroartesanal de Productores de tuna cochinilla.	Ciudad de Cariamanga	Elaboración de los derivados de tuna
	Asociación Agropecuario Artesanal San Francisco,	Calvas	Productores de huevos finqueros

**Fuente:** (Dirección de Producción y comercio-GPL, 2016)

**Elaborado:** (Paladines & Asociados, 2011)

Estas dos instancias, fueron apoyadas en su fase de fortalecimiento por PROLOCAL, y son parte del consorcio de Comercialización “El Finquero de Loja”, además en los últimos tiempos vienen siendo apoyados por la Dirección de Producción y Comercio del H. Consejo Provincial a través del departamento de Comercialización, la intención es fortalecer la capacidad de estas instancias para que puedan ofrecer sus productos que son de excelente calidad de manera regular y no solo en espacios promocionales o ferias. (GPL, 2011)

## Sector Comercial

El sector comercial representa la principal fuente de empleos en la economía local. El sector se ha diversificado y ha adquirido nuevas tendencias para lograr un desarrollo económico, integrado y acelerado; capaz de propiciar un aumento en el número de empleos creados. (DESECOC, 2012)

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica que consiste en la compra y venta de bienes, sea para uso propio para su venta o para su transformación. Es el cambio o transacción de algo o cambio de otra cosa de igual valor (SCIAN, 2002)

Este indicador hace referencia al tipo de comercialización al cual se destina la producción de cada UPA, en base a estos datos la mayor parte de la producción es vendida a los intermediarios, en mucho menor porcentaje el resto de la producción se destina al autoconsumo.

**Tabla 15** Comercialización de producción agrícola en el cantón Calvas

CANTÓN	% SÓLO AUTOCONSUMO	% VENTAS AL CONSUMIDOR	% VENTAS A INTERMEDIARIOS	% DE VENTAS AL PROCESADOR	% DE VENTAS AL EXPORTADOR
CALVAS	22,9	6,5	70,6	0,1	0

**Fuente:** (SIISE, 2010)

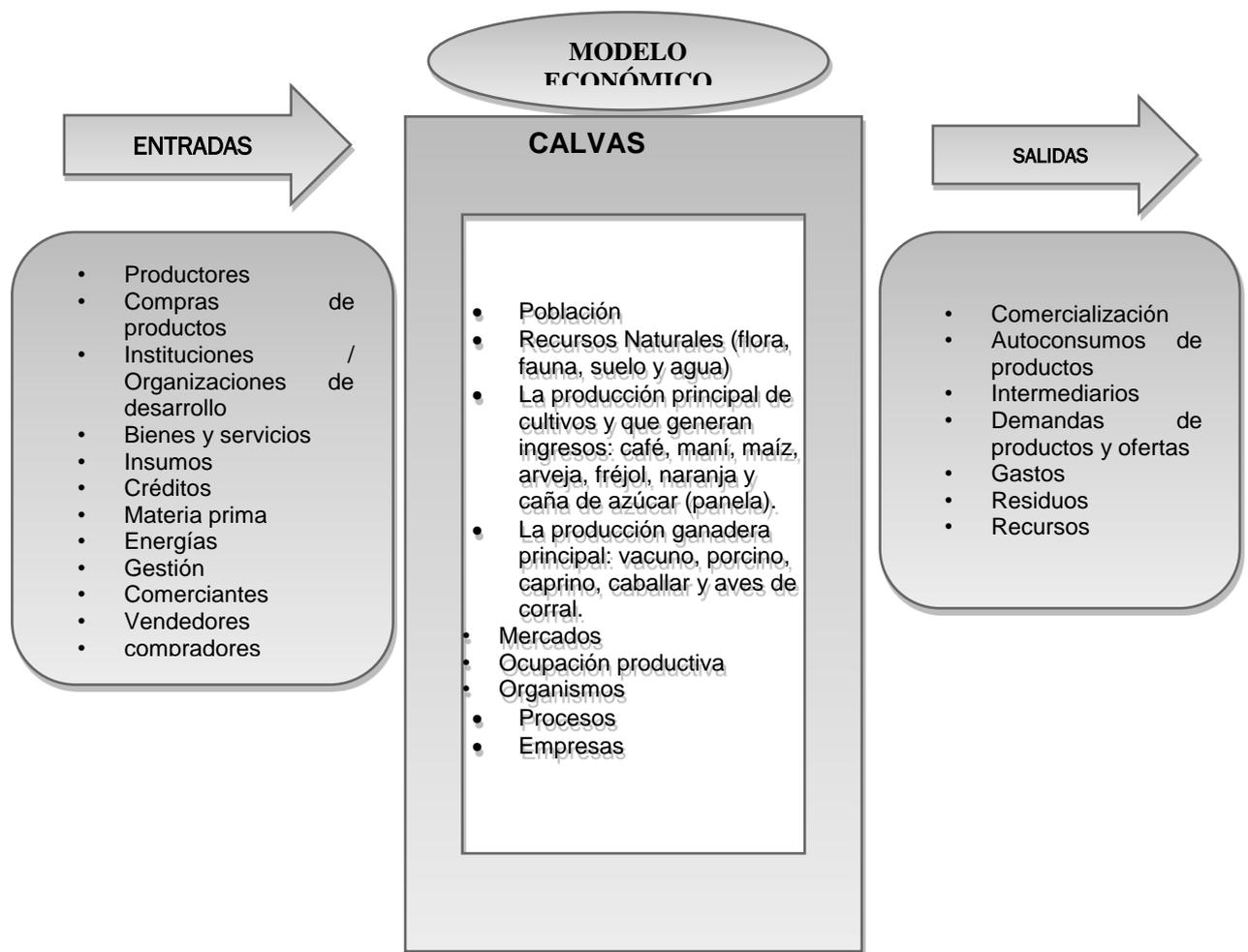
**Elaborado:** (Paladines & Asociados, 2011)

## Modelo Económico

Un modelo económico es una representación simplificada de la realidad, en la que se ponen de manifiesto las interrelaciones entre las variables relevantes. Los modelos económicos pueden ser verbales, gráficos o matemáticos, según el lenguaje formal utilizado para presentarlos. (Díaz Pulido, 2016)

Los modelos son representaciones simplificadas de un aspecto de la realidad social, el aspecto económico, que se refiere a los procesos de producción, distribución y consumo de bienes y servicios. (Econlink, 2016)

La economía del cantón Calvas, se fundamenta en la producción agropecuaria, sin embargo este aspecto se ve influenciado por algunos factores ambientales, socio-culturales, políticos entre otros que se encuentran sobre el territorio. A continuación en la figura siguiente se muestra la dinámica económica actual del cantón



**Figura 1** Modelo Económico del cantón Calvas

**Fuente:** (Trabajo de campo, 2014).

**Elaborado:** (Serrano, 2016)

## Turismo

*Según* (Join, 2008) El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa. (Krapf, 1942)

Durante las últimas décadas, en el cantón Calvas, la actividad turística ha demostrado ser capaz de generar empleo y beneficios económicos, ofreciendo bienestar y prosperidad, a los propios habitantes del territorio. Esto en resumen permite lograr un desarrollo turístico sostenible, que se orienta por cuidar al medio ambiente, preservar la riqueza histórico-cultural y proteger las comunidades ancestrales.

Por tal motivo, de modo complementario, desde el GAD cantonal se trabaja para lograr un adecuado sistema de orientación, información y seguridad turística

**CAPÍTULO 2**  
**ANÁLISIS DE LA INSTITUCIONALIDAD Y POTENCIALIDAD TURÍSTICA DEL**  
**CANTÓN CALVAS**

## 2.1. Análisis de la institucionalidad

### 2.1.1. Estructura política administrativa de la institución pública.

Según el artículo 54 literal a) del Código de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, COOTAD En el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Calvas está conformado por una estructura pública, prevé como una de las funciones del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal: *“Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial cantonal, para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas cantonales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales de acuerdo a los siguientes niveles:( COOTAD. 2014)*

**Art. 1.- Niveles Administrativos.-** Para el cumplimiento de sus funciones, atribuciones responsabilidades el Gobierno Autónomo Descentralizado municipal estará integrado por los siguientes niveles técnico-administrativos:

- a) Legislativo.
- b) Ejecutivo.
- c) Asesor.
- d) Gestión.
- e) Apoyo Administrativo.
- f) Operativo.

**Art. 2.- El Nivel Legislativo Normativo.-** El Concejo Cantonal es el órgano de legislación y fiscalización del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Calvas. Estará integrado por el alcalde o alcaldesa, que lo presidirá con voto dirimente, y por los concejales o concejalas elegidos por votación popular, de conformidad con lo previsto en la Ley de Elecciones.

**Art. 3.- El Nivel Ejecutivo.-** Constituye el más alto nivel de autoridad; formula, orienta, dirige e implanta las políticas de la entidad, y está integrado por el Alcalde o Alcaldesa, Vicealcalde o Vicealcaldesa del Concejo Municipal o Alcalde o alcaldesa Ocasional.

**Art. 4.- El Nivel Asesor.-** El Nivel Asesor constituye la instancia consultiva de organismos, autoridades y dependencias del Concejo Municipal, su relación de autoridad es indirecta respecto a las unidades de línea u operativas, su función se canaliza por intermedio del

Alcalde, el mismo que aprueba o modifica: planes, programas, proyectos, informes y en general los trabajos que presentan las dependencias que integran este nivel; está integrado por:

- Comisiones Permanentes;
- Comisión de Mesa, Excusas y Calificaciones,
- Comisiones Especiales.
- Asesoría Jurídica
- Coordinación Institucional

**Art. 5.- Nivel de Apoyo.-** El nivel de apoyo lo conforman principalmente los estamentos de Secretaría General del GADCC

**Art. 6.- El Nivel de Gestión.-** El nivel de gestión lo conforman todas las direcciones del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón.

**Art. 7.- El Nivel Operativo, Empresas Públicas y Unidades Desconcentradas.-** El Nivel Operativo es responsable directo de la ejecución de planes, programas, proyectos y prestación de servicios a la comunidad la conforman:

- Dirección Administrativa
- Dirección de Asesoría Jurídica
- Dirección de Planificación
- Dirección de Gestión Financiera.
- Dirección de Obras Públicas
- Dirección de Saneamiento Ambiental.
- Dirección de Cultura y Desarrollo Humano.
- EMAPAC-EP
- Patronato de Amparo Social y Cultural del Cantón Calvas.
- Cuerpo de Bomberos del Cantón Calvas
- Consejo Cantonal de la Niñez y Adolescencia.

**De la gestión por procesos.**

**Art.9. Definición de proceso.** Se entenderá por proceso, al conjunto de actividades dinámicamente relacionadas entre sí, que transforman insumos agregando valor, a fin

de entregar un bien o servicio de calidad y calidez a los clientes internos y externos del Cantón Calvas, optimizando los recursos de la municipalidad y al más bajo costo posible observando siempre la calidad.

**Art.10. Integración de los procesos.** Se integran en la administración de trabajo, los siguientes procesos:

**Proceso gobernante legislativo.** Que determina las políticas en las que se sustentarán los demás procesos institucionales para el logro de los objetivos. Su competencia se traduce en los actos normativos, resolutivos, fiscalizadores y de planificación.

### **El Concejo Municipal.**

**Proceso gobernante ejecutivo,** que orienta y ejecuta la política trazada por el proceso legislativo; le compete tomar las decisiones, impartir instrucciones para que los demás procesos bajo su cargo se cumplan: Es el encargado de coordinar y supervisar el cumplimiento eficiente y oportuno de las diferentes acciones y productos:

### **La Alcaldía.**

**Procesos gobernantes de asesoría y apoyo.** Son los que corresponden al consultivo, de ayuda o de consejo a los demás procesos. También prestan asistencia técnica y administrativa de tipo complementario a los demás procesos.

Su relación es indirecta con respecto a los procesos sustantivos u operativos. Sus acciones se perfeccionan a través del proceso gobernante.

- Dirección de Asesoría Jurídica.
- Dirección de Planificación.
- Dirección de Gestión Administrativa.
- Dirección de Gestión Financiera.

**Procesos agregados de valor.** Son los encargados de la ejecución directa de las acciones de los diferentes productos y servicios hacia el cliente; encargados de cumplir directamente con los objetivos y finalidades de la municipalidad, ejecutan los planes, programas, proyectos y demás políticas y decisiones del proceso gobernante.

Los productos y servicios que entregan al cliente, se perfeccionan con el uso eficiente de recursos al más bajo costo, teniendo en cuenta siempre la calidad, y forma parte del proceso de valor agregado.

**Está integrado por:**

- Dirección de Obras Públicas.
- Dirección de Saneamiento Ambiental.
- Dirección de Cultura y Desarrollo Humano.

**Proceso de unidades desconcentradas.** Lo constituyen aquellas unidades y empresas públicas que no obstante tener independencia administrativa, están ligadas a la Municipalidad.

**Está integrado por:**

EP EMAPAC

Patronato de Amparo Social y Cultural del Cantón Calvas

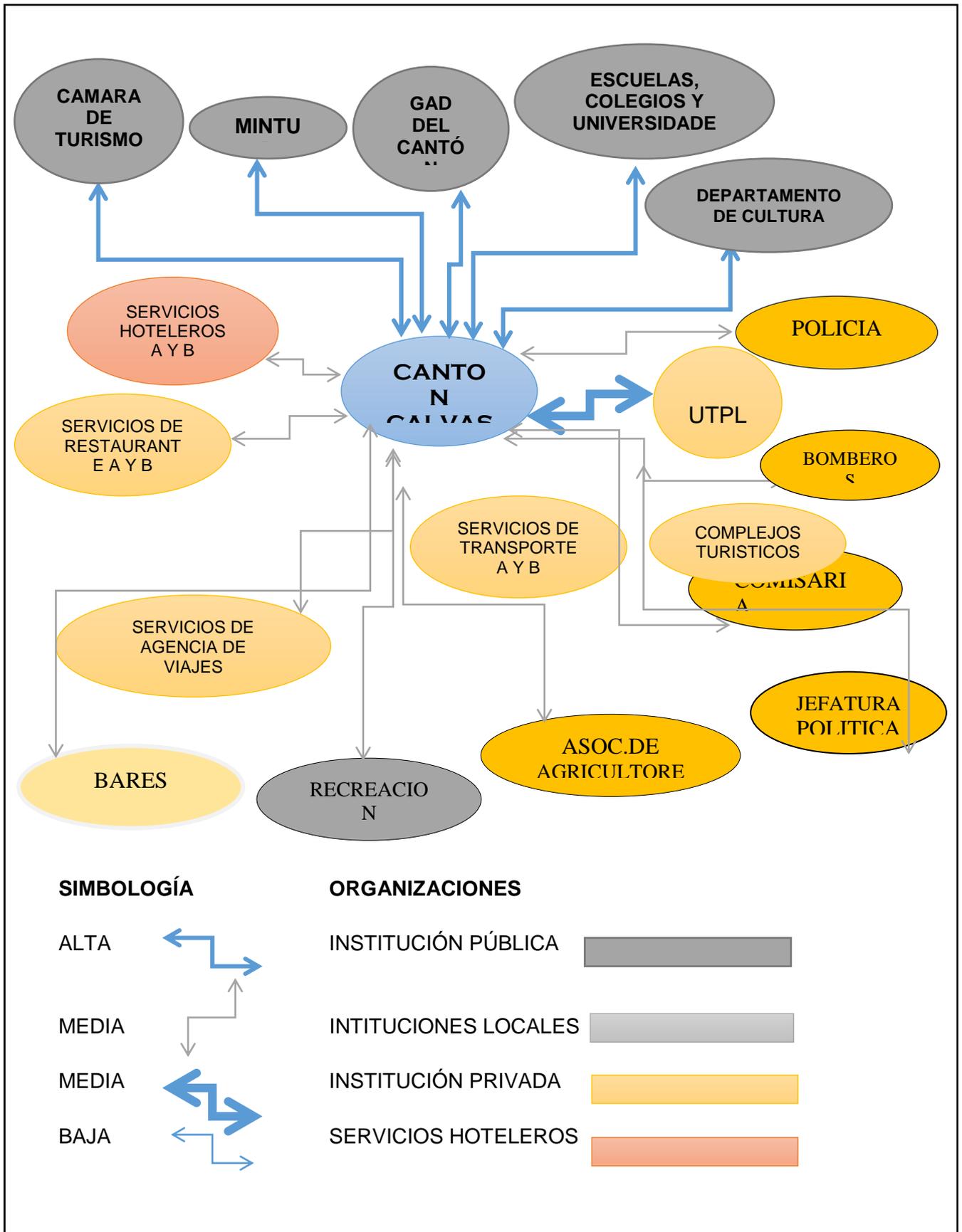
Cuerpo de Bomberos del Cantón Calvas

Consejo Cantonal de la Niñez y Adolescencia.

**2.1.2. Mapeo de actores que conforman la cadena de valor turística del Cantón.**

Con el mapeo de actores (MAC), se busca no solo tener un listado de los diferentes actores que participan en una iniciativa, sino conocer sus acciones y los objetivos de su participación. En tal sentido, es importante destacar que en el mapeo de actores hay que identificar roles y poderes de los actores sociales más relevantes.

El MAC debe mirar más allá del panorama superficial de roles de los diferentes actores: ¿quién presiona y por qué? ¿Quién no es escuchado? ¿Quiénes son los afines y quiénes los opuestos?, ¿qué capacidad de influenciar las acciones de otros tienen determinados actores?, ¿cuáles son más vulnerables?



**Figura 2** Mapa de actores  
**Fuente:** (Investigación de Campo,2014)  
**Elaborado:** (Serrano,2016)

**Tabla 16** Tipos de actores del Cantón Loja

<b>INSTITUCIONES / ORGANIZACIONES</b>	<b>Actores Favorables</b>	<b>Actores Neutros</b>	<b>Actores críticos</b>
GAD del Cantón CALVAS	X		
UTPL	X		
ATRATIVOS TURISTICOS	X		
SERVICIOS DE A Y B		X	
TRANSPORTE			X

**Fuente:** (Investigacion de Campo,2014)

**Elaborado:** (Serrano,2016)

## **2.2. Análisis de la Potencialidad Turística del Cantón**

### **2.2.1. Análisis de la oferta.**

La oferta turística es todo lo que un determinado lugar tiene para ofrecer, y así poder satisfacer las necesidades de las personas que viajan por diferentes motivos. Por otra parte la oferta turística está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos, los cuales se comercializan mediante el sistema turístico, porque, en última instancia el que califica la clase de un bien es el sistema productivo y no el tipo de consumidor (Boullón, 2006).

Se puede manifestar además que esta actividad se inició con la evaluación y análisis de las principales características de los recursos turísticos que conforman la oferta turística del Cantón Calvas considerando su atractivo, infraestructura, estructura y superestructura turística. Además de determinar el nicho de mercado interesado en visitar los principales recursos turísticos potenciales y, por último evaluar la competitividad de acuerdo a la oferta existente.

#### **2.2.1.1. Planta Turística.**

### **Planta Turística**

La planta turística está conformada por el conjunto de servicios que se le venden a los turistas, con el fin de satisfacer sus necesidades como transporte, alojamiento, alimentación, etc. Los servicios que se venden a los turistas son elaborados por un subsistema al que

denominamos "planta turística", que está integrado por dos elementos: como El equipamiento y las instalaciones.(Boullón R. C., 2006)

Se llama a un subsistema encargado de elaborar los servicios que se vendan a los turistas, integrado por dos elementos: equipamiento, e instalaciones, llamados también facilidades (Boullon, 1997 )

Por lo aportado, en nuestro cantón se cuenta con excelentes servicios hoteleros aunque de acuerdo a entrevistas personales con los propietarios, en nuestro cantón en los últimos meses ha bajado en gran medida este servicio, debido especialmente a que la vía terrestre se encuentra en mal estado.

**Tabla 17** Inventario de la planta turística del Cantón Calvas

RAZÓN SOCIAL	NOMBRE DE LA EMPRESA	PROPIETARIO	DIRECCIÓN	CATEGORÍA	HAB	PLAZAS	MESAS	PLAZAS	N° DE EMPLEADOS
ALOJAMIENTO HOTELERO	Hotel Central	Luis Carrión Vicente	18 de noviembre y Eloy Alfaro	Tercera	16	0	30	0	2
	Bermeo Plaza Hotel	Bermeo Abraham Carlos	Clotario Paz y Febres Cordero	Primera	31	51	11	44	2
HOSTAL	Hotel Don Luis	Jiménez Cabrera José Ángel	18 de noviembre y centenario	segunda	22	21	4	16	1
	Hotel San Francisco	Oswal Pardo	Carrera Chile y Padre Esteban	tercera	14	26	4	16	1
	Hotel Royal	Cueva Cueva Fernando	Mariano Samaniego	tercera	10	14	0	0	1
	Hotel D RIO	Ángel Fernando Riofrío	Sucre y Av. Loja esquina	Segunda	25	0	8	32	3
HOSTAL RESIDENCIAL	La Fragua	Mariza Castillo Correa	18 de noviembre	tercera	12	22	0	0	2
	Hotel Pamplona	Ángel Hernán Masache	Eloy Alfaro Y Bolivia	tercera	12	0	0	0	1
PENSIÓN	Pensión San Carlos	Efrén Carrión	Bolívar y Abdón Calderón	tercera	7	15	0	0	2
	Hostal La Siesta del Viejo	Sánchez Luzuriaga Celela Beatriz	Rocafuerte 18 de noviembre	Segunda	7	17	4	16	1
HOSTERÍA	Casa de Campo Real	Valladares Bravo Bernardo Godofredo	Via a Loja	tercera	7	14	6	24	2
ALIMENTOS & BEBIDAS	Don Burger	María Fernanda Guarnizo	Bolívar Y Abdón Calderón	tercera	0	0	10	40	1
	Punto Sport	Kathy Serrano	Bolivia y Gran Colombia	Tercera	0	0	8	40	1
RESTAURANTES	Marisquería Miramar	Gabriel Morocho Armijos	Av. Loja y Jose Miguel Rosillo	Tercera	0	0	12	48	2
	Parrillada de Ávila	Franklin Ávila	24 de Mayo y Gerónimo Carrión	Tercera	0	0	8	32	2
	La Vieja Cocina	Marco Valladares	Atahualpa y Carrera Chile	Tercera	0	0	8	40	3
	El Gato	Torres Mayo Patricio	Bernardo Valdivieso		0	0	0	0	0
	Maxi Pollo	Felicia Lapo Sarango	Mariano Samaniego		0	0	5	25	1
	Maxi Burger	Julio Garnica	18 de Noviembre		0	0	6	30	2

	Restaurante Familia	Corozo Ayoví Domingo	Sucre y 18 de noviembre		0	0	6	30	2
	Pico Rico	Emita Quito Briseño	Av. Loja	Cuarta	0	0	7	28	2
CAFETERÍAS	Cafetería T y J	Herrera Jiménez Clara	Bernardo Valdivieso	Tercera	0	0	8	32	1
	Cafetería J y D	Juan Carlos Molina	Parque Central		0	0	4	20	0
	La Tablita de Viejo Lucho	Arias Córdova Gina	Colombia entre Bolívar y Padre E.		0	0	5	20	2
		José Luis Salazar	Av. del Ejercito y José Palacios	Tercera	0	0	5	20	2
	Cafetería 5 Esquinas	Lorena Dávila	18 de Noviembre Y Eloy Alfaro	Segunda	0	0	2	40	2
	Cafetería D eventos	Leonardo Carrión	18 de Noviembre y Centenario	Tercera	0	0	8	32	1
FUENTES DE SODA									
BARES	Bar Tequila	Luis Efrén Bravo Sarango	Agustín Villareal y 24 de mayo		0	0	8	40	0
	Jack Blas	Jackson Serrano	Bolívar entre Abdón Calderón y Eloy Alfaro		0	0	8	40	2
	DREAMS EXCLUSIVE BAR	Luzuriaga Marcelo	Sucre y 14 de Octubre		0	0	8	40	2
	BAR VIP	Paola Gonzaga	18 de Noviembre		0	0	5	25	2
	La Guarida Bar Karaoke	Patricio Maza	Gran Colombia y Gerónimo Carrión		0	0	5	20	1
ENTRETENIMIENTO									
DISCOTECAS	Discoteca Son Latino	Luis Tinitana	Gerónimo Carrión entre 24 de mayo y una		0	0	6	30	2
	Discoteca Sin Fin	Jiménez Chuquimarca Kruspkaya	España y Gonzales Suarez	Segunda	0	0	5	30	2
SALAS DE RECEPCIÓN	Hermanos Jima	Sarango Correa Guido	NNNNN		0	0	10	150	2

**Fuente.** (Planta Turística Calvas, 2016)

**Elaborado.** (Serrano, 2016)

## **Producto Turístico**

El producto turístico está formado por los mismos bienes y servicios que forman parte de la oferta, en cuanto a los servicios, efectivamente integran el producto turístico, pero no son los únicos ni los más importantes componentes, porque en realidad los servicios son un medio más que un fin: el fin es la práctica de actividades turísticas. (Boullón R. C., 2006.)

Otro aporte es aquel que se define como la cantidad de bienes y servicios que integran la oferta, para satisfacer los requerimientos y necesidades de la demanda turística. En ese sentido la planta turística está compuesta por los atractivos, el producto turística, equipamiento, instalaciones e infraestructura interna y externa. (Boullon, 1997 )

De otra forma, para Boullon, 2011, la suma de los bienes y servicios solicitados efectivamente por los consumidores, puntualmente en los lugares que visitan, aunque los turistas piden más de lo que buscan, en definitiva no les es suficiente, se convierte en una demanda turista real y otra potencial, es decir en el campo turístico debemos hablar de dos niveles de potencialidad, uno, del viajero posible hacia mercados no conquistados y el otro para un turista real.

Para distinguirlos, al primero se lo denominará turista potencial, y al segundo turista real consumidor.

Definitivamente nuestro cantón, pese a estar alejado de la capital provincial, tiene bastante que ofrecer en este sentido y mas aún considerando que al tener apoyo de las entidades que correspondan, se aperture una institución que potencie y de a conocer su riqueza turística, quienes visiten esta ciudad disfrutarán de este servicio excelente.

### ***2.2.1.1.1. Uso de NTICS en la oferta turística.***

Hoy en día el uso de las NTICS (Nuevas Tecnologías de la información y comunicación) se ha proliferado dentro del ámbito del turismo convirtiéndose en una herramienta fundamental y un aliado en internet para llegar a conquistar turistas para los diferentes destinos que se promocionan en la web. “Innovar, en procesos y productos debe ser la clave para mantener el sector turístico a un nivel donde los clientes o turistas lleguen y no quieran irse.”. (COSTACARMONA, 2015)

En este amplio aspecto, son múltiples las acciones a desarrollar con la ayuda de las tecnologías, aunque es menester acotar que no existen amplios reportes sobre esta temática pero considero que son imprescindibles en este proceso investigativo, es por ello que con el aporte de fuentes de consultas fidedignas fortalezcó este trabajo.

Algunas soluciones tecnológicas en la industria del turismo son por ejemplo:

**Property Management Systems (PMS):** Conocidos también como “FRONT”, operan en hoteles; contienen información y procesan transacciones respecto a la disponibilidad de las habitaciones, reservaciones y cargos al huésped.

**Point of Sale (POS):** Conocidos también como “puntos de venta”, son sistemas que procesan las operaciones de los centros de consumo (restaurantes, centros nocturnos, bares, centros de negocios, etc.) para emitir una cuenta que se paga por el consumidor, en el caso de centros de consumo independientes, o se carga a la cuenta de un huésped de hotel.

**Tarificador (TARIF):** Sistema que registra las llamadas telefónicas realizadas desde una habitación para su cobro al huésped; tiene conexión directa (automática) con el conmutador.

**Back of the House Systems (BACK):** Son sistemas contables, administrativos y financieros que manejan las operaciones del negocio, las cuales, en el caso de la hotelería, pueden provenir de los sistemas PMS y POS.

**Central Reservation Systems (CRS):** Son centrales de voz operados por compañías para procesar reservaciones a través de llamadas “sin-cargo” (número 800) y reservaciones electrónicas.

**Guest History (GH):** Es el registro histórico automatizado del uso de servicios turísticos por una persona; tiene la virtud de almacenar sus gustos y preferencias. Constituye una modalidad de aplicación de la estrategia “Customer Relationship nagement” (CRM).

**e-TICKET:** Los boletos electrónicos no son boletos físicos, son generados por un sistema y pueden eventualmente ser enviados directamente a un dispositivo electrónico portátil (handheld, celular) al usuario. Una vez emitido el boleto electrónico se almacena un registro en el sistema –o en el dispositivo- y se identifica al usuario en el momento de hacer uso del

servicio. Sistemas Globales de Distribución (GDS). La principal función de un sistema globalizador es permitir la búsqueda de información relativa a vuelos, hospedaje, renta de autos, etc., y dar acceso al sistema de reservaciones.

**Credit Card Key (CC Key):** Es una aplicación similar a la del e-TICKET, en donde de manera automática, el sistema registra la relación que existe entre el huésped y su número de tarjeta de crédito para el pago de consumos y sirve, incluso, como llave de la habitación.

**Yield Management (YM):** También denominada Revenue Management, se refiere al sistema de análisis de operaciones de compañías para controlar el precio y oferta de algún servicio con base en la demanda y su inventario.

**Cellular in the Room:** Permite estar siempre en contacto a través de un celular asignado al momento de registro y en el cual reciben las llamadas que entran a su cuarto.

**Internet Connectivity:** Es la disponibilidad de una conexión física que permite que el usuario utilice su computadora portátil para conectarse a Internet.

Conexión Telefónica Vía Satélite (SATELITAL CONNECTIVITY): Es una aplicación muy utilizada en los cruceros o en lugares cuya única opción de comunicación es mediante la telefonía satelital. (Holguin, 2014)

Actualmente es necesario tener conocimiento o cultura sobre informática ya que es fundamental saber cómo se transmite, como se genera o se almacena y cómo accedemos a la información, es indispensable manejarlo porque como anteriormente se menciona es vital estar comunicados, saber lo que pasa alrededor de nuestro mundo y lo que pasa con nosotros.

La revista electrónica turismo y tecnología manifiesta que:

“El uso de las NTICS (Nuevas Tecnologías de la información y comunicación) se ha proliferado dentro del ámbito del turismo convirtiéndose en una herramienta fundamental y un aliado en internet para llegar a conquistar turistas para los diferentes destinos que se promocionan en la web”. (Turismo, 2014)

De igual manera expone que las principales NTICS que se utilizan en el medio turístico con

la intención de facilitar el contacto con nuevos posibles clientes son:

**Portal turístico:** Que son sistemas informáticos como páginas web o Web blogs donde se puede encontrar una serie de información desde cómo hacer, donde hacer y cuando hacer turismo.

**Wireless Application System:** Aplicaciones para el despliegue de información desde cualquier dispositivo móvil o celular, donde se puede encontrar destinos turísticos así como también la opción de reserva y compra de itinerarios de vuelos.

**Computadoras de Bolsillo y Telefonía Celular:** Estos dispositivos permiten encontrar información de forma instantánea de cualquier destino turístico.

**Web TV:** Tecnología que los hoteles ofrecen a sus clientes y que se trata de tener acceso a internet desde los televisores instalados en las habitaciones.

De acuerdo a lo publicado por el blog [competitividadturistica.com](http://competitividadturistica.com) se indica que: Entre los medios sociales el uso de las NTIC en el turismo ha llevado a que las grandes empresas estén a la vanguardia de la innovación y la implementación de nuevos estándares de calidad y de mercado, esto lleva a que cada empresa del sector turístico deje de depender de los grandes productores y mayoristas, permitiendo que ellos mismos creen sus productos y lograr obtener menores gastos que favorecerán su crecimiento en el mercado contra las grandes empresas.

Las empresas que implementan el uso de las NTIC tienen un mayor desarrollo de personal altamente calificado lo cual ayuda para que sean más competitivas y más creadoras de propuestas de servicios turísticos comparadas con las empresas que utilizan niveles bajos de NTIC.

La internet, la web nos ha permitido un nuevo canal de ventas y mercadeo más cercano a los consumidores. Los destinos turísticos tienen la posibilidad de dar más información de su organización a través de internet para la realización de campañas de publicidad, soporte al cliente, etc. (Turistica, 2014).

Por otra parte, según Pablo. R. (2004) las nuevas tecnologías están influenciando en todos los sectores sin desestimar el sector turístico por su dinamismo que amplía su entorno

constantemente propiciando modelos de negocios, y reformándolos constantemente.

En definitiva se estima además que en los próximos años, la tecnología en muchos aspectos no tendrá costo como actualmente se vivencia, debido que los ingresos por propagandas cubrirán el rubro que hoy se esta contribuyendo y las empresan obtendrán mejor demanda de sus ofertas.

### **Ventajas y desventajas de las NTICS**

Ventajas sin lugar a dudas, las tecnologías de información y la comunicación han revolucionado el panorama de los negocios en el mundo y la industria del turismo no es la excepción. Las NTICs han modificado las industrias hoteleras, de restaurantes y de servicios de viaje y ahora juegan un papel fundamental en las reglas que rigen el mundo de los negocios y en la forma de acercarse a los clientes.

Desventajas las incidencias negativas de las ntics en el turismo son:

El Internet, no solo es un campo donde se brinda informaciones, y se comercializan productos y servicios a los consumidores y clientes potenciales, si no que también se le vende al turista un destino, no exactamente promocionando los atractivos del mismo, y sus bellezas naturales, mas bien vendiendo a sus mujeres como producto,, lo que abre puertas a la prostitución, por los placeres que vienen a buscar dichos turistas.

Al haber las computadoras agilizado el trabajo y minimizado la necesidad de personal para el desempeño disminuido la oferta de empleo para los residentes de zonas hoteleras y por ende descende la economía de efecto directo e indirecto del mismo.

Falta de calidez y hospitalidad humana, pues el cliente ya no tendría ese calor humano y esa sonrisa flameante que le puede brindar un servicio personalizado, más bien estaría frente a una fría computadora, con la que no hay una empatía, la que no te mira, ni te escucha. (Aguirre M. , 2013)

Aun y a pesar de lo bueno que ofrece las tecnologías se pueden expresar aspectos positivos y negativos que para nuestro estudio los clasifico como ventajas y desventajas, es así como:

En el blog publicado por clipsonicos indica:

## **VENTAJAS**

- Alcance a la información sobre lugares a los cuales queremos viajar y obtener más información sobre ellos.
- Ayuda a empresas a mejorar su eficiencia y ser más competitivas.
- Favorece a un servicio personalizado y con la ventaja de encontrar proveedores y distribuidores.
- Las NTICS favorecen al turismo para tener un incremento en la economía del país.
- Ayuda al surgimiento de los pueblos.
- Descanso vacacional.
- Permite la participación activa de los turistas al momento de elegir, porque proporcionan información flexible y dinámica.
- Permite ofrecer productos y servicios.

Otro aspecto no menos importante es brindar beneficios importantes en otras áreas dígase en salud y educación, como también sirven de ayuda a las personas empresarias locales y de otros contextos para presentar y vender sus productos a través de la Internet.

Sin embargo, permitir el aprendizaje interactivo e impartir nuevos conocimientos para la empleabilidad requieren de múltiples competencias dígase por ejemplo (integración, trabajo en equipo, motivación, disciplina, etc.). Todas ellas en definitiva, nos conllevan a ofertar nuevas formas de trabajo, como teletrabajo conducir el acceso al flujo de conocimientos e información para empoderar, potenciar y mejorar el bienestar de la persona en aras de un cambio económico y conductual. Facilidades inherentes que conlleven con seguridad a obtener menores riesgos y menores costos (Idrovo, 2012).

Sin embargo y a pesar de lo expresado, actualmente es necesario que todos nos encausemos en este amplio saber cognitivo o de lo contrario nos convertimos en analfabetos tecnológicos.

## **DESVENTAJAS**

- Una de las desventajas más importantes que considero en este ámbito, es que la relación entre personas ya no se dará y esto puede a veces ser un aspecto un

tanto malo puesto que ya no se puede estar seguro del producto o servicio que vas a adquirir provocando quizá una inconformidad por parte del turista o la persona que solicitó el servicio.

- Otra de las desventajas es la falta de privacidad.
- Disminución en los puestos de trabajo.
- Fraude.
- La poca accesibilidad para personas que no cuentan con el equipo necesario.

Por otra parte:

“Los avances de las tecnologías constituyen además una "revolución en ciernes", las disparidades en su difusión y utilización implican un riesgo de ampliación de la ya ancha "brecha digital" existente entre "los ricos y los pobres" tecnológicos. Otras desventajas que se pueden observar en la utilización de las tecnologías de información y comunicación.” (Idrovo, 2012).

No obstante a lo que ya conocemos, una situación que se evidencia es que la tecnología a pesar de ser un adelanto muy significativo para la humanidad nos a deshumanizado, porque hemos desestimado la atención personal las muestras de afecto, diezmando el tiempo para las relaciones sociales que antes nos permitía potenciar las relaciones interpersonales

## ENCUESTAS Y RESULTADOS SOBRE LAS NTICS. EN EL PROCESO DE OFERTA TURÍSTICA.

**Tabla 18** Datos generales de la empresa

NOMBRES DE LA EMPRESA	UBICACIÓN – PARROQUIA	TELÉFONO	AÑO DE CREACIÓN	PAGINA WEB
<b>RESTAURANTES</b>				
Vieja Cocina	Padre esteban carrera Chile	989159687		
Miramar	Av. Loja y José Miguel Rosillo	2689123		
Parrillada de Ávila	24 de Mayo y Gerónimo Carrión	2688086		
D'Eventos	18 de Noviembre Centenario	2688414		
5 Esquinas	18 de Noviembre	2688961		
Pico Rico	Av. Loja y Sucre	2688456		
<b>HOTELES</b>				
NOMBRES DE LA EMPRESA	UBICACIÓN - PARROQUIA	TELÉFONO	AÑO DE CREACIÓN	PAGINA WEB
Siesta del Viejo	Rocafuerte y 18 de Noviembre	2687042		
Don Luis	18 de Noviembre y centenario	2687370		
La Fragua	18 de Noviembre y Centenario	2687030		
Royal Cariamanga	Mariano Samaniego entre Clotario Paz	2688757	2010	www.hotel_Royal@hotmail.com
Bermeo Plaza	Febres Cordero y Clota río Paz esquina	2687199	2006	www.bermeoplaza.com
Pamplona	Eloy Alfaro y Bolivia	2688282	1 de mayo 2013	hernanm_r@hotmail.com
San Francisco	Frente al Parque Chile	2687268		
D'Rio	Calle Sucre junto al Municipio	2687450		<a href="http://www.hotelDrio.com">www.hotelDrio.com</a>
San Carlos	Bolívar y Calderón	2667143		
Ahuaca	Sucre Parque Central	2687152		
Casa Campo Central	Av. Loja 10 mts del Puente Zambi	2687968		
<b>AGENCIA DE VIAJES</b>				
Wester Union	Av Loja y intersección al Centro	2687543		

**Fuente:** (Encuestas a propietarios, 2015)

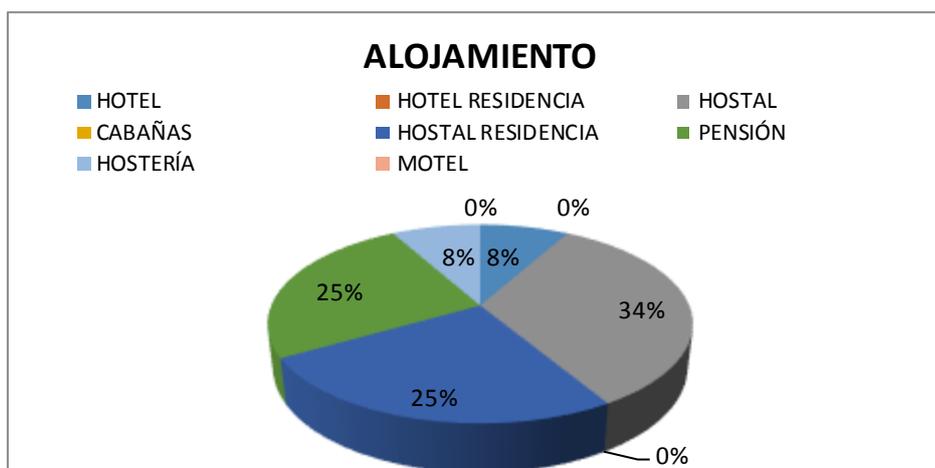
**Elaborado:** (Serrano, 2016)

De las encuestas realizadas, estas fueron subdivididas en la categorías de Restaurantes, Hoteles y Agencias de Viajes, de las cuales 7 corresponden a Restaurantes, 12 a Hoteles y solo una, a Agencia de Viajes ya que no existen más empresas en esta categoría, resultando así el total de las 20 encuestas aplicadas, dentro de las características principales se encuentran el nombre de la empresa, su dirección, teléfono, año de creación y Página Web. Datos que resultan importantes para determinar la oferta dentro del mercado actual en lo referente a servicios turísticos.

Es menester considerar que para el efecto de esta investigación, la encuesta se realizó exclusivamente y sin desestimar sus potencialidades, solo a los establecimientos que constan en el catastro, evidenciando por otra parte que tienen sus documentos y condiciones requeridas para su funcionamiento.

## B. SERVICIOS DE LA EMPRESA

### 7. ¿Tipo de alojamiento



**Figura 3** Alojamiento.

**Fuente:** (Encuestas a propietarios, 2015)

**Elaborado:** (Serrano, 2016)

De las 12 encuestas segmentadas para hotel y como se muestra gráficamente la mayor incidencia en alojamiento se encuentra en la clasificación de los Hostales con un 33% categorizados de segunda y tercera clase, seguidos con un 25% los Hostales Residencia de tercera y las Pensiones de segunda y tercera, y con un 8% se ubican el Hotel y Hostería el primero categorizado de primera y el segundo de Tercera. Revelando que si existe infraestructura de alojamiento en la ciudad.

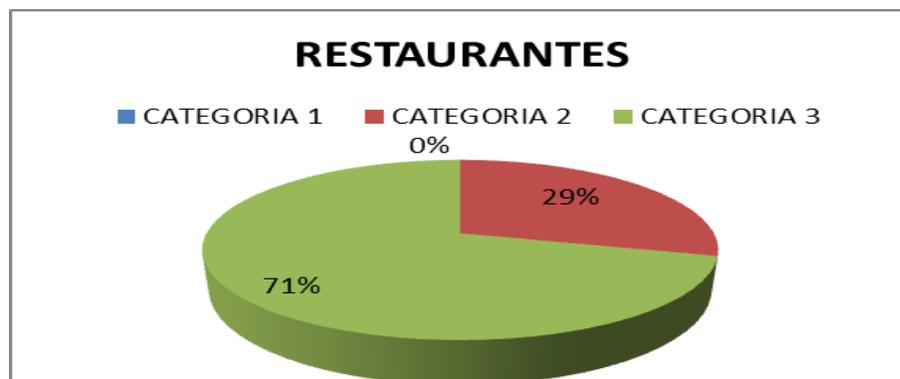
## 8. ¿Clasificación de las Agencias de Viajes?



**Figura 4** Agencia de Viajes  
**Fuente:** (Encuestas a propietarios, 2015)  
**Elaborado:** (Serrano, 2016)

Dado que solo existe una sola agencia de viajes esta sería el 100% del mercado perteneciendo a la clasificación de Internacional dentro del servicio de viajes organizados.

## 9. ¿Clasificación de restaurantes?

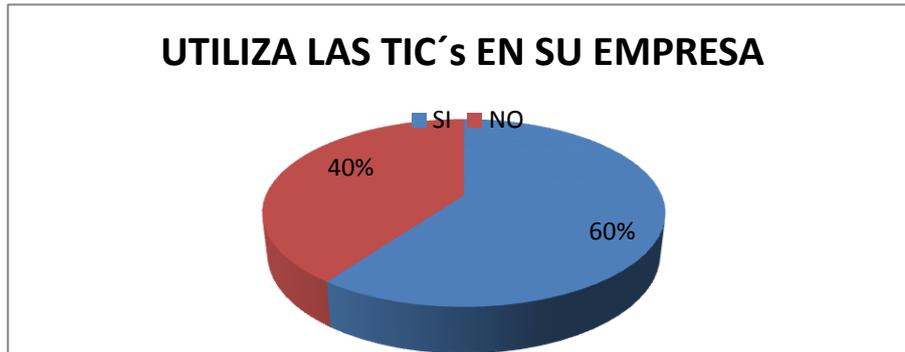


**Figura 5** restaurantes  
**Fuente:** (Encuestas a propietarios, 2015)  
**Elaborado:** (Serrano, 2016)

En lo que respecta a la restauración y ya que el 100% resulta de las 7 encuestas segmentadas para los restaurantes, tenemos que el 71% corresponde a la tercera categoría, seguido del 29% de segunda categoría y sin ningún restaurante que corresponda a la primera categoría. Estableciéndose que se debería mejorar este segmento de mercado muy importante del sector turístico, tanto en infraestructura como imagen, para que el turista se sienta cómodo mientras degusta de la gastronomía de la ciudad.

### C. NUEVAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN

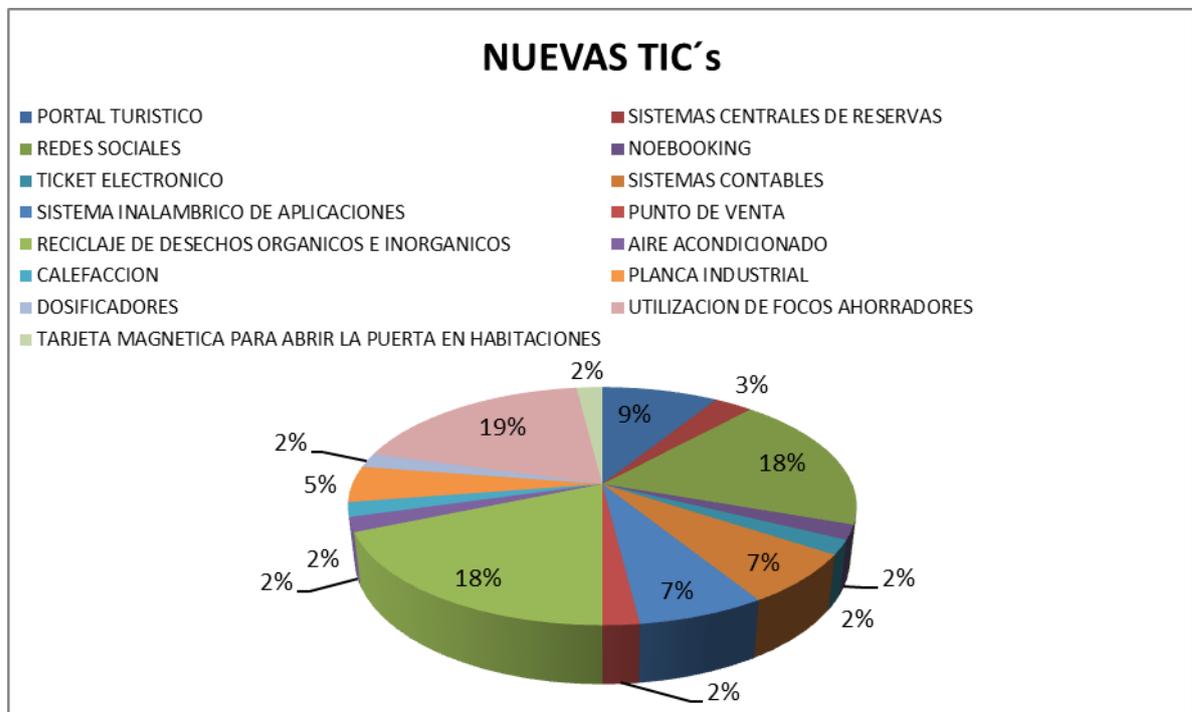
#### 10. ¿Utiliza las Nuevas Tecnologías de Información en su empresa?



**Figura 6** Utiliza las Tics en su empresa  
**Fuente:** (Encuestas a propietarios, 2015)  
**Elaborado:** (Serrano, 2016)

En lo referente a la utilización de las nuevas tecnologías en las empresas de servicio turístico y con los datos obtenidos de la aplicación de la encuesta se puede evidenciar que el 60% si las aplica, mientras que el 40% no las utiliza dentro de sus negocios.

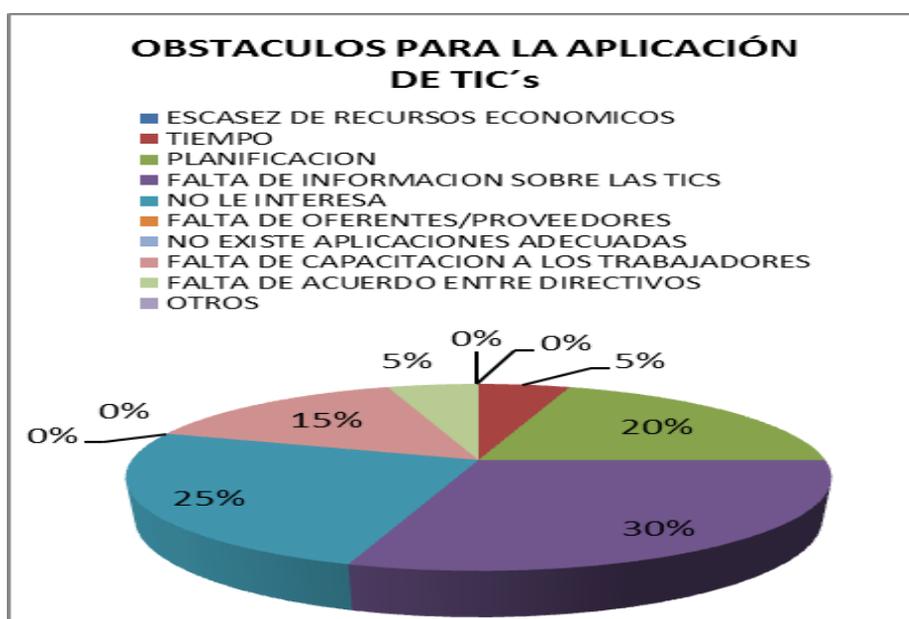
#### 11. ¿Cuáles son las nuevas tecnologías de la información?



**Figura 7** Nuevas Tics  
**Fuente:** (Encuestas a propietarios, 2015)  
**Elaborado:** (Serrano, 2016)

Del 60% de los dueños de los negocios que afirmaron que utilizaban las nuevas tecnologías es decir 12 personas, se puede conocer que entre las nuevas tecnologías que aplican son con un 19% las Redes Sociales, el reciclaje de desechos orgánicos e inorgánicos y la utilización de focos ahorradores como los principales, y con porcentajes menores al 10% se encuentran Portal Turístico, Sistemas centrales de reservas, noebooking, ticket electrónico, sistemas contables, sistema inalámbrico de aplicaciones, punto de venta, aire acondicionado, calefacción, placa industrial, dosificadores y tarjeta magnética para abrir la puerta en habitaciones.

## 12. ¿Por qué no utiliza las Nuevas Tecnologías de Información en su empresa?



**Figura 8** Obstáculos para la aplicación de Tics

**Fuente:** (Encuestas a propietarios, 2015)

**Elaborado:** (Serrano, 2016)

Del 40% de los dueños de los negocios que dijeron no utilizar las nuevas tecnologías, se puede determinar que en un 30% es por falta de información, al 25% no les interesa, a un 20% es por la planificación, el 15 por la falta de capacitación a los trabajadores, y con un 5% el tiempo y la falta de acuerdo entre directivos.

Es evidente que en nuestro cantón la parte y saberes tecnológicos está descuidada, razones fecientes para comprender que falta potenciar esta parte del conocimiento y propender que nuestros negocios se divulgen positivamente y generen mejores ingresos.

### 13. ¿Antes utilizaba las Nuevas Tecnologías de Información?



**Figura 9** ¿Antes utilizaba las Nuevas Tecnologías de Información?  
**Fuente:** (Encuestas a propietarios, 2015)  
**Elaborado:** (Serrano, 2016)

De las 20 encuestas realizadas siendo el 100%, solo el 45% utilizaba alguna de las nuevas tecnologías con anterioridad mientras que el 55% no la ha hecho nunca, siendo indiscutible que las TIC's deben ser empleadas como herramienta para mejorar los servicios turísticos, además de coadyuvar a la recopilación de información con mayor velocidad y veracidad.

### 14. ¿Hace cuánto tiempo utiliza las Nuevas Tecnologías de Información?

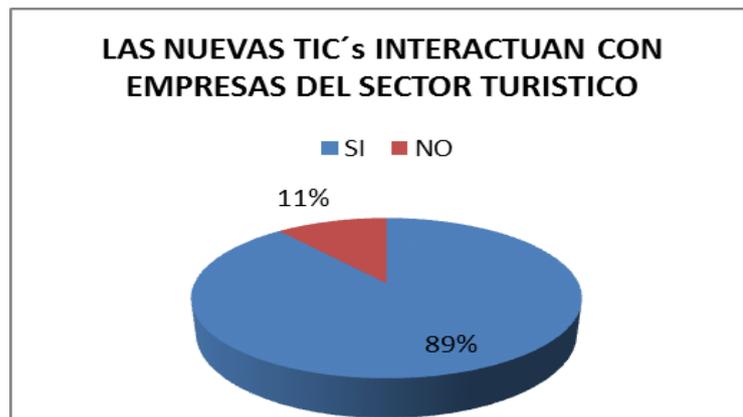


**Figura 10** Tiempo que no utiliza las tics  
**Fuente:** (Encuestas a propietarios, 2015)  
**Elaborado:** (Serrano, 2016)

Dado que solo el 45% es decir 9 personas afirmaron que habían utilizado las TIC's convirtiéndose en el 100%, y en lo que se refiere a la frecuencia de uso con un 33%, estas

se dan, desde la creación de la empresa hasta tres años ya de uso. Por ende los que si consumen estas tecnologías mantienen su uso como parte de apoyo de sus negocios.

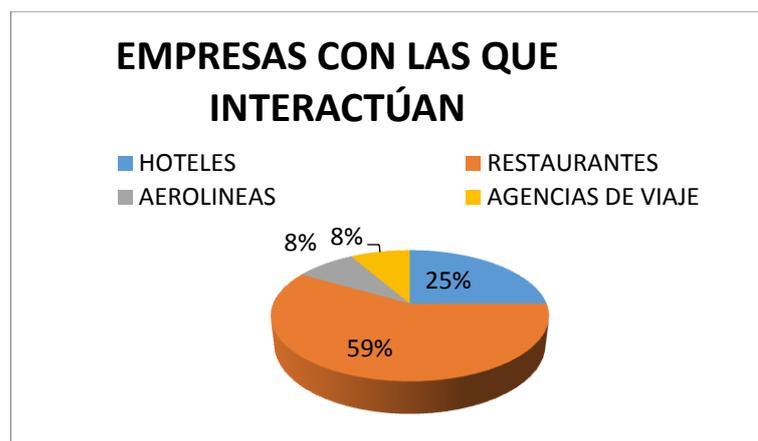
**15. ¿Las nuevas Tecnologías de Información que emplea su empresa tienen interacción directa con otras empresas del sector turístico?.**



**Figura 11**  
**Fuente:** (Encuestas a propietarios, 2015)  
**Elaborado:** (Serrano, 2016)

El 89% tiene una interacción directa con otras empresas del sector turístico mientras que el 11% no interactúan. Esto nos conlleva a inferir que en algunos aspectos si se potencia la tecnología en el ambito laboral de negocio empresarial.

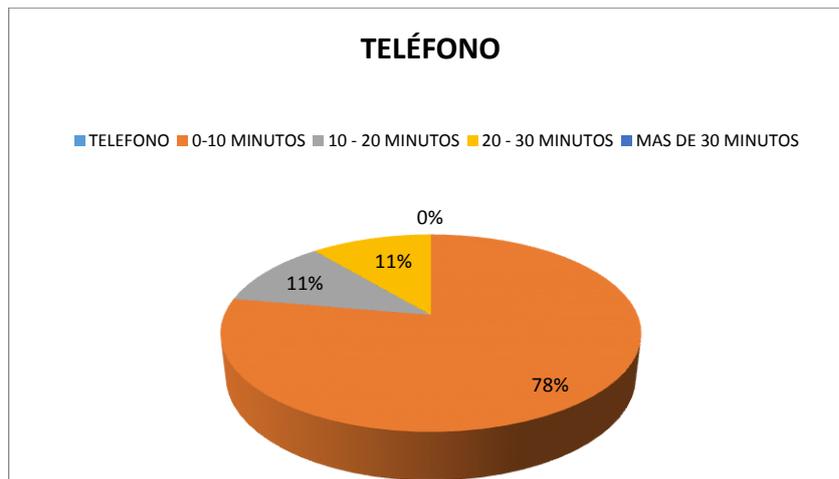
**16. ¿Con qué tipo de empresas turísticas tiene interacción?**



**Figura 12** Empresas con las que interactúan  
**Fuente:** (Encuestas a propietarios, 2015)  
**Elaborado:** (Serrano, 2016)

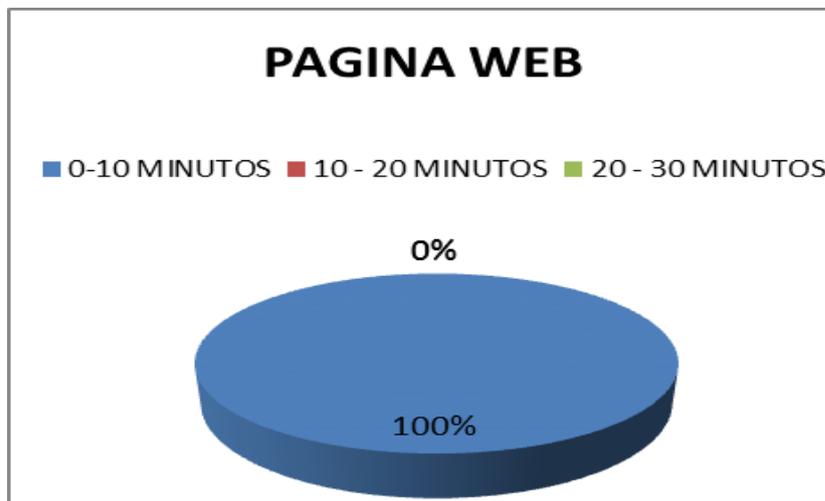
Resulta evidente la gran importancia de la interacción entre empresas del sector turístico sobre todo en el ámbito de proporcionar la mejor atención a los turistas que visitan la ciudad, es así que las que guardan mayor relación entre ellas se encuentra con 58% Restaurantes, 25% Hoteles, y con un 8% las Aerolíneas y las Agencias de Viajes.

### 17. ¿A través de qué medios tecnológicos y en qué tiempo atiende a sus clientes?



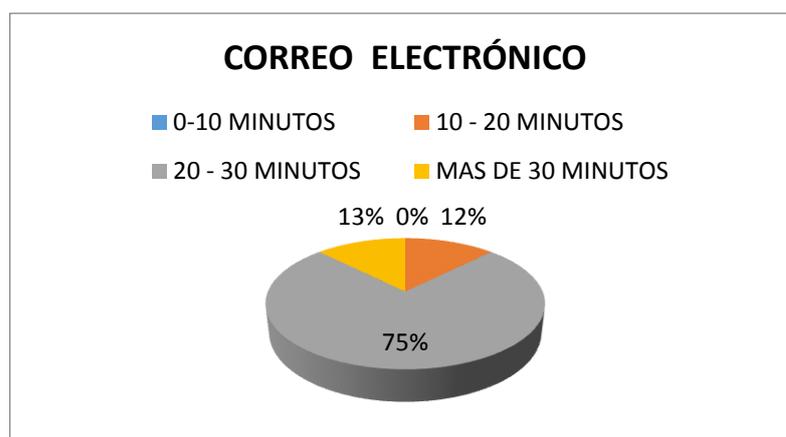
**Figura 13** Teléfono  
**Fuente:** (Encuestas a propietarios, 2015)  
**Elaborado:** (Serrano, 2016)

#### 17.1.a. ¿Página Web?



**Figura 14** Página Web  
**Fuente:** (Encuestas a propietarios, 2015)  
**Elaborado:** (Serrano, 2016)

### 17.2.a. ¿Correo Electrónico?



**Figura 15** Correo electrónico

**Fuente:** (Encuestas a propietarios, 2015)

**Elaborado:** (Serrano, 2016)

### 17.3.a. ¿Redes sociales?



**Figura 16** Redes sociales

**Fuente:** (Encuestas a propietarios, 2015)

**Elaborado:** (Serrano, 2016)

En lo referente a los medios tecnológicos y al tiempo que utilizan en estos para la atención del cliente, las encuestas revelan que mediante el sistema telefónico el tiempo utilizado es de 10 minutos con el 78%, la página web con el 100% también de 10 minutos, en lo que respecta al correo electrónico y con el 75% el tiempo de atención por este medio es de 20 a 30 minutos, y con el 78% en las redes sociales el tiempo es de 10 a 20 minutos, así como también queda demostrado que en lo concerniente a messenger y skype, no hubo ninguna afirmación de utilización de estas tecnologías.

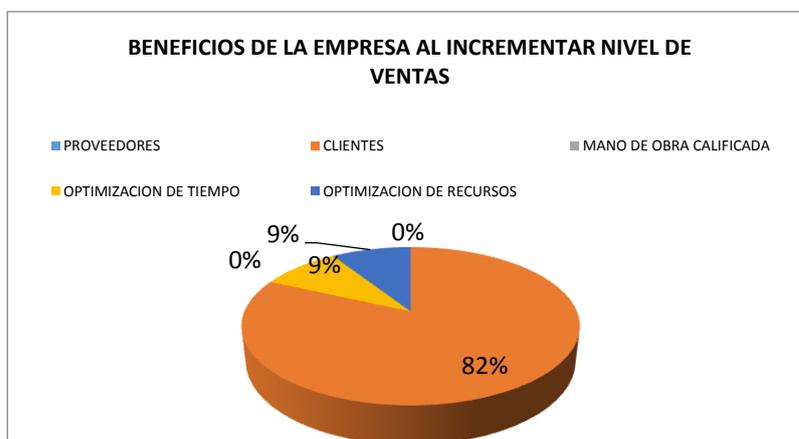
18. ¿Incrementó el nivel de ventas desde el uso de las nuevas tecnologías de información?



**Figura 17** Incrementó nivel de ventas con el uso de las NTics.  
**Fuente:** (Encuestas a propietarios, 2015)  
**Elaborado:** (Serrano, 2016)

Al usar las Tic's dentro de las empresas, se asume que el resultado tendria que ir con el incremento en el nivel de ventas, y gracias a las encuestas realizadas y con el 100% esta afirmación es correcta.

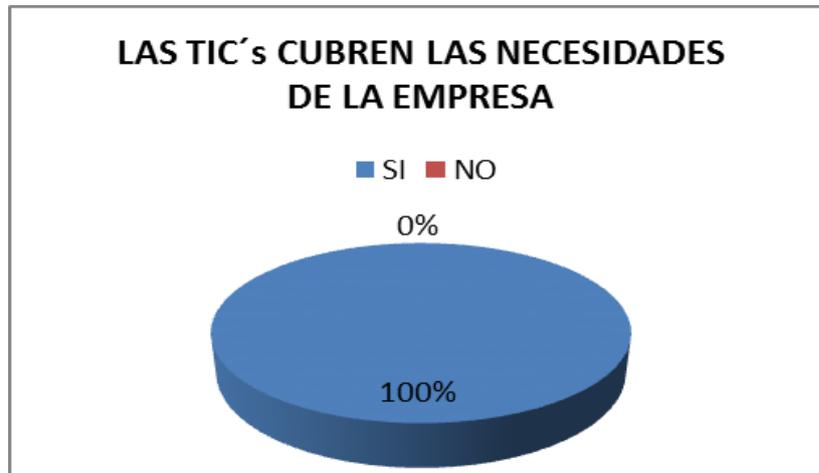
19. ¿Con el incremento del nivel de ventas, qué beneficios obtuvo de la empresa?



**Figura 18** Beneficio de la empresa incremento nivel de ventas  
**Fuente:** (Encuestas a propietarios, 2015)  
**Elaborado:** (Serrano, 2016)

Se demuestra con el 82%, que el mayor beneficio que han obtenido las empresas al incrementar los niveles de ventas, es la de ampliar su clientela, y con el 9% se ha mejorado la optimización de tiempo además de los recursos de la empresa.

20. ¿Las nuevas tecnologías de información que usted utiliza en su empresa cubren todas las necesidades administrativas y operativas?



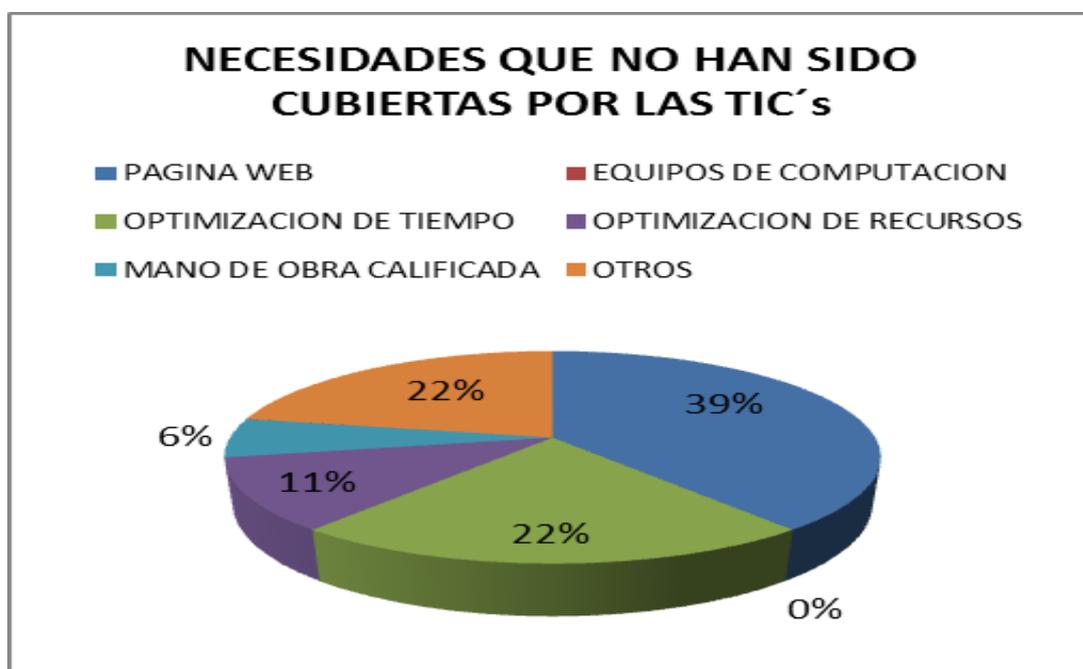
**Figura 19** Las tics cubren las necesidades de la empresa  
**Fuente:** (Encuestas a propietarios, 2015)  
**Elaborado:** (Serrano, 2016)

En el 100% de las personas encuestadas afirman que las nuevas tecnologías que utilizan en sus servicios cubren con las necesidades administrativas y operativas de la empresa.

No obstante que en la actualidad la tecnología sabemos nos ayuda en múltiples acciones entre los más básicos como son anunciar nuestras ofertas, en relación a turismo para que los visitantes tengan más acceso a ocupar nuestros servicios en los distintos campos hoteleros, restaurantes, bares etc.

En definitiva, es satisfactorio comprobar como en nuestro cantón se están potenciando estas fortalezas.

21. ¿De las nuevas tecnologías de información que usted utiliza que necesidades aún no han sido cubiertas en su empresa?



**Figura 20** Necesidades no cubiertas por las Tics

**Fuente:** (Encuestas a propietarios, 2015)

**Elaborado:** (Serrano, 2016)

Las encuestas y como último dato significativo revela que entre las necesidades que las TIC's no han podido cubrir en las empresas, se encuentra la Página web con el 39%, seguido con el 22% a la optimización del tiempo, con el 11% se encuentra la optimización de recursos y con el 6% la mano de obra calificada.

### 2.2.1.2. Determinación del potencial turístico del Cantón.

**Tabla 19** Atractivos Turísticos

ATRATIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN CALVAS INVENTARIADOS POR EL MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR AÑO 2014						
NRO.	NOMBRE DEL ATRACTIVO	JERARQUÍA	UBICACIÓN	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
1	El Cerro Ahuaca		Entrada Cariamanga	Cultural	Históricas	
2	El Cerro Pan de Azúcar		Periferia de Cariamanga			
3	El Baño del Inca		Ingreso a la Ciudad			
4	Balneario del Río Lucero		En la Parroquia Rural			
5	El río Calvas		Limites Internacional			

**Fuente:** (Encuestas a propietarios, 2015)

**Elaborado:** (Serrano, 2016)

Es menester indicar que los atractivos turísticos que se detallan en la matriz anterior se encuentran dentro de los inventariados que la Ilustre Municipalidad del Cantón Calvas posee desde el catastro realizado en el año 2006, sin reformarse hasta la actualidad.

En virtud a ello y como aporte importante para mi investigación, es resaltar y dar a conocer a nivel local ,provincial, nacional y mundial otros atractivos no menos importantes y que a través de la visita in-situ, los evidencio con fotografías y datos seguros, su pertenencia e implicancia en este apartado y de una manera multiforme actualizar el catastro existente.

Los nuevos atractivos se detallan a continuación.

## DESCRIPCIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

**Tabla 20** CERRO AHUACA

Datos generales de ubicación y georeferenciación del atractivo

UBICACIÓN:			GEOREFERENCIACIÓN		ALTITUD
PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	LATITUD	LONGITUD	
Loja	Calvas	Central	<b>-4°19'12.8"</b>	<b>-79°33'16.49"</b>	2470 m.s.n.m

**Fuente:** (Visitas in – situ 2015)

**Elaborado:** (Serrano, 2016)



**Figura 22** Cruz en el Cerro Ahuaca



**Figura 21** El cerro Ahuaca



**Figura 23** Cerro Ahuaca Menor

**Fuente:** (Visitas in – situ 2015)

**Elaborado:** (Serrano, 2016)

El mirador del Ahuaca majestuoso cerro en rocas de granito, es el eterno vigilante de la gallarda y leal ciudad de Cariamanga, llena de tradiciones y leyendas. El ascenso a la cumbre del Ahuaca constituye la actividad de montañismo recreativo más placentero, practicado por propios y extraños que visitan la ciudad también se practica deportes de aventura, escalada, Rapel a avistamiento de la Vizcacha y es un mirador natural.

**Tabla 21 EL CERRO PAN DE AZÚCAR**

Datos generales de ubicación y georeferenciación del atractivo.

UBICACIÓN:			ALTITUD
PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	
Loja	Calvas	Chile	2400 m.s.n.m

Fuente: (Visitas in – situ 2015)

Elaborado: (Serrano, 2016)

### Imágenes del Cerro Ahuaca vista desde otro



**Figura 24** Bella Maria



**Figura 25** Vista panorámica de Cariamanga



**Figura 26** El Yeso

Fuente: (Visitas in – situ 2015)

Elaborado: (Serrano, 2016)

Desde aquí tenemos una vista panorámica de Cariamanga, en este cerro se puede practicar un buen deporte conocido como ciclismo de montaña, de aquí también se extrae el yeso que sirve para realizar distintas manualidades.

Colina convertida en mirador natural, desde donde se aprecia el bello paisaje de la zona urbana de la ciudad de Cariamanga, el domo negruzco azulado del Ahuaca y los fructíferos valles de Bella María, San Pedro y tierras coloradas.

## Tabla 22 BALNEARIO RIO LUCERO

Datos generales de ubicación y georeferenciación del atractivo

UBICACIÓN:		
PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
Loja	Calvas	Lucero

Fuente: (Visitas in – situ 2015)

Elaborado: (Serrano, 2016)

### Río y Balneario El Lucero



Figura 27 Unión de los dos ríos

Fuente: (Visitas in – situ 2015)

Elaborado: (Serrano, 2016)



Figura 28 Río y extracción de arena

El Río Lucero ofrece apacibles remansos en la unión con el río El Ingenio, dedicado a refrescantes balnearios fluviales, especialmente el balneario Don Pepe, en el cual los turistas se entregan a este esparcimiento los días festivos y fines de semana se puede disfrutar de un delicioso baño en remansos formados en la unión con el río El Lucero. El balneario se encuentra a una hora de la ciudad de Cariamanga en la vía a la Parroquia Lucero.

**Tabla 23** TEMPLO SANTUARIO VIRGEN DE LA NUBE

Datos generales de ubicación y georeferenciación del atractivo.

UBICACIÓN:		
PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
Loja	Calvas	La Chile

**Fuente:** (Visitas in – situ 2015)

**Elaborado:** (Serrano, 2016)

### Iglesia La Nube



**Figura 29** Iglesia La Nube y Busto al Padre Esteban Narganez

**Fuente:** (Visitas in – situ 2015)

**Elaborado:** (Serrano, 2016)

El santuario de nuestra señora de la nube consta con una nave con dos capillas en las cuales encontramos el Santísimo y Nuestra señora de Dolores, en el altar mayor se encuentra la Virgen de la Nube, y en la primera nave se encuentra los restos del Padre Esteban, donde los feligreses acoden a velarlo y el turista puede saber de su historia la Iglesia tiene una capacidad aproximada para 900 personas. Con el fin de convertirla en un mirador se ha construido una segunda torre en el cual el turista podrá ingresar y observar toda la localidad con una variedad de imágenes a su alrededor.

**Tabla 24 IGLESIA MATRIZ**

Datos generales de ubicación y georeferenciación del atractivo.

UBICACIÓN:			ALTITUD
PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	
Loja	Calvas	Central	1932 m.s.n.m

Fuente: (Visitas in – situ 2015)

Elaborado: (Serrano, 2016)

### Imágenes de la Iglesia Matriz de Cariamanga



**Figura 30** Retablo



**Figura 31** Fachada



**Figura 32** Parte interna de la Iglesia

Fuente: (Visitas in – situ 2015)

Elaborado: (Serrano, 2016)

La Iglesia Matriz es construida en un estilo colonial en el año de 1600 por los Padres Dominicos y luego en el año de 1949 fue reconstruida por el Monseñor Luis Bravo ya con un estilo moderno, y su fachada fue remodelada en 1989 consta de dos campanarios, tres entradas y ventanales de cristal coloridos, tiene formas rectangulares es de arquitectura moderna, pisos de baldosa en sus paredes esta revestidas de mármol y con imágenes diseñadas en baldosas, una sacristía y una capilla para el santísimo.

Es uno de los lugares más relevantes de Calvas ya que se encuentra cerca alparque central de esta ciudad dando la bienvenida al turista con la belleza arquitectónica de su iglesia

**Tabla 25** CRUZ RELIGIOSA CIUDADELA AMAZONAS.

Datos generales de ubicación y georeferenciación del atractivo.

UBICACIÓN:		
PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
Loja	Calvas	Chile

**Fuente:** (Visitas in – situ 2015)

**Elaborado:** (Serrano, 2016)



**Figura 33** Urna al Niño Jesus y Virgen del Cisne

Este atractivo se encuentra ubicado en la Ciudadela Amazonas el cual en una roca se encuentra una cruz que llama la atención al turista local y extranjero ya que alrededor de piedra se encuentra la imagen del Divino Niño y la virgencita del Cisne en este atractivo es de arte religioso ya que todos los años el 25 de diciembre de cada año se celebra la fiesta religiosa del divino niño con todos los habitantes del barrio siendo sus priostes.

Tabla 26 CAPILLA DE LA VIRGEN AHUACA DEL CARMEN

**Datos generales de ubicación y georeferenciación del atractivo.**

UBICACIÓN:			ALTITUD
PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	
Loja	Calvas	CENTRAL	1792 m.s.n.m

Fuente: (Visitas in – situ 2015)

Elaborado: (Serrano, 2016)



**Figura 34** Parte interna de la Iglesia



**Figura 35** Fachada



**Figura 36** Roca de la Virgen

Se cuenta la historia que el Sr. José Manuel Maldonado descubrió una piedra en el sector de forma triangular esta tenía pintada una virgen teniendo en sus brazos al niño y un escapulario, paso el tiempo este estudiante se hizo padre y luego fue canónigo de Loja, luego hizo renovar la piedra y la bendijo. Pero los ciudadanos le prendieron fuego y quedó destruida en pedazos en la actualidad una de esos pedazos se encuentra en la capilla nueva. Se construyó la primera capilla hecha de bareque ubicado en el sitio.

La capilla actual fue construida en el año de 1935, hecha de adobe y piedra y hace algunos años se hizo una remodelación al techo y piso del altar. En la actualidad es una capilla de cemento y de ladrillo es un atractivo muy llamativo ya que por la devoción de las personas los sacerdotes de dicha imagen le celebran con vísperas en el mes de Julio, quema de castillos y artistas invitados este es un atractivo que llama la atención por la imagen en la piedra.

**Tabla 27** CAPILLA EL CIMBORIO

Datos generales de ubicación y georeferenciación del atractivo

UBICACIÓN:			ALTITUD
PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	
Loja	Calvas	CHILE	1950 m.s.n.m

**Fuente:** (Visitas in – situ 2015)

**Elaborado:** (Serrano, 2016)



**Figura 37** Graderio y Urna a la Virgen del Cisne

**Fuente:** (Visitas in – situ 2015)

**Elaborado:** (Serrano, 2016)

Fue construida en 1943, en honor a la primera visita que hizo la Virgen del Cisne, a la ciudad de Cariamanga y sus recorridos por las calles, desde ese momento la capilla se ha constituido el primer descanso de la Virgen del Cisne cuando visita el cantón.

Su arquitectura es moderna posee una amplia cúpula a una sola nave y una urna con la imagen de la virgen del Cisne Tiene la capacidad para 100 personas. En este lugar las celebraciones religiosas son esporádicas ya que se celebran solo en ocasiones especiales, ya que es una capilla novedosa por su construcción y su historia.

Fuera del templo se encuentra una imagen de la Virgen del Cisne en una rama.

En esta capilla todos los años en el mes de Agosto se Celebra sus fiesta por la Urnita que esta la Virgen del Cisne con vísperas y llamativos programas y en Diciembre los priostes del Divino niño también celebra su fiesta religiosa.

### **El Cerro Ahuaca**

El mirador del Ahuaca majestuoso cerro en rocas de granito, con 2740 m.s.n.m. es el eterno vigilante de la gallarda y leal ciudad de Cariamanga, llena de tradiciones y leyendas. El ascenso a la cumbre del Ahuaca constituye la actividad de montañismo recreativo más placentero, practicado por propios y extraños que visitan la ciudad también se practica deportes de aventura, escalada, Rapel a avistamiento de la Vizcacha y es un mirador natural.

### **El Cerro Pan de Azúcar**

Colina convertida en mirador natural, desde donde se aprecia el bello paisaje de la zona urbana de la ciudad de Cariamanga, el domo negruzco azulado del Ahuaca y los fructíferos valles de Bella María, San Pedro y tierras coloradas.

### **El Baño del Inca**

En la entrada de la ciudad corre la quebrada de la Palancana, donde un plácido remanso se precipita en una blanquecina chorrera y forma una fuente natural en roca viva, demonizado el Baño del Inca. Se asegura que era el sitio preferido por Inca Huayna Cápac quien, en su recorrido por el camino Real de Quito al Cuzco, descansaba en el tambo del lugar y se refrescaba en este balneario natural

### **Balneario del Río Lucero**

El río Lucero: Ofrece apacibles remansos en la unión con el río El Ingenio, dedicado a refrescantes balnearios fluviales, especialmente el balneario Don Pepe, en el cual los turistas se entregan a este esparcimiento los días festivos y fines de semana se puede disfrutar de un delicioso baño en remansos formados en la unión con el río El Lucero. El balneario se encuentra a una hora de la ciudad de Cariamanga en la vía a la Parroquia Lucero.

### **El río Calvas**

Atractivo río fronterizo y paso obligado del comercio informal con el Perú, Vado Grande y Puerto Remolino son sitios preferidos para disfrutar de sus balnearios naturales y abundante pesca recreativa.

**2.2.1.3. Analisis de las líneas de productos potenciales para el Canton de acuerdo al MINTUR 2020.**

**PROYECTOS EMBLEMÁTICOS DEL CANTÓN CALVAS**

**TURISMO, FUENTE DE INGRESOS:**

El “Ahuaca”, imponente y soberbio; Lucero cálido y acogedor, Bella María, Puerto Remolino, el Río Calvas, agreste y pujante, Utuana, Colaisaca, lo alto, Sanguillín la parte baja; Cariamanga y su gente hospitalaria por antonomasia, son los mejores atractivos turísticos; fomentaremos este reglón como alternativa de trabajo.

**Turismo Sostenible**

El turismo sostenible (ecoturismo), que es el conjunto de actividades que realizan los individuos durante sus viajes y estancias en lugares diferentes a los de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, enfocado principalmente en la preservación, conservación y la apreciación del medio (tanto natural como cultural). En el cantón Calvas esta actividades la consideraría como un importante incentivo para el desarrollo de su territorio, sobretodo el área rural, lo cual permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales locales, ofreciendo al mismo tiempo posibilidades de empleo a jóvenes, con lo que se logra disminuir el índice de desempleo y por ende la migración a otros lugares del país y al exterior.

No obstante, el turismo no es la panacea para solucionar los problemas que plantea el desarrollo, ni todas las zonas urbanas y rurales tienen potencialidades reales para llevar a cabo esta actividad, o requieren de elementos del entorno que lo favorezcan tales como la accesibilidad, la salubridad o la seguridad. Sería un error considerar el turismo como la única alternativa posible a la agricultura o a otra actividad económica local.

Para confirmar el potencial de desarrollo turístico del cantón Calvas, es a través de una evaluación rigurosa del mismo en cuanto a los distintos atractivos del territorio, esto en base a algunos indicadores como la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado. Sobre este fundamento se considera:

- a) el análisis de la situación turística existente, fase en la que se examinan los recursos, la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado;
- b) el diagnóstico, que, comparando los resultados del análisis de la situación, permitirá identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, las oportunidades y los riesgos;
- c) si existe el potencial, definir la estrategia a seguir para el desarrollo turístico en el territorio.

**Ecoturismo:** Es aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar, con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socio-económicamente benéfico de las poblaciones locales.

En el territorio existe una Reserva Ecológica, Bosques protectores y escenarios paisajísticos, que podrían ser rescatados y potenciados. Por ejemplo en la Reserva Ecológica del Cerro El Ahuaca, es una zona en la cual presenta una gran biodiversidad, en cuyo territorio contiene una especie muy importante, símbolo para el cantón, conocida comúnmente como la vizcacha, (*Lagidium sp*) que constituye una especie nueva para la ciencia y única (endémica) dentro de esta región.

Las acciones de desarrollo para impulsar la administración adecuada de estas zonas de conservación y protección corresponden a la decisión política del GAD cantonal y del grado de incentivación y concientización que se imparta en el medio, además el Estado deberá generar las condiciones de Desarrollo mínimas, que se están dando para poder efectuarlo.

**Turismo aventura:** Corresponde a “actividades turísticas que introducen un elemento de dificultad física y, en ocasiones, entrañan verdadero riesgo”. Entre las actividades aludidas se encuentran, por ejemplo: caminatas en recorridos naturales, en el cual se lo puede llevar a cabo en la Reserva Ecológica del Cerro El Ahuaca, Bosque El Guabo y Bosque Hanne, otra actividad son las escaladas en el Cerro Pan de Azúcar ubicado en la misma ciudad de Cariamanga, reserva El Ahuaca. Estas actividades son de potencial atractivo para turistas a nivel mundial.

**Agroturismo:** Turismo que se realiza en explotaciones agrarias (granjas o plantaciones), y que complementa los ingresos de los pequeños agricultores a través de algunos servicios,

por lo general alojamiento, comida y oportunidades de familiarización con los trabajos agropecuarios que allí se desarrollan.

Con ello se fomentaría a las zonas rurales la producción agrícola con productos agroecológicos, disminuyendo la cantidad de agroquímicos y mejorando la calidad de vida de la misma población. Además se podría rescatar y potenciar algunos sitios con valor turístico como son las antiguas casas, sus formas de producción y transformación. La calidad de la gente ocupa un valor incalculable en el espacio territorial, resaltando el capital humano.

En el cantón Calvas, se definió como proyectos emblemáticos y que el GAD cantonal deberá liderar su implementación a los siguientes:

**Tabla 28** Inventario del Potencial Turístico del cantón Calvas

<p><b>Título:</b>                  Inventario del Potencial Turístico del cantón Calvas                  Recuperación de la Vizcacha como una especie emblemática del cantón Calvas.</p>
<p><b>Ubicación:</b>                  Cantón Calvas, Ciudad de Cariamanga, Reserva Ecológica del Cerro El Ahuaca.</p>
<p><b>Actores:</b>                  GAD Cantonal, Asociaciones y Servicios turísticos, Ministerio de Turismo, Líderes Barriales</p>
<p><b>Objetivos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener un ecosistema sustentable que proteja la biodiversidad, así como de las especies naturales que habitan en dicha zona, en especial de las especies en peligro de extinción.</li> <li>• Aprovechar y potenciar de manera sostenible, las actividades turísticas en la Reserva Ecológica.</li> <li>• Fomentar el turismo y garantizar la participación comunitaria en el desarrollo del componente natural.</li> <li>• Respetar la capacidad de carga de dicho ecosistema, conservando los recursos naturales y la biodiversidad, reduciendo y evitando el deterioro de estas áreas naturales.</li> </ul>
<p><b>Proyecto:</b> Tiene como incitativa, primero diagnosticar y construir la línea de base del potencial turístico del cantón desde los diferentes ámbitos en función de esto establecer alternativas de manejo adecuado, énfasis en la Reserva Ecológica del Cerro El Ahuaca, ya que es un área, que posee una gran riqueza biológica y aunque se encuentra en buen estado de conservación, está expuesta a una serie de amenazas que ponen en riesgo su biodiversidad. En ella existe una especie muy importante para la ciencia, es única dentro de la región.</p>

**Fuente:** (Investigación de campo, 2015)

**Elaborado:** ( Serrano, 2016)

### **2.2.1. Análisis de demanda.**

#### **Análisis Mundial.**

El turismo internacional alcanzó nuevas cotas en 2015. El buen comportamiento del sector está contribuyendo al crecimiento económico y a la creación de empleo en muchos lugares del mundo, por lo que resulta esencial que los países promuevan políticas para fomentar el continuo crecimiento del turismo, como son las políticas de facilitación de los viajes, de desarrollo de los recursos humanos y de sostenibilidad», manifestó el Secretario General de la OMT, Taleb Rifai. (Sobrino, 2016)

La demanda fue significativa en su conjunto, aunque los resultados no fueron iguales en todos los destinos, debido a una fluctuación inusualmente fuerte de los tipos de cambio, a la bajada de los precios del petróleo y otros productos básicos -que hicieron que aumentara la disponibilidad de ingresos en los países importadores, pero debilitaron la demanda en los países exportadores-, así como a la creciente preocupación en torno a la seguridad. (Gomez, 2016)

El turismo es una de las políticas de los gobiernos para incentivar el crecimiento de los países, ya que no solamente se fomenta el ir a un determinado lugar sino que atrás de esto se desarrollan una serie de negocios que incrementan las matrices productivas de los gobiernos.

«El hecho de que el turismo internacional creciera por encima de las expectativas confirma que viajar forma parte ya de los patrones de consumo de un número creciente de personas, tanto en las economías emergentes como en las avanzadas», afirmó el Secretario General de la OMT, Taleb Rifai. «Se pone así de relieve la necesidad de situar al turismo en el lugar que merece como uno de los pilares clave del desarrollo socioeconómico, puesto que es uno de los que más aportan al crecimiento económico, las exportaciones y el empleo». (OMT, 2013).

Las NTICs aportan en el desarrollo de ofertas de sitios turísticos, como aplicaciones para teléfonos inteligentes, tal es el caso de Colombia. (Colombia, 2014).

Así mismo la tecnología ha tenido avances acrecentados, ya que en la actualidad el turista puede dirigirse a destinos con el uso de Smartphone y mapas inteligentes que guían al

turista de una forma interactiva y eficaz, como el uso de Google Maps o Waze quienes indican en tiempo real la ruta a seguir, fomentando de esta manera a que más personas viajen a través del mundo de una forma fácil y veraz.

### **Análisis Nacional.**

(Ecuador M. d., 2013) El Ministro de Turismo, Dr. Vinicio Alvarado Espinel definió el manejo del turismo y propuso desarrollar cinco pilares estratégicos y seis programas nacionales, para convertir a Ecuador en Potencia Turística, presentando la "visión y pilares de la gestión turística" basadas en excelencia y calidad, los pilares y ejes de su gestión serán:

1. LA SEGURIDAD
2. CALIDAD
3. CONECTIVIDAD
4. DESTINOS Y PRODUCTOS
5. PROMOCIÓN

Junto con los seis programas nacionales de:

1. DESTINOS TURÍSTICOS DE EXCELENCIA
2. SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA
3. EXCELENCIA TURÍSTICA
4. DE CRÉDITO
5. DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL
6. PROMOCIÓN TURÍSTICA

Además en Ecuador con el fin de impulsar el turismo se han fomentado políticas para robustecer el mismo, tales como la campana "All you need is Ecuador", con miras a posicionar al país como destino turístico de clase mundial.

A las 09:00 GMT del 1 de abril, las 19 ciudades vieron aparecer letras de 6 metros de alto instaladas en plazas, parques y lugares emblemáticos.

Así, la letra **A** esta en los exteriores de la estación Dugare de Lyon de París-Francia; la **L** en el interior de la Estación Atocha de Madrid-España; la **L** en el Morumbi Shopping de Sao Paulo-Brasil; la **Y** en el parque El Virrey en Bogotá-Colombia; la **O** en el Gasenvoort Plaza

de New York-USA; la **U** en el Boulevard del parque Arauco de Santiago-Chile; la **N** en el Sonny Center de Berlín-Alemania; la **E** en la Estación Victoria de Londres-Inglaterra; la **E** en el parque Salazar Larcomar de Lima-Perú; la **D** Auditorio Nacional de México DF-México; la **I** en el aeropuerto de Shiphol en Amsterdam-Holanda; y, la **S** en Puerto Madero de Buenos Aires-Argentina.

Mientras tanto la **E** está en la Plaza de Otorongo de la ciudad de Cuenca, la **C** en la playa del Murciélago en Manta, la **U** en la plaza San Sebastián de Loja, la **A** en la Explanada IMAX de Guayaquil, la **D** en Misahuallí en Tena, la **O** en el muelle de Santa Cruz-Galápagos y la **R** en el Boulevard de las Naciones Unidas en Quito. (Ministerio de Turismo Ecuador, 2014).

### **Análisis Local.**

En la provincia de Loja se han establecido proyectos para incentivar el turismo y con ello satisfacer las demandas que esto implica.

La provincia de Loja goza de variedad de recursos naturales y diversidad de lugares turísticos distribuidos en los 16 cantones. Los moradores poco a poco van creando conciencia sobre la importancia de promocionar las potencialidades a los turistas. En la comunidad El Salado, cantón Espíndola, existe la asociación “Fe y esperanza del mañana” que emprendió el proyecto de creación de fincas agroecológicas.

Desde hace años vinculan la actividad agrícola y ganadera con el desarrollo turístico, que entró a dinamizar su economía. Cuenta con infraestructura adecuada para alojar de turistas con una capacidad de 12 personas, tienen rutas turísticas en donde se disfruta de las lagunas, además exhiben su gastronomía elaborada con productos de la zona. (Rojas, 2013)

De acuerdo a (Crónica, 2013) tres proyectos turísticos tiene previsto poner en marcha la Jefatura de Turismo del Municipio de Loja, para el efecto cuenta con el apoyo del Ministerio de Turismo. En Vilcabamba, Éxodo de Yangana y Señalización.

Realizar un análisis de demanda implica trabajar sobre la base de una información existente, actual, que permita contar con una base sólida para la implementación de una proyección que a su vez posibilite el planteamiento de acciones a futuro.

En este caso se ha trabajado con la información que se cuenta, como en este caso existe el registro de un Plan de Desarrollo y ordenamiento Territorial mantiene una información necesaria del Cantón Calvas, y de tipo secundaria generada por los departamentos del Municipio del Cantón y de tercer tipo, información recopilado la parte interesada.

## 2.2. Foda institucional y turístico

En base al análisis de los diagnósticos por sistemas se consolidó los siguientes resultados:

**Tabla 29** ANALISIS FODA del Cantón Calvas

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p><b>F1.</b> Existencia de uno de los atractivos más llamativos de la provincia El Cerro Ahuaca.</p> <p><b>F2.</b> Vía de acceso a la Parroquia el Lucero recientemente asfaltada.</p> <p><b>F3.</b> Iglesias que conservan su estilo medieval</p> <p><b>F4.</b> visita constante de los emigrantes durante todo el año</p> <p><b>F5.</b> Orden y aseo en la ciudad.</p> <p><b>F6.</b> Celebración de importantes acontecimientos programados por ejemplo: Corpus Cristi.</p> <p><b>F7.</b> Servicios básicos suficientes para abastecer al cantón.</p> <p><b>F8.</b> Las rutas de transporte público hacia y desde la cabecera cantonal de Calvas, son constantes.</p> <p><b>F9.</b> Presencia de destacamentos militar y de policía con predisposición para trabajar.</p> <p><b>F10.</b> Presencia de Instituciones gubernamentales, no gubernamentales y organizaciones de sociedad civil; todos ellos con actitud cooperadora.</p> <p><b>F11.</b> Medio ambiente con bajos niveles de</p>	<p><b>D1.</b> Deterioro y falta de medidas de preservación de todos los atractivos turísticos que posee el Cantón</p> <p><b>D2.</b> Falta de promoción turística del Cantón</p> <p><b>D3.</b> Indiferencia a fomentar el turismo</p> <p><b>D4.</b> Falta de entidades educativas de nivel superior</p> <p><b>D5.</b> Vía principal de acceso al cantón en mal estado.</p> <p><b>D6.</b> Algunas vías interparroquiales e interbarriales en mal estado</p> <p><b>D7.</b> Falta de concientización de la ciudadanía en la clasificación de los desechos.</p> <p><b>D8.</b> Desorganización de ferias libres lo que genera una mala imagen para el Cantón.</p> <p><b>D9.</b> Falta de desarrollo de mipymes en el Cantón, utilizando la materia prima de nuestro medio</p> <p><b>D10.</b> Desatención del gobierno seccional incentivando el deporte</p> <p><b>D11.</b> Falta de una ciclo vía que permita practicar deportes como: ciclismo y caminata.</p> <p><b>D12.</b> Insuficiente señalización en carreteras,</p>

<p>contaminación</p> <p><b>F12.</b> Población interesada por elevar el nivel de educación y de vida</p> <p><b>F13.</b> Descentralización de sectores de: Salud, Medio Ambiente, Turismo y Tránsito</p> <p><b>F14.</b> Recursos humanos calificados para brindar atención en los servicios</p> <p><b>F15.</b> Regulación del mercado fronterizo regional y subregional con el libre paso de productos.</p> <p><b>F16.</b> Presencia de Flora y Fauna endémicos del Cantón.</p>	<p>calles y sitios turísticos del Cantón.</p> <p><b>D13.</b> La ciudadanía no apoya comprando a los comerciantes dentro de la ciudad</p> <p><b>D14.</b> Falta de identidad cultural en los ciudadanos del Cantón.</p> <p><b>D15.</b> Escasas fuentes de trabajo</p> <p><b>D16.</b> Falta de clínicas privadas que posean un mayor número de especialistas en las diversas ramas de la salud.</p> <p><b>D17.</b> Descuido de un atractivo turístico importante para el Cantón como es la Iglesia de la Virgen del Carmen en el Barrio Ahuaca</p>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p>	<p><b>AMENAZAS</b></p>
<p><b>O1.</b> Desarrollo e implemento del Proyecto recuperación de la VIZCACHA como símbolo del cantón que genere turismo.</p> <p><b>O2.</b> Envío de divisas económicas por parte de los Migrantes hacia el Cantón.</p> <p><b>O3.</b> Interés de la ciudadanía en participar activamente de la realización de proyectos de desarrollo turístico</p> <p><b>O4.</b> Excelente ubicación del cantón favorece el comercio.</p> <p><b>O5.</b> Entidades financieras presentes en el Cantón aperturan créditos para el desarrollo de proyectos de riego</p> <p><b>O6.</b> Suficiente disponibilidad de tierras para la producción y el desarrollo del Cantón.</p> <p><b>O7.</b> El cantón cuna de docentes potencian una excelente cultura</p> <p><b>O8.</b> Geografía del Cantón especial y única.</p> <p><b>O9.</b> Se conservan tradiciones culturales en barrios rurales.</p> <p><b>O10.</b> Se vivencian los principales valores como el respeto al adulto mayor.</p> <p><b>O11.</b> Son marcadas las estaciones</p>	<p><b>A1.</b> Vías de comunicación internacional en mal estado, Macara, Amaluza, Sanguillín.</p> <p><b>A2.</b> Mala estructuración de las dependencias municipales.</p> <p><b>A3.</b> Falta de leyes para el ordenamiento en los diferente negocios que existen en la parroquia.</p> <p><b>A4.</b> Débil conciencia para preservación del medio ambiente y turístico</p> <p><b>A5.</b> Contaminación por residuos sólidos y el uso de líquidos domiciliarios;</p> <p><b>A6.</b> Baja concienciación de ciudadanía para la prevención de la salud;</p> <p><b>A7.</b> Influencia delincuencia externa;</p> <p><b>A8.</b> Insuficiente control en cantinas y centros nocturnos;</p> <p><b>A9.</b> Consumo y tráfico de drogas</p> <p><b>A10.</b> Demagogia de líderes políticos</p> <p><b>A11.</b> Poca educación en valores</p> <p><b>A12.</b> Bajo conocimiento de deberes y derechos ciudadanos</p> <p><b>A13.</b> Concejo Cantonal ajeno a la práctica del consenso</p>

<p>favoreciendo al sector rural la época de invierno para el cultivo.</p> <p><b>O12.</b> Se potencia la equidad de género en cargos públicos.</p>	<p><b>A14.</b> Desconfianza de gestión económica, por desconocimiento de manejo de tributación fiscal</p> <p><b>A15</b> Disminución de agua</p> <p><b>A16</b> Los fenómenos climáticos</p>
---	--

**Fuente:** (GAD Municipal, 2014)

**Elaborado:** (Serrano, 2016)

### **CAPÍTULO III**

## **PLANIFICACIÓN ORGÁNICA FUNCIONAL**

### **3.1. Misión**

La Unidad de Turismo forma parte del Municipio del Cantón Calvas: entrega servicios de capacitación, formación y asistencia de calidad turística a través de un grupo capacitado en el área de Turismo.

Promueve iniciativas, programas, proyectos e inversiones turísticas por medio del Ministerio de Turismo, generando así ingresos económicos al Cantón y fuentes de trabajo y una mejor calidad de vida

Cumple un papel importante en materia de promoción Turística por cuanto apoya al sector privado en las iniciativas proporcionando información y participando en los distintos eventos que se organizara para dar a conocer la oferta local

### **3.2. Vision**

Se prevee que para el 2018 la Unidad de Turismo del Cantón Calvas tiene una imagen institucional sólida con presencia nacional e internacional gracias al apoyo de las autoridades municipales y del ministerio de Turismo.

Es líder en el desarrollo social a través de los proyectos auto gestionados mediante alianzas estratégicas mejorando la calidad de vida de los pobladores del Cantón, logrando combinar los recursos naturales y culturales a través de proyectos que se involucraran en el transcurso del desarrollo de cada uno de ellos tanto en las parroquias rurales así como urbanas, incrementando la afluencia turística al Cantón.

### **3.3. Objetivos**

- Impulsar el turismo para el desarrollo social, económico, cultural del cantón recuperando y revolucionando la riqueza cultural y natural.
- Favorecer el crecimiento ordenado y armonioso de la actividad turística del Cantón mediante la creación de ordenanzas municipales en relación al desarrollo turístico del Cantón.
- Crear una red de turismo que cuente con la participación de personas capacitadas y sea participativa involucrando a la ciudadanía del Cantón.

- Crear servicios comunitarios de calidad, comodidad en función a los propios recursos y así garantizar la seguridad de sus visitantes.
- Impulsar la creación de mypimes, empresas familiares o turismo rural para de esta manera dinamizar la economía local.

### **3.4. Valores**

- Hospitalidad
- Integridad
- Respeto al Medio Ambiente y las Aéreas Protegidas
- Trabajo en Equipo
- Compromiso con el desarrollo y ejecución de los atractivos turístico
- La Excelencia
- Responsabilidad

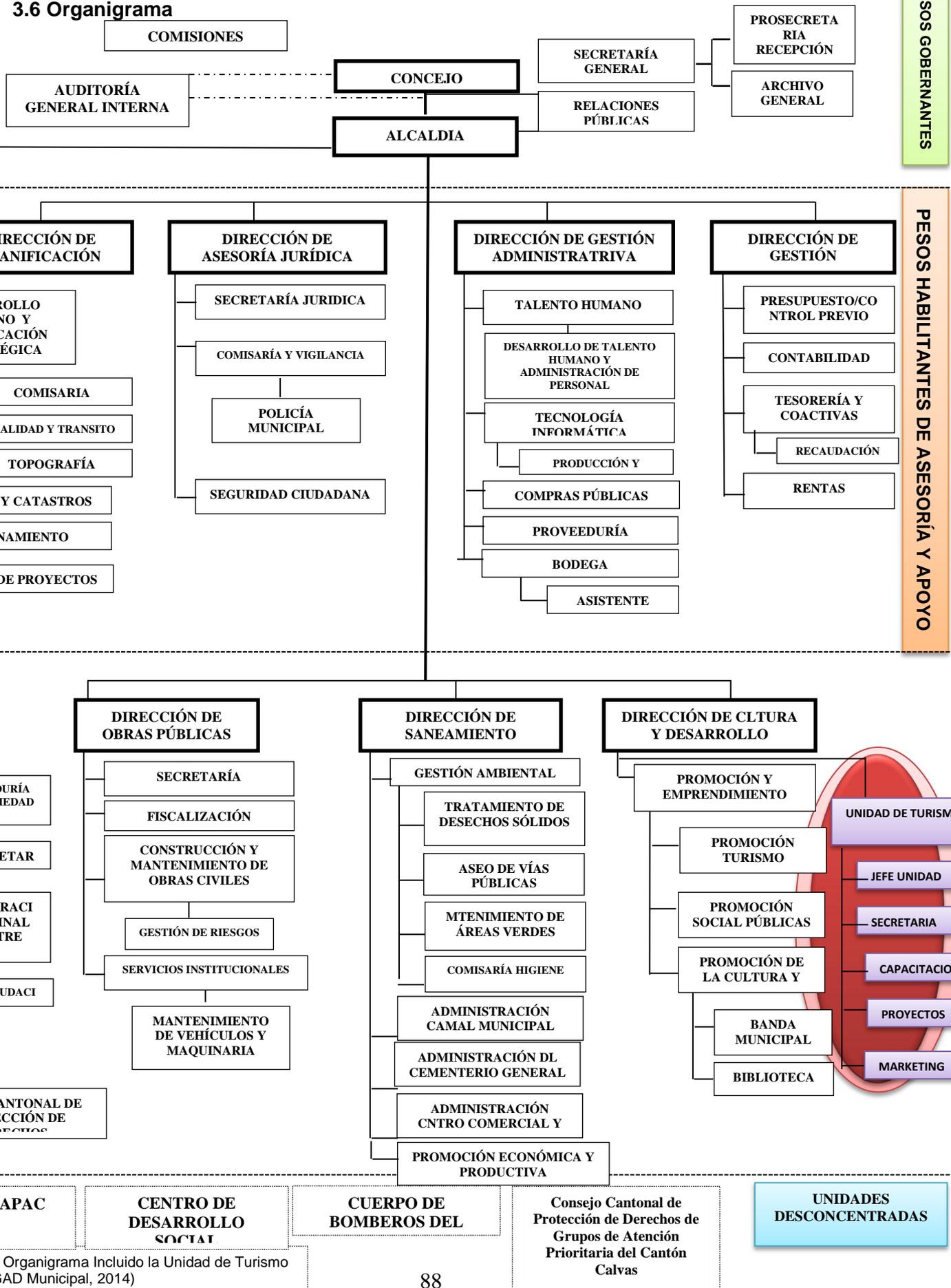
### **3.5. Competencias**

Esta Unidad va a cumplir las siguientes funciones:

- 1.- Implementar, dar seguimiento y evaluar el desarrollo del Plan Estratégico de desarrollo Turístico del Cantón Calvas.
- 2.-Fortalecer la identidad y rescate de nuestra heredad cultural como acción dinamizadora del turismo en la región
- 3.- Establecer y otorgar los permisos y autorizaciones turísticas que sean necesarias para el control de las actividades, obras o proyectos en el Cantón Calvas y coordinando con el Ministerio de Turismo los acuerdos y convenios.
- 4.- El Ministerio de Turismo según acuerdo No 20130200, sobre el Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos, y referido a la Unidad de Desarrollo Turístico, en la segunda disposición transitoria dispone que todos los puestos necesarios para la operatividad de las nuevas unidades administrativas del presente estatuto, será sobre la base de informes justificativos de la Dirección de Administración de Talento Humano.
- 5.- Cooperar y coordinar en la medida de sus atribuciones con los diferentes organismos nacionales en relación al turismo, buscando así el manejo social participativo de las actividades de aprovechamiento de los diferentes atractivos que cuenta en Cantón

- 6.- Diseñar una base de Datos que permita mediante mecanismos y técnicas, recabar procesos y actualizar anualmente la información de Catastro Turístico y los recursos naturales y de esta manera se tenga actualizada toda la información de los atractivos turísticos.
- 7.- Establecer las categorías en coordinación con el Ministerio de Turismo de los establecimientos turísticos tales como: hoteles, hostales, pensiones, bares, restaurantes balnearios y otros atractivos que cuenta el Cantón Calvas
- 8.- El portafolio de productos y servicios determinados podrá ser reformado conforme se vaya ejecutando el proceso de implementación de la nueva estructura orgánica, mediante acto resolutivo interno de la máxima autoridad, tal como lo señala la Norma Técnica de Diseño de Reglamentos o Estatus Orgánicos de Gestión Organizacional por procesos emitidas por el Ministerio de Relaciones Laborales y MINTUR.
- 9.- Promover programas de promoción turística que involucre a los diferentes sectores sociales y culturales del Cantón
- 10.- Llevar a cargo los procedimientos administrativos de juzgamiento e imponer las debidas sanciones, correspondientes a las infracciones de las ordenanzas turísticas que estén a cargo de esta Unidad.
- 11.- Solicitar los estudios de Impacto Ambiental en todos los proyectos nuevos a ejecutarse tanto públicos como privados que se van a ejecutar dentro del cantón y que puedan afectar el ambiente y el desarrollo del turismo.
- 12.- Dar asistencia técnica a través de capacitaciones a las personas que estén involucradas en el sector turístico para que de esta manera se brinde un servicio de calidad y eficiencia en el Cantón.
- 13.- Presentar a la Alcaldía un informe anual de las actividades realizadas y los resultados obtenidos en la Unidad de Turismo, o cuando la autoridad así requiera.

### 3.6 Organigrama



PESOS GOBERNANTES

PESOS HABILITANTES DE ASESORIA Y APOYO

Figura: 37. Organigrama Incluido la Unidad de Turismo  
 Fuente: (GAD Municipal, 2014)  
 Elaborado: (Serrano, 2016)

### **3.7. Manual de funciones**

#### **1. Jefe de la Unidad de Turismo**

Se considera un Jefe de Unidad de Turismo, en quien recae la acción de levantar la empresa, de gerenciar y potenciar de una manera multiforme el éxito y su mejor desarrollo.

#### **Funciones Específicas:**

- ✓ Elaborar programas y proyectos turísticos, orientados a promover el interés por los atractivos turísticos.
- ✓ Investigar el potencial turístico y elaborar proyectos de inversión que promuevan el desarrollo económico local.
- ✓ Velar por el cuidado del ornato, respeto y conservación de los atractivos turísticos del cantón Calvas.
- ✓ Velar por la seguridad de los turistas, o visitantes; coordinando con las dependencias correspondientes.
- ✓ Fomentar la inversión privada y la cooperación nacional e internacional para el desarrollo de proyectos turísticos.
- ✓ Organizar y apoyar campañas y/o cursos de sensibilización y capacitación turística.
- ✓ Difundir los atractivos turísticos, como estrategia para tener demanda turística nacional e internacional en el ámbito del cantón Calvas.
- ✓ Dirigir y ejecutar estrategias para promover el desarrollo turístico del cantón Calvas.
- ✓ Mantener actualizada la base de datos de la oferta turística, servicios y otros relacionado al ámbito de su competencia que permita contar con información actualizada para el análisis y toma de decisiones.
- ✓ Otras funciones que le asigne la Dirección de Cultura y Desarrollo Humano.

#### **2. Secretaria**

Certificar los actos administrativos y normativos expedidos por la institución; custodiar y salvaguardar la documentación interna y externa, y prestar atención eficiente, eficaz y oportuna a clientes internos y externos.

### **Funciones Específicas:**

- ✓ Dar fe de los actos de la Unidad de Turismo del Canton Calvas.
- ✓ Notificar, con la debida anticipación, las convocatorias ordenadas.
- ✓ Asistir a las sesiones del Concejo, sentar y suscribir las actas; certificar en general todos los actos del la Unidad de Turismo y, sancionar en unión del Jefe las ordenanzas, acuerdos y resoluciones.
- ✓ Llevar la correspondencia oficial y ordenar los archivos de la documentación.
- ✓ Comunicar a las diferentes dependencias, el cumplimiento de las ordenanzas, reglamentos y disposiciones de la Unidad de Turismo.
- ✓ Delegar sus atribuciones y funciones en su ausencia a la persona correspondiente.

### **3. Capacitación – Inventario turístico - catastro**

En este aspecto la unidad de turismo propone algunas acciones que se incluyen conducentes a una excelente prestación del servicio como es la capacitación y maenejo de informacion.

### **Funciones Específicas:**

- ✓ Organización y preparación del Programa Anual de Capacitación.
- ✓ Velar por el cumplimiento del Programa Anual de Capacitación (PAC).
- ✓ Elaborar informes de avances del Programa Anual deCapacitación (PAC).
- ✓ Desarrollar estrategias que permitan cumplir con los indicadores de Gestión: Hoteleria, restauración, gastronomía, servicio al cliente, guianza y emprendimiento.
- ✓ Coordinar las actividades de capacitación establecidas en Programa Anual de Capacitación (PAC).
- ✓ Implementar acciones y estrategias para detectar necesidades de capacitación en las distintas unidades de los Establecimiento.
- ✓ Colaborar con los procesos de gestión de las personas que participen en las capacitaciones.
- ✓ Realizar todas aquellas funciones que solicite su Jefatura para el buen funcionamiento de la Unidad.

#### **4. Proyectos**

Realizar estudios de los principales obstáculos o problemas que se oponen al desarrollo, expansión y en general al éxito del desarrollo turístico y proponer alternativas de solución.

##### **Funciones Específicas:**

- ✓ Identificar las necesidades de ejecución de proyectos de acuerdo a las necesidades de la población, en Plan de Desarrollo Municipal, y los Presupuestos Participativos.
- ✓ Dirigir la formulación de los perfiles técnicos.
- ✓ Evaluar los proyectos de inversión presentados, así como proponer la declaración de viabilidad o no en concordancia con la normatividad vigente.
- ✓ Coordinar con los órganos competentes sobre actividades inherentes a la formulación y ejecución de proyectos turísticos.
- ✓ Monitorear y dar seguimiento a la ejecución e impacto de los proyectos en la fase de ejecución, así como presentar informe técnico sustente tal acción.

#### **5. Marketing.**

Esta sección juega un papel preponderante, toda vez que es la encargada de ofertar el producto, la parte logística y mas acciones para alcanzar la meta propuesta por los actores del grupo de la unidad.

##### **Funciones Específicas:**

- ✓ Crear e implementar las estrategias necesarias de marketing y publicidad, que permitan fortalecer la difusión y la imagen de los diferentes atractivos con los que cuenta el cantón Calvas.
- ✓ Orientar las decisiones estratégicas de la Dirección, detectando las tendencias, evolución, oportunidades y riesgos de mercado.
- ✓ Reforzar la imagen y el posicionamiento de la Organización y favorecer la implementación de los objetivos, apoyando la gestión de venta.
- ✓ Establecer previsiones a mediano plazo para la elaboración del Plan estratégico.

### **3.8. Manual de procesos**

#### **UNIDAD DE TURISMO DEL CANTON CALVAS**

**NIVEL:** Operativo

El manual representa una guía que permite conocer de la Secretaría, su marco jurídico-administrativo, la estructura orgánica, su organigrama, el objetivo y funciones de las áreas y puestos dentro de la unidad y su incidencia dentro del Gobierno Autónomo Decentralizado del cantón

#### **FUNCIONES ESPECÍFICAS**

##### **1. Jefe de la Unidad de Turismo**

Ante todo ejercer un liderazgo democrático participativo, comprometido y a sabiendas de su importante desempeño dentro del municipio, evidenciar que para el buen éxito de sus operaciones y para que pueda existir un perfecto entendimiento, coordinación y una plena compenetración entre los diversos niveles jerárquicos, obligaciones, atribuciones y responsabilidades, le corresponden entre otras las siguientes acciones:

- a. Dirigir, programar, organizar , coordinar, controlar, evaluar, y supervisar la ejecución de las actividades asignadas al departamento de turismo
- b. Representar la Unidad de Turismo en la Coordinación con las demás direcciones del GAP
- c. Dar lineamientos sobre políticas y estrategias de desarrollo del turismo del cantón
- d. Diseñar formularios para el cobro de tasas y patentes anuales de funcionamiento de los establecimientos turísticos
- e. Delegar funciones de carácter operativo a sus subalternos de acuerdo a las ordenanzas, reglamentos Municipales, Planes, Proyectos, convenios y actividades que le competan al departamento de Turismo
- f. Informar por escrito al Alcalde los avances y gestiones realizadas por este departamento.

##### **2. Secretaría.**

Su principal acción, es proporcionar información sobre los aspectos fundamentales inherentes a la acertiva organización funcional del departamento, y constituir una

herramienta de apoyo, que coadyuve al adecuado desempeño de las funciones asignadas a las diferentes áreas que la componen, a la vez, servir de fuente de consulta para la delimitación de canales de comunicación y autoridad entre las distintas áreas.

- Investigar, recopilar, procesar y proporcionar información requerida
- Actualización del inventario turístico
- Atender, gestionar y proporcionar información requerida
- Atención, coordinación y autorización a peticiones externas e internas
- Atención, coordinación y autorización de gastos de la Secretaría de Turismo
- Otorgar soporte técnico a las Unidades Administrativas
- Desarrollo y mejora de sistemas de seguimiento y control de todas las actividades
- Evaluación de obras y acciones a cargo de la Secretaría
- Organización del Programa Operativo Anual
- Planeación, organización y atención de eventos internos y externos
- Mejora de procesos internos de contratos de compra venta y prestación de servicios -

### **3. Capacitación – Inventario turístico – catastro**

Ser idóneo en el campo que corresponda, es un principio rector al ejercer una actividad, mas aún si está direccionada con atención al público, por ello es menester que en la unidad de turismo, dentro de sus políticas debe incluirse la capacitación constante y oportuna, además de fortalecer los nuevos y ya existentes atractivos turísticos, inventariando y ubicando en el catastro, a fin de que éstos sean un referente claro, seguro, con proyección, publicidad y conocimiento dentro del contexto local, nacional y mundial.

#### **Descripción de la Actividad**

1. Ofertan capacitación a guías turísticos e insumos necesarios para conducir al turista con seguridad, responsabilidad y ética profesional.
2. Define programa de calendarización donde planea salidas para evaluar las obras y acciones, conjuntamente con el secretario y técnico si lo hubiera.
3. Elabora mecanismo de evaluación de campo.
4. Realizan levantamiento de nueva información de neoatractivos turísticos y su ubicación conjuntamente con asesores.
5. Convoca a reuniones periódicas a Directores de cada departamento para informar sobre el levantamiento de inventarios y ubicarlos en el catastro.

6. Elaboran reporte y lo envía al Secretario Técnico para su revisión, asesores, directivo.
7. Revisa y envía reporte al Secretario de Turismo, para su revisión y aprobación de la capacitación al personal de turismo
8. Recibe y archiva reporte, cierra procesos con el aval del jefe de la unidad y el Secretario de Turismo que firman en unidad de acto.
9. Concluye con el Reporte Archivo.

#### **4. Proyectos**

Proyecto es sinónimo de proponer acciones conjuntas, con alternativas claras y plausibles, a fin de que lo planteado conlleve a un alto porcentaje de eficacia y eficiencia al aplicarlo. En virtud a ello y con una planificación estratégica acertada considero de vital importancia planificar, ejecutar y evaluar proyectos, que coadyuven al progreso y fortalecimiento de la Unidad de Turismo. Por lo aportado, dentro de las actividades de quien lleve este departamento, se proponen efectivizar los siguientes procesos.

- Planear, organizar, dirigir, controlar ejecutar y evaluar el desarrollo de los proyectos y acciones encomendadas a la Dirección a su cargo.
- Acordar con el Secretario(a), la resolución de los asuntos cuyo trámite se les haya encomendado.
- Participar en la definición de las políticas, lineamientos y criterios que se requieren para la formulación, revisión, actualización, seguimiento y evaluación de los programas y proyectos estratégicos que de ellos se deriven y de los correspondientes programas operativos anuales.
- Formular los dictámenes, opiniones e informes que les sean encomendados por el Secretario.
- Formular los anteproyectos de programas y presupuestos que les correspondan, conforme a las normas establecidas.
- Implementar conforme a los lineamientos establecidos por el Secretario, la elaboración o actualización del reglamento interior, de los manuales de organización de procedimientos administrativos correspondientes a las Direcciones a su cargo.

## 5. Marketing

El puntal principal a quien le corresponda este campo es sin duda alguna proveer al turista, visitante y público en general, la información necesaria para que su estancia sea placentera y poder disfrutar de todos los atractivos que ofrece el Cantón Calvas, como hotelería, bares, atractivos turísticos, entre otros, sin desestimar el hacer alusión al turismo ecológico y aventura.

1. Comprender el concepto de marketing turística.
2. Aprender a establecer los objetivos de la organización turística.
3. Saber definir qué entendemos por «tener éxito» en el mercado cultural y turístico.
4. Identificar la Visión y la Misión de la Unidad de Turismo.
5. Conocer los elementos que se han de gestionar en la planificación de marketing en la Unidad de turismo del Cantón Calvas
6. Conocer las características de los atractivos turísticos.
7. Identificar los valores en cualquier producto de la industria turística.

Tener claro su accionar y estar a tento a algunas interrogantes como: ¿Cuáles son los principios que el turista valora en nuestra unidad? ¿Qué prioridades guían a los turistas?

Es menester aclarar que el éxito de cada funcionario dentro del departamento de Turismo, está encauzado en el correcto cumplimiento de éste documento. Promover y proyectar los lugares de atracción turística existentes en el cantón y, desarrollar nuevas opciones que permitan al GAD captar el interés de visitantes de una manera más frecuente, es lo ideal.

### 3.9. Manual de procesos

**Tabla 30** Manual de Procesos de la Unidad de Turismo del Cantón Calvas

MANUAL DE PROCESOS EN LA UNIDAD DE TURISMO DEL CANTON CALVAS			
Número de actividad	Descripción de la actividad	Actores	Criterio de Calidad
1	PROMOCIONAR EL TURISMO CANTONAL	Profesionales en turismo Asesores Guías Turisticos	Trípticos, dípticos y manuales para promocionar los atractivos del canton. Apoyo audiovisual.
2	REGISTRO DE VISITAS	Analista en sistemas Secretaria	Evidencias objetivas de visitas Documentos avalizados sobre el ingreso de turistas
3	INFORME ECONOMICO	Jefe de la Unidad de Turismo.	Estados financieros Balances económicos de ingresos que generan a la Municipalidad
4	ASESORIA TURISTICA	Ingenieros en turismo Personal de apoyo	Facilitar al turista manuales y rutas para visitas, ofrecer servicios, hoteles, bares, cafeterías, restaurants. Etc.
5	PROGRAMAS CULTURALES Y CIENTIFICOS TURISTICOS	Guías turísticos Expositores culturales Medios de comunicación	Informes de acciones y participación de los miembros de la Unidad de Turismo. Casas abiertas en feriados y fiestas de la ciudad promocionando el turismo avalizados por la unidad y Alcaldia de Calvas

**Fuente:** (Trabajo de campo, 2015)

**Elaborado:** (Serrano, 2016)

Adicionalmente a lo expresado en la matriz se potencian multiples acciones como las siguientes.

- Promover y Fortalecer la participación ciudadana
- Respeto y fomento de la identidad cultural del cantón, espiritualidad e ideologías
- Trabajo mancomunado entre la Unidad de Turismo y los demás departamentos que forman parte del Municipio de Calvas

- Impulso Prioritario al desarrollo del turismo local y rural
- Manejo adecuado en cada uno de los atractivos a explotarse.
- Fomentar el turismo mediante el desarrollo de la infraestructura, estableciendo incentivos a la inversión, exigiendo el apoyo del Municipio y de las diferente entidades a la planificación de la necesidades turísticas y así capitalizar los recursos turísticos locales.
- Establecer el turismo como una política local permanente para la ciudadanía para que de esta manera cuando el turista llegue sea atendido de calidad.
- Fomento de la cultura ciudadana en los atractivos naturales culturales y de recreación.

### **3.10. Presupuesto**

Para hacer este aporte se considera necesario remitirnos a los artículos de ley para el presupuesto de las municipalidades, y la LOSEP los mismos que puntualmente lo señalan así.

Artículo 216.- Período.- El ejercicio financiero de los gobiernos autónomos descentralizados se iniciará el primero de enero y terminará el treinta y uno de diciembre de cada año, y para ese período deberá aprobarse y regir el presupuesto.

Artículo 217.- Unidad presupuestaria.- El presupuesto se regirá por el principio de unidad presupuestaria. En consecuencia, a partir de la vigencia de este Código, no habrá destinaciones especiales de rentas.

Con el producto de todos sus ingresos y rentas, cada gobierno autónomo descentralizado formulará el fondo general de ingresos, con cargo al cual se girará para atender a todos los gastos de los gobiernos autónomos descentralizados.

Artículo 218.- Aprobación.- El órgano legislativo y de fiscalización aprobará el presupuesto general del respectivo gobierno autónomo descentralizado; además conocerá los presupuestos de sus empresas públicas o mixtas aprobados por los respectivos directorios.

Ante estas normativas, se puede señalar que los que trabajen en la Unidad de turismo no podrán ganar un sueldo menor al básico establecido por el gobierno como las

remuneraciones correspondientes, además de los beneficios de ley como el seguro social del trabajador y lo que el código del trabajo lo estipula.

### **3.11. Estudio técnico**

Refiriéndonos a este apartado se considera la reunión y análisis de la información que permita, verificar la posibilidad técnica de fabricar un producto, determinar el efecto que tienen las variables del proyecto en su rentabilidad, así lo manifiesta. (Published, 2009).

En virtud a lo mencionado, el presente proyecto será entregado al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Calvas, y sea quien asuma el desarrollo y seguimiento del mismo.

#### **1.1.1. Análisis y determinación de la localización óptima de la Unidad de turismo.**

Pretende determinar la forma de distribuir los recursos económicos de tal manera que su empleo sea óptimo, por lo que es necesario medir la relación que existe entre los recursos utilizados con los resultados o beneficios estimados. (Hernández, 2007).

Este aporte nos conduce a pensar que la acertada utilización de los recursos es importante para el éxito o desequilibrio en una entidad, empresa o unidad como es nuestro caso particular de ser asertivos es lo ideal.

#### **1.1.2. Ubicación de la Unidad de turismo.**

Una de las fortalezas para potenciar la unidad de turismo, es que la municipalidad actualmente ostenta un inmueble que tiene capacidad para ubicar esta entidad, el mismo que se encuentra situado entre las calles Avenida Loja y Bernardo Valdiviezo, donde está funcionando actualmente la oficina de Matriculación vehicular.

#### **1.1.3. Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros de insumo.**

En toda inversión es menester medir y planificar acertadamente la inversión, buscando el mercado que nos permita tener excelentes costos de lo que se requiere para implementar en este caso la Unidad de Turismo para el Cantón Calvas, se aspira que con la pericia de

los personeros del GAD y con los costos tentativos que en este trabajo se proyectan se optimicen los recursos necesarios y de mayor relevancia.

## 1.2. Estudio económico

El costo operativo para este proyecto se considera que lo asumirá el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Calvas, toda vez que es una alternativa que genera ingreso y de múltiples formas, poetenciará el adelanto de la ciudad, proyectándose en un futuro muy cercano, a que las autoridades gubernamentales, apoyen en todos los ámbitos a este rinconcito de la patria ecuatoriana.

### Estudio de Implementación de la Oficina Unidad de Turismo

**Tabla 31** Presupuesto para la Unidad de Turismo

CARGO	GRUPO OCUPACIONAL	SALARIO
Jefe de la Unidad de Turismo	Servidor Público Sp5	1 202,00
Secretaria	Servidor Público de apoyo 3	675,00
Técnico	Servidor Público de apoyo 4	733,00
Proyectos	Servidor Público 4	733,00
Marketing	Servidor Público 4	733,00
<b>TOTAL</b>		<b>4076,00</b>

**Fuente:** (GAD. Calvas Recursos Humanos, 2016)

**Elaborado:** (Serrano, 2016)

### Equipos de Oficina

Para la implementación de la oficina, vamos a considerar los siguientes rubros, fundamentados de acuerdo a la utilidad, priorizando los mas necesarios y que estén en la capacidad de la economía municipal.

En la Oficina de la Unidad de Turismo se utilizarán.

**Tabla 32** Infraestructura e Implemetos.

Cantidad	Denominación	Valor unitario	Total
5	Escritorios Sencillos	350,00	1750,00
5	Computadores de escritorio	700,00	3500,00
2	Stand	80,00	160,00
1	Impresora a color	230,00	230,00
1	Impresora blanco y negro	50,00	50,00
1	Scanner	200,00	200,00
	Recursos de oficina	500,00	500,00
2	Basurero	15,00	30,00
2	Grapadora	19,00	38,00
2	Teléfono	60,00	120,00
1	Calculadora	20,00	20,00
1	Perforadora	20,00	20,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 6618,00</b>

Fuente: (Proformas, 2016)

Elaborado: (Serrano, 2016)

**Tabla 33** Muebles y enseres

CONCEPTO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Sillas	25	8,00	200,00
Silla giratoria	5	100,00	500,00
Escritorio	5	150,00	750,00
Archivador	2	160,00	320,00
Imprevistos			200,00
<b>TOTAL</b>			<b>1970,00</b>

Fuente: (Trabajo de campo, 2016)

Elaborado: (Serrano, 2016)

**Tabla 34** Total de inversión

INVERSION	V. TOTAL
Unidad de Turismo	\$ 12664,00

Fuente: (Trabajo de campo, 2016)

Elaborado: (Serrano, 2016)

Inicialmente se prevee que se puede iniciar con un monto de \$ 7 000 dólares para aperturar este proyecto en forma tentativa, atribuyendo que algunos de los muebles y enseres se canalizarían con los existentes en otras dependencias del GAD.

Es importante resaltar que, el total de la inversión planteada de \$ 12664,00 es un valor tentativo y, que la toma de decisiones está encausada por quienes dirigen la ilustre municipalidad del Cantón Calvas, siempre observando un horizonte promisorio, que sin duda nos traerá reconocimiento, rentabilidad y engrandecimiento de nuestro cantón si promocionamos nuestra belleza natural expresamente.

## CONCLUSIONES

1. El Cantón Calvas necesita crear una Unidad de Turismo para promocionar sus atractivos y generar ingresos económicos.
2. Entre los principales negocios que desarrolla el cantón es en tienda de abastos con 271 de ellos estipulado en catastro.
3. Según datos del MAGAP - 2011, la agricultura en Calvas combina los cultivos transitorios con los permanentes y además se práctica la asociación de cultivos y rotación de los mismos.
4. Calvas es el cuarto cantón con mejor índice de salud de la provincia de Loja, con 48,24%; esto no implica que se encuentre bien, sufre al igual que otros cantones, provincias y regiones del país déficit en salud.
5. De las encuestas realizadas, estas fueron subdivididas en la categorías de Restaurantes, Hoteles y Agencias de Viajes, de las cuales 7 corresponden a Restaurantes, 12 a Hoteles y solo una, a Agencia de Viajes ya que no existen más empresas en esta categoría.
6. La mayor incidencia en alojamiento se encuentra en la clasificación de los Hostales con un 33% categorizados de segunda y tercera clase, seguidos con un 25% los Hostales Residencia de tercera y las Pensiones de segunda y tercera, y con un 8% se ubican el Hotel y Hostería, el primero categorizado de primera y el segundo de Tercera.
7. En relación a las nuevas tecnologías, en las empresas de servicio turístico, se puede evidenciar que el 60% si las aplica, mientras que el 40% no las utiliza dentro de sus negocios.
8. El 89% tiene una interacción directa con otras empresas del sector turístico entretanto que el 11% no interactúan. Esto nos conlleva a inferir que en algunos aspectos si se potencia la tecnología en el ambito laboral de negocio empresarial.
9. Los atractivos turísticos considerados hasta el año 2006 son: El Cerro Ahuaca, El Cerro Pan de Azúcar, El Baño del Inca, Balneario del Río Lucero, El río Calvas.
10. Entre los nuevos atractivos de calvas se adhieren, Templo de la Santísima Virgen del Cisne, Iglesia Matriz de Cariamanga, Cruz religiosa Ciudadela amazonas, Capilla Virgen de Ahuca del Carmen y La capilla del Cimborio.

## RECOMENDACIONES

1. Implementar la unidad de turismo, aperturando su funcionamiento a través de una ordenanza municipal por parte de las autoridades del Gobierno Autónomo, que coadyuve a promocionar nuestros atractivos turísticos.
2. Incrementada la Unidad de Turismo, se designe el personal con el perfil profesional que requiere esta unidad.
3. La gestión de la Unidad de Turismo se convierta en una tarea que vincule a las parroquias y recintos, involucrados todos por los diversos atractivos con los que cuenta cada sector.
4. Que el Gobierno Secional, no imponga elevados impuestos en los principales negocios, como un mecanismo de apoyo a mejorar la economía.
5. Es importante que el MAGAP ayude a potenciar la agricultura en el Cantón Calvas, combinando los cultivos, coadyuvando a mejorar la producción
6. Es importante que el GAD, potencie cursos de capacitación relacionados a la utilización de las nuevas tecnologías en las empresas de servicio turístico, promocionando los atractivos y generando ingresos.
7. Delegar a la Comisión de Ornato del Canton Calvas, vigilar, cuidar y preservar los atractivos para que no se destruyan y prever lo que sea necesario para fortalecerlos.
8. Solicitar se nombre una comisión dentro de la municipalidad, que realice un análisis exhaustivo de los patrimonios que posee el cantón, e incorpore en la base de datos los nuevos atractivos a medida que se impulsen y sean un referente para los turistas.
9. Procurar al instaurarse la Unidad de Turismo, se genere una fuente de empleo para los excelentes profesionales habitantes de nuestra ciudad.
10. Al presentar este proyecto investigativo a la muy Ilustre Municipalidad del Cantón Calvas, se considere este trabajo y sea un referente para su institucionalización.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, M. (26 de Marzo de 2013). *Miguel Aguirre*. Recuperado el 20 de Julio de 2014, de <http://migueaguirre.blogspot.com/2013/04/ventajas-y-desventajas-de-las-tics-en.html#!/2013/04/ventajas-y-desventajas-de-las-tics-en.html>
- Aguirre, M. (26 de abril de 2013). Ventajas y Desventajas de las TICs en el Turismo. *Elperiodico.com*, pág. 1.
- Aspectos Geograficos* . (s.f.). Recuperado el 10 de Enero de 2013, de <http://micariamanga.galeon.com/aficiones852182.html>
- Autor, E. E. (s.f.).
- Basulto Ruiz, E. (23 de Junio de 2009). *Indicadores del rendimiento académico como criterios para la evaluación de la calidad*. Obtenido de Monografias: <http://www.monografias.com/trabajos71/indicadores-rendimiento-academico-evaluacion-calidad/indicadores-rendimiento-academico-evaluacion-calidad.shtml>
- Bouillon, R. (1997 ). *Promocion Turistica* .
- Boullón, R. C. (2006). Planificación del Espacio Turístico. En R. C. Boullón, *Planificación del Espacio Turístico* (pág. 36). México: Trillas, 5. A.
- Boullón, R. C. (2006.). Planificación del espacio turístico. -- 4a ed. -. En R. C. Boullón. Mexico: Trilla.
- Boullón, R. C. (Cuarta edición, enero 2006). PLANIFICACIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO. En *PLANIFICACIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO* (pág. 40). Mexico: Trillas, 5. A.
- (Constitución Política de la República del Ecuador, A. 3. (s.f.). *La Educación: un servicio público* . Quito.
- 2009, S. I. (2010). *Comercialización de producción agrícola en el cantón Calvas*. Calvas : Paladines Asociados .
- Castilo, J. Á., & Luengo Navas, J. (2004). *Teorías e instituciones contemporáneas de educación*. Obtenido de LA EDUCACIÓN COMO OBJETO DE CONOCIMIENTO.: <http://www.ugr.es/~fjjrios/pce/media/1-EducacionConcepto.pdf>
- Censo Nacional económica. (2010). *Establecimientos económicos por sector Manufactura, Comercio, Servicios y Otros en el cantón,*. Calvas: Paladines Asociados.
- Chiriboga, M. (2011). *Agendas para la Transformación Productiva Territorial*:. Loja: Gabriela Espinosa.
- Colombia, P. (20 de Julio de 2014). <http://www.proexport.com.co>. Recuperado el 20 de Julio de 2014, de <http://www.proexport.com.co/multimedia/video/oferta-turistica-colombiana-disponible-con-solo-mover-un-dedo-ctm2013>
- Constitución Política de la República del Ecuador, A. 3. (2015). *Ministerio de Educación > Sin categoría > La Educación: un servicio público*. Quito.
- COSTACARMONA. (1 de 07 de 2015). *eoi*. Obtenido de <http://www.eoi.es/blogs/embatur/2015/06/01/las-tics-y-su-importancia-para-el-turismo/>
- CPL, C. P. (16 de 03 de 2015). *RESOLUCION DE CONSEJO PROVINCIAL DE LOJA* . Recuperado el 17 de Abril de 2016, de <http://www.prefectura.loja.gob.ec/documentos/lotaip/2015/marzo/DOCUMENTOS/resolucion%20del%2016%20de%20marzo%202015.pdf>
- Crónica. (07 de Septiembre de 2013). <http://cronica.com.ec>. Recuperado el 20 de Julio de 2014, de <http://cronica.com.ec/index.php/loja/item/56892-pondr%C3%A1n-en-marcha-proyectos-para-impulsar-desarrollo-tur%C3%ADstico-de-loja>

- Cuerpo de Bomberos de Calvas . (2012). *Actividad económica del cantón*. Calvas : Paladines Asociados .
- DESECOC.(s.f.).Obtenidode <http://www.presupuesto.gobierno.pr/PresupuestosAnteriores/Af2000/SECTOR/DESECOCO1.htm>
- Díaz Pulido, J. M. (2016). *MODELO ECONÓMICO*. Información Económica S.L.
- dineib. (2012). *EStablecimientos Educativos Ecuador* . Loja.
- Econlink. (2016). Modelo Económico. 1.
- Ecuador, M. d. (2013). Ecuador Potencia Política. *amalavida.tv*, 1.
- Ecuador, M. d. (s.f.). <http://www.turismo.gob.ec>. Recuperado el 20 de 07 de 2014, de Ecuador Ama la Vida: <http://www.turismo.gob.ec/all-you-need-is-ecuador-es-la-campana-que-estara-en-el-mundo/>
- Ernesto, C. S. (2014). *Situación productiva del Cantón Calvas*. loja.
- Espinel, D. V. (2013). Ecuador en Potencia Turística. *amalavida.tv*, 1.
- Exportaciones, D. d. (s.f.). Obtenido de <http://www.presupuesto.gobierno.pr/PresupuestosAnteriores/Af2000/SECTOR/DESECOCO1.htm>
- Gomez, R. (18 de Junio de 2016). *Las llegadas de turistas internacionales suben en 2015 un 4% hasta el récord de 1.200 millones*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/press-release/2016-01-18/las-llegadas-de-turistas-internacionales-suben-en-2015-un-4-hasta-el-record>
- GPL, D. d. (2011). *Asociaciones de Productores de Calvas registradas en el MICIP*. Calvas : Paladines Asociados .
- Guayaquil, C. d. (2009). *EStadísticas Económicas*. Guayaquil.
- GUERRERO, A. (12 de Julio de 2015). Análisis de la Población Económicamente Activa del Ecuador. *Foro Economía Ecuador*, pág. 1.
- Gurina, D. J. (01-2012). DEFINICIÓN DE SALUD (I): La definición de la OMS. *e-criterium*, 1.
- HERNÁNDEZ, G. (2014). Tipos de Agricultura. *NARANJALANDIA TAVERNES, S.L.*, 1.
- Holguin, E. B. (04 de 04 de 2014). *Artículos y Noticias de tecnología para la industria de turismo* . Obtenido de <http://www.turismoytecnologia.com/todos-los-articulos-de-tecnologia/item/3617-uso-de-tics-en-turismo-nuevas-tecnologias-al-servicio-del-viajero>
- Horwitz, K. (1998). Ganadería. *Wikimedia*, 1.
- Hospital Miguel Rosillo Calvas . (2012). *Informacion general del Hospital* . Calvas Cariamanga : Hospital .
- Idrovo, H. (Mayo de 2012). *Monografias.com*. Recuperado el 20 de Julio de 2014, de <http://www.monografias.com/trabajos37/tecnologias-comunicacion/tecnologias-comunicacion.shtml>
- III Censo Nacional Agropecuario . (2008). *Formas de agricultura en el cantón Calvas*. Calvas : Paladines Asociados .
- INEC. (2007). *Población Económicamente Activa (PEA)*. Quito: SIISE.
- inec. (2012). : [inec@inec.gob.ec](mailto:inec@inec.gob.ec). Obtenido de [www.ecuadorencifras.gob.ec](http://www.ecuadorencifras.gob.ec): [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/Empleo-mar-2014/10\\_anios/201403\\_EnemduPresentacion\\_10anios.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/Empleo-mar-2014/10_anios/201403_EnemduPresentacion_10anios.pdf)
- INEC, I. N. (2014). *Sistema Integrado de Consultas de INEC*. Recuperado el 20 de Marzo de 2016, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/>
- Jiménez, D. N. (2015). *Patente n° 1*. Ecuador.
- Join. (2008). Entender el turismo. *OMT*, 1.

- JulieBCN. (31 de marzo de 2010). *Principles:Agriculture/es*. Obtenido de [http://wiki.virtonomics.com/index.php/Principles:Agriculture/es#Sector\\_Agr.C3.ADc\\_ola](http://wiki.virtonomics.com/index.php/Principles:Agriculture/es#Sector_Agr.C3.ADc_ola)
- Krapf, W. H.-K. (1942). Turismo. *wikipedia*, 1.
- Loja, G. (s.f.). *Turismo en la Provincia*. Loja.
- Maldonado, A. A. (2014). *ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO*. Calvas.
- Maldonado, A. A. (2014). *ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO*. Cariamanga.
- Manila. (2009). La artesanía, elemento del desarrollo. *unesco.org*, 1.
- Melody Serrano, Juan Carlos Serrano. (2016). *Reporte de Pobreza*. Quito: Andrea Molina.
- Moncayo, J. R. (2014). *Ocupación plena por tipo de empleador*. Quito: Inec.
- OMS. (2015). Concepto de Salud (según la OMS). *concepto.de*, 1.
- OMT. (26 de Agosto de 2013). <http://media.unwto.org>. Recuperado el 20 de Julio de 2014, de <http://media.unwto.org/es/press-release/2013-08-26/la-demanda-turistica-internacional-supera-las-expectativas-en-la-primera-mi>
- Osorio, C. R. (10/08/2013). *Filosofía de la educación*. Antioquia: Edimat Libros.
- Osorio, C. R. (10/08/2013). *Filosofía de la educación*. Antioquia: Edimat Libros.
- Paladines y Asociados . (2011). *PDOT DE Calvas* . Calvas : Paladines .
- Pardo, C. M. (2007). Concepto y medición de la pobreza. *Facultad de Economía*, 1.
- PDOT, G. A. (2011). PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTON CALVAS. 153.
- PDOT, G. A. (2014). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Cantón Calvas*. Recuperado el 15 de 04 de 2016, de [http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplusdiagnostico/1160000320001\\_Actualizaci%C3%B3n\\_Diagnostico\\_Calvas\\_v1\\_14-11-2014.pdf](http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplusdiagnostico/1160000320001_Actualizaci%C3%B3n_Diagnostico_Calvas_v1_14-11-2014.pdf)
- Pinto, G. (2014). Contexto económico actual. *elnuevodiario.com.ni*, 1.
- PrintScreen. (2015). Mortalidad. *EcuRed* , 1.
- RECALDE, D. H. (2015). *Situación actual de la ganadería* . Guayaquil: Fedegan.
- Rojas Osorio, C. (10 de 08 de 2013). Filosofía de la educación. *HistoriArte*, 1.
- Rojas, D. (29 de Agosto de 2013). Tres cantones inician proyecto turístico. *La HOra*, pág. 1.
- salud, O. m. (2016). *organizacion mundial de la salud*. Recuperado el 2016, de <http://www.who.int/topics/mortality/es/>
- SCIAN. (2002). Obtenido de <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/19276/Capitulo1.pdf>
- Serrano, A. (2013). *Centros Educativos* . Calvas .
- Serrano, A. (2014). *Planta turística Calvas* . Calvas .
- SIISE. (2010). *Pobreza comparativa por necesidades básicas insatisfechas (NBI)*. Calvas: Paladines Asociados.
- SECTOR INDUSTRIAL. (2013). *Educación Técnico Profesional*.
- Sobrino, R. G. (18 de Junio de 2016). *turistas internacional*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/press-release/2016-01-18/las-llegadas-de-turistas-internacionales-suben-en-2015-un-4-hasta-el-record>
- Turismo, N. d. (04 de Abril de 2014). <http://www.turismoytecnologia.com>. Recuperado el 20 de Julio de 2014, de <http://www.turismoytecnologia.com/todos-los-articulos-de-tecnologia/item/3617-uso-de-tics-en-turismo-nuevas-tecnologias-al-servicio-del-viajero>
- Turística, C. (26 de Marzo de 2014). <http://competitividadturistica.com>. Recuperado el 20 de Julio de 2014, de <http://competitividadturistica.com/destinos-turisticos-beneficiados-con-el-uso-intensivo-de-las-tics/>

Youssefsan. (03 de mayo de 2015). *wikipedia*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Discusi%C3%B3n:Artesan%C3%ADa&action=info>

## **ANEXOS**

**CONFIDENCIALIDAD**

Toda información proporcionada por usted es estrictamente confidencial; por lo tanto, no se difundirá en forma individual, ni tampoco podrá utilizarse para fines Tributarios u otros que no sean estadísticos

**A. DATOS GENERALES DE LA EMPRESA**

1. Nombre de la		2. Año de	
3. Ubicación-Parroquia		4. Teléfono	
5. Email		6. Página Web	

**B. SERVICIOS DE LA EMPRESA**

**7. Alojamiento**

ALOJAMIENTO	a. TIPO DE ALOJAMIENTO	b. CATEGORÍA			
		1. PRIMERA	2. SEGUNDA	3. TERCERA	4. CUARTA
	1 HOTEL	1.1	2.1	3.1.	4.1
	2 HOTEL RESIDENCIA	1.2	2.2	3.2	4.2
	3 HOSTAL	1.3	2.3	3.3	4.3
	4 CABAÑAS	1.4	2.4	3.4	4.4
	5 HOSTAL RESIDENCIA	1.5	2.5	3.5	4.5
	6 PENSIÓN	1.6	2.6	3.6	4.6
	7 HOSTERÍA	1.7	2.7	3.7	4.7
	8 MOTEL	1.8	2.8	3.8	4.8

**8. Agencias de Viajes**

Clasificación	
Operadora	1
Internacional	2
Dualidad	3

**9. Restaurantes**

Clasificación	
Categoría	1
Categoría	2
Categoría	3

**C. NUEVAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN**

**10. ¿Utiliza las Nuevas Tecnologías de Información en su empresa?**

SI	1
NO	2

En caso de contestar SI pase a la pregunta No 11

En caso de contestar NO pase a la pregunta No 12

**11. ¿Cuáles?**

Nuevas Tecnologías de Información			
Portal Turístico	1	Reciclaje de desechos orgánicos e inorgánicos	13
Sistemas centrales de reservas	2	Aire Acondicionado	14
Redes Sociales	3	Calefacción	15
Hotel System	4	Comandas Electrónicas	16
Hotelan	5	Cintas Transportadoras de ropa	17
Booking Button	6	Plancha Industrial	18

Neobooking	7	Cuenta piezas automatizados	19
Ticket Electrónico	8	Dosificadores	20
Sistemas Globales de Distribución	9	Identificación de prendas por microchip	21
Sistemas Contables	10	Utilización de focos ahorradores	22
Sistema Inalámbrico de Aplicaciones	11	Tarjeta magnética para abrir la puerta en habitaciones	23
Punto de venta	12	Bandas eléctricas para el desplazamiento de platos montados	24

**12. ¿Por qué no utiliza las Nuevas Tecnologías de Información en su empresa?**

OBSTÁCULOS EN LA APLICACIÓN			
Escasez de recursos económicos	1	Falta de capacitación a los trabajadores	8
Tiempo	2	Falta de acuerdo entre directivos	10
Planificación	3	Otros	9
Falta de Información sobre las Nuevas Tecnologías de Información	4	a.	9
No le interesa	5	b.	
Falta de Oferentes/proveedores	6		
No existen aplicaciones adecuadas	7		

**13. ¿Antes utilizaba las Nuevas Tecnologías de Información?**

SI	1
NO	2

Si su respuesta es NO termina aquí la encuesta.

**14. ¿Hace cuánto tiempo utiliza las Nuevas Tecnologías de Información?**

TIEMPO DE UTILIZACIÓN			
Desde la creación de la empresa	1	De 1 a 3 años	3
Menos de un año	2	Más de 9 años	4

**15. ¿Las nuevas Tecnologías de Información que emplea su empresa tienen interacción directa con otras empresas del sector turístico?**

SI	1
NO	2

En caso de responder NO pase a la pregunta No 17

**16. ¿Con qué tipo de empresas turísticas tiene interacción?**

TIPO DE EMPRESA			
Hoteles	1	Aerolíneas	3
Restaurantes	2	Agencias de Viajes	4

**17. ¿A través de qué medios tecnológicos y en qué tiempo atienden a sus clientes?**

a. MEDIOS		b. TIEMPO		a. MEDIOS		b. TIEMPO		a. MEDIOS		b. TIEMPO	
a.1 Teléfono	1. 0-10 minutos	1		a.3 Correo electrónico	1. 0-10 minutos	9		a.5 Skype	1. 0-10 minutos	17	
	2. 10.1-20 minutos	2			2. 10.1-20 minutos	10			2. 10.1-20 minutos	18	
	3. 20.1-30 minutos	3			3. 20.1-30 minutos	11			3. 20.1-30 minutos	19	
	4. Más de 30.1 minutos	4			4. Más de 30.1 minutos	12			4. Más de 30.1 minutos	20	
a.2 Página Web	1. 0-10 minutos	5		a.4 Messenger	1. 0-10 minutos	13		a.6 Redes Sociales	1. 0-10 minutos	21	
	2. 10.1-20 minutos	6			2. 10.1-20 minutos	14			2. 10.1-20 minutos	22	
	3. 20.1-30 minutos	7			3. 20.1-30 minutos	15			3. 20.1-30 minutos	23	
	4. Más de 30.1 minutos	8			4. Más de 30.1 minutos	16			4. Más de 30.1 minutos	24	

**18. ¿Incrementó el nivel de ventas desde el uso de las Nuevas Tecnologías de Información?**

SI	1
NO	2

**19. ¿Con el incremento del nivel de ventas, qué beneficios obtuvo de la empresa?**

BENEFICIOS			
Proveedores	1	Optimización de Tiempo	4
Clientes	2	Optimización de Recursos	5
Mano de obra calificada	3		

**20. ¿Las nuevas tecnologías de información que usted utiliza en su empresa cubren todas las necesidades administrativas y operativas?**

SI	1
NO	2

21. ¿De las Nuevas Tecnologías de Información que usted utiliza que necesidades aún no han sido cubiertas en su empresa?

NECESIDADES POR CUBRIR			
Página Web	1	Mano de obra calificada	5
Equipos de Computación	2	Otros	9
Optimización de Tiempo	3	a.	
Optimización de Recursos	4	b.	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

**Ficha. 1**

**FICHAS DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN  
CALVAS**

**CERRO AHUACA**

**MINISTERIO DE TURISMO  
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA  
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS**

**1. DATOS GENERALES:**

1.1 ENCUESTADOR: Adriana Serrano 1.2 FICHA N°001  
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Estefanía Sánchez 1.4 FECHA  
Agosto 2014  
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cerro Ahuaca 1.6 CATEGORÍA: Sitio Natural 1.7 TIPO: Montaña  
1.8 SUBTIPO: Cerro

**2. UBICACION:**

2.1 PROVINCIA: Loja 2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Calvas 2.3 LOCALIDAD:  
Cariamanga  
2.4 CALLE: Barrio Tierras Colorada 2.5 NÚMERO: S/ N  
2.6 LOCALIZACION GEOGRAFICA:  
Latitud: **-4°19'12.8"** Longitud: **-79°33'16.49**

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

3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Cariamanga DISTANCIA: 2KM  
3.2 NOMBRE DEL POBLADO: DISTANCIA:

C A L I D A D	V A L O R  I N T R I N S E C O	<b>4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO:</b>	PRECIPITACIÓN
		4.1 ALTURA 2470 (m.s.n.m) TEMPERATURA(°C) : 17 PLUVIOMÉTRICA:	
		DESCRIPCIÓN BREVE DEL ATRACTIVO	
		Está ubicado en el Cantón Calvas en el Barrio Tierras Coloradas en este cerro se puede observar toda la ciudad de calvas, en este cerro se encuentra ubicada una cruz en la cual esta adecuada para que el turista se suba y observe mejor la ciudad, la misma que es visible desde toda la ciudad y poder observar el animal que habita en este cerro el arnejo	

C A L I D A D	V A L O R  E X T R I N S E C O	<b>4. USOS (SIMBOLISMO):</b>	Este cerro tiene mucha importancia todos los días ya que en el cual se puede acceder con un guía y así admirar la ciudad cuando el turista lo amerite , oh cuando se celebra la en el mes de mayo el día de las cruces se hace la caminata y se llega a la cruz y se celebra la eucaristía						
		<b>5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO:</b>	5.1 ALTERADO x	5.2 NO ALTERADO	5.3				
		5.4 DETERIORADO	5.5 EN PROCESO DE DETERIORO	5.5 CAUSAS: el cerro vista turista para acampar y observar el arnejo					
		<b>6. ENTORNO</b>	6.1 CONSERVADO x	6.2 EN PROCESO DE DETERIORO					
		6.3 DETERIORADO	6.4 CAUSAS:						
		_____							
A P	<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>								
	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE VIAS</b>		<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO</b>		
			B U E N O	R E G U L A R	M A L O	D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L

O Y	TERRESTRE	ASFALTADO				BUS	X				DIAS AL AÑO Dias al inicio Dia al final
		LASTRADO				AUTOMOVIL	X				
		EMPEDRADO		X		4X4					
		SENDERO		X		TREN					
O	ACUATICO	MARITIMO				BARCO					DIAS AL MES
						BOTE					
		FLUVIAL				CANOA					
					OTROS	X					
	AEREO					AVION					HORAS AL DIA
					AVIONETA						
					HELICOPTEROS						
<b>OBSERVACIONES:</b> Atractivo Restringido. Es un atractivo que es una área protegida ya que tiene una especie de animal única en el mundo arnejo( viscacha)											

O Y O	<b>9. INFRAESTRUCTURA BASICA</b>										
	<b>9.1 AGUA:</b>										
	POTABLE	ENTUBADA	X	TRATADA	DE POZO	NO EXISTE					
	OTROS										
<b>9.2 ENERGIA ELECTRICA</b>											
SISTEMA INTERCONECTADO	X	GENERADOR	NO EXISTE	OTROS							
<b>9.3 ALCANTARILLADO</b>											
RED PUBLICA	X	POZO CIEGO	POZO SÉPTICO	NO EXISTE							
OTROS											
<b>9.4 PRECIO</b>											
SI	NO	ENTRADA LIBRE	X	OTROS							
<b>10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS</b>											
Nombres											
Distancia											
S I G N I F I C A D O	<b>11. DIFUSION DEL ATRACTIVO</b>										
	LOCAL										
	PROVINCIAL										
	NACIONAL										
	INTERNACIONAL										

**Fuente:** Investigacion Insitu. Del Atractivo

**Elaboración:** Adriana Serrano Conza

**Ficha. 2**

**EL CERRO PAN DE AZUCAR**

**MINISTERIO DE TURISMO  
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA  
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS**

**1. DATOS GENERALES:**

1.1 ENCUESTADOR: Adriana Serrano 1.2 FICHA N°002  
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Estefanía Sánchez 1.4 FECHA  
Agosto 2014  
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cerro Pan de Azucar 1.6 CATEGORÍA: Sitio Natural 1.7 TIPO:  
Montana  
1.8 SUBTIPO:

**2. UBICACION:**

2.1 PROVINCIA: Loja 2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Calvas 2.3 LOCALIDAD:  
Cariamanga  
2.4 CALLE: 18 de Noviembre 2.5 NÚMERO:  
2.6 LOCALIZACION GEOGRAFICA:  
Latitud: Longitud:

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

3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Cariamanga DISTANCIA: 111km  
3.2 NOMBRE DEL POBLADO: DISTANCIA:



<b>A P O Y O</b>			<b>B U E N O</b>	<b>R E G U L A R</b>	<b>M A L O</b>		<b>D I A R I A</b>	<b>S E M A N A L</b>	<b>M E N S U A L</b>	<b>E V E N T U A L</b>		
	TERRESTRE	ASFALTADO				BUS	X					<b>DIAS AL AÑO</b>  365
		LASTRADO				AUTOMOVIL	X					
		EMPEDRADO		X		4X4						
		SENDERO		X		TREN						
	ACUATICO	MARITIMO				BARCO						<b>DIAS AL MES</b>
						BOTE						
		FLUVIAL				CANOA						
					OTROS							
	AEREO					AVION						<b>HORAS AL DIA</b>
						AVIONETA						8 AM
						HELICOPTEROS						
	<b>OBSERVACIONES:</b> Atractivo donde se puede adquirir yeso											

<b>O Y O</b>	<b>9. INFRAESTRUCTURA BASICA</b>										
	<b>9.1 AGUA:</b>										
	POTABLE	ENTUBADA	X	TRATADA	DE POZO	NO EXISTE					
	OTROS										
	<b>9.2 ENERGIA ELECTRICA</b>										
	SISTEMA INTERCONECTADO	X	GENERADOR	NO EXISTE	OTROS						
	<b>9.3 ALCANTARILLADO</b>										
	RED PUBLICA	X	POZO CIEGO	POZO SÉPTICO	NO EXISTE						
	OTROS										
	<b>9.4 PRECIO</b>										
	SI	NO	ENTRADA LIBRE	X	OTROS						
	<b>10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS</b>										
	<b>Nombres</b>					<b>Distancia</b>					

S  
I  
G  
N  
I  
F  
I  
C  
A  
D  
O

**11. DIFUSION DEL ATRACTIVO**

LOCAL

PROVINCIAL

NACIONAL

INTERNACIONAL

**Fuente:** Investigacion Insitu. Del Atractivo

**Elaboración:** Adriana Serrano Conza

**Ficha. 3**

**BALNEARIO RIO LUCERO**

**MINISTERIO DE TURISMO  
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA  
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS**

**1. DATOS GENERALES:**

1.1 ENCUESTADOR: Adriana Serrano

1.2 FICHA N°003

1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Estefanía Sánchez

1.4 FECHA

Agosto 2014

1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Rio Lucero

1.6 CATEGORÍA: Sitio Natural

1.7 TIPO: RIO

1.8 SUBTIPO:

**2. UBICACION:**

2.1 PROVINCIA: LOJA

2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: El Ingenio

2.3 LOCALIDAD:

Lucero

2.4 CALLE: via al ingenio

2.5 NÚMERO:

2.6 LOCALIZACION GEOGRAFICA:

Latitud:

Longitud:

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

3.1 NOMBRE DEL POBLADO: cariamanga

DISTANCIA: 1 hora

3.2 NOMBRE DEL POBLADO: ingenio

DISTANCIA: 20 minutos

<b>C A L I D A D</b>	<b>V A L O R</b>	<b>4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO:</b> 4.1 ALTURA(m.s.n.m)      TEMPERATURA(°C) :      18      PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA:
	<b>I N T R I N S E C O</b>	<b>DESCRIPCIÓN BREVE DEL ATRACTIVO</b> En este Rio encontrarnos una belleza encantadora de tranquilidad en sus aguas ya que en ella el turista puede ingresar al rio y relajarse este atractivo consta con variedad de flora y fauna

<b>C A L I D A D</b>	<b>V A L O R</b>	<b>4. USOS (SIMBOLISMO):</b> El río Lucero ofrece apacibles remansos en la unión con el río El Ingenio, dedicado a refrescantes balnearios fluviales, especialmente el balneario Don Pepe, en el cual los turistas se entregan a este esparcimiento los días festivos y fines de semana se puede disfrutar de un delicioso baño en remansos formados en la unión con el río El Lucero En su feriado de carnavales acuden gran cantidad de turistas locales y de las diferentes provincias			
	<b>E X T R I N S E C O</b>	<b>5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO:</b> 5.1 ALTERADO      X      5.2 NO ALTERADO      5.3 CONSERVADO 5.4 DETERIORADO      5.5 EN PROCESO DE DETERIORO 5.5 CAUSAS: Visitas y lavadero de ropa por los habitantes del lugar			
<b>A D A D</b>	<b>I N T R I N S E C O</b>	<b>6. ENTORNO</b> 6.1 CONSERVADO      6.2 EN PROCESO DE DETERIORO 6.3 DETERIORADO X 6.4 CAUSAS: Descuido por los visitantes			
	<b>O R G A N I Z A C I O N Y C U M P L I M I E N T O ( A C O N T E C I M I E N T O S P R O G R A M A D O S ):</b>	<b>ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO ( ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS):</b>			
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>					
<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE VIAS</b>	<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO</b>

A P O Y O		B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L		
	TERRESTRE	ASFALTADO	x			BUS	X				<b>DIAS AL AÑO</b>
		LASTRADO	x			AUTOMOVIL	X				365
		EMPEDRADO				4X4	X				
		SENDERO				TREN					
	ACUATICO	MARITIMO				BARCO					<b>DIAS AL MES</b>
						BOTE					
		FLUVIAL				CANOA					
					OTROS						
	AEREO					AVION					<b>HORAS AL DIA</b>
					AVIONETA					8 am	
					HELICOPTEROS						
<b>OBSERVACIONES: Aguas tranquilas y observación flora y fauna</b>											

O Y O	<b>9. INFRAESTRUCTURA BASICA</b>									
	<b>9.1 AGUA:</b>									
	POTABLE	ENTUBADA	X	TRATADA	DE POZO	NO EXISTE				
	OTROS									
	<b>9.2 ENERGIA ELECTRICA</b>									
	SISTEMA INTERCONECTADO	X	GENERADOR	NO EXISTE	OTROS					
	9.3 ALCANTARILLADO									
	RED PUBLICA	X	POZO CIEGO	POZO SÉPTICO	NO EXISTE					
	OTROS									
	9.4 PRECIO									
SI	NO	ENTRADA LIBRE	X	OTROS						
<b>10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS</b>										
<b>Nombres</b>					<b>Distancia</b>					

S  
I  
G  
N  
I  
F  
I  
C  
A  
D  
O

**11. DIFUSION DEL ATRACTIVO**

- LOCAL
- PROVINCIAL
- NACIONAL
- INTERNACIONAL

**Fuente:** Investigacion Insitu. Del Atractivo  
**Elaboración:** Adriana Serrano Conza

**Ficha. 4**

**TEMPLO SANTUARIO VIRGEN DE LA NUBE**

**MINISTERIO DE TURISMO  
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA  
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS**

**1. DATOS GENERALES:**

- 1.1 ENCUESTADOR: Adriana Serrano
- 1.2 FICHA N°004
- 1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Estefanía Sánchez
- 1.4 FECHA  
Agosto 2014
- 1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Santuario Virgen de La Nube
- 1.6 CATEGORÍA: Manifestación  
Cultura
- 1.7 TIPO: Histórico
- 1.8 SUBTIPO: Religioso

**2. UBICACION:**

- 2.1 PROVINCIA: Loja
- 2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Calvas
- 2.3 LOCALIDAD:  
Cariamanga
- 2.4 CALLE: Padre Esteban Nargañez
- 2.5 NÚMERO:
- 2.6 LOCALIZACION GEOGRAFICA:  
Latitud: Longitud:

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

- 3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Cariamanga
- DISTANCIA: 1 km
- 3.2 NOMBRE DEL POBLADO:
- DISTANCIA:



A P O Y O		B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L		
	TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X				DIAS AL AÑO
		LASTRADO				AUTOMOVIL	X				
		EMPEDRADO				4X4	X				
		SENDERO				TREN				365	
	ACUATICO	MARITIMO				BARCO					DIAS AL MES
						BOTE					
	AEREO	FLUVIAL				CANOA					HORAS AL DIA
						OTROS					
							AVION				
						AVIONETA					
					HELICOPTEROS						
<b>OBSERVACIONES:</b> Mirador de alrededor de calvas											

O Y O	<b>9. INFRAESTRUCTURA BASICA</b>				
	<b>9.1 AGUA:</b>				
	POTABLE X	ENTUBADA	TRATADA	DE POZO	NO EXISTE
	OTROS				
	<b>9.2 ENERGIA ELECTRICA</b>				
	SISTEMA INTERCONECTADO X	GENERADOR	NO EXISTE	OTROS	
	<b>9.3 ALCANTARILLADO</b>				
	RED PUBLICA X	POZO CIEGO	POZO SÉPTICO	NO EXISTE	
	OTROS				
	<b>9.4 PRECIO</b>				
SI	NO	ENTRADA LIBRE X	OTROS		
<b>10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS</b>					
Nombres	CAPILLA EL CIMBORIO			Distancia 1 km	

S  
I  
G  
N  
I  
F  
I  
C  
A  
D  
O

**11. DIFUSION DEL ATRACTIVO**

- LOCAL
- PROVINCIAL
- NACIONAL
- INTERNACIONAL

**Fuente:** Investigacion Insitu. Del Atractivo

**Elaboración:** Adriana Serrano Conza

**Ficha. 5**

**IGLESIA MATRIZ**

**MINISTERIO DE TURISMO  
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA  
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS**

**1. DATOS GENERALES:**

- 1.1 ENCUESTADOR: Adriana Serrano
- 1.2 FICHA N°005
- 1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Estefanía Sánchez
- 1.4 FECHA Agosto 2014
- 1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Iglesia Matriz
- 1.6 CATEGORÍA: Manifestación
- 1.7 TIPO: Histórico
- 1.8 SUBTIPO: Religioso

**2. UBICACION:**

- 2.1 PROVINCIA: Loja
- 2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Calvas
- 2.3 LOCALIDAD: Cariamanga
- 2.4 CALLE: Velasco Ibarra y Av Loja
- 2.5 NÚMERO:
- 2.6 LOCALIZACION GEOGRAFICA:  
Latitud: Longitud:

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

- 3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Cariamanga
- DISTANCIA: Cerca al parque central
- 3.2 NOMBRE DEL POBLADO:
- DISTANCIA:

<b>C A L V A S</b>	<b>V A L O R</b>	<p><b>4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO:</b></p> <p style="text-align: right;">PRECIPITACIÓN</p> <p>4.1 ALTURA(m.s.n.m) 1932      TEMPERATURA(°C) : 15          PLUVIOMÉTRICA:</p>
	<b>I N T R I N S E C O</b>	<p>DESCRIPCIÓN BREVE DEL ATRACTIVO</p> <p>La Iglesia Matriz es construida en un estilo colonial en el año de 1600 por los Padres Dominicos y luego en el año de 1949 fue reconstruida por el Monseñor Luis Bravo ya con un estilo moderno, y su fachada fue remodelada en 1989 consta de dos campanarios, tres entradas y ventanales de cristal coloridos, tiene formas rectangulares es de arquitectura moderna, pisos de baldosa en sus paredes esta revestidas de mármol y con imágenes diseñadas en baldosas, una sacristía y una capilla para el santísimo</p>

<b>C A L V A S</b>	<b>V A L O R</b>	<p><b>4. USOS</b> Es uno de los lugares más relevantes de Calvas ya que se encuentra cerca al parque central de esta ciudad dando la bienvenida al turista con la belleza arquitectónica de su iglesia</p>												
	<b>E X T R I N S E C O</b>	<p><b>5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO:</b></p> <p>5.1 ALTERADO                      X                      5.2 NO ALTERADO                      5.3          CONSERVADO</p> <p>5.4 DETERIORADO                      5.5 EN PROCESO DE DETERIORO</p> <p>5.5 CAUSAS: Visitas y danos a la infraestructura</p>												
<b>I N T R I N S E C O</b>	<b>V A L O R</b>	<p><b>6. ENTORNO</b></p> <p>6.1 CONSERVADO X                      6.2 EN PROCESO DE DETERIORO</p> <p>6.3 DETERIORADO</p> <p>6.4 CAUSAS: Mantenimiento adecuado por parte de los encargados de la Iglesia</p>												
	<b>E X T R I N S E C O</b>	<p><b>ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO ( ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS):</b></p>												
<p><b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">TIPO</th> <th style="width: 15%;">SUBTIPO</th> <th style="width: 15%;">ESTADO DE VIAS</th> <th style="width: 15%;">TRANSPORTE</th> <th style="width: 15%;">FRECUENCIA</th> <th style="width: 15%;">TEMPORALIDAD DE ACCESO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>			TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS	TRANSPORTE	FRECUENCIA	TEMPORALIDAD DE ACCESO						
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS	TRANSPORTE	FRECUENCIA	TEMPORALIDAD DE ACCESO									

A P O Y O			B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L		
	TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X					DIAS AL AÑO
		LASTRADO				AUTOMOVIL	X					
		EMPEDRADO				4X4	X					
		SENDERO				TREN					365	
	ACUATICO	MARITIMO				BARCO						DIAS AL MES
						BOTE						
		FLUVIAL				CANOA						
						OTROS						
	AEREO					AVION						HORAS AL DIA
						AVIONETA						
						HELICOPTEROS						8 AM
	<b>OBSERVACIONES:</b>											

O Y O	<b>9. INFRAESTRUCTURA BASICA</b>											
	<b>9.1 AGUA:</b>											
	POTABLE	X	ENTUBADA		TRATADA		DE POZO		NO EXISTE			
	OTROS											
	<b>9.2 ENERGIA ELECTRICA</b>											
	SISTEMA INTERCONECTADO	X	GENERADOR		NO EXISTE		OTROS					
	<b>9.3 ALCANTARILLADO</b>											
	RED PUBLICA	X	POZO CIEGO		POZO SÉPTICO		NO EXISTE					
	OTROS											
	<b>9.4 PRECIO</b>											
SI		NO		ENTRADA LIBRE	X	OTROS						
<b>10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS</b>												
<b>Nombres</b>						<b>Distancia</b>						

S  
I  
G  
N  
I  
F  
I  
C  
A  
D  
O

**11. DIFUSION DEL ATRACTIVO**

LOCAL  
PROVINCIAL  
NACIONAL  
INTERNACIONAL

**Fuente:** Investigacion Insitu. Del Atractivo

**Elaboración:** Adriana Serrano Conza

**Ficha. 6**

**CRUZ RELIGIOSA CIUDADELA AMAZONAS**

**MINISTERIO DE TURISMO  
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA  
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS**

**1. DATOS GENERALES:**

1.1 ENCUESTADOR: Adriana Serrano

1.2 FICHA N°006

1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Estefanía Sánchez

1.4 FECHA

Agosto 2014

1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cruz Ciudadela Amazonas 1.6 CATEGORÍA: Manifestación 1.7

TIPO: Histórico

1.8 SUBTIPO: Religioso

**2. UBICACION:**

2.1 PROVINCIA: Loja

2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Calvas

2.3 LOCALIDAD:

Cariamanga

2.4 CALLE: Ciudadela Amazonas

2.5 NÚMERO:

2.6 LOCALIZACION GEOGRAFICA:

Latitud:

Longitud:

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

3.1 NOMBRE DEL POBLADO:

DISTANCIA:

3.2 NOMBRE DEL POBLADO:

DISTANCIA:

<b>C A L I D A D</b>	<b>V A L O R</b>	<b>4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO:</b> 4.1 ALTURA(m.s.n.m)      TEMPERATURA(°C): 16      PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA:
	<b>I N T R I N S E C O</b>	DESCRIPCIÓN BREVE DEL ATRACTIVO Este atractivo se encuentra ubicado en la Ciudadela Amazonas el cual en una roca se encuentra una cruz que llama la atención al turista local y extranjero ya que alrededor de piedra se encuentra la imagen del Divino Niño y la virgencita del Cisne en este atractivo es de arte religioso

<b>C A L I D A D</b>	<b>V A L O R</b>	<b>4. USOS</b> Todos los años el 25 de diciembre de cada año se celebra la fiesta religiosa del divino niño con todos los habitantes del barrio siendo sus sacerdotes haciendo una celebración para todo el cantón con música artistas invitados quema de castillo y misa												
	<b>E X T R I N S E C O</b>	<b>5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO:</b> 5.1 ALTERADO      X      5.2 NO ALTERADO      5.3 CONSERVADO 5.4 DETERIORADO      5.5 EN PROCESO DE DETERIORO 5.5 CAUSAS: Cambios Climáticos												
<b>A D A D</b>	<b>I N T R I N S E C O</b>	<b>6. ENTORNO</b> 6.1 CONSERVADO      X      6.2 EN PROCESO DE DETERIORO 6.3 DETERIORADO 6.4 CAUSAS: Mantenimiento por los moradores												
	<b>O R G A N I Z A C I O N Y C U M P L I M I E N T O</b>	<b>ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO ( ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS):</b>												
		<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>												
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">TIPO</th> <th style="width: 15%;">SUBTIPO</th> <th style="width: 15%;">ESTADO DE VIAS</th> <th style="width: 15%;">TRANSPORTE</th> <th style="width: 15%;">FRECUENCIA</th> <th style="width: 15%;">TEMPORALIDAD DE ACCESO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS	TRANSPORTE	FRECUENCIA	TEMPORALIDAD DE ACCESO						
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS	TRANSPORTE	FRECUENCIA	TEMPORALIDAD DE ACCESO									

A P O Y O			B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L		
	TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X					DIAS AL AÑO
		LASTRADO				AUTOMOVIL	X					365
		EMPEDRADO				4X4	X					
		SENDERO				TREN						
	ACUATICO	MARITIMO				BARCO						DIAS AL MES
						BOTE						
		FLUVIAL				CANOA						
						OTROS						
	AEREO					AVION						HORAS AL DIA
						AVIONETA						8 AM
						HELICOPTEROS						
	<b>OBSERVACIONES: Visita a la Urna del Divino Nino y la Virgencita del Cisne</b>											

P O Y O	<b>OBSERVACIONES:</b>					
	<b>9. INFRAESTRUCTURA BASICA</b>					
	<b>9.1 AGUA:</b>					
	POTABLE	X	ENTUBADA	TRATADA	DE POZO	NO EXISTE
	OTROS					
	<b>9.2 ENERGIA ELECTRICA</b>					
	SISTEMA INTERCONECTADO	X	GENERADOR	NO EXISTE	OTROS	
	<b>9.3 ALCANTARILLADO</b>					
	RED PUBLICA	X	POZO CIEGO	POZO SÉPTICO	NO EXISTE	
	OTROS					
<b>9.4 PRECIO</b>						
SI		NO	ENTRADA LIBRE	X	OTROS	
<b>10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS</b>						
<b>Nombres</b>		<b>Distancia</b>				

S  
I  
G  
N  
I  
F  
I  
C  
A  
D  
O

**11. DIFUSION DEL ATRACTIVO**

LOCAL

PROVINCIAL

NACIONAL

INTERNACIONAL

**Fuente:** Investigacion Insitu. Del Atractivo

**Elaboración:** Adriana Serrano Conza

**Ficha. 7**

**CAPILLA DE LA VIRGEN AHUACA DEL CARMEN**

**MINISTERIO DE TURISMO  
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA  
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS**

**1. DATOS GENERALES:**

1.1 ENCUESTADOR: Adriana Serrano

1.2 FICHA N°007

1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Estefanía Sánchez

1.4 FECHA

Agosto 2014

1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Capilla Virgen Ahuaca del Carmen

1.6 CATEGORÍA:

Manifestación 1.7 TIPO: Histórico

1.8 SUBTIPO: Religioso

**2. UBICACION:**

2.1 PROVINCIA: Loja

2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Calvas

2.3 LOCALIDAD:

Ahuca del Carmen

2.4 CALLE: Via la Universidad Técnica Cariamanga

2.5 NÚMERO:

2.6 LOCALIZACION GEOGRAFICA:

Latitud:

Longitud:

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

3.1 NOMBRE DEL POBLADO:

DISTANCIA:

3.2 NOMBRE DEL POBLADO:

DISTANCIA:

<b>C A L O R  I N T E R S E C O</b>	<b>4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO:</b>	PRECIPITACIÓN
	4.1 ALTURA(m.s.n.m) 1792      TEMPERATURA(°C) : 17 PLUVIOMÉTRICA:	
	DESCRIPCIÓN BREVE DEL ATRACTIVO	
	Se cuenta la historia que el Sr. José Manuel Maldonado descubrió una piedra en el sector de forma triangular esta tenía pintada una virgen teniendo en sus brazos al niño y un escapulario, paso el tiempo este estudiante se hizo padre y luego fue canónigo de Loja, luego hizo renovar la piedra y la bendijo. Pero los ciudadanos le prendieron fuego y quedo destruida en pedazos en la actualidad una de esos pedazos se encuentra en la capilla nueva. Se construyó la primera capilla hecha de bareque ubicado en el sitio. La capilla actual fue construida en al año de 1935, hecha de adobe y piedra y hace algunos años se hizo una remodelación al techo y piso del altar.	

<b>C A L O R  I N T E R S E C O</b>	<b>4. USOS</b>	En la actualidad es una capilla de cemento y de ladrillo es un atractivo muy llamativo ya que por la devoción de las personas los prioste de dicha imagen le celebran en el mes de Julio de todos los años con vísperas quema de castillos y artistas invitados este un atractivo que llama la atención por la imagen en la piedra				
	<b>5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO:</b>					
	5.1 ALTERADO CONSERVADO X	5.2 NO ALTERADO	5.3			
	5.4 DETERIORADO	5.5 EN PROCESO DE DETERIORO				
	5.5 CAUSAS:					
	<b>6. ENTORNO</b>					
	6.1 CONSERVADO X	6.2 EN PROCESO DE DETERIORO				
	6.3 DETERIORADO					
	6.4 CAUSAS: Mantenimiento por sus moradores					
	<b>ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO ( ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS):</b>					
	<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>					
	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE VIAS</b>	<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO</b>

A P O Y O			B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L		
	TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X					DIAS AL AÑO  365
		LASTRADO				AUTOMOVIL	X					
		EMPEDRADO				4X4	X					
		SENDERO				TREN						
	ACUATICO	MARITIMO				BARCO						DIAS AL MES
						BOTE						
		FLUVIAL				CANOA						
					OTROS							
	AEREO					AVION						HORAS AL DIA  8 AM
						AVIONETA						
						HELICOPTEROS						
	<b>OBSERVACIONES:</b> Atractivo Restringido.											

P O Y O	<b>OBSERVACIONES:</b>										
	<b>9. INFRAESTRUCTURA BASICA</b>										
	<b>9.1 AGUA:</b>										
	POTABLE	X	ENTUBADA	TRATADA	DE POZO	NO EXISTE					
	OTROS										
	<b>9.2 ENERGIA ELECTRICA</b>										
	SISTEMA INTERCONECTADO	X	GENERADOR	NO EXISTE	OTROS						
	<b>9.3 ALCANTARILLADO</b>										
	RED PUBLICA	X	POZO CIEGO	POZO SÉPTICO	NO EXISTE						
	OTROS										
<b>9.4 PRECIO</b>											
SI		NO	ENTRADA LIBRE	X	OTROS						
<b>10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS</b>											
<b>Nombres</b>					<b>Distancia</b>						

S  
I  
G  
N  
I  
F  
I  
C  
A  
D  
O

**11. DIFUSION DEL ATRACTIVO**

LOCAL

PROVINCIAL

NACIONAL

INTERNACIONAL

**Fuente:** Investigacion Insitu. Del Atractivo

**Elaboración:** Adriana Serrano Conza

**Ficha. 8**

**CAPILLA EL CIMBORIO**

**MINISTERIO DE TURISMO  
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA  
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS**

**1. DATOS GENERALES:**

1.1 ENCUESTADOR: Adriana Serrano

1.2 FICHA N°008

1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Estefanía Sánchez

1.4 FECHA

Agosto 2014

1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Capilla El Cimborio 1.6 CATEGORÍA: Manifestación 1.7 TIPO:

Histórico

1.8 SUBTIPO: Religioso

**2. UBICACION:**

2.1 PROVINCIA: Loja

2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Calvas

2.3 LOCALIDAD:

Barrio Chile

2.4 CALLE: Eloy Alfaro y Av Macara

2.5 NÚMERO:

2.6 LOCALIZACION GEOGRAFICA:

Latitud:

Longitud:

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

3.1 NOMBRE DEL POBLADO:

DISTANCIA:

3.2 NOMBRE DEL POBLADO:

DISTANCIA:



A P O Y O			B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L		
	TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X					DIAS AL AÑO
		LASTRADO				AUTOMOVIL	X					
		EMPEDRADO				4X4	X					
		SENDERO				TREN					365	
	ACUATICO	MARITIMO				BARCO						DIAS AL MES
						BOTE						
		FLUVIAL				CANOA						
						OTROS						
	AEREO					AVION						HORAS AL DIA
						AVIONETA						
						HELICOPTEROS					8 AM	
<b>OBSERVACIONES:</b> Atractivo Restringido.												

P O Y O	<b>OBSERVACIONES:</b>										
	<b>9. INFRAESTRUCTURA BASICA</b>										
	<b>9.1 AGUA:</b>										
	POTABLE	X	ENTUBADA		TRATADA		DE POZO		NO EXISTE		
	OTROS										
	<b>9.2 ENERGIA ELECTRICA</b>										
	SISTEMA INTERCONECTADO	X	GENERADOR		NO EXISTE		OTROS				
	<b>9.3 ALCANTARILLADO</b>										
	RED PUBLICA	X	POZO CIEGO		POZO SÉPTICO		NO EXISTE				
	OTROS										
	<b>9.4 PRECIO</b>										
	SI		NO		ENTRADA LIBRE	X	OTROS				
<b>10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS</b>											
<b>Nombres</b>					<b>Distancia</b>						

S	<b>11. DIFUSION DEL ATRACTIVO</b>
I	
G	LOCAL
N	PROVINCIAL
I	
F	NACIONAL
I	
C	INTERNACIONAL
A	
D	
O	

**Fuente:** Investigacion Insitu. Del Atractivo

**Elaboración:** Adriana Serrano Conza