



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TITULO DE INGENIERO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
Y HOTELERAS

“Plan estratégico de desarrollo turístico sostenible para la parroquia Sumaypamba, cantón Saraguro, provincia de Loja para el año 2017”.

TRABAJO DE TITULACIÓN.

AUTORA: Castillo Cabrera, Doris Katherine

DIRECTOR: Ludeña Reyes, Alex Paul Mgtr.

LOJA – ECUADOR

2017



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, 2017

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

MAGISTER.

Alex Paul Ludeña Reyes.

DOCENTE DE LA TITULACIÓN.

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación: **Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible para parroquia Sumaypamba, cantón Saraguro, provincia de Loja** realizado por Castillo Cabrera Doris Katherine, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, marzo del 2017.

f).....
1104702178

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo Doris Katherine Castillo Cabrera declaro ser autora del presente trabajo fin de titulación: **Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible para parroquia Sumaypamba, cantón Saraguro, provincia de Loja**, de la **Titulación de Ingeniería en Administración de empresas Turísticas y Hoteleras**, siendo Alex Paul Ludeña Reyes director 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 tesis de grado o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

f).....

Autora: Doris Katherine Castillo Cabrera

Cédula: 1104702178

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a mis padres, quienes han hecho posible cumplir este logro, su ejemplo siempre será el motor de mi vida para cumplir mis sueños.

Doris Castillo

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer especialmente a Dios; en quien deposite todos mis miedos y anhelos, a mis padres; quienes me dieron la oportunidad de superarme y cumplir esta meta, a mis hermanos por el apoyo de siempre, a mis amigos; que permanentemente se encontraron alimentándome paso a paso en esta etapa, a mi director de tesis por impartirme sus conocimientos y dirigir mi investigación para la culminación del mismo; y demás personas que han estado apoyándome a lo largo de este proceso.

Gracias a todos.

Doris Castillo

INDICE DE CONTENIDOS

CARATULA	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
INDICE DE CONTENIDOS	vi
INDICE DE FIGURAS.....	ix
INDICE DE MAPAS	xi
INDICE DE TABLAS.....	xii
RESUMEN.....	xv
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCION.....	1
CAPITULO I.....	15
DIAGNOSTICO DE LA SITUACION ACTUAL DE LA PARROQUIA SUMAYPAMBA	15
1.1 Ámbito físico espacial.	16
1.1.1 Ubicación y límites.....	16
1.1.2 Superficie y extensión.....	17
1.1.3 Movilidad y Conectividad.	17
1.1.4 Hidrografía.....	20
1.1.5 Características Climáticas.	21
1.1.6 Geología.....	21
1.2 Ámbito Socio Cultural.	23
1.2.1 Población.....	23
1.2.2 Grupos étnicos.	25

1.2.3	Identidad cultural.	25
1.2.4	Educación.....	25
1.2.5	Salud.	28
1.2.6	Vivienda.....	29
1.2.7	Migración interna y externa.....	30
1.2.8	Indicadores de desarrollo humano y pobreza.	31
1.3	Ámbito ecológico territorial.....	31
1.3.1	Condiciones ambientales.....	31
1.3.2	Geomorfología.....	32
1.3.3	Ecosistemas.	34
1.3.4	Riesgos y seguridad.	35
1.4	Ámbito económico productivo.	36
1.4.1	Contexto económico local.....	36
1.4.2	Sector productivo primario.	37
1.4.3	Sector productivo secundario.	37
1.4.4	Sector productivo técnico.....	38
1.5	Político administrativo.	39
1.5.1	Estructura política administrativa de la institución pública.....	39
1.5.2	Mapeo de actores que conforman la cadena de valor turística.	40
CAPITULO II.....		43
POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA SUMAYPAMBA		43
2.1	Análisis de la oferta.	44
2.1.1	Planta turística.....	44
2.1.2	Determinación del potencial turístico de la parroquia Sumaypamba.	46
2.2	Análisis de la demanda.....	62
2.2.1	Caracterización de la demanda.	62

2.2.2	Identificación de la problemática turística existente en la parroquia Sumaypamba.	82
2.2.2.1.	Análisis FODA.....	82
CAPITULO III.....		84
Plan estratégico de desarrollo turístico sostenible para la parroquia Sumaypamba		84
3.1	Formulación filosófica	85
3.1.1	Misión	85
3.1.2	Visión	85
3.1.3	Valores	85
3.2	Formulación estratégica.....	86
3.2.1	Objetivos del plan estratégico.....	86
3.2.2	Proceso metodológico	86
3.2.3	Elaboración de estrategias.....	87
3.2.4	Metodología para la priorización de estrategias.....	93
3.2.5	Priorización de estrategias.....	95
3.2.6	Metodología para el mapa estratégico de gestión.....	100
3.3	Formulación de programas y proyectos	101
3.3.1	Identificación de programas y proyectos a partir del mapa estratégico.	101
3.3.2	Presupuesto total tentativo previsto para la ejecución de proyectos.	117
3.4	Propuesta de creación de productos turísticos	117
3.5	Producto turístico.....	118
3.5.1	Elaboración de los paquetes turísticos	118
CONCLUSIONES.....		128
RECOMENDACIONES.....		129
BIBLIOGRAFIA.....		130
ANEXOS.....		132

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1. Importancia del Plan Estratégico.....	5
Figura N° 2. Determinantes del éxito para la planeación estratégica.....	6
Figura N° 3. Pilares para la Gestión Turística	8
Figura N° 4. Características del ecoturismo	12
Figura N°5. Organigrama de los miembros del GAD Parroquial Sumaypamba	40
Figura N°6. Mapeo de actores que conforman la cadena turística	41
Figura N°7. Restaurante	45
Figura N°8. Gastronomía	45
Figura N°9. Cancha Deportiva	46
Figura 10. Iglesia "Inmaculada Concepción"	49
Figura 11. Centro de Abastos de Productos Agrícolas.	50
Figura 12. Fiesta de la Virgen del cisne (Plaza Central).	51
Figura 13. Moliendas.....	52
Figura 14. Molienda	52
Figura N°15. Laguna Cochas	53
Figura N°16. Mirador San Vicente.....	54
Figura N°17. Vista desde el Mirador.....	54
Figura N°18. Eje temático	65
Figura N°19. Segmento de demanda	65
Figura N°20. Calidad necesaria en infraestructura	66
Figura N°21. Calidad en los servicios complementarios.....	67
Figura N°22. Calidad en el servicio	67
Figura N°23. Tipos de Atractivos.....	68
Figura N°24. Conoce los atractivos en Sumaypamba	69
Figura N°25. Atractivos turísticos naturales.....	70
Figura N°26. Atractivos turísticos culturales	71
Figura N°27. Tiempo de estadía	71
Figura N°28. Público al que va dirigido el producto turístico.....	72
Figura N°29. Actividades para incorporar el producto turístico	73
Figura N°30. Gastronomía que debe ofrecerse a los turistas o visitantes.....	73
Figura N°31. Alojamiento	74
Figura N°32. Duración de la estadía en la parroquia	74

Figura N°33. Crear un producto turístico comunitario.....	75
Figura N°34. Comercializar producto turístico a crear	76
Figura N°35. Ciudades en las que se realizó la encuesta.	78
Figura N°36. Agencias de viajes y Tour operadoras	78
Figura N°37. Criterio de los expertos para la creación del producto turístico.....	81
Figura N°38. Talleres de socialización	143

INDICE DE MAPAS

Mapa N° 1. Ubicación geográfica de la parroquia Sumaypamba	16
Mapa N°2. Formaciones geológicas	22
Mapa N°3. Mapa de ubicación de atractivos turísticos.....	55

INDICE DE TABLAS

Tabla N°1. Jerarquización de la Red de vialidad	18
Tabla N°2: Radios y Canales de Televisión disponibles.	19
Tabla N°3. Telefonía convencional en el hogar.	19
Tabla N°4. Telefonía Celular en el hogar.....	20
Tabla N°5. Microcuencas hidrográficas de la parroquia Sumaypamba	20
Tabla N°6. Información climática de la parroquia Sumaypamba.....	21
Tabla N°7. Formaciones Geológicas	22
Tabla N°8. Población de Sumaypamba por sexo.....	23
Tabla N°9. Población de Sumaypamba por grupo de edad y sexo	24
Tabla N°10. Proyección de la población del 2010 al 2015	25
Tabla N°11. Auto identificación según su Cultura.....	25
Tabla N°12. Tasa de asistencia por nivel de educación y analfabetismo parroquial	26
Tabla N°13. Establecimientos educativos a que asisten los estudiantes	26
Tabla N°14. Centros educativos, estudiantes y docentes por barrios	27
Tabla N°15. Infraestructura en Salud.....	28
Tabla N°16. Tenencia de la vivienda parroquial.....	29
Tabla N°17. Ocupación de la vivienda en la parroquia	29
Tabla N°18. Potencialidades y problemas	30
Tabla N°19. Recursos naturales bajo presión o degradados	31
Tabla N°20. Tipo de suelos en la parroquia Sumaypamba	33
Tabla N°21: Concesiones de agua-SENAGUA.....	34
Tabla N°22. Especies de fauna de la parroquia Sumaypamba	35
Tabla N°23. Amenazas naturales y antrópicas	36
Tabla N°24: Comercio.	38
Tabla N°25. Integrantes del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Sumaypamba.	39
Tabla N°26. Simbología para mapeo de actores	41
Tabla N°27. Mapa de los tipos de actores de la parroquia Sumaypamba	42
Tabla N°28. Atractivos de la parroquia Sumaypamba inventariados por el MINTUR	47
Tabla N°29. Atractivos turísticos de la parroquia Sumaypamba	47

Tabla N°30: Datos generales de la ubicación de geo referenciales del atractivo Iglesia "Inmaculada Concepción".....	48
Tabla N°31. Datos generales de la ubicación de geo referenciales del atractivo “Centro de Abastos de Productos Agrícolas”.....	49
Tabla N°32. Datos generales de la ubicación de geo referenciales del atractivo Fiesta de la “Virgen del Cisne”.....	50
Tabla N°33. Datos generales de la ubicación de geo referenciales del atractivo de las Moliendas	51
Tabla N°34. Datos generales de la ubicación de geo referenciales del atractivo de la Laguna.	53
Tabla N°35. Datos generales de la ubicación de geo referenciales del atractivo Mirador San Vicente	53
Tabla N°36. Factores para priorización de atractivos	56
Tabla N°37. Rangos de calificación.....	57
Tabla N°38. Matriz del perfil competitivo.....	58
Tabla N°39. Posición Competitiva	59
Tabla N°40. Factores para determinar la potencialidad turística de la parroquia.	60
Tabla N°41. Agencias de viajes y operadoras de turismo.....	64
Tabla N°42. Criterios de expertos para la creación del producto turístico.....	79
Tabla N°43. Porcentaje según los criterios de los expertos	81
Tabla N°44. Análisis FODA (Ámbito interno y externo).....	82
Tabla N°45. Análisis Fortalezas con Oportunidades (FO).....	88
Tabla N°46. Análisis Debilidades con Amenazas (DA)	89
Tabla N°47. Análisis Fortalezas con Amenazas (FA)	90
Tabla N°48. Análisis Debilidades con Oportunidades (DO)	91
Tabla N° 49. Matriz FODA estratégico.....	92
Tabla N°50. Estrategias planteadas	94
Tabla N° 51. Porcentaje del impacto en las estrategias.....	95
Tabla N° 52. Porcentaje del grado de dificultad.....	95
Tabla N° 53. Impacto y grado de dificultad para la priorización de estrategias	97
Tabla N° 54. Estrategias Priorizadas según el impacto y grado de dificultad.....	98
Tabla N° 55. Comparación de las estrategias según el impacto y el grado de dificultad.....	99
Tabla N° 56. Mapa estratégico de gestión	100
Tabla N° 57: PROYECTO 1	101
Tabla N° 58. PROYECTO 2.....	103

Tabla N° 59: PROYECTO 3.....	105
Tabla N° 60: PROYECTO 4.....	106
Tabla N° 61: PROYECTO 5	107
Tabla N° 62: PROYECTO 6	108
Tabla N° 63: PROYECTO 7	110
Tabla N° 64: PROYECTO 8	111
Tabla N° 65: PROYECTO 9	112
Tabla N° 66: PROYECTO 10	114
Tabla N° 67: PROYECTO 11	115
Tabla N°68. Presupuesto total tentativo	117
Tabla N°69. Definición del costo.....	118
Tabla N°70. Paquete turístico “Conociendo en encanto natural y cultural de Sumaypamba”..	120
Tabla N°71. Costos del paquete 1	121
Tabla N°72. Paquete turístico “Conociendo en encanto natural y cultural de Sumaypamba”..	123
Tabla N°73. Costos del paquete 2.....	124
Tabla N°74. Paquete turístico “Conociendo en encanto natural y cultural de Sumaypamba”..	126
Tabla N°75. Costos del paquete 3.....	127

RESUMEN

El presente proyecto se elaboró con la finalidad de consolidar a la parroquia Sumaypamba como una alternativa en el sector turístico, teniendo como objetivo principal el diseño de un Plan estratégico de desarrollo turístico sostenible para la parroquia, mediante el cual la actividad turística se convertirá en un eje que coadyuve a la dinamización de la economía local y conlleve a mejorar la calidad de vida de la comunidad. Inicialmente se conoció la situación actual de la parroquia analizando diferentes ámbitos, a su vez se determinó la potencialidad turística, la identificación de nuevos atractivos, los problemas actuales del sector para finalmente desarrollar lineamientos estratégicos para plantear programas y proyectos que permita aprovechar los recursos turísticos de forma sostenible y la gestión turística de la parroquia.

PALABRAS CLAVES: Plan estratégico, turismo, sostenibilidad, comunitario, ecológico, potencial turístico, productos.

ABSTRACT

The present project was developed in order to consolidate the Sumaypamba parish as an alternative in the tourism sector, the main objective was the design of a strategic plan of sustainable tourism development for the parish, through which the tourist activity will become an axis that contributes to the dynamization of the local economy and improves the quality of life of the community. Initially the current situation of the parish was analyzed in different areas, also it was determined the tourism potential, the identification of new attractions, and the current problems of the sector to finally develop strategic guidelines to propose programs and projects that allow to take advantage of the tourist resources of sustainable way and the tourist management of the parish.

KEYWORDS: Strategic plan, tourism, sustainability, community, ecological, tourism potential, products.

INTRODUCCION

El desarrollo y crecimiento de las distintas comunidades demanda de una correcta planificación, sin la misma el éxito de cualquier actividad no llegaría a un buen nivel de calidad, menos aún si no se integra el triángulo de la sostenibilidad. Por tal razón, se ha desarrollado el diseño de una planificación estratégica de desarrollo turístico sostenible para la parroquia Sumaypamba, proyecto que beneficiara al crecimiento y desarrollo de la actividad turística de la zona.

El Plan estratégico de desarrollo turístico sostenible (PEDTS) de la parroquia Sumaypamba, se desarrolló a través de tres capítulos; se inició con el análisis de la situación actual de la parroquia, donde se explican datos generales del destino en los ámbitos: físico espacial, socio cultural, ecológico territorial, económico productivo y político administrativo. Posteriormente, se identificó el potencial turístico de la parroquia; oferta y demanda, la problemática existente en el sector a través de talleres con la comunidad, y la elaboración del análisis FODA de la parroquia en cuanto a la actividad turística. En el último capítulo se diseñó el PEDTS a través de la formulación filosófica y estratégica, en el cual se plantearon objetivos, estrategias, programas, proyectos que se propone desarrollarlos para lograr alcanzar el objetivo principal del presente proyecto.

Con su correcta aplicación incidiría en mejorar la calidad de vida para la comunidad, asumiendo el compromiso responsable con el medio ambiente para la disminución de los impactos negativos que se han creado a lo largo del tiempo y por la falta de cuidado, contribuyendo a la formación de una sociedad más responsable y consciente.

Actualmente el sector no tiene afluencia turística por la falta de planta turística, los constantes problemas de vialidad y sobretodo el poco conocimiento de la actividad turística en la parroquia, estos factores no han permitido el desarrollo turístico. Como respuesta a todos estos problemas se procedió a diseñar el plan, con el fin de proponer soluciones, plantear estrategias, programas, líneas de acción para el progreso continuó de quienes habitan en el sector.

Los objetivos planteados se concretaran con el pasar de tiempo, aprovechando significativamente la ayuda técnica y financiera que brinden los diferentes organismos públicos y privados.

Durante el desarrollo del proyecto se contó con facilidades necesarias por parte del GAD Parroquial Sumaypamba, la comunidad, propietarios de negocios, quienes aportaron con información acerca de la parroquia; entre la cual se destaca el poco conocimiento en el ámbito

turístico, la falta de aprovechamiento a sus recursos turísticos, así como el deterioro de los mismos, y la poca difusión que existe de su parroquia, pese a estos inconvenientes la finalidad del plan es dar una alternativa de progreso a la comunidad y que sean ellos los actores directos de la actividad turística en el sector.

En el presente proyecto se han utilizado algunos métodos que han permitido desarrollar la investigación: científico; mediante el cual se pudo descubrir las relaciones internas, procesos de realidad natural y social, el analítico; que identifico cada una de las partes que caracterizan la realidad de la parroquia, sintético; que permitió plantear estrategias de desarrollo turístico, inductivo; que logro postular una hipótesis para encontrar solución al problema planteado, deductivo; que se utilizó para conocer aspectos generales de la investigación, llegar a situaciones particulares, y obtener conclusiones. Otras de la herramientas indispensables fue la observación a través de visitas in-situ, la recopilación documental, bibliográfica, entrevistas y fotografías del lugar que permitió realizar el respectivo análisis.

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL
“PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA LA
PARROQUIA SUMAYPAMBA, CANTÓN SARAGURO, PROVINCIA DE LOJA PARA EL AÑO
2017”.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Según Fred (2008) a la “planificación estratégica la define como el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones multifuncionales que permitan a las organizaciones alcanzar sus objetivos planteados”.

Miralbell et al. (2010) citado por Viñan (2015) define a la “Planificación estratégica como un procedimiento táctico de la planificación y sus orígenes en la esfera de la empresa privada norteamericana y su procedimiento de management para la viabilidad en el mercado”.

Romero (2004) menciona que “la planificación estratégica indica las acciones a emprender para conseguir los fines, teniendo en cuenta la posición competitiva relativa y las previsiones e hipótesis sobre el futuro”.

La planificación estratégica establece los grandes ejes del desarrollo turístico, definiéndolo como un proceso destinado a determinar objetivos generales del desarrollo, las políticas y estrategias, las mismas que serán guía en los aspectos relativos a las inversiones, el uso y el ordenamiento de los recursos utilizables con ese fin, asimismo referida a un horizonte de planificación de largo plazo (Acerenza M. A., 2014).

Considerando las definiciones de Fred, Miralbell et al. Romero y el aporte de Acerenza se concluye que la planificación estratégica persigue un fin concreto cumplir con los objetivos planteados en la organización sin dejar de lado los procesos que debe seguir y el tiempo establecido. Actualmente es aplicable a todo tipo de organización aprovechando de forma racional los recursos con los que se cuentan mientras se disminuyen los posibles riesgos que puedan provocarse.

Para el desarrollo del proyecto de investigación en la parroquia Sumaypamba, el diseño del plan estratégico debe ser dinámico para que pueda adaptarse al constante cambio del entorno por las circunstancias globales que se dan actualmente, y mediante la construcción de estrategias, programas, líneas de acción y actividades con el mismo fin, que permitirá mejorar el desarrollo turístico sostenible y por ende mejorar la calidad de vida de los habitantes de la parroquia.

Importancia del plan estratégico

“Un plan estratégico incrementa la eficiencia y eficacia en el logro de los resultados deseados, aprovechando de forma racional los recursos con los que se cuentan mientras se disminuyen los posibles riesgos causados por la natural incertidumbre del ambiente”. (Lerma & Bárcena Juárez , 2012)



Figura N° 1. Importancia del Plan Estratégico
Elaborado: (La Autora, 2017)
Fuente: basado en (Lerma & Bárcena Juárez , 2012)

Como podemos evidenciar en el Grafico N°1 el plan estratégico es una herramienta importante e indispensable para el desarrollo del proyecto de investigación en la parroquia Sumaypamba, así permitirá obtener resultados positivos y favorables para el cumplimiento de los objetivos planteados.

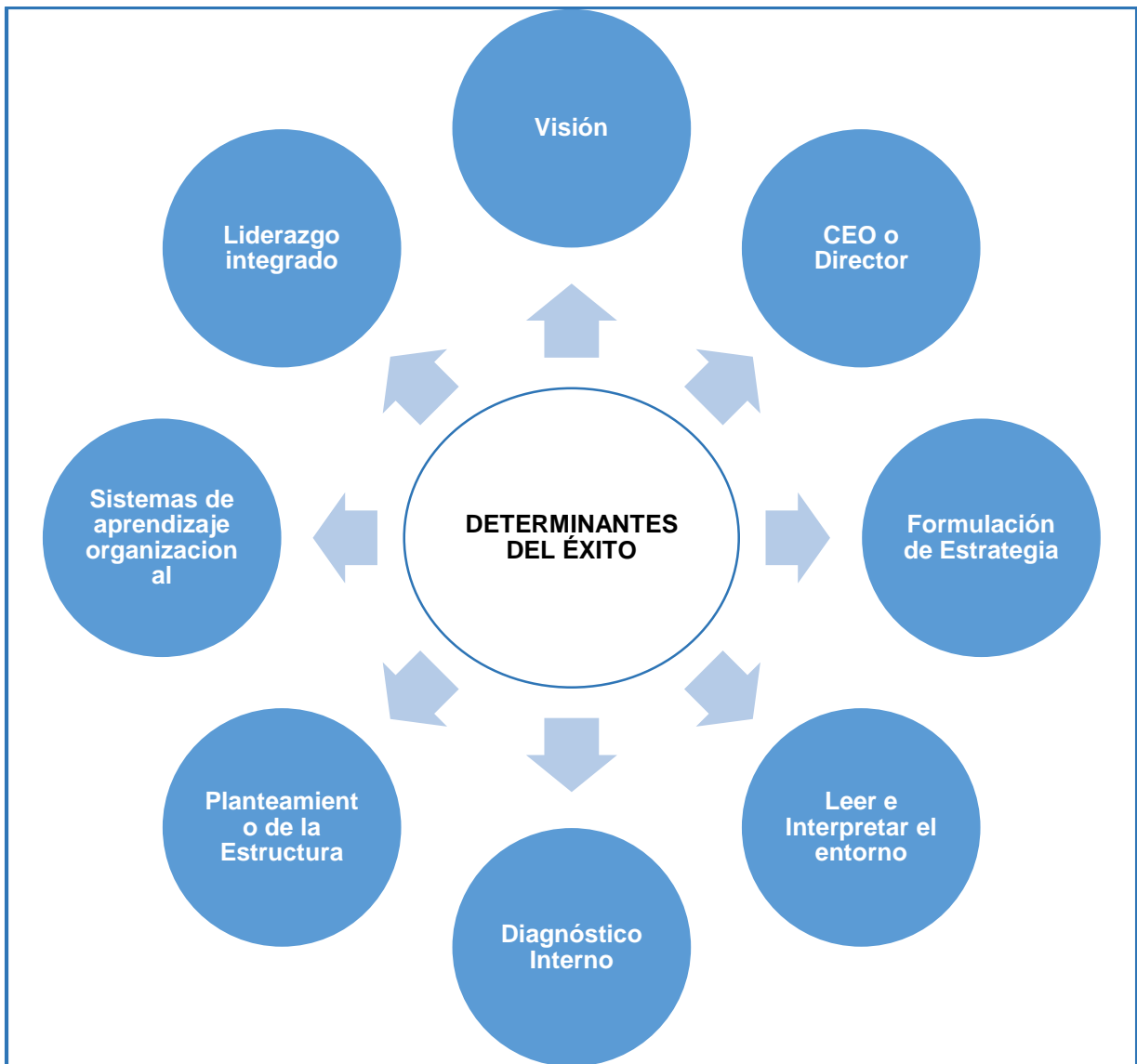


Figura N° 2. Determinantes del éxito para la planeación estratégica
 Elaborado: (La Autora, 2017)
 Fuente: basado en (Chiavenato, 2011)

Como se evidencia en el Grafico N° 2 los determinantes para obtener éxito en la planeación estratégica son la visión que determina una representación mental de la estrategia y se utiliza como inspiración o idea de lo que debe realizar la organización o destino; el CEO¹ o director general de la organización que realizara el proceso visionario de la formulación de estrategias, las mismas que se opera como un proceso reactivo o proactivo frente a las fuerzas del entorno; leer e interpretar el entorno, a su vez garantizar una adaptación con una estrategia, eso muestra

¹ CEO; Director general

la necesidad de un diagnóstico externo para comprobar las oportunidades y las amenazas del entorno; el diagnóstico interno para comprobar las fortalezas y las debilidades de la organización, las mismas deben ser compatible con el diagnóstico externo. Así mismo el planteamiento de la estructura, cultura, productos y servicios, procesos internos, etc., de manera que apoyen y sostengan la estrategia a largo plazo. Sin embargo las organizaciones se deben transformar en sistemas de aprendizaje organizacional de forma que incentiven el trabajo en equipo y a su vez den paso a las personas de adquirir autonomía y autorrealización.

La planificación estratégica se basa en un liderazgo integrado, el alineamiento estratégico, la mejoría de procesos y la autogestión. En definitiva para que la planeación obtenga éxito es fundamental proyectar la visión, motivar a las personas se involucren en el proceso, establezcan estrategias y ejecuten el plan, así el desarrollo del proyecto de investigación en la parroquia podrá gozar de excelentes resultados para el crecimiento y desarrollo turístico, así como para la obtención de beneficios para su comunidad.

Principios de turismo

Según el Art.3 de la Ley de turismo vigente (2014), menciona los principios que rigen la actividad turística en el Ecuador. (Ministerio de Turismo, 2014)

1. “La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
2. La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
3. El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
4. La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
5. La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos”.

PILARES PARA LA GESTIÓN TURÍSTICA

Según el Ministerio de turismo para cumplir con este objetivo la gestión turística se basa en cinco pilares:



Figura N° 3. Pilares para la Gestión Turística

Fuente: (MINTUR, 2016)

Elaborado: (La Autora, 2017)

- Seguridad, para generar confianza en transporte, medica, alimentos, hospedaje, policial, información, servicios, básicos, productos.
- Calidad, para generar fidelidad en servicios, alimentos, transporte, experiencia, trato, conocimiento, equipamiento.
- Destinos y productos, para generar experiencia única en planificación territorial, seguridad, facilidades, innovación, negocios, complementarios, diferenciación.
- Conectividad, para generar eficiencia en transporte multimodal, rutas y conexiones, señalización, vías óptimas, telefonía, internet, comercialización OL.
- Promoción, para generar demanda en publicidad, ferias-eventos, Free press, promoción a la inversión, congresos y conferencias, productos políticos, programas, otros.

En la actualidad, el Ministerio de Turismo, como ente rector, lidera la actividad turística en el Ecuador; desarrollo sostenible, consciente y competitivamente el sector, ejerciendo sus roles de regulación, planificación, gestión, promoción, difusión y control. (MINTUR, 2016)

En definitiva el ministerio de turismo propaga por medio de la ley de turismo vigente los principios y pilares que permiten fortalecer las actividades turísticas en nuestro país a través de la planificación, capacitaciones, la implementación de infraestructura turística, la difusión y promoción de los diferentes destinos a nivel nacional como internacional, de igual manera preservando los recursos turísticos naturales y culturales que existen en el Ecuador.

La intervención de este organismo en el presente proyecto es de vital importancia ya que gracias a los convenios y oportunidades que brindan, permitirán contribuir al desarrollo y la gestión turística de la parroquia Sumaypamba.

El turismo

Según Padilla citado por Gurria (1991) el turismo es:

Un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupo de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

En 1992, Mathieson y Wall, lo definen como: un "Movimiento temporal de la gente, por periodos inferiores a un año, a destinos fuera de su lugar de residencia y de trabajo, las actividades comprendidas durante su estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas".

En el artículo 2 del Código Ético Mundial para el turismo de la Organización Mundial del Turismo se hace mención que: "el turismo es una actividad generalmente asociada al descanso, a la diversión, al deporte y al acceso a la cultura y a la naturaleza, debe concebirse y practicarse como un medio privilegiado de desarrollo individual y colectivo". (OMT, 1993)

De acuerdo con las definiciones anteriores se afirma que el turismo es una actividad realizada por las personas al trasladarse de un lugar a otro, no mayor a un año, con el fin de satisfacer las

necesidades a los turistas en un lugar determinado y según los requerimientos de los demandantes.

En fin el turismo es una actividad que ha evolucionado a través de los años dentro de un contexto económico y social, desarrollando así un crecimiento constante y sostenido de la misma forma gracias a esta evolución ha permitido desarrollar un gran número de proyectos turísticos en el Ecuador.

Sostenibilidad

Sostenibilidad es un término que nace en el año de 1992 como resultado de la Conferencia Mundial sobre Medio Ambiente y desarrollo denominada la primera CUMBRE DE LA TIERRA realizada en Rio de Janeiro, mediante la cual formaron parte casi todas las naciones del mundo, aquel ha definido como el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las propias necesidades. (Acerenza M. Á., 2007)

El turismo sostenible

La OMT, en el libro de desarrollo sostenible, guía para planificaciones locales, enumera tres principios fundamentales del desarrollo sostenible:

- La sostenibilidad ecológica garantiza que el desarrollo sea compatible con el mantenimiento de los procesos ecológicos esenciales, de la diversidad y de los recursos biológicos.
- La sostenibilidad social y cultural garantiza que; el desarrollo aumente el control de los hombres sobre sus propias vidas, sea compatible con la cultura y los valores de las personas afectadas, además de que mantenga y fortalezca la identidad de la comunidad.
- Un desarrollo que satisface las necesidades de las generaciones actuales sin poner en peligro la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras (Bercial, 2002).

En la conceptualización del turismo sostenible la OMT (1993) define el turismo sustentable como:

Un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, para facilitar al visitante una experiencia de alta calidad y mantener la calidad de medio ambiente, del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen. (Bercial, 2002)

Wearing & Neil (2000) determinaron que: el turismo sostenible permite la conservación de los marcos naturales y la gestión sostenible de los recursos, en efecto es esencial para que exista la planificación, el desarrollo y la gestión del ecoturismo.

Para argumentar los aspectos generales del sector turístico sostenible, Crosby y Moreda (1996) mencionan que:

El desarrollo turístico sostenible de un área rural o natural debe entenderse bajo el concepto lógico de un entorno que progresivamente evoluciona hacia la forma de destino turístico, en el que elementos y factores no turísticos pueden tener el mismo peso específico que los plenamente turísticos.

Sobre la base de las ideas expuestas concluyo la importancia que tiene el desarrollo turístico sostenible que permitirá conservar la riqueza histórica y cultural, el medio ambiente, las comunidades, así mismo crear oportunidades y mejorar la calidad de vida de la población a través de la generación de empleos y por consecuencia la reactivación de la economía.

En efecto el turismo sostenible actualmente se observa como una tendencia turística que se desarrolla de manera responsable comprometiendo así a los inversionistas con el ambiente y generando responsabilidad social sobre la actividad económica que realizan.

Ecoturismo

Chávez de la peña (2005) menciona que: “El ecoturismo concebido como un Turismo Ambientalmente Planificado (Ecoturismo TAP), debe incorporar la estrategia de desarrollo sustentable para lograr un aprovechamiento racional de los recursos y fomentar la participación integral de las comunidades anfitrionas”.

CARACTERÍSTICAS DEL ECOTURISMO

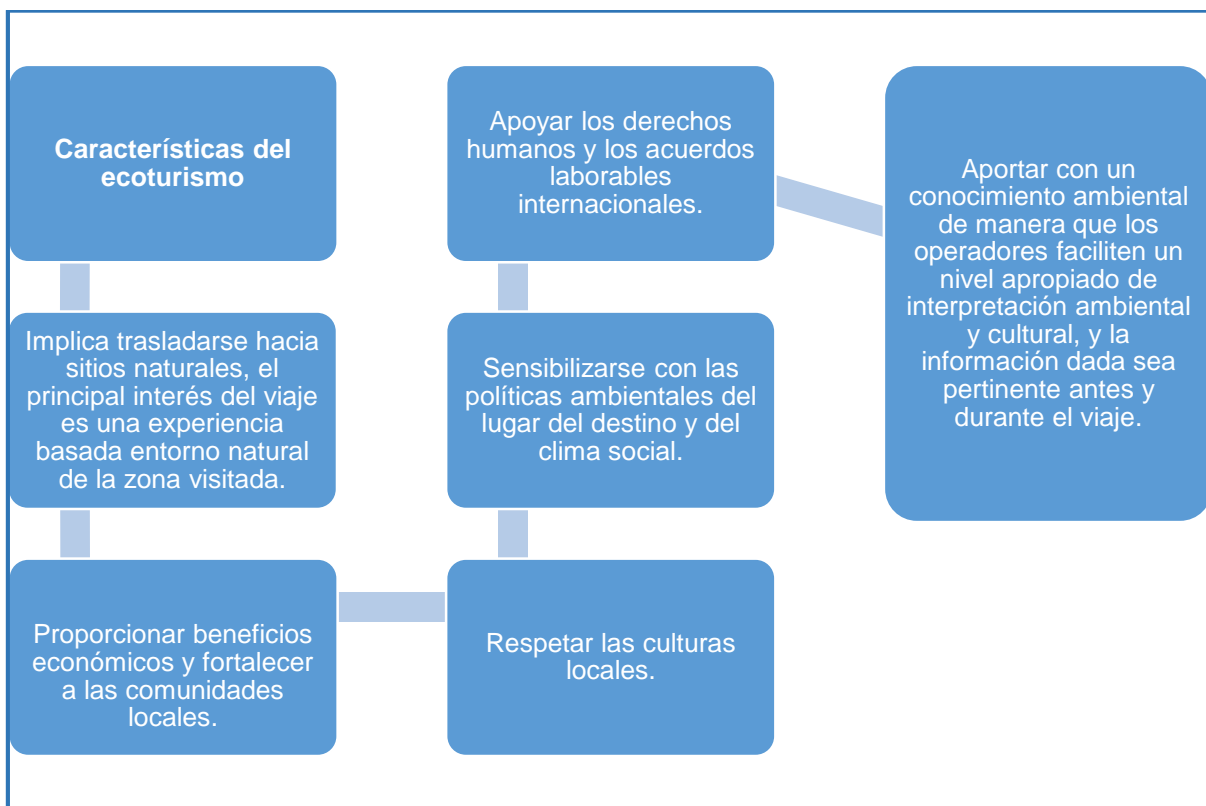


Figura N° 4. Características del ecoturismo

Elaborado: (La Autora, 2017)

Fuente: basado en (Sandoval, 2006)

En fin el ecoturismo es uno de los sectores turísticos que más rápido está creciendo en los últimos años, y se ha convertido en una alternativa para el desarrollo sustentable, y así mismo como el turismo de naturaleza se encuentra contribuyendo a la conservación del medio ambiente.

Turismo rural

Según Pérez de las Heras (2012) define al turismo rural como: “el conjunto de actividades turísticas que se desarrollan en contacto con la naturaleza, la vida en el campo, en pequeñas poblaciones rurales”.

El surgimiento del turismo rural se relaciona con las formas de turismo alternativo, y por lo tanto opuesto al turismo tradicional, masivo y estandarizado. No puede considerarse totalmente nuevo, dado que en el siglo XIX ya se encuentran antecedentes del interés por las actividades de ocio en el campo, a partir de la década del setenta del siglo XX puede considerarse un nuevo turismo rural

originado por tres situaciones: el agotamiento del turismo convencional, el desarrollo del ecologismo y la mercantilización de la naturaleza. (Varisco, 2016)

En este sentido el turismo rural aporta significativamente al acercamiento a la cultura agropecuaria por parte de los turistas o visitantes, una gran oportunidad para que puedan vivenciar otro tipo de experiencias en cuanto a turismo y a su vez crear oportunidades de desarrollo local en determinado lugar.

Desarrollo Social y Turismo comunitario

Ruiz&Solis Carrión (2007) afirma que “El turismo comunitario se considera una relación entre la comunidad y sus visitantes, que implica por lo tanto un sujeto colectivo, una finalidad socio-cultural, estructuras prácticas democráticas y solidarias con expresos con beneficios locales, participación y responsabilidad comunitaria”.

La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) citada por Santana&Atiencia (2014) lo define como:

Una relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la presencia de sus miembros, garantizando el eficaz manejo de los recursos naturales, la valoración de sus Patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las Nacionalidades y Pueblos, y una equilibrada distribución de los beneficios obtenidos.

Es una novedosa alternativa turística con una creciente demanda mundial a cierto segmento de mercado que busca disfrutar de la naturaleza, del medio ambiente, de las costumbres de la comunidad y sobretodo encontrar experiencias diferentes y enriquecedoras, así mismo propiciar encuentros interculturales y sostenibilidad de los atractivos turísticos. (Larco, 2014)

Tomando en cuenta los criterios anteriores, se define al turismo comunitario como la actividad turística que contribuye al desarrollo social, económico y cultural, creando un estrecho lazo entre la comunidad y el visitante, la conservación de los recursos tanto naturales como culturales, garantizando la sostenibilidad y brindando la esperanza de una mejor calidad de vida para las comunidades.

Igualmente permite crear una cultura turística de la comunidad permitiendo valorizar y preservar el patrimonio turístico cultural y natural, sus organizaciones sociales entre otras, además no

requiere de grandes inversiones y es una oportunidad para que puedan alcanzar su desarrollo local en la parroquia.

El aporte teórico consultado y analizado por diferentes autores es la base para sustentar adecuadamente el diseño del plan estratégico sostenible para la parroquia Sumaypamba en el presente proyecto de investigación.

CAPITULO I
DIAGNOSTICO DE LA SITUACION ACTUAL DE LA PARROQUIA SUMAYPAMBA

Saraguro es uno de los cantones de la provincia de Loja, al igual que todos posee una infinidad de atractivos y recursos turísticos, concentrados en cada una de sus parroquias, como es “Sumaypamba” una de las más jóvenes del cantón, es un lugar que posee valles que embellecen el sector, su gente es amable y cuenta con un clima magnifico.

Con el siguiente diagnóstico se identificara la situación actual en la que se encuentra la parroquia en los diferentes ámbitos con la finalidad de encontrar las debilidades y el ritmo económico con el que se mueve el sector; se conoce que la gran parte de las áreas rurales del Ecuador no poseen una adecuada planificación y capacidad de ejecución, además de tener una mala dotación de recursos, en Sumaypamba estos factores hacen más difícil el desarrollo del turismo como nueva actividad económica, por lo que se identificara de manera profunda cada una de estas partes.

1. Ámbito físico espacial.

1.1 Ubicación y límites.



Mapa N° 1. Ubicación geográfica de la parroquia Sumaypamba
Fuente y elaboración: (La Autora, 2017)

Sumaypamba es la parroquia más joven del cantón Saraguro, tiene 14 años de creación desde el Decreto Ministerial de abril del 2002, se encuentra en el valle de Yunguilla, ubicado al norte, a 80km de la cabecera cantonal de Saraguro.

Sus límites son:

- Norte: provincia del Azuay.
- Sur: parroquias de Manú y Lluzhapa.
- Este: parroquias Lluzhapa y El Progreso (Azuay)
- Oeste: parroquias de San Sebastián de Yúluc y Manú.

De acuerdo al Plan de Desarrollo de Ordenamiento Territorial de Sumaypamba (PDYOTPS) desarrollado en el año 2014, la parroquia conforma los siguientes barrios rurales: Guisaseo, Mostazapamba, Tarabita, Las Cochas, Playas, San José y el centro parroquial urbano de Sumaypamba.

1.1.1 Superficie y extensión.

Según los datos presentados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010) la parroquia de Sumaypamba posee una superficie de 90.96 km².

1.1.2 Movilidad y Conectividad.

De acuerdo a la información del PDYOTPS, la caracterización de las vías se identifican de acuerdo a la Jerarquización de la Red; la red primaria o asfaltada corresponde únicamente a la vía que conecta a la cabecera cantonal desde la ciudad de Loja; la red secundaria son las vías con revestimiento suelto o ligero dos o más vías carrozables que es gran parte del cantón incluyendo a la parroquia Sumaypamba, la red terciaria son los caminos de verano que forman parte de los accesos a los barrios de la parroquia.

Tabla N°1. Jerarquización de la Red de vialidad

JERARQUIZACIÓN	Longitud Km	%
RED SECUNDARIA	43,88	32,96
RED TERCIARIA	61,06	45,86
RED CUARTEARIA (caminos)	18,3	13,75
RED URBANA	9,89	7,43
TOTAL	133,13	100

Fuente: (PDYOTPS, 2014)

Elaborado: (La Autora, 2017)

Sumaypamba presenta tres vías de acceso, la primera vía de acceso es por la vía Saraguro – Tenta-Celén-Selva Alegre-Lluzhapa y Sumaypamba con una longitud de 120 km. La segunda por la vía Saraguro-Tenta-Celén-Selva Alegre-Manú-Sumaypamba que se encuentra a 140 Km. por la vía, y la tercera por la vía Saraguro-Oña-La Paz- la Y de Cuenca (desvío de Cuenca a la Costa)- Santa Isabel (límite con la provincia del Azuay), cruzando el Rio Jubones se llega a Sumaypamba con una distancia de 170 Km. (PDYOTPS, 2014)

1.1.2.1 Viabilidad rural.

La vialidad rural de la parroquia de Sumaypamba se encuentra atravesada de norte a sur por una vía de tercer orden (vía lastrada un solo carril), la misma que comunica a todos los barrios con su cabecera parroquial, la misma recibe permanentemente tratamiento por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Saraguro, finalmente al igual que todas las parroquias rurales y urbanas, se encuentran un sinnúmero de senderos y caminos de Herradura. (PDYOTPS, 2014)

1.1.2.2 Viabilidad urbana.

La vialidad urbana de la parroquia Sumaypamba está determinada por calles lastradas.

1.1.2.3 Energía.

En cuanto a energía la parroquia posee una buena infraestructura para el servicio eléctrico, además en la actualidad existe un proyecto eólico “Minas de Huascachaca” que permitirá la generación de electricidad, el mismo se encuentra en un sector cercano a la parroquia. (PDYOTPS, 2014, pág. 26)

1.1.2.4 Conectividad.

1.1.3.4.1. Medios de comunicación

Radio y Televisión

En cuanto a los servicios de radio y televisión la parroquia cuenta con cuatro medios de comunicación los cuales poseen cobertura, pero con deficiente señal. En la siguiente tabla se detalla las radios y canales disponibles.

Tabla N°2: Radios y Canales de Televisión disponibles.

Radios disponibles	Canales de televisión disponibles
Radio Frontera Sur 91.7 FM	Teleamazonas
Radio Saraguro 91.3 FM	RTS
Radio Municipal de Saraguro 93.3 FM	TC
Radio Buen Pastor	CNT – TV por cable
Superior 92.7	
Canela107.3	
Radio 96.1	
R. Santa Isabel 95.7	

Fuente: (PDYOTPS, 2014)

Elaborado: (La Autora, 2017)

Telefonía convencional y celular

En la siguiente tabla se observa la cobertura de telefonía convencional, en el cual un 23,40% de los hogares tiene disponibilidad y el 76,6% no posee.

Tabla N°3. Telefonía convencional en el hogar.

Telefonía convencional en el hogar		
Disponibilidad de teléfono convencional	Casos	%
SI	84	23,50
NO	275	76,5
TOTAL	359	100

Fuente: (PDYOTPS, 2014)

Elaborado: (La Autora, 2017)

En la parroquia Sumaypamba existe el 72,7% de hogares que tiene disponibilidad de teléfono celular; y el 27,3% que no tienen. Es importante mencionar que la telefonía celular está sustituyendo a la telefonía convencional.

Tabla N°4. Telefonía Celular en el hogar.

Telefonía Celular en el hogar		
Disponibilidad de celular	Casos	%
SI	261	72,70
NO	98	27,3
TOTAL	359	100

Fuente: (PDYOTPS, 2014)

Elaborado: (La Autora, 2017)

1.1.3 Hidrografía.

Existen 3 microcuencas hidrográficas que se observa en la siguiente tabla:

Tabla N°5. Microcuencas hidrográficas de la parroquia Sumaypamba

NOMBRE	Área (ha)
Quebrada Ushucay	4436,62
Quebrada El Corral	1467,97
Quebrada Lomacucho	837,18

Fuente: (PDYOTPS, 2014)

Elaborado: (La Autora, 2017)

Ubicación:

- Quebrada Ushucay, se encuentra en las parroquias de Manu y Yuluc, nace en la parte alta del barrio San José, es importante indicar que tiene agua permanentemente todo el año, tiene una superficie de 4436.62 ha, de esta microcuenca se benefician con agua para riego y para consumo humano.
- Quebrada El Corral, se encuentra dentro del territorio de la parroquia, nace en la parte baja, es importante indicar que no tiene agua permanente solo en época de lluvias, tiene una superficie de 1467.97 ha.

- Quebrada Lomacucho, se encuentra colindando con las provincia de Azuay, nace en la parte media de la parroquia, es importante indicar que no tiene agua permanente solo en época de lluvias, tiene una superficie de 837.18 ha.

Es importante indicar que la quebrada de Ushucay o Cerropamba y los Ríos Jubones, León tienen agua todo el año, las aguas son aprovechadas para la producción agropecuaria y consumo humano. (PDYOTPS, 2014)

1.1.4 Características Climáticas.

La parroquia Sumaypamba posee un clima temperado-seco, con una temperatura que oscila entre los 10 y los 22°C. La pluviosidad es de 50 – 600 mm, la época de lluvia va desde noviembre a mayo. Los fuertes vientos se dan en los meses de junio a septiembre, y heladas en los meses de diciembre a enero; con una humedad relativa de 80 a 88%. También existe una relación muy estrecha entre clima, tipo de suelo, vegetación, vida humana y silvestre, puesto que no solo afecta el comportamiento fisiológico de los seres vivos, los animales y la salud, o las complejas relaciones de adaptabilidad de las especies vegetales y los cultivos, sino que permite entender la estrecha relación entre ecosistemas, paisajes y los diferentes comportamientos humanos, donde caben indudablemente las leyendas y mitos, y el clima se constituye en un indicador fundamental. (PDYOTPS, 2014)

Tabla N°6. Información climática de la parroquia Sumaypamba

Variable	Descripción
Precipitación	50-600 mm
Temperatura	10.22°C
Pisos climáticos	Ecuatorial mesotérmico seco
Humedad	80- 88%

Fuente: (PDYOTPS, 2014)

Elaborado: (La Autora, 2017)

1.1.5 Geología.

Según el POYDTPS es un espacio en donde se puede descubrir las potencialidades representadas por la ocurrencia de yacimientos minerales y materiales para la construcción, que puede generar fuentes de empleos para la parroquia, así mismo se encuentran las limitaciones

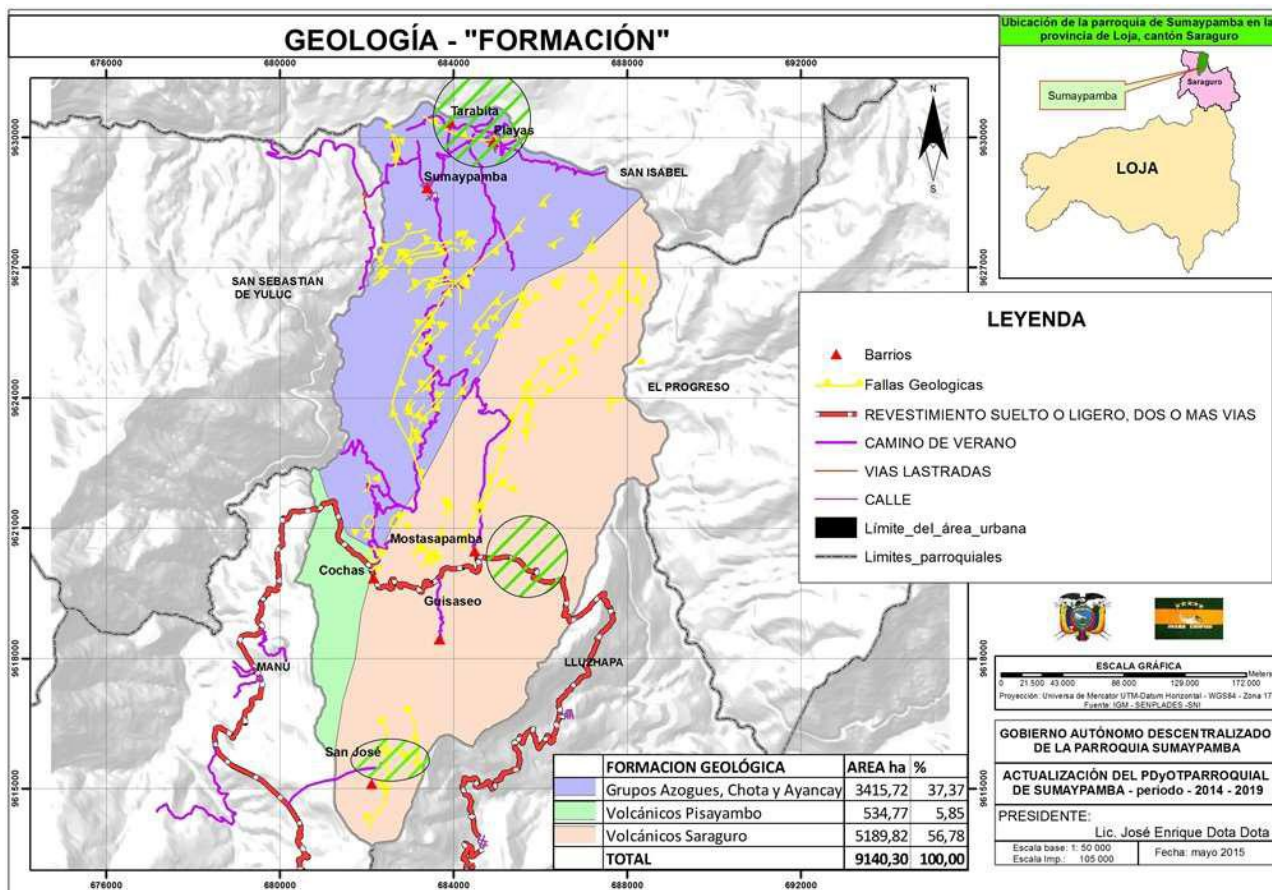
que implican los fenómenos geológicos que se constituyen riesgos y amenazas para sus habitantes.

Tabla N°7. Formaciones Geológicas

FORMACIONES GEOLÓGICAS	Área (ha)	%
Grupos Azogues, Chota y Ayancay	3415,72	37,37
Volcánicos Pisayambo	534,77	5,85
Volcánicos Saraguro	5189,82	56,78
TOTAL	9140,31	100

Fuente: (PDYOTPS, 2014)
Elaborado: (La Autora, 2017)

A continuación se describe su composición de acuerdo a cada grupo que pertenece a las formaciones geológicas:



Mapa N°2. Formaciones geológicas

Fuente y Elaboración: (PDYOTPS, 2014)

El grupo que pertenece a Azogues, Chota y Ayancay se encuentran compuestos de arcilla, arenisca, conglomerados y tobas andesíticas.

Los Volcánicos de Pisayambo contienen flujos de lava y piroclastos de composición andesíticas a riolíticas, pertenece al Grupo Saraguro, Conformado por lavas andesíticas a riolíticas, piroclastos.

Los Volcánicos Saraguro son una secuencia de rocas volcánicas intermedias a acidas calco-alcalinas de edad oligo cenicas, cubiertas gran parte del sector sur de la cordillera Occidental, el grupo geológico descansa disconformemente sobre o fallado contra los basaltos oceánicos deformados de la Unidad Pallatanga.

Los suelos han sido desarrollados sobre materiales antiguos, corresponde a suelos erosionados también llamados entisols, se encuentran severamente erosionados de áreas sub-cálidas y muy secas. Al encontrarse sobre fuertes pendientes están bajo un constante proceso erosivo lo que da como resultado la presencia de escasa vegetación.

Estos suelos son susceptibles a erosión, en la actualidad presentan severas muestras de erosión y son potencialmente muy erodables por acción hídrica en la época de lluvias y eólicas en la época seca. Otra de las características que se encuentran en estos suelos es que son muy susceptibles a movimientos en masa por la gravedad es decir derrumbes o desplomes. (PDYOTPS, 2014)

1.2 Ámbito Socio Cultural.

1.2.1 Población.

Población por sexo

Tabla N°8. Población de Sumaypamba por sexo

Sexo	Población	Porcentaje
Hombres	769	48,24
Mujeres	825	51,76
Total	1594	100%

Fuente: (INEC-CPV, 2010)

Elaborado: (La Autora, 2017)

En la tabla se observa que la población total de la parroquia es de 1594 habitantes, de los cuales, 769 son hombres y 825 son mujeres; de tal manera que existen más mujeres que hombres.

Población por grupo de edad y sexo

Tabla N°9. Población de Sumaypamba por grupo de edad y sexo

Grupos quinquenales de edad	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Menor de 1 año	20	15	35
De 1 a 4 años	72	83	155
De 5 a 9 años	104	128	232
De 10 a 14 años	120	108	228
De 15 a 19 años	96	78	174
De 20 a 24 años	72	64	136
De 25 a 29 años	50	55	105
De 30 a 34 años	36	48	84
De 35 a 39 años	28	49	77
De 40 a 44 años	25	38	63
De 45 a 49 años	36	38	74
De 50 a 54 años	23	27	50
De 55 a 59 años	31	30	61
De 60 a 64 años	17	21	38
De 65 a 69 años	13	15	28
De 70 a 74 años	12	8	20
De 75 a 79 años	5	11	16
De 80 a 84 años	1	7	8
De 85 a 89 años	5	2	7
De 90 a 94 años	3	0	3
Total	769	825	1594

Fuente: (INEC-CPV, 2010)

Elaborado: (La Autora, 2017)

La población mayoritaria está comprendida entre 5 a 9 años de edad con 232 personas, seguido de 10 a 14 años con 228 personas, y por último 174 personas con las edades de 15 a 19 años. Específicamente, la población del territorio de Sumaypamba es joven, con mucho potencial para la producción.

Según el INEC-2010 la población proyectada al 2015 de la parroquia Sumaypamba se detalla en el siguiente cuadro.

Tabla N°10. Proyección de la población del 2010 al 2015

Parroquias	Años					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Sumaypamba	1663	1677	1690	1702	1714	1725
Total	1663	1677	1690	1702	1714	1725

Fuente: (INEC-CPV, 2010)

Elaborado: (La Autora, 2017)

1.2.2 Grupos étnicos.

En la parroquia de Sumaypamba no existe presencia de grupos étnicos ya que la población corresponde a mestiza, blanca y otros.

1.2.3 Identidad cultural.

A continuación indicamos el auto identificación según su cultura.

Tabla N°11. Auto identificación según su Cultura

Identidad	Población	Porcentaje
Afro ecuatoriano/a Afrodescendiente	7	0,44
Negro/a	1	0,06
Montubio/a	2	0,13
Mestizo/a	1536	96,36
Blanco/a	48	3,01
Total	1594	100%

Fuente: (INEC-CPV, 2010)

Elaborado: (La Autora, 2017)

En la tabla se observa que la mayor parte de la población según su identidad es la mestiza con el 96.36%, blanco con el 3.01% y el menos del 1% a montubio, negra y afro ecuatoriano respectivamente. En lo referente a las nacionalidades y pueblos, la población de Sumaypamba no pertenece a ninguna de ellas.

1.2.4 Educación.

Análisis de la tasa de asistencia por nivel de educación; escolaridad de la población, analfabetismo, deserción escolar y las causas de esta problemática en el territorio, entre otros.

Tabla N°12. Tasa de asistencia por nivel de educación y analfabetismo parroquial

Asistencia Porcentaje	Porcentaje
Escolaridad promedio de la población de 24 años y mas	5,36%
Tasa neta de asistencia en educación básica	91%
Tasa neta de asistencia en educación primaria	93,17%
Tasa neta de asistencia en educación secundaria	49,77%
Tasa neta de asistencia en educación bachillerato	25,49%
Analfabetismo funcional	83%
Tasa neta de asistencia en educación superior	4,35%
Analfabetismo	13,03%

Fuente: (INEC-CPV, 2010)

Elaborado: (La Autora, 2017)

En la tabla anterior se observa el porcentaje de asistencia de la escolaridad promedio de la población de 24 años y más que está representada por 5,36%, la tasa neta de educación básica es del 91%; la de educación primaria por 93.17%, la tasa neta de asistencia a la educación secundaria es del 49.77%; así mismo el bachillerato corresponde al 25.49% y superior es del 4.35%. El alfabetismo funcional es del 83%, por lo tanto, la asistencia por nivel de educación es baja en la parroquia Sumaypamba debido que el 64.7 % de los niños de 5 a 14 años trabajan.

En lo referente a la escolaridad de la población, las personas con primaria completa es del 90.6%, existe un alto analfabetismo funcional (incapacidad de las personas para leer, escribir y calculo) con el 83% y analfabetismo puro es del 13.03% respectivamente.

1.2.4.1 Establecimientos educativos.

1.2.4.1.1 Cobertura y equipamientos.

En la parroquia Sumaypamba existen 6 escuelas ubicadas en los distintos barrios que brindan educación general básica a los estudiantes.

Tabla N°13. Establecimientos educativos a que asisten los estudiantes

Establecimiento Educativo	Población	Porcentaje
Fiscal (Estado)	432	78,41
Particular (Privado)	63	11,43

Fiscomisional	55	9,98
Municipal	1	0,18
Total	551	100%

Fuente: (INEC-CPV, 2010)
Elaborado: (La Autora, 2017)

La infraestructura de los centros educativos se cuenta con 28 aulas, 8 baterías sanitarias, y 23 letrinas, además todos los establecimientos poseen escritura de los predios; el agua para consumo es entubada como en el resto de la parroquia y todos poseen servicio eléctrico de la red pública. En lo referente al estado de las instalaciones de los centro educativos corresponde el 14% son regulares y el 86% está en estado bueno.

Tabla N°14. Centros educativos, estudiantes y docentes por barrios

Centros educativos	Estudiantes	Docentes	Barrios
Escuela de Educación Básica 29 de Junio	26	3	Playas
Escuela de Educación Básica Ciudad de Zumba	38	3	Guisaseo
Escuela de Educación Básica Juanita Collahuazo Páez	75	7	Cochas
Escuela de Educación Básica Orillas del Jubones	178	12	Sumaypamba
Escuela de Educación Básica Rosalino Montaña Armijos	39	2	Mostazapamba
Escuela de Educación Básica Hualcopo Duchicela	31	2	San José
TOTAL	387	29	

Fuente: (PDYOTPS, 2014)
Elaborado: (La Autora, 2017)

En la tabla se observa que se encuentran 387 estudiantes matriculados entre jóvenes y niños, de los cuales 165 son hombres y 222 mujeres en el año lectivo 2014-2015, con un total de 29 docentes.

1.2.4.2 Analfabetismo.

Según la tabla N° 12 de la tasa de asistencia por nivel de educación y analfabetismo parroquial, indica que existe un 13, 03% de analfabetismo.

1.2.5 Salud.

Según el distrito del cantón Saraguro y la información disponible a nivel nacional y los análisis del proceso cantonal muestra la siguiente información: puestos de salud, las principales enfermedades de la población, perfil epidemiológico, tasa de natalidad y mortalidad.

1.2.5.1 Hospitales, centros, subcentros y puestos de salud.

En la parroquia se Sumaypamba no existen hospitales, únicamente cuentan con puestos de salud pertenecientes al Ministerio de Salud Pública.

Las principales enfermedades que afectan a los habitantes son la vaginitis, infección a las vías urinarias, infecciones respiratorias, conjuntivitis, desnutrición, parasitosis, dermatitis, politraumatismo, artritis reumática e hipertensión entre otros.

Según el perfil epidemiológico entre las enfermedades más comunes se encuentran la rinofaringitis con un tasa del 61,24%, seguido por la amigdalitis aguda con un 45,03, faringitis aguda con un 36,64, diarrea y gastroenteritis con un 34,42%, parasitosis intestinales con un 28,38 por cada mil personas.

A continuación en la siguiente tabla mostramos los puestos de salud, servicios y personal de la parroquia Sumaypamba.

Tabla N°15. Infraestructura en Salud

Institución	Servicios	Personal	Carácter
Dos puestos de Salud	Diagnóstico a los pacientes	Médico General	Público
	Atención en medicina		
	Área de internación (partos – post partos)	Enfermera	
El servicio de atención al público de los Puestos de Salud es de 8h00 a 16h30.			
El primero se encuentra ubicado en el centro parroquial urbano de Sumaypamba			
El segundo está localizado en el barrio las Cochas			

Fuente: Visita In-situ, 2016 Elaborado: (La Autora, 2017)

1.2.5.2 Natalidad.

La tasa de natalidad de la parroquia Sumaypamba de acuerdo al distrito de salud de Saraguro es de 13,31 por cada 1000 habitantes (PDYOTPS, 2014).

1.2.5.3 Mortalidad.

La tasa de mortalidad de la parroquia Sumaypamba de acuerdo al distrito de salud de Saraguro es de 2,7 (PDYOTPS, 2014).

1.2.6 Vivienda.

Según la información presentada por el INEC en el año 2010 se obtuvo los siguientes datos de acuerdo a la propiedad; el 68.80% de las viviendas son propias, el 25,07% son prestadas, el 5,29% arrendadas, el 0,84% corresponde al por servicios del total de las 359 viviendas existentes en la parroquia. De acuerdo a nivel del cantón las viviendas prestadas presentan el 8,01%, por servicios el 5,56%, las arrendadas el 4,59%, finalmente las viviendas propias representan el 3,99% del total de viviendas cantonales.

Tabla N°16. Tenencia de la vivienda parroquial

Parroquia	Propia	Prestada	Por servicios	Arrendada	Anticresis	Total
Sumaypamba	247	90	3	19	0,00	359
TOTAL PARROQUIA	68,8	25,07	0,84	5,29	0,00	100
TOTAL CANTON	6184	1123	54	414	6	7781
% RESPECTO AL CANTON	3,99	8,01	5,56	4,59	0,00	4,61

Fuente: (INEC-CPV, 2010)

Elaborado: (La Autora, 2017)

Tabla N°17. Ocupación de la vivienda en la parroquia

OCUPACIÓN DE LA VIVIENDA					
Parroquia	Ocupada con personas presentes	Ocupada con personas ausentes	Desocupada	En construcción	Total
Sumaypamba	355	33	151	11	550
TOTAL PARROQUIA %	64,55	6	27,45	2	100

% RESPECTO AL CANTÓN	4,64	1,79	3,91	2,52	12,86
TOTAL CANTON	7644	1841	3866	437	13788
%	55,44	13,35	28,04	3,17	100

Fuente: (INEC-CPV, 2010)

Elaborado: (La Autora, 2017)

De acuerdo al censo, el 64,55% de la población se encuentra ocupadas por personas, el 6 % están ocupadas con personas ausentes, es decir van y vienen, mientras que el 27,45% las viviendas están desocupadas y el 2% las viviendas se encuentran en construcción.

1.2.7 Migración interna y externa

De acuerdo al INEC del año 2010 en la parroquia Sumaypamba la migración se reflejó en la salida de 75 hombres y 14 mujeres, la edad de la migración en un alto porcentaje (23.44%) corresponde a 30 años, el destino es Estados Unidos (93.26%), España (1.12%) e Italia (2.25%). El año con mayor migración fue en el 2005 con un porcentaje del 31.46% y el principal motivo de viaje es por trabajo con el 95.51% y por unión familiar el 4.49% respectivamente.

Tabla N°18. Potencialidades y problemas

Sociocultural		
Variables	Potencialidades	Problemas
Demografía	Presencia de población joven	Desempleo de la población
Educación	Infraestructura escolar en buen estado	Baja asistencia por niveles de educación
	Educación gratuita y textos escolares	64.7% de trabajo de niños de 5 a 14 años
Salud	Infraestructura de salud en buen estado	Mala calidad del agua de consumo humano
	Personal de salud atienden a la población	Uso indiscriminado de agroquímicos
Acceso y uso de espacio público	Canchas, capillas, iglesia y casas comunales	Baja cobertura de espacios públicos
Organización tejido social	Barrios definidos y organizaciones sociales	Baja cobertura de espacios públicos
Grupos étnicos	Población mestiza y blanca en su mayoría	Debilidad organizativa
Cohesión social	Fiestas tradicionales de los barrios	Baja promoción con fines turísticos

Patrimonio cultural	Existen sitios arqueológicos	No existe registros de bienes patrimoniales tangibles e intangibles
Movimientos migratorios y vectores de movilidad humana	Ingreso de remesas producto de la migración	Deficiente capacitación en emprendimientos

Fuente: (PDYOTPS, 2014)

Elaborado: (La Autora, 2017)

1.2.8 Indicadores de desarrollo humano y pobreza.

Según el sistema de indicadores sociales del Ecuador (SIISE) del 2009, la pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas es del 81% y la extrema pobreza por NBI es del 54.7%, siendo así una parroquia con extrema pobreza.

1.3 Ámbito ecológico territorial.

1.3.1 Condiciones ambientales.

Las condiciones ambientales que se dan en la parroquia Sumaypamba han sido muy favorables tanto para la flora y fauna debido a sus características climáticas y geográficas, sin embargo los recursos naturales se encuentran en proceso de degradación por la deforestación, el uso excesivo de agroquímicos, la contaminación con aguas residuales, el mal manejo del riego y monocultivo. La degradación de la flora es ocasionada por la deforestación para ampliar la frontera agrícola y los incendios forestales. La fauna es afectada por la caza indiscriminada y la destrucción del hábitat. (PDYOTPS, 2014)

Tabla N°19. Recursos naturales bajo presión o degradados

Recurso	Descripción del recurso bajo presión	Causa de degradación	Nivel Afectación
Flora	Bosque natural y páramo	Deforestación, avance de la frontera agrícola	Alto
Fauna	Animales salvajes (venado)	Caza indiscriminada	Medio
Agua	Cuenca, subcuenca, microcuenca	Minería ilegal, deforestación	Alta
Suelo	Agrícola	Erosión por no tener cobertura vegetal	Alto

Fuente: (PDYOTPS, 2014)

Elaborado: (La Autora, 2017)

1.3.2 Geomorfología.

La información presentada por el Ministerio del Ambiente (MAE) del año 2009 sobre las unidades geomorfológicas de la parroquia de Sumaypamba son las siguientes:

- **Vertiente de fondos de cuenca.**

Se trata de una elevación de 300 a 1000 m de altura con una pendiente predominante mayor al 50%. Una superficie rocosa de litología heterogénea de la cordillera costera y occidental andina, bajo una cobertura discontinua de material coluvio-aluvial y eólico reciente. Se ubica dentro de valles y en la cuenca Para-Andina.

- **Vertientes inferiores y relieves de las cuencas interandinias.**

En los sectores Sierra, Andes o Región Andina, está constituida por la gran barrera montañosa de los Andes, dentro de la cual se encuentra el callejón interandino. Por otra parte, las depresiones interandinias presentan características muy diferentes a las del norte, y se ordenan según dos filas paralelas orientadas NESO: Cuenca, Girón, Santa Isabel al oeste, y Gualaceo, Nabón, Saraguro al este con altitudes entre 1 600 metros a Santa Isabel y 2500 metros a Cuenca y Saraguro.

- **Vertientes y relieves superiores de las cuencas interandinias.**

Superficie de erosión local en fondo de valle interandino y vertiente montañosa, con pendiente predominante de 4 a 15%. Corresponde a la cordillera occidental y cordillera central o real. (PDYOTPS, 2014)

1.3.2.1.1 *El suelo, el aire, el agua.*

El suelo

La topografía predominantemente irregular que existe en la parroquia, ha originado una serie de pisos altitudinales y la presencia de una gran diversidad de suelos. Por otro lado la fertilidad o grado de nutrientes disponibles de la mayoría de los suelos presentan una elevada reserva mineral, consecuentemente, tienen una fertilidad potencial alta. En cuanto al desgaste acelerado que sufren los suelos en las fuertes pendientes, determina la presencia de entisoles e inceptisoles que representan suelos jóvenes carentes de características a las genéticas, pero que no son

necesariamente malos. Así mismo la profundidad del suelo está asociada con la erosión acelerada que es común en los terrenos laderosos desprovistos de una vegetación protectora. (PDYOTPS, 2014)

Características:

- Existe una significativa área de suelos aluviales bien desarrollados.
- Se encuentra predominio de la fracción de arcilla en los horizontes (30-50%).
- El pH de los suelos oscila entre neutro a alcalino (7-8).
- La disponibilidad de materia orgánica y nitrógeno es media, el contenido de fósforo es bajo generalmente, y la provisión de potasio es alta especialmente en áreas secas y tropicales.
- Topográficamente varían entre plano a inclinado con pendientes entre 0-30% las áreas susceptibles de riego.

Tabla N°20. Tipo de suelos en la parroquia Sumaypamba

ORDEN	Área(ha)	%
ALFISOL	1402,2	15,34
ENTISOL	7429,31	81,28
INCEPTISOL	308,8	3,38
TOTAL	9140,31	100%

Fuente: (PDYOTPS, 2014)

Elaborado: (La Autora, 2017)

El PH del suelo es neutro y los niveles de nutrientes son bajos lo que determina una baja fertilidad natural.

El agua

Según la base de datos de las concesiones de agua de la SENAGUA, CNRH e INERHI, 2010, en la parroquia Sumaypamba existen 113 concesiones con un caudal que suma 139.105 m³/s y una media de 0,20 m³/s. El 70% de las concesiones toman agua de ríos y quebradas, originados sobre todo de las partes altas de las parroquias de Manú y Lluzhapa donde se encuentran sus nacimientos. Un 1,2% del agua concesionada proviene de vertientes. Los principales usos son el riego, seguido por uso doméstico y los abrevaderos. (PDYOTPS, 2014)

Tabla N°21: Concesiones de agua-SENAGUA.

USOS	Numero	CAUDAL TOTAL CONCESIONADO lt./sg
ABREVADERO	17	0,24
RIEGO	66	134,601
USO DOMESTICO	30	4,264
TOTAL	113	139,105

Fuente: (PDYOTPS, 2014) SENAGUA

Elaborado: (La Autora, 2017)

El aire

La calidad del aire en la parroquia Sumaypamba es problema latente en ciertos sectores debido a que es contaminado por el polvo generado por los vehículos y la explotación del material de construcción.

1.3.3 Ecosistemas.

1.3.3.1 Flora.

En la parroquia existe una diversidad de especies forestales en los relictos de bosques y bosques ralos en las que encontramos algunos géneros importantes como: *Cinchona spp*, cascarilla; *Ficus spp*. Higuierón; *Weinmannia spp*, cashcos; *Ocotea spp*. Canelón; *Erythrina edulis*, guato; *Oreopanax spp*. Pumamaqui; *Myrica spp.*, laurel de cera; *Ternstroemia macrophylla*, duraznillo. En la parte baja, *Myrcianthes*, saca; *Eugenia*, *Tara spinosa*, vainillo; *Acacia macracantha faique*; *Annona cherimolia*, chirimoya; *Escallonia péndula*, shinín; *Inga spp*, guaba; *Mauria simplicifolia*, aguacate de montaña, entre otras.

Entre los arbustos más importantes mencionamos a: *Embothrium grandiflorum*, gañan; *Vallea stipularis*, niguito, *Macleania popenoi*, joyazas; *Miconia lutescens*, sierras; *Brachyotum gracilencens*, zarcillo; *Barnadesia spp.*, clavelillo; *Baccharis spp.*, chilca de páramo; *Duranta dombeyana*, motemote; *Gynoxis verrucosa*, Chaguarquero; *Hesperomeles heterophylla*, quiques. (PDYOTPS, 2014)

1.3.3.2 Fauna.

En cuanto a la fauna las principales especies de aves que existen en el cantón son: torcazas, pavas de monte, en la parte alta de la zona se encuentran abundantes venados y perdices.

Actualmente la vida silvestre no ha surgido debido a los daños producidos en las montañas así mismo los nichos naturales y extensos se han ido destrozando. Existen animales que poco se desplazan o no tienen esa capacidad, consecuentemente van desapareciendo o son presa fácil de los destructores. En cuanto a la fauna silvestre es diversa mas no abundante, la alteración del hábitat ecológico y la fragmentación de la vegetación natural a expensas de áreas de cultivo, la composición, la densidad de los animales, el escenario de las interrelaciones ecológicas se siguen modificando. (PDYOTPS, 2014)

Tabla N°22. Especies de fauna de la parroquia Sumaypamba

Especie	Nombre Común	Nombre Científico
Mamíferos	Guanta	<i>Dinomyis branickii</i>
	Guatusa	<i>Dasyprocta punctata</i>
	Zorro	<i>Conepatus semistriatus</i>
	Venado	<i>Odocoileus virginianus</i>
	Armadillo	<i>Dasypus novemcinctus</i>
	Ardilla	<i>Sciurus stramineus</i>
Aves	Pasharaca	<i>Ortalis erythroptera</i>
	Paloma	<i>Columba fasciata</i>
	Chilalos	<i>Furnarius rufus</i>
	Tordos	<i>Turdus reevei</i>

Fuente: (PDYOTPS, 2014)

Elaborado: (La Autora, 2017)

1.3.4 Riesgos y seguridad.

Riesgos

Dentro de los riesgos se encuentran las fallas geológicas que existen en la parroquia de Sumaypamba, estos conforman las estructuras que afectan las rocas incluidas dentro de las diferentes Unidades Litotectónicas o Formaciones geológicas. La mayor parte de estas estructuras tienden a representar límites entre dominios litotectónicos. Las fallas que se destacan por su rol dentro de la evolución del marco geotectónico de la zona son las fallas tipo inverso, que en algunos casos tienden a ser fallas de cabalgamiento, por el ángulo de inclinación del plano.

Por otro lado los problemas de deslizamientos de tierras por fallas geológicas y exceso de lluvias afectan a la parroquia y se convierten en riesgos dando como resultado el paso es irregular, se da el hundimiento de la vía que ocasiona la inseguridad para los transportistas que circulan por el sector. (PDYOTPS, 2014)

Identificación y delimitación de las áreas expuestas a amenazas naturales y/o antrópicas, zonas propensas a deslizamientos, fallas geológicas, inundaciones, sequías, entre otras.

Tabla N°23. Amenazas naturales y antrópicas

Amenazas Naturales	Ubicación	Ocurrencia
Terremoto	en todo el territorio	Baja
Sequía	En la parte media abaja (norte de la parroquia)	Alta
Helada	En la parte alta	Alta
Amenazas antrópicas		
Quema	En la parte media a alta	Alta
Tala	En la parte alta	Alta
Caza	En la parte alta	Media
Erosión	En la parte media y baja	Alta
Contaminación por agroquímicos	En la parte baja (áreas de riego)	Alta

Fuente: (PDYOTPS, 2014)
Elaborado: (La Autora, 2016)

1.4 Ámbito económico productivo.

1.4.1 Contexto económico local.

Las actividades principales y sus ejes fundamentales de la economía de la parroquia de Sumaypamba se concentran en la agricultura, la ganadería y pesca.

1.4.1.1 Población económica activa.

Según la información del INEC del 2010, la parroquia de Sumaypamba tiene una población de 1594 habitantes, de los cuales 769 son hombres y 825 son mujeres. La estructura de la Población Económicamente Activa (PEA) en la parroquia, es de 789 personas; esto equivale a la tasa bruta de participación laboral del 49.50% del total de los habitantes. (PDYOTPS, 2014)

1.4.1.2 Estructura productiva.

Los principales ingresos económicos para las familias de la parroquia Sumaypamba se basan en las actividades económicas del sector primario, secundario y terciario. En la parroquia la población se dedica la mayor parte a la actividad agropecuaria y ganadera, es así que la estructura productiva de la parroquia corresponde a una economía de subsistencia. Por otro lado áreas de producción no se han incrementado debido a la falta de mantenimiento y mejora en los sistemas de riego. (PDYOTPS, 2014)

1.4.2 Sector productivo primario.

1.4.2.1 Agricultura.

De acuerdo al levantamiento de información del POYDTPS la actividad agropecuaria en esta parroquia es extensiva en época de lluvia en su gran mayoría, por lo tanto es susceptible a los cambios climáticos, los cultivos de ciclo corto considerados importantes son cebolla, tomate riñón, maíz, fréjol, pimiento, arveja, haba, yuca, camote, hortalizas entre otros, los cuales sirven para el autoconsumo y venta de los mismos. Los productos se venden a nivel nacional como en las ciudades más cercanas de Cuenca y Machala, esta actividad agrícola genera fuentes de trabajo e ingresos económicos a la población de la parroquia.

1.4.2.2 Ganadería.

La producción pecuaria que se da en la parroquia Sumaypamba es la crianza de animales mayores y menores como: el ganado bovino, ovino, caprino, porcinos, aves y cuyes; se dan en las diferentes barrios de la parroquia que sirven como autoconsumo y para la comercialización de los mismos.

1.4.3 Sector productivo secundario.

1.4.3.1 Industria.

No existen registros de actividades industriales dentro de la parroquia dentro del ámbito económico productivo del sector secundario.

1.4.3.2 Artesanías.

Existen muy pocas materias primas locales con potencial de transformación para productos artesanales, la mayoría son externas y solo poseen ciertos materiales locales.

1.4.4 Sector productivo técnico.

1.4.4.1 Comercio.

La actividad comercial en la parroquia de Sumaypamba es mínima, la comercialización se encuentra en la producción agrícola y pecuaria realizada los días lunes y jueves durante todo el año, en el centro de acopio de la parroquia, también existen tiendas en los diferentes barrios que ofrecen productos de primera necesidad, así mismo la presencia de algunos restaurantes.

Tabla N°24: Comercio.

BARRIOS	Tiendas	Farmacias	Panaderías	Taller mecánico	Restaurantes	Bares	Insumos Agropecuarios	Centro Acopio
PLAYAS-TARABITA	2			1				
SUMAYPAMBA	11	1	1	2	3	0	3	1
COCHAS	4							
SAN JOSÉ	1							
GUISACEO	2							
MOSTAZAPAMBA	4							

Fuente: (Visita in-situ, 2016)

Elaborado: (La Autora, 2017)

En la tabla anterior se observa las diferentes actividades que se desarrollan en el comercio de la parroquia Sumaypamba entre ellas se encuentran: las tiendas, farmacias, una panadería, talleres mecánicos, restaurantes; aquí se recalca que dos se encuentran catastrados y uno no posee un permiso legal, no existen bares, insumos agropecuarios y un centro de acopio.

1.4.4.2 Transporte

Para llegar a la parroquia de Sumaypamba existe una empresa de transporte interprovincial que es la Cooperativa Sur Oriente, tiene turnos desde la ciudad de Loja a partir de las 02h00 am, 5:00

am hacia la parroquia, el turno de retorno desde Sumaypamba es a las 14:00pm; el precio del pasaje es de \$6,50 y el tiempo aproximado para llegar es de 6 horas desde Loja, y 4 horas desde Saraguro. Para poder trasladarse a los distintos barrios se lo realiza fletando camionetas de la localidad.

1.4.4.3 Desarrollo turístico.

Actualmente el desarrollo turístico en la parroquia Sumaypamba se está motivando para que pueda ser una de las potencialidades económicas y a su vez permita obtener fuentes de ingresos, gracias a sus recursos turísticos como la diversidad ecológica, encantos naturales, gastronomía, cultura, fiestas tradicionales, y otros atractivos, han logrado obtener la entrada de visitantes al sector. Es importante señalar que la parroquia no cuenta con la infraestructura adecuada para acoger a los turistas, ni los servicios básicos para este fin.

1.5 Político administrativo.

1.5.1 Estructura política administrativa de la institución pública.

El centro administrativo y político de la parroquia se localiza en Sumaypamba, donde se encuentra el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Sumaypamba y la Tenencia política que representa el poder ejecutivo de la parroquia. También existen comunidades y organizaciones en los respectivos barrios liderados con cada uno de sus representantes por otro lado cabe recalcar que la participación ciudadana de la parroquia está basada en la asamblea parroquial.

Tabla N°25. Integrantes del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Sumaypamba.

MIEMBROS DEL GAD PARROQUIAL SUMAYPAMBA		
ORDEN	CARGO	NOMBRES Y APELLIDOS
1	PRESIDENTE	Lcdo. José Enrique Dota Dota
2	VICEPRESIDENTE	Sr. Ángel Martín Macas Dota
3	VOCAL 1	Sr. Carlos Eduardo Armijos Chica
4	VOCAL 2	Sr. Franklin Pucha Curillo
5	VOCAL 3	Sra. Miriam Argentina Torres Vega
6	SECRETARIO	Srta. Irma Narciza Chalan Coronel

Fuente: (Visita in-situ, 2016)
Elaborado: (La Autora, 2017)

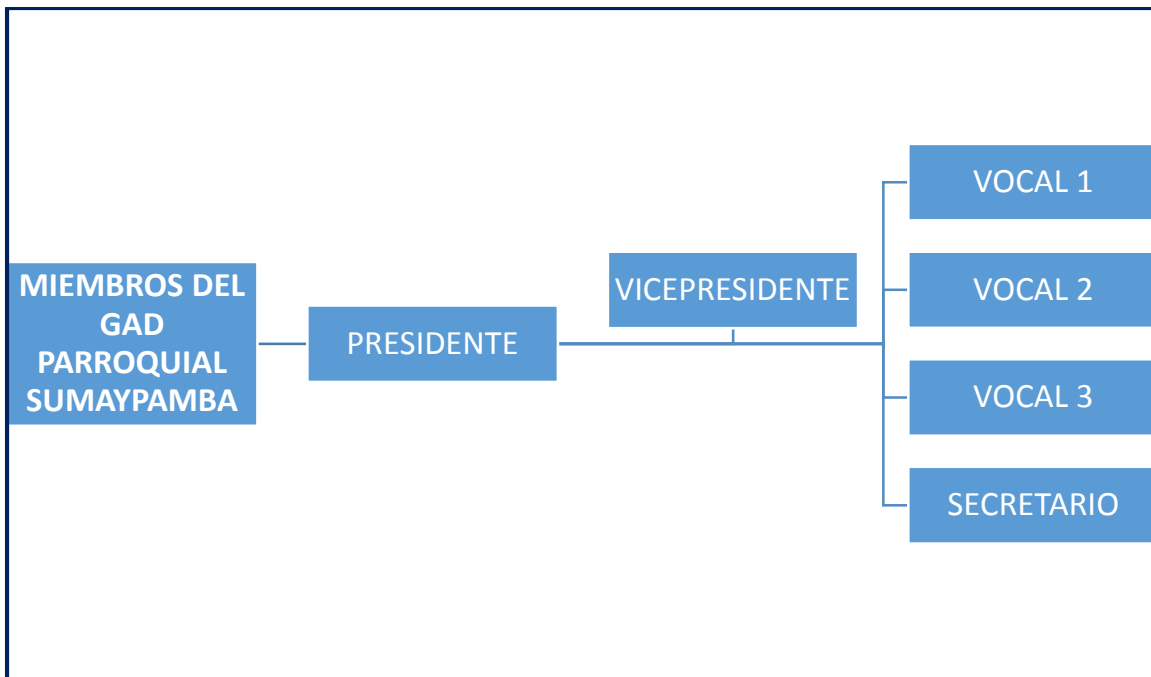


Figura N°5. Organigrama de los miembros del GAD Parroquial Sumaypamba
 Fuente: (Visitas In-Situ, 2016)
 Elaborado: (La Autora, 2017)

1.5.2 Mapeo de actores que conforman la cadena de valor turística.

La elaboración del mapeo de actores que conforman la cadena de valor turística de la parroquia dependerá de los siguientes componentes: instituciones públicas y privadas con su respectiva simbología la cual indicara su nivel de intervención.



Figura N°6. Mapeo de actores que conforman la cadena turística
 Fuente: (Investigación de campo, 2017)
 Elaborado: (La Autora, 2017)

Tabla N°26. Simbología para mapeo de actores

Medida de Intervención	Simbología	Organizaciones	Color
Alta		Pública	
Media		Privada	
Baja			

Fuente: (Investigación de campo, 2016)
 Elaborado: (La Autora, 2017)

Tabla N°27. Mapa de los tipos de actores de la parroquia Sumaypamba

Instituciones/ Organizaciones	Actores Favorables	Actores Neutros	Actores Críticos
MINTUR			X
Prefectura de Loja	X		
GADP Sumaypamba	X		
Asociaciones	X		
Tenencia política	X		
Presidentes de los barrios	X		
Puestos de salud		X	
Centros Educativos		X	
UTPL	X		
Instituciones Bancarias		X	
Servicio de Transporte		X	

Fuente: (investigación de campo, 2016)

Elaborado: (La Autora, 2017)

En el análisis de los actores involucrados para el desarrollo turístico de la parroquia podemos encontrar factores favorables, neutros y críticos. Entre los actores críticos para el desarrollo del turismo en la parroquia se encuentra el MINTUR que a través de sus competencias de planificación y gestión debería intervenir propiciamente, sin embargo la falta de gestión turística de este organismo hacia la parroquia hace que se convierta en un actor crítico; los actores neutros como los puestos de salud, los centros educativos, las instituciones bancarias y el servicio de transporte no inciden en gran parte pero se encuentran involucrados. Por otra parte intervienen favorablemente la Prefectura de Loja, el GAD parroquial, la tenencia política, las asociaciones y los presidentes de los barrios que por su jurisdicción intervienen y apoyan al progreso turístico de la parroquia. Finalmente la Universidad Particular de Loja (UTPL) que a través de los profesionales en formación y por medio de sus acuerdos, propuestas y convenios intervienen de forma positiva en el desarrollo del turismo de la parroquia.

CAPITULO II
POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA SUMAYPAMBA

En el capítulo anterior se realizó un diagnóstico general sobre la situación actual de la parroquia Sumaypamba sobre el ámbito físico espacial, socio cultural, ecológico territorial, económico productivo y político administrativo, con la finalidad conocer y analizar cómo se encuentra el sector.

En el presente capítulo se realizará un análisis del potencial turístico; oferta y la demanda de la parroquia, a su vez se analizará sistemáticamente cada una de las partes que integran el patrimonio turístico de Sumaypamba.

2.1 Análisis de la oferta.

Para determinar el análisis de la oferta he realizado varias visitas a la parroquia Sumaypamba, con el apoyo de la Junta parroquial se recorrió todos los barrios pertenecientes a la misma, con la finalidad de recolectar la información necesaria para analizar las potencialidades y carencias que posee la parroquia.

2.1.1 Planta turística.

Para la determinación de la planta turística, se trabajó de acuerdo a la clasificación de los elementos del equipamiento turístico según Roberto Boullón, el cual menciona a la planta turística como “los servicios que se venden a los turistas los mismo que son ofertados por la población receptora. Esta a su vez está integrada por dos elementos: el equipamiento y las instalaciones. (Boullón, 2004)

Establecimientos de Alojamiento

Actualmente la parroquia Sumaypamba no cuenta con establecimientos de alojamiento.

Establecimiento de Alimentos y Bebidas



Figura N°7. Restaurante
Fotografía: (La Autora, 2017)

La parroquia Sumaypamba cuenta con 3 establecimientos que ofrecen servicios de alimentación y se encuentran disponibles para moradores y turistas. Es importante recalcar que estas plazas no son suficientes para cubrir una demanda futura de turistas. De igual forma se ha detectado la falta de capacitación para atención al cliente, estándares de calidad y manejo de alimentos que refleja cierto descontento en el consumidor.

Gastronomía



Figura N°8. Gastronomía
Fotografía: (La Autora, 2017)

Pese a que su gastronomía es limitada, se destacan los siguientes platos típicos: gallina criolla (seco y caldo), cuy asado con papas, fritada de chancho, cascaritas de chancho y cecina de

chancho. Entre sus bebidas típicas están: el mapanahua que es una bebida de agua de pipa con punta, canelazo, guanchaca y chicha de jora.

Establecimiento de Esparcimiento y diversión



Figura N°9. Cancha Deportiva
Fotografía: (La Autora, 2017)

En lo que concierne a los lugares de esparcimiento que posee la parroquia Sumaypamba son muy escasos, pero podemos encontrar canchas deportivas, el parque central con condiciones poco adecuadas y no existen lugares nocturnos de entretenimiento.

2.1.2 Determinación del potencial turístico de la parroquia Sumaypamba.

Potencial turístico, se denomina a las zonas, territorios, lugares, etc., en donde es más factible el desarrollo de la actividad turística por diversos factores que facilitan y contribuyen a que esta actividad se desenvuelva con los resultados positivos esperados.

El presente proyecto tiene como finalidad determinar los atractivos turísticos de la parroquia Sumaypamba y evaluar los atractivos turísticos potenciales del mismo; dando a conocer al GAD Parroquial y a la colectividad en general, la riqueza cultural y turística que posee; para que sean ellos los que promuevan y aporten al desarrollo turístico de su parroquia, mediante una cultura turística apropiada que lleve a mejorar la calidad de vida de la comunidad.

Mediante la visita in-situ (Noviembre 2016), se actualizaron los atractivos que ya se encontraban inventariados por el MINTUR, a su vez se identificó nuevos atractivos turísticos, los cuales se verán en el presente capítulo y se encuentran registrados de acuerdo a la nueva metodología del MINTUR para inventariar atractivos turísticos, cabe recalcar que la metodología únicamente

fue tomada para la efectos de investigación y desarrollo del proyecto, para ser validados deber ser nuevamente inventariados por el ministerio de turismo.

Las siguientes tablas detallan los atractivos turísticos tanto naturales como culturales que posee la parroquia de acuerdo al tipo, subtipo y ubicación del atractivo respectivamente.

ATRATIVOS DE LA PARROQUIA SUMAYPAMBA INVENTARIADOS POR EL MINISTERIO DE TURISMO

Tabla N°28. Atractivos de la parroquia Sumaypamba inventariados por el MINTUR

ATRATIVOS DE LA PARROQUIA SUMAYPAMBA INVENTARIADOS POR EL MINISTERIO DE TURISMO						
N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	JERARQUÍA	UBICACIÓN	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
1	Iglesia "Inmaculada Concepción"	I	Sumaypamba	Manifestaciones Culturales	Histórica	Arquitectura Religiosa
2	Centro de Abastos de Productos Agrícolas	I	Sumaypamba	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Fiesta Religiosa
3	Fiesta de la "Inmaculada Concepción"	I	Sumaypamba	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Fiesta Religiosa

Fuente: (GADMIS, 2015)

Elaborado: (La Autora, 2017)

ATRATIVOS DE LA PARROQUIA SUMAYPAMBA

Tabla N°29. Atractivos turísticos de la parroquia Sumaypamba

ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SUMAYPAMBA						
N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	JERARQUÍA	UBICACIÓN	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO

1	Iglesia "Inmaculada Concepción"		Sumaypamba	Manifestaciones Culturales	Histórica	Arquitectura Religiosa
2	Centro de Abastos de Productos Agrícolas		Sumaypamba	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Ferias y mercados tradicionales
3	Fiesta de la "Virgen del Cisne".		Sumaypamba	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Fiestas Populares
4	Moliendas		Barrios playas y tarabita	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Comida y Bebidas típicas
5	Laguna Cochás		Barrio cochás	Sitios Naturales	Ambientes Lacustres	Laguna
6	Mirador "San Vicente"		Barrio mostazapamba	Sitios Naturales	Montañas	Colina

Fuente: Visita In-Situ, 2016
Elaborado: (La Autora, 2017)

A continuación se describirá cada uno de los atractivos turísticos de la parroquia Sumaypamba:

1. Iglesia "Inmaculada Concepción".

Tabla N°30: Datos generales de la ubicación de geo referenciales del atractivo Iglesia "Inmaculada Concepción".

Ubicación			Georeferenciación		Altura
Provincia	Cantón	Parroquia	Latitud	Longitud	
Loja	Saraguro	Sumaypamba	03°21'40"S	079°20'65"E	1071 msnm

Fuente: Visita In-Situ, 2016
Elaborado: (La Autora, 2017)

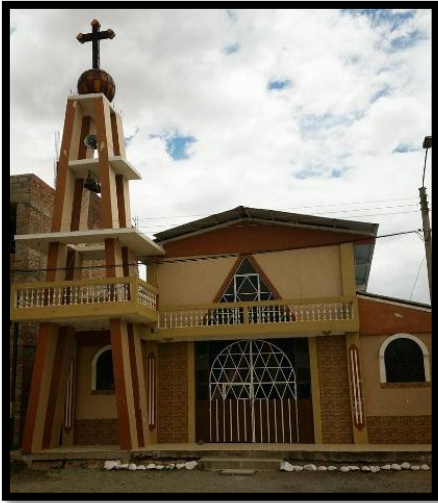


Figura 10. Iglesia "Inmaculada Concepción"
Fotografía: (La Autora, 2017)

La Iglesia “Inmaculada Concepción” se encuentra ubicada en el centro del poblado, está constituida por una estructura de aproximadamente 20m de largo y 8m de ancho, consta de dos plantas y una torre a su costado izquierdo de aproximadamente 8m de alto, en la parte superior se puede apreciar una cruz sobre una cúpula, bajo esta un el campanario, en el centro un balcón. En su interior un altar mayor donde se puede apreciar en la parte superior la imagen de la Virgen de la Inmaculada e imágenes de santos pintados en el altar. La construcción de la Iglesia empezó en 1997, esta construcción es a base de hormigón y bloque, hasta el momento no ha tenido remodelaciones.

2. Centro de Abastos de Productos Agrícolas

Tabla N°31. Datos generales de la ubicación de geo referenciales del atractivo “Centro de Abastos de Productos Agrícolas”.

Ubicación			Georeferenciación		Altura
Provincia	Cantón	Parroquia	Latitud	Longitud	
Loja	Saraguro	Sumaypamba	03°21330'S	079°21002'E	1056 msnm

Fuente: Visita In-Situ, 2016
Elaborado: (La Autora, 2017)



Figura 11. Centro de Abastos de Productos Agrícolas.
Fotografía: (La Autora, 2017)

El centro de abastos de productos agrícolas se ubica en el centro de acopio Sumaypamba, está a cargo de los productores de la localidad, los mismos realizan la venta de productos agrícolas, principalmente la cebolla, pimienta, maíz; frutas tropicales como: cocos, mangos, papayas, limones, naranjas entre otros, los cuales se producen en el sector, son vendidos a comerciantes de Loja, El Oro, Azuay y Guayas. Cabe recalcar que la venta de los productos agrícolas se dan al por menor y mayor, únicamente los días lunes y jueves.

3. Fiesta de la “Virgen del Cisne”.

Tabla N°32. Datos generales de la ubicación de geo referenciales del atractivo Fiesta de la “Virgen del Cisne”.

Ubicación			Georeferenciación		Altura
Provincia	Cantón	Parroquia	Latitud	Longitud	
Loja	Saraguro	Sumaypamba	03°21408'S	079°20965'E	1072 msnm

Fuente: Visita In-Situ, 2016
Elaborado: (La Autora, 2017)



Figura 12. Fiesta de la Virgen del cisne (Plaza Central).
Fotografía: (La Autora, 2017)

La fiesta a la Virgen del Cisne la realizan todos los años en la tercera semana del mes de mayo, toma escenario en el parque central del poblado, junto a la Iglesia “Inmaculada Concepción”, esta fiesta es organizada por los priostes devotos de la Virgen, los cuales trasladan la imagen de la Virgen del Cisne desde la Ciudad de Loja hasta la parroquia. Esta celebración dura dos días en los cuales se celebra la Misa, hay presentaciones artísticas, danzas, juegos deportivos, comidas típicas entre otras actividades. A estas festividades asisten visitantes y peregrinos de diferentes provincias, así como Loja y el Azuay.

4. Moliendas

Tabla N°33. Datos generales de la ubicación de geo referenciales del atractivo de las Moliendas

Ubicación			Georeferenciación		Altura
Provincia	Cantón	Parroquia	Latitud	Longitud	
Loja	Saraguro	Sumaypamba	03°21408'S	079°20965'E	954 msnm

Fuente: Visita In-Situ, 2016
Elaborado: (La Autora, 2017)



Figura 13. Moliendas
Fotografía: (La Autora, 2017)



Figura 14. Molienda
Fotografía: (La Autora, 2017)

Las principales Moliendas que existen en la parroquia Sumaypamba se encuentran en los barrios Playas y Tarabita, a 20 minutos del centro aproximadamente, con sus trapiches hacen la bebida típica del sector llamada “Mapanahua” (con aguardiente) o jugo de caña (natural), los dueños Rogelio Dota y Abraham Patiño mencionan que no comercializan dicho producto pero cuando tienen la visita de un turista o familiar les brindan un vaso de jugo de caña o Mapanahua, con el tiempo se ha vuelto una actividad recreativa, el ir hasta las moliendas, ver la preparación de la bebida como degustarla en ese momento.

5. Laguna Cochas

Tabla N°34. Datos generales de la ubicación de geo referenciales del atractivo de la Laguna

Ubicación			Georeferenciación		Altura
Provincia	Cantón	Parroquia	Latitud	Longitud	
Loja	Saraguro	Sumaypamba	03°21408'S	079°20965'E	1593 msnm

Fuente: Visita In-Situ, 2016
Elaborado: (La Autora, 2017)



Figura N°15. Laguna Cochas
Fotografía: (La Autora, 2017)

Se encuentra ubicada en el barrio las Cochas, a 40 minutos aproximadamente del centro de acopio Sumaypamba en este lugar se puede apreciar la laguna que aunque se encuentre un poco deteriorada se encuentra rodeada de hermosos paisajes, lugar apto para realizar camping, disfrutar en familia, personas de toda la localidad acuden a visitar la laguna.

6. Mirador San Vicente

Tabla N°35. Datos generales de la ubicación de geo referenciales del atractivo Mirador San Vicente

Ubicación			Georeferenciación		Altura
Provincia	Cantón	Parroquia	Latitud	Longitud	
Loja	Saraguro	Sumaypamba	03°21408'S	079°20965'E	1955 msnm

Fuente: Visita In-Situ, 2016
Elaborado: (La Autora, 2017)



Figura N°16. Mirador San Vicente
Fotografía: (La Autora, 2017)



Figura N°17. Vista desde el Mirador
Fotografía: (La Autora, 2017)

El mirador San Vicente se encuentra en el barrio Mostazapamba, a unos 25 minutos del centro de Sumaypamba, en el mirador se encuentra una cruz tallado el nombre de San Vicente un Santo al que la comunidad le rinde culto, desde este mirador se puede apreciar paisajes impresionantes y tomar fotografías. La vista es realmente hermosa, únicamente faltaría implementar y adecuar el lugar para mayor comodidad de los visitantes.

MAPA DE UBICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE SUMAYPAMBA



0 0,250,5 1 1,5 2 Miles

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR
DE LOJA.
ÁREA ADMINISTRATIVA
HOTELERÍA Y TURISMO
DORIS CASTILLO.
2016-11-06

Mapa N°3. Mapa de ubicación de atractivos turísticos
Fuente y elaboración: (La Autora, 2017)

- **Matriz del perfil competitivo**

Mediante la matriz del perfil competitivo se procederá a valorar los atractivos turísticos, para ello se basará en las características que cada uno de estos posee, lo que permitirá evaluar las fortalezas competitivas referentes a los principales competidores turísticos identificados.

Se estableció los valores de los factores que se han considerado necesarios para la evaluación del potencial turístico de la parroquia; factores con un peso de relevancia total de 1; los cuales serán divididos según el estado de los atractivos, percepciones técnicas, y comparaciones con otros destinos similares al de la parroquia, los factores a evaluar son:

Factores para priorización de atractivos

Tabla N°36. Factores para priorización de atractivos

Factores	Peso de Relevancia
Demanda Turística	0,15
Servicios Básicos	0,17
Transporte	0,15
Accesibilidad	0,15
Infraestructura	0,2
Recreación	0,18
Total	1

Fuente y elaboración: (La Autora, 2017)

Al realizar la evaluación de la condición de los atractivos turísticos de la parroquia, se ha tomado en cuenta las visitas técnicas realizadas donde se pudo observar y diagnosticar; el estado de las vías, la planta turística, la infraestructura y demás servicios con la finalidad identificar la potencialidad de los mismos. La calificación ha sido asignada según el criterio propio del 1 al 10, y de la siguiente manera:

Tabla N°37. Rangos de calificación

	Regular	Bueno	Muy Bueno
Calificación	1-2-3	4-5-6-7	8-9-10

Fuente y elaboración: (La Autora, 2017)

Dada la calificación a cada uno de los atractivos, se procede a calcular el ponderado; dónde los resultados mayores a 5 puntos se interpretarán como que el atractivo tiene una competitividad media para el desarrollo turístico, y los que estén por debajo del puntaje medio se los considerada como atractivos potenciales que deben ser intervenidos.

- $PONDERADO = CALIFICACIÓN * PESO DE RELEVANCIA$

Tabla N°38. Matriz del perfil competitivo

Factores	Peso de Relevancia	Iglesia "Inmaculada Concepción"		Centro de Abastos de Productos Agrícolas		Fiesta de la "Virgen del Cisne".		Molienda		Laguna		Mirador San Vicente	
		Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado
Demanda Turística	0,15	2	0,3	5	0,75	5	0,75	1	0,15	1	0,15	2	0,3
Servicios Básicos	0,17	3	0,51	3	0,51	3	0,51	2	0,34	2	0,34	1	0,17
Transporte	0,15	4	0,6	5	0,75	4	0,6	3	0,45	3	0,45	3	0,45
Accesibilidad	0,15	3	0,45	3	0,45	3	0,45	3	0,45	3	0,45	3	0,45
Infraestructura	0,2	1	0,2	1	0,2	1	0,2	1	0,2	1	0,2		0
Recreación	0,18	4	0,72	4	0,72	5	0,9	4	0,72	3	0,54	5	0,9
Total	1		2,78		3,38		3,41		2,31		2,13		2,27

Fuente y elaboración: (La Autora, 2017)

- Posición Competitiva

Tabla N°39. Posición Competitiva

Posición	Atractivos	Calificación Competitiva
1	Fiesta de la "Virgen del Cisne".	3,41
2	Centro de Abastos de Productos Agrícolas	3,38
3	Iglesia "Inmaculada Concepción"	2,78
4	Molienda	2,31
5	Mirador San Vicente	2,21
6	Laguna Cochas	2,13

Fuente y elaboración: (La Autora, 2016)

Según los resultados obtenidos se observa claramente la posición de cada atractivo: la primera posición pertenece a la Fiesta de la "Virgen del Cisne" con un 3,41; en segundo lugar se encuentra el Centro de abastos de Productos agrícolas con un 3,38; seguido de la Iglesia "inmaculada Concepción con un 2,78; la Molienda con un 2,31; el Mirador San Vicente con 2,21 y por último la Laguna Cochas con un 2,13.

De las evidencias anteriores se concluye que todos los atractivos se encuentran por debajo de los 5 puntos; debido a que no cumplen con los factores determinados en la matriz del perfil competitivo, sin embargo son recursos turísticos muy llamativos que pueden surgir en el futuro.

FACTORES PARA DETERMINAR LA POTENCIALIDAD TURISTICA DE LA PARROQUIA

Se ha considerado algunos indicadores con sus respectivas variables para determinar el potencial turística de la parroquia Sumaypamba, de acuerdo a la valoración que se le asigne se obtendrán una valoración para analizar y emitir el criterio final.

Tabla N°40. Factores para determinar la potencialidad turística de la parroquia.

Puntaje Máximo	Indicadores	Sub-indicador	Variables	Rangos	Calificación Otorgada	Total por indicador
10	Socioeconómicos		Superestructura	hay=10	5	6/20
				Más o menos=5		
				No hay=0		
10			Índice de pobreza	67%-100%= 10	1	
				34%-66%= 5		
				0%-33%= 1		
40	Infraestructura de la oferta turística	Desarrollo turístico	Infraestructura	51% a mas= 6,25	2	8/20
				31% a 50%= 4		
				De 0% a 30%= 2		
			Atractivos	51% a mas=6,25	4	
				31% a 50%= 4		
		De 0% a 30%= 2	2			
		Accesibilidad		Bueno 67%-100%= 6,25		
				Regular 34%-66%= 4		
		Malo 0%-33%= 2	0			
		Circuito		Si hay= 1,25		
No hay= 0						
Potencialidad turística	Potencialidad	Alto (41%-60%)= 20	10	10/20		
		Medio(21%-40%)= 10				
		Bajo=(0%-20%)= 5				
40	Estructura de la demanda turística		Demanda turística	Consolidada= 40	5	5/40
				Intermedia= 20		
				Baja= 5		
TOTAL 100						29/100

Fuente y elaboración: (La Autora, 2017)

A continuación detallaremos cada uno de las variables con la calificación obtenida:

Superestructura: se le ha asignado una calificación de 5, puesto el conjunto de instituciones públicas o privadas en gran parte no intervienen el proceso de desarrollo turístico del sector, son pocas las cuales han ayudado.

Índice de pobreza: de acuerdo a los rangos la calificación corresponde a 1, puesto que la pobreza en el cantón Saraguro por NBI es del 9,4% con respecto a la provincia de Loja.

Infraestructura: de acuerdo a los rangos se le asignado una calificación de 2 siendo la más baja, siendo las facilidades que se requiere antes de desarrollo potencial turístico de una región, en este caso los servicios complementarios, en la parroquia no posee alojamiento, los servicios de alimentación son deficientes y falta el mejoramiento de la calidad en algunos servicios.

Atractivos: siendo unos de los principales factores para determinar el potencial turístico, se le asignado una calificación de 4, debido a que existen tres atractivos turísticos inventariados por el Mintur, por otra parte se identificaron tres más que permitirán el ingreso de turistas y visitantes.

Accesibilidad: el acceso al lugar o destino es primordial para poder realizar la visita de los atractivos, como se puede observar se le asignado una calificación de 2 correspondiente a malo, puesto que para ingresar a la parroquia posee una vía de 3er orden, no existe señalética para el ingreso a la parroquia ni a los atractivos.

Circuito: desafortunadamente los atractivos existentes en la parroquia no forman parte de ningún circuito turístico por ende se le asignado la calificación más baja correspondiente a 0.

Potencialidad: con una calificación de 10 correspondiente a baja, se indica que el potencial turístico de la parroquia aún se encuentra desarrollando, por otra parte la oferta de productos y servicios turísticos de la localidad son deficientes, no aptos para satisfacer las necesidades actuales de esparcimiento y recreación de los turistas.

Demanda turística: siendo una de los factores indispensables para que surgir el desarrollo turístico en la parroquia, la demanda de Sumaypamba es inexistente ya que no hay registros de visitantes o turistas al destino, considerando estos factores se le ha asignado una calificación de 5 correspondiente a baja.

Finalmente se obtuvo la calificación final con la valoración de todos los indicadores analizados, con un total de 29/100 que refleja que el potencial turístico de la parroquia es bajo, sin embargo esta calificación puede incrementar si existe una correcta planificación e inversión que promueva el desarrollo turístico para potenciar el sector.

2.2 Análisis de la demanda.

La demanda turística hace referencia a la cantidad de servicios turísticos que pueden ser adquiridos o se han adquirido por los consumidores turísticos, o también es el número de consumidores turísticos reales o previstos. La demanda turística por medio de diferentes patrones de conducta por parte del turista como: organizar los viajes de forma independiente y buscar experiencias más activas o valorar aquellas que ofrecen servicio de calidad, por lo que se debe tomar muy en cuenta estos patrones dentro de las empresas turísticas del territorio al momento de ofrecer sus servicios. (GARCIA C & OLMOS, 2011)

En la parroquia Sumaypamba no existe ningún control de ingreso y salida de visitantes, ya que no cuentan con un departamento u oficina de información turística, resaltando también que no hay presencia de turistas o visitantes, pese a ello se ha realizado encuestas y entrevistas a diferentes agencias de viajes y operadoras de turismo para determinar la información necesaria para el desarrollo del Plan estratégico de desarrollo turístico sostenible de la parroquia, de igual forma se determinó la metodología para la investigación de campo e interpretación de resultados.

Por otro lado se deja constancia que mientras se realizó la investigación no se llevó a cabo el análisis del perfil del turista debido a que no existe afluencia de turistas o visitantes al sector.

2.2.1 Caracterización de la demanda.

La parroquia Sumaypamba no cuenta con el servicio de Operadoras turísticas como tampoco de Agencias de Viajes, es decir no hay personas que participen directamente en la actividad turística, por lo tanto para desarrollar esta sección del capítulo, se realizó una investigación de mercado mediante el método DELPHI con la aplicación de encuestas y entrevistas a las diferentes agencias de viajes y operadoras de turismo de Loja, Azuay y Saraguro, lo que permitió obtener información relevante sobre la posible demanda así como determinar estrategias que aporten significativamente al turismo, potencializar la zona y aprovechar los recursos turísticos que brinda la parroquia.

2.2.1.1 . Metodología cualitativa Delphi.

El método Delphi es un proceso de consenso prospectivo que requiere la participación de un grupo de expertos que responden, de manera anónima y sin interactuar entre ellos, a una serie de cuestionarios sucesivos que contienen cuestiones referidas al futuro.

Así, el método Delphi es una técnica de investigación prospectiva cuya finalidad es suscitar el grado de consenso o visualizar los puntos de discrepancia entre personas expertas en el temático objeto de la investigación. El pronóstico del panel de expertos se obtiene mediante consultas sucesivas, también llamadas rondas, por medio de cuestionarios estructurados con propuestas de elección múltiple y/o cuestiones abiertas. Los resultados provisionales de cada ronda son analizados y devueltos a cada experto para su reconsideración y/o desarrollo en mayor profundidad en rondas de consulta sucesivas. (GOC, 2016)

En definitiva, es una técnica que se la realiza a expertos; el objetivo en la presente investigación es identificar las percepciones generales y específicas de los diversos actores turísticos en relación a la creación de productos turísticos para la parroquia Sumaypamba.

El método Delphi se lo aplico en la presente investigación debido a que no se determinó el perfil del visitante, y con la finalidad de analizar la demanda turística futura mediante la creación de productos turísticos para la parroquia, partiendo desde el punto de vista de expertos de las agencias de viajes como operadoras de turismo; se realizaron dos rondas de preguntas la primera dónde se pretende recolectar información de las características generales que deben tener los productos analizando además la temática correcta que debe crearse, las cuales pasarán a manera de filtro los datos recolectados en ésta primera instancia; lo siguiente será elaborar una segunda ronda de preguntas que se basarán en características específicas del resultado obtenido de la primera ronda, dónde se pretende analizar detalles de la creación de los productos asumiendo así temas centrales de cada uno.

Las rondas de preguntas aplicadas a las operadoras turísticas se encuentran en los anexos 2 y 3 donde se los podrá visualizar.

Para realizar la primera ronda, se consideró las ciudades que se encuentren más cerca al destino como Loja, Azuay y su respectivo cantón Saraguro, se trabajó con 18 empresas en total tanto agencias de viajes como operadoras de turismo que son:

Tabla N°41. Agencias de viajes y operadoras de turismo

N°	Empresa	Provincia	Cantón	Representante
1	Amazon Travel	Loja	Loja	Wilson Carrión Córdova
2	Gasatur	Loja	Loja	Lcda. Jackeline Samaniego
3	Telecontur I.A.TA	Loja	Loja	Kevin Pesantez
4	Vilcatur	Loja	Loja	Erika Maldonado
5	Atlantis Travel	Loja	Loja	Cont. Carmita Córdova C
6	Álvarez Travel	Loja	Loja	France Álvarez
7	B&B travel	Loja	Loja	Julia Silvana Borrero
8	Municipalidad "Santa Isabel"	Cuenca	Santa Isabel	Lic. Jaime Ordoñez
9	Saraurco	Loja	Saraguro	Lauro Guaylles
10	Extrem Ventura	Azuay	Cuenca	Karla Medina
11	River tour	Azuay	Cuenca	Ing. Karen Zuñiga
12	Ecuavantur	Azuay	Cuenca	Byron Verdugo
13	Jacis Travel	Azuay	Cuenca	Juan Vásquez
14	Alianza Travel	Azuay	Cuenca	Jorge Delgado
15	Open Azuay Tur S.A	Azuay	Cuenca	Nayo Balcázar
16	Ordoñez Travel	Azuay	Cuenca	María Caridad Galarza
17	Southland Touring	Azuay	Cuenca	Ing. Pedro Astudillo
18	Rootours S.A	Azuay	Cuenca	Ing. Asunción Mora

Fuente y elaboración: (La Autora, 2017)

El objetivo principal en la primera ronda fue determinar los aspectos generales que deben conformar un producto turístico, ajustándose a la realidad de la parroquia Sumaypamba, se analizaron temas como: Eje temático, mercado, calidad de instalaciones y servicios turísticos, los atractivos que deben integrarse al producto y la forma de consumo que debería brindarse al mercado.

Por lo tanto, de la primera ronda de preguntas se obtuvo los siguientes resultados:

PRIMERA RONDA DE PREGUNTAS

1. Según su criterio. Elija el eje temático adecuado y el segmento de la demanda que crea conveniente para la creación de un producto turístico en la parroquia Sumaypamba.

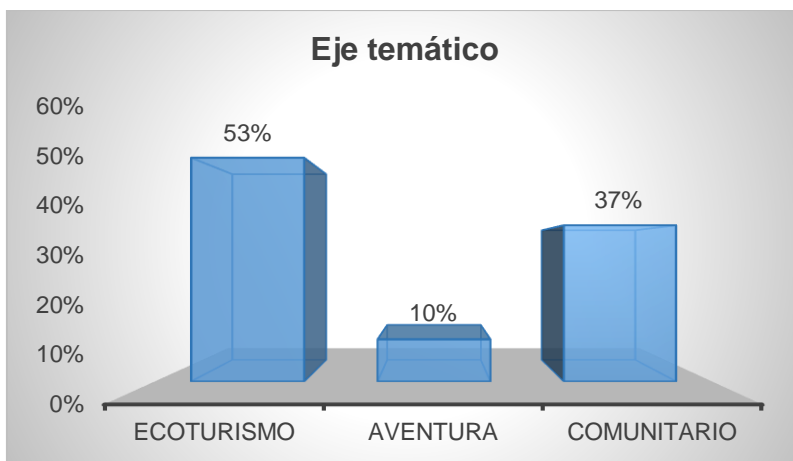


Figura N°18. Eje temático

Fuente: Entrevista a las agencias de viajes y operadoras turísticas primera ronda, 2016

Elaboración: (La Autora, 2017)

De acuerdo a la entrevista aplicada a las agencias de viajes y operadoras de turismo, en la figura N°18 muestra claramente que la mayor parte enfoca el destino ecológico y comunitario, debido a que la parroquia Sumaypamba pertenece al cantón Saraguro y por una previa percepción estaba direccionada a esta modalidad de turismo.

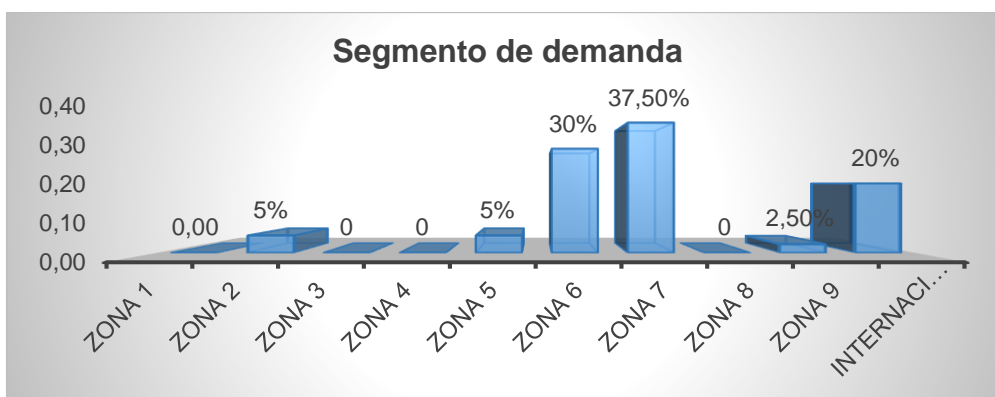


Figura N°19. Segmento de demanda

Fuente: Entrevista a las agencias de viajes y operadoras turísticas primera ronda, 2016

Elaboración: (La Autora, 2017)

De acuerdo a las entrevistas realizadas el segmento de demanda como se observa en la figura N°19 muestra que el mercado más factible son las zonas 6(M. Santiago, Cañar, Azuay) y zona 7 (El Oro, Loja, Z. Chinchipe) e incluso el mercado internacional destinados al consumo de productos turísticos para la parroquia Sumaypamba.

2. Identifique la calidad necesaria en infraestructura

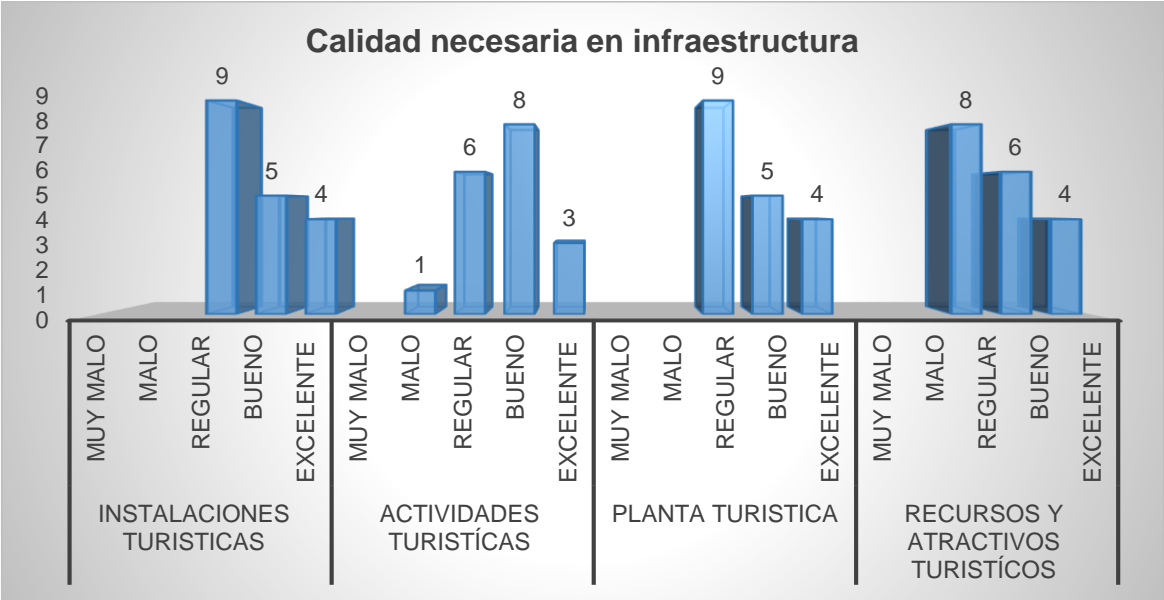


Figura N°20. Calidad necesaria en infraestructura
 Fuente: Entrevista a las agencias de viajes y operadoras turísticas primera ronda,2016
 Elaboración: (La Autora, 2017)

En lo referente a la perspectiva de los operadores turísticos sobre la calidad en infraestructura necesaria, afirman que todos los ítems expuestos deben superar la calificación de regular debido a que la parroquia es pequeña y no poseen la necesaria infraestructura, en segundo lugar se ha obtenido la calificación de bueno con la finalidad de abarcar nuevos mercados, debido a que éste sector es nuevo en cuanto al aprovechamiento turístico actual.

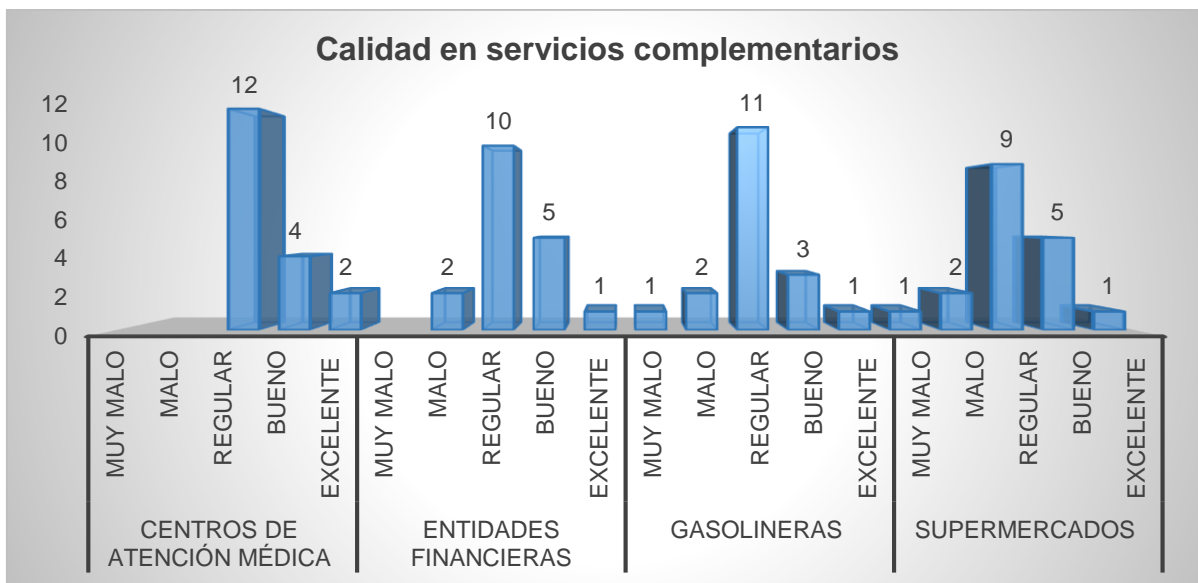


Figura N°21. Calidad en los servicios complementarios

Fuente: Entrevista a las agencias de viajes y operadoras turísticas primera ronda

Elaboración: (La Autora, 2017)

En la figura N°21 se observa que la calidad en servicios complementarios es calificada como regular, esto muestra un promedio de la importancia que le dan a estos servicios, sabiendo que la parroquia carece de ciertos servicios, no permite darle más valor.

3. Identifique la calidad necesaria en el servicio.

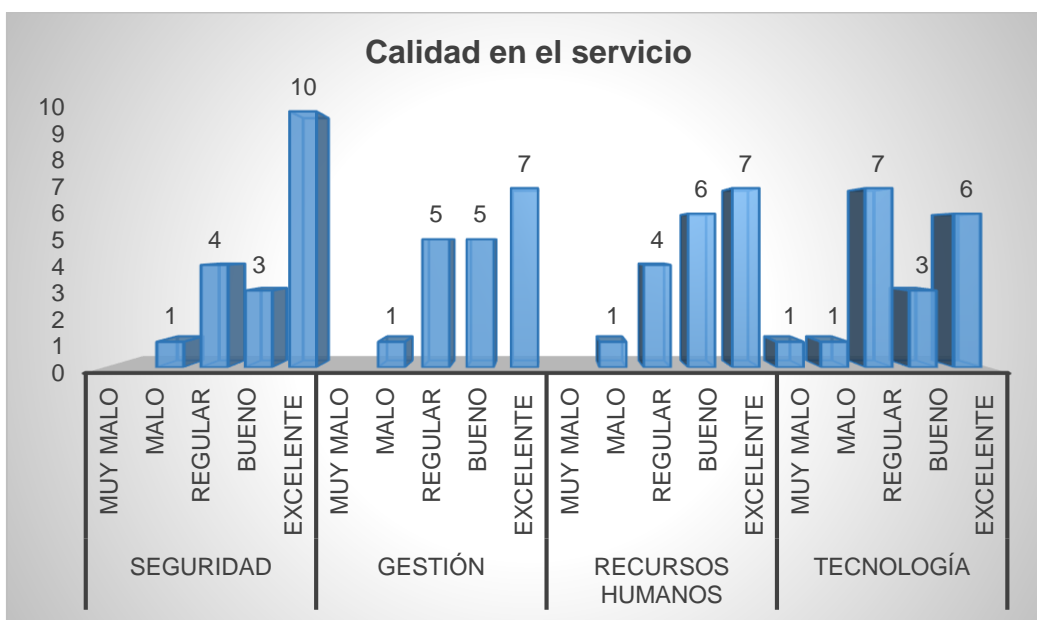


Figura N°22. Calidad en el servicio

Fuente: Entrevista a las agencias de viajes y operadoras turísticas primera ronda, 2016

Elaboración: (La Autora, 2017)

En cuanto a la calidad necesaria en el servicio, tanto en seguridad, gestión, recursos humanos y tecnología consideran que debería ser excelente pese a que carecen de infraestructura necesaria el servicio es primordial para brindar confianza al turista y ofrecer servicios únicos en el producto turístico.

4. ¿Qué tipo de atractivos turísticos sería indicado al momento de crear el producto elegido?

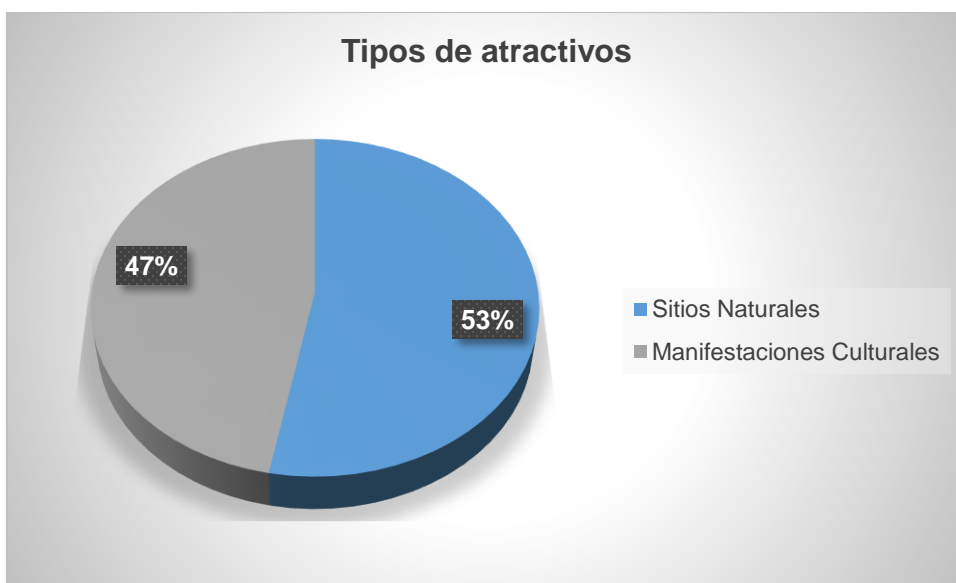


Figura N°23. Tipos de Atractivos

Fuente: Entrevista a las agencias de viajes y operadoras turísticas primera ronda, 2016

Elaboración: (La Autora, 2017)

En lo referente a los atractivos que deben integrar el producto turístico se observa claramente que tanto los sitios naturales como manifestaciones culturales son prioritarios e indispensables para la creación del producto turístico en la parroquia.

5. ¿Conoce usted los atractivos turísticos existentes en la parroquia Sumaypamba?

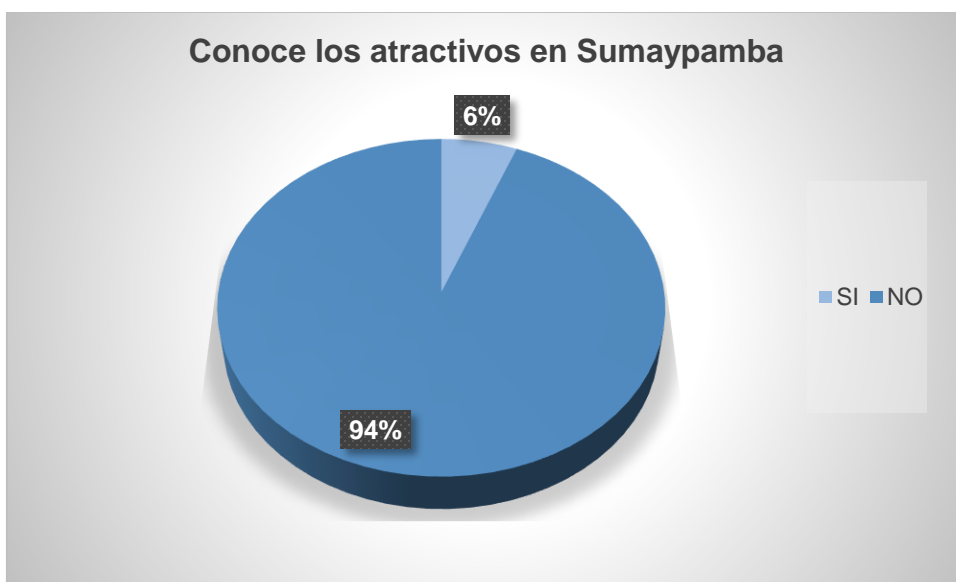


Figura N°24. Conoce los atractivos en Sumaypamba

Fuente: Entrevistas a las agencias de viajes y operadoras turísticas primera ronda, 2016

Elaboración: (La Autora, 2017)

De un total de 18 agencias y operadoras que participaron en la entrevista, únicamente el 6% que pertenece a la Municipalidad de “Santa Isabel” conoce los atractivos turísticos que posee la parroquia, las demás empresas que suman el 94% restante desconocen tanto los atractivos como del lugar; pues la parroquia es la más joven del cantón Saraguro, últimamente se está dando a conocer por la gran producción agrícola que posee.

6. De las siguientes actividades turísticas cuales cree que deberían incorporarse para crear el producto turístico elegido.

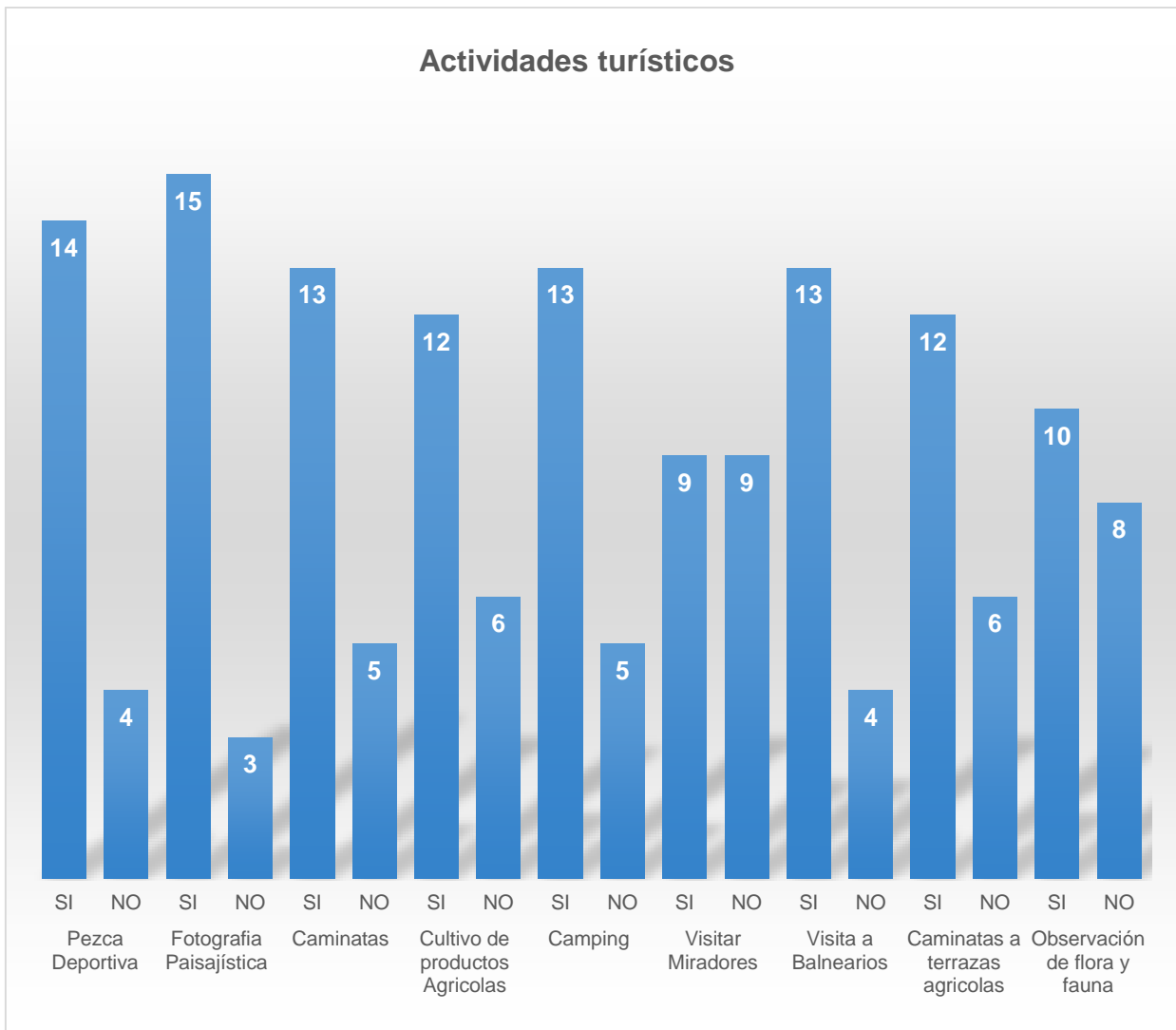


Figura N°25. Atractivos turísticos naturales

Fuente: Entrevista a las agencias de viajes y operadoras turísticas primera ronda, 2016

Elaboración: (La Autora, 2017)

Debido a que la parroquia posee pocos atractivos naturales se ha creído conveniente mencionar las actividades que se pueden realizar en el sector, y como se puede observar claramente en la figura N°25, la gran mayoría cree conveniente que se debería incorporar fotografía paisajística, pesca deportiva, camping, visita a balnearios, cultivo de productos agrícolas, caminatas a terrazas agrícolas, por otra parte las actividades que les parece poco atractivas es la visita a miradores y la observación de flora y fauna.



Figura N°26. Atractivos turísticos culturales
 Fuente: Entrevista a las agencias de viajes y operadoras turísticas primera ronda, 2016
 Elaboración: (La Autora, 2017)

Respecto a las actividades que podrían realizarse dentro de las actividades culturales la mayoría de agencias y operadoras mencionan que la degustación de comidas y bebidas típicas sería muy atractivo, seguido de visitar la iglesia en el centro de la parroquia, por otro lado no se observa gran interés por la participación cultural y la visita a talleres artesanales; actividades que actualmente no se dan pero con implementación del plan pueden realizarse.

7. ¿Qué itinerarios sugiere crear para el futuro consumo?

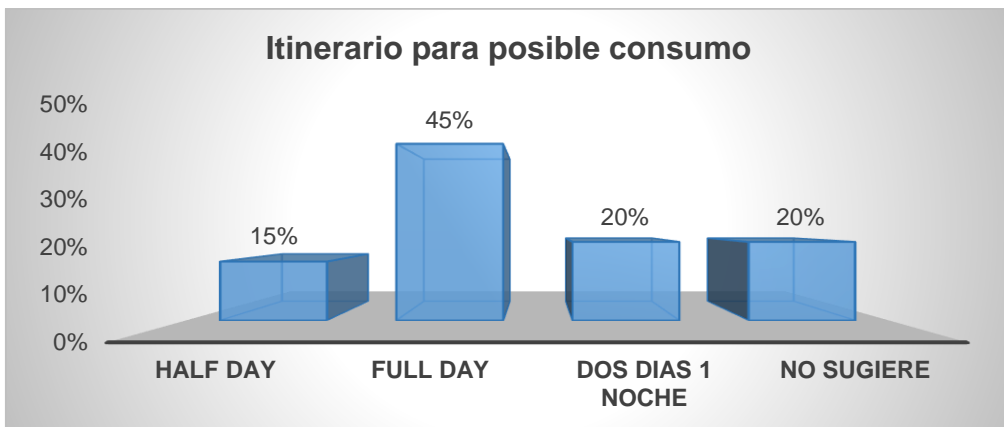


Figura N°27. Tiempo de estadía
 Fuente: Entrevista a las agencias de viajes y operadoras turísticas primera ronda, 2016
 Elaboración: (La Autora, 2017)

En lo referente a la forma de un posible consumo de los productos turísticos, y según los resultados, las agencias de viajes y operadoras en un 45% mencionan que es ideal un full day,

por otro lado existe un 20% que sugiere permanecer dos días y una noche para poder aprovechar los recursos turísticos de la parroquia, el 15% cree pertinente un half day debido a que el lugar no se encuentra totalmente desarrollado y sería más una visita de paso, finalmente se observa un 20% que no sugiere nada debido a que no conocen el lugar y creen prioritario visitar el sector antes de emitir una sugerencia.

Luego de haber obtenido los resultados de la primera ronda, se procedió a realizar la segunda entrevista con el fin de determinar detalles específicos para conformar un producto turístico así como el público, las actividades, gastronomía, alojamiento, y duración; además es importante mencionar que los temas a evaluar en esta segunda ronda son netamente relacionados a la temática de productos que han sido identificados con anterioridad que son el turismo ecológico y comunitario.

Por lo tanto, de la segunda entrevista se obtuvo los siguientes resultados:

SEGUNDA RONDA DE PREGUNTAS

1. Según su criterio. Elija la (s) opción (es) idónea (s) para crear un producto turístico comunitario.

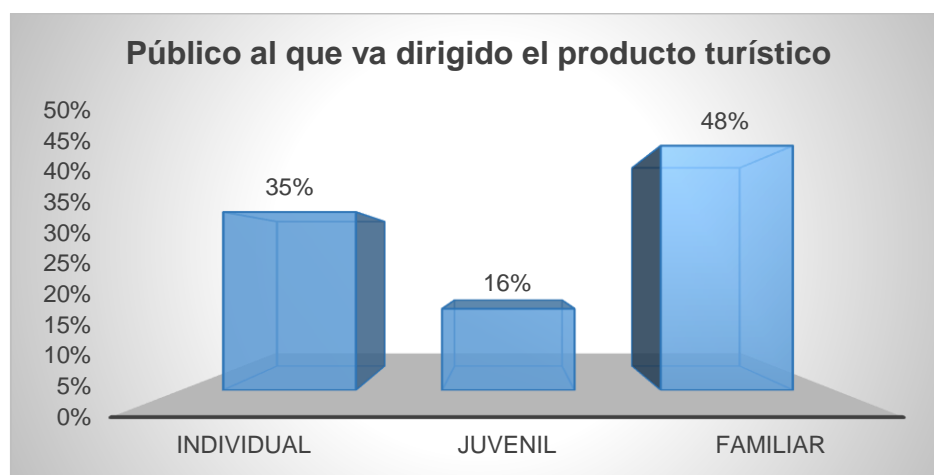


Figura N°28. Público al que va dirigido el producto turístico

Fuente: Entrevista a las agencias de viajes y operadoras turísticas segunda ronda, 2016

Elaboración: (La Autora, 2017)

Según la figura N°28, se observa que el 48% de las agencias y operadoras considera que el público idóneo para un producto ecológico-comunitario sería el familiar asimismo un 35% es considerado como un público individual y tan solo un 16% sugiere el público juvenil.

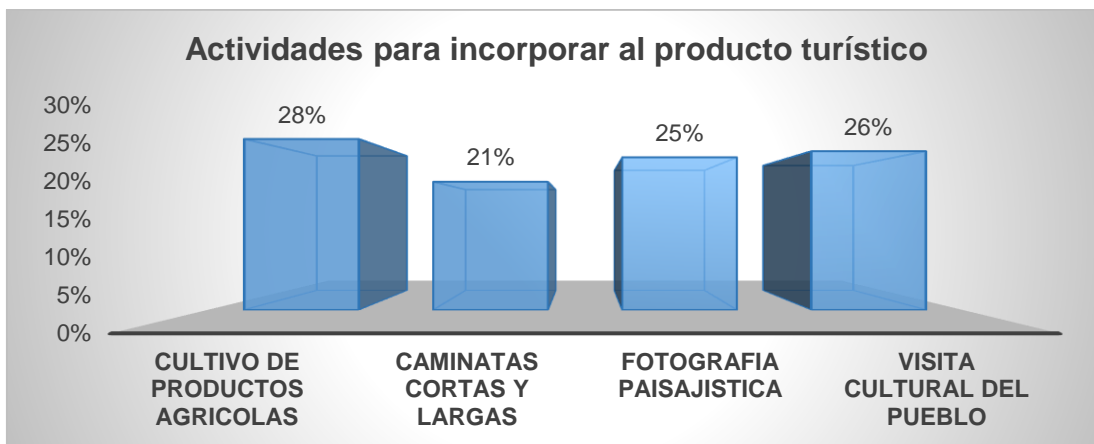


Figura N°29. Actividades para incorporar el producto turístico
 Fuente: Entrevista a las agencias de viajes y operadoras turísticas segunda ronda, 2016
 Elaboración: (La Autora, 2017)

En cuanto a las actividades que se deben incorporar al producto, las agencias y operadoras consideran pertinente integrar todas las actividades mencionadas en la entrevista tal como se indica en el figura N°29, todas se encuentran en un rango equivalente y principalmente son las que se pueden realizar en la parroquia, es importante mencionar que también sugirieron que implementen la pesca deportiva y el camping como actividades para el producto turístico.

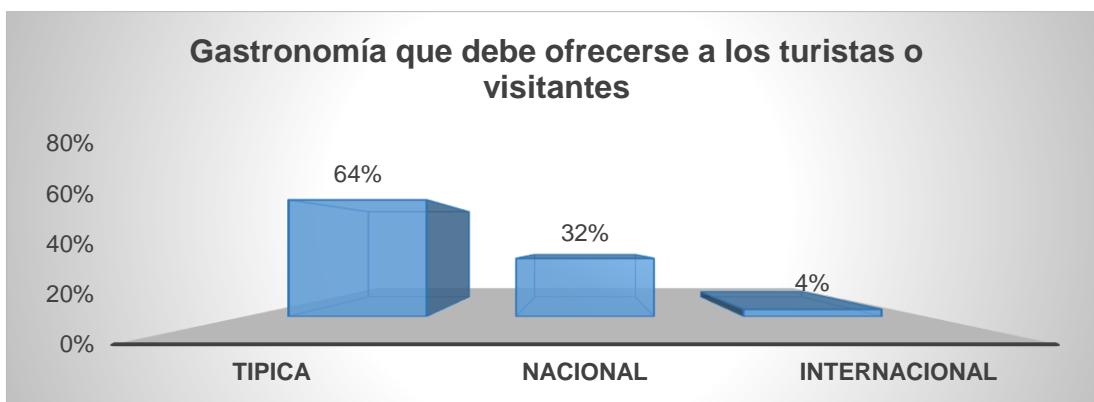


Figura N°30. Gastronomía que debe ofrecerse a los turistas o visitantes
 Fuente: Entrevista a las agencias de viajes y operadoras turísticas segunda ronda, 2016
 Elaboración: (La Autora, 2016)

Según la figura N°30 sobre la gastronomía el 46% de las agencias y operadoras señalan que para el producto a desarrollarse se debería considerar la gastronomía típica, seguido de un 32% la gastronomía nacional, de esta forma se pretende destacar la cultura de la parroquia Sumaypamba.

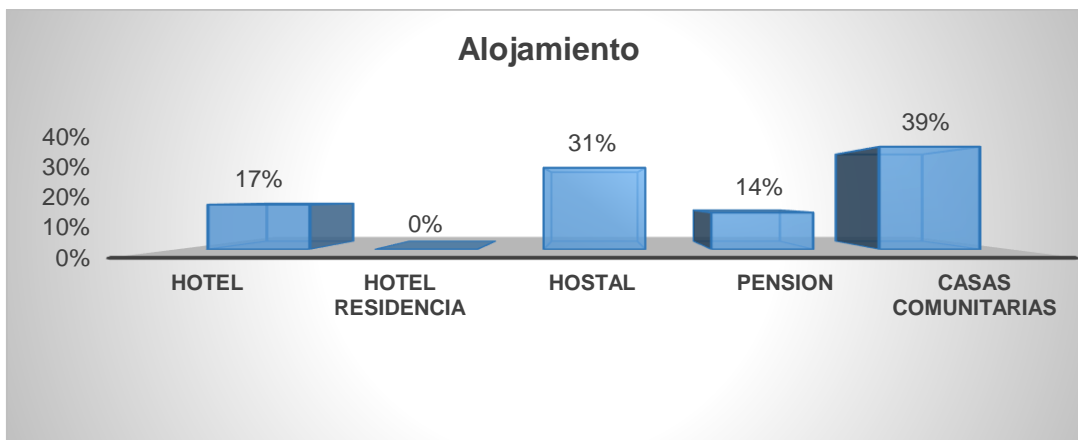


Figura N°31. Alojamiento

Fuente: Entrevista a las agencias de viajes y operadoras turísticas segunda ronda, 2016

Elaboración: (La Autora, 2016)

En lo referente a alojamiento, existe un 39% perteneciente a Casas comunitarias esto se debe a que no existe planta turística y se quiere crear un producto turístico ecológico –comunitario, por otro lado también se creen conveniente que existan hostales, hoteles y pensiones por sus facilidades para el turista, es importante mencionar que uno de los operadores sugirió que para el producto turístico que se desea crear puedan implementar una hacienda turística donde incluya el hospedaje y se puedan realizar las diferentes actividades ecológicas comunitarias.

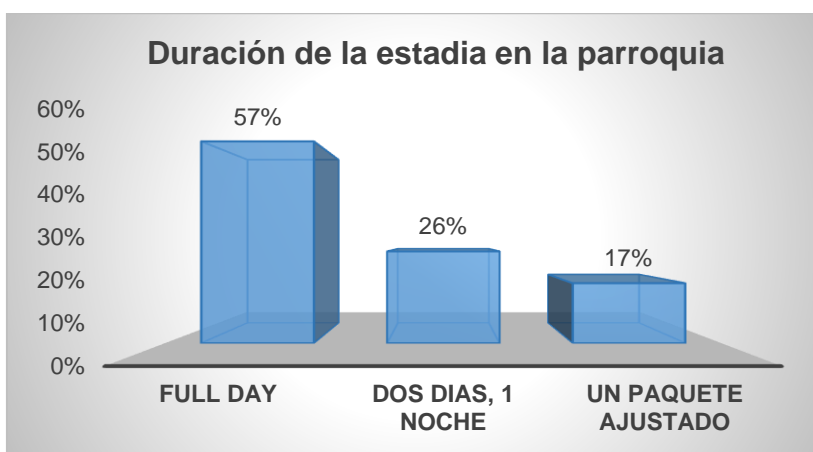


Figura N°32. Duración de la estadia en la parroquia

Fuente: Entrevista a las agencias de viajes y operadoras turísticas segunda ronda, 2016

Elaboración: (La Autora, 2016)

De acuerdo a las actividades turísticas que se pueden realizar en el producto ecológico-comunitario un 57% indica que se cree pertinente realizar un full day, otro 26% sugiera que la

duración debe ser de dos días y una noche, pero también existe un 17% que considera que se debe crear un paquete que se ajuste a la comodidad del cliente.

- Debido a los pocos atractivos y actividades turísticas que tiene la parroquia, se ha considerado pertinente enfocar el turismo comunitario como apoyo a las principales fortalezas turísticas que se contemplan en el turismo. De acuerdo a estas consideraciones:

2. ¿Cree pertinente crear un producto turístico comunitario?



Figura N°33. Crear un producto turístico comunitario

Fuente: Entrevista a las agencias de viajes y operadoras turísticas segunda ronda, 2016
Elaboración: (La Autora, 2017)

Todas las agencias de viajes y operadoras turísticas señalan que es pertinente crear un producto turístico comunitario para esta parroquia, así se podrá dar a conocer, de igual manera aprovechar sus recursos turísticos y mejorar todos los atractivos turísticos existentes.

3. Si se llegara a crear este producto turístico en la parroquia. ¿Ud. estaría dispuesto a comercializarlo en su operadora?

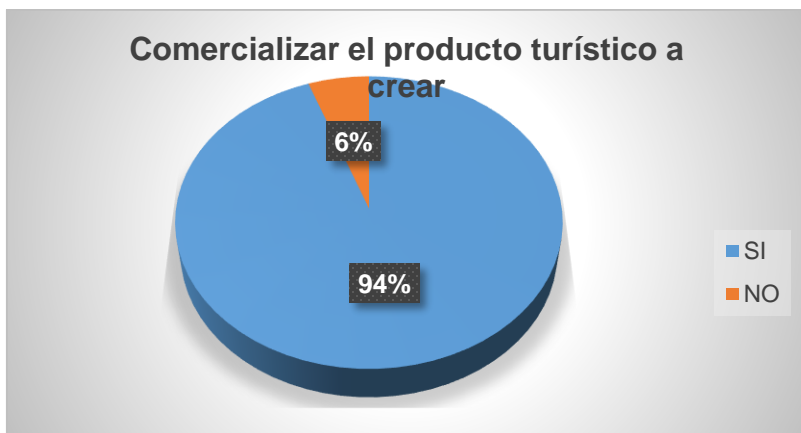


Figura N°34. Comercializar producto turístico a crear
 Fuente: Entrevista a las agencias de viajes y operadoras turísticas segunda ronda
 Elaboración: (La Autora, 2017)

Como se muestra en la figura N°34, el 94% de las agencias y operadoras turísticas indican que están dispuestas a comercializar el producto turístico que se llegue a diseñar para la parroquia Sumaypamba, sin antes mencionar que cada uno de los propietarios de las empresas cree conveniente conocer el lugar donde se va vender el futuro producto. El 6% que corresponde a una sola empresa que no está de acuerdo en vender un producto en este sector, debido a que su agencia de viajes solo está dedicado a vender pasajes de vuelos y tour internacionales no vende nada que sea local o nacional.

CONCLUSIONES DEL MÉTODO DELPHI

De acuerdo a los resultados obtenidos de las dos rondas de preguntas realizadas a cada uno de los gerentes encargados de las agencias de viajes como de las operadoras turísticas por dos ocasiones, se ha conseguido identificar las características tanto generales como específicas para incorporar atractivos y diseñar un producto turístico para la parroquia.

En la primera entrevista se identificó el eje temático preciso para el sector es el Turismo Ecológico -Comunitario, debido a las características del lugar en que se encuentra la parroquia, las diferentes actividades que se pueden realizar; de igual forma se pudo identificar el segmento de mercado objetivo; siendo la zona 7 propicia para dirigir un producto turístico ecológico-comunitario, la calidad necesaria en infraestructura, en servicio, el tipo de atractivos, las actividades que puede incluir en el productor turístico a diseñarse.

En la segunda entrevista se analizó de manera específica los detalles para proponer y diseñar el producto turístico; siendo así se pudo determinar el público objetivo al cual va dirigido el producto que corresponde a familias; el cultivo de productos agrícolas como principal actividad para incorporar en el producto turístico; la gastronomía local; preferencia por las casa comunitarias para alojamiento y que la duración sea un full day de la estadía en el lugar, a su vez la mayoría señala que se debe crear este producto turístico puesto la gran parte estaría dispuesto a comercializarlo en su agencia de viaje u operadora de turismo. Mediante las dos entrevistas aplicadas a las agencias y operadoras se obtuvo la información necesaria y no se necesitó de una tercera ronda de preguntas.

Finalmente y después de haber obtenido la perspectiva y opinión de expertos, se procede a diseñar las propuestas del producto turístico para la parroquia Sumaypamba de acuerdo a los resultados obtenidos y a la realidad de la misma.

2.2.1.2. Análisis y exploración de datos a través del programa MAXQDA

2.2.1.2.1. MAXQDA

Es un software profesional que se lo utiliza para realizar el análisis de datos cualitativos, teoría fundamentada y métodos mixtos de investigación, también permite el análisis, codificación y transcripción de cualquier tipo de dato no estructurado como entrevistas, artículos científicos, archivos multimedia y muchas otras posibilidades.

En el presente proyecto se ha utilizado este programa con el fin de dar un nuevo enfoque a la investigación y obtener resultados diferentes, sin embargo como analiza datos cualitativos, se ha podido aplicar a la entrevista realizada a los expertos en creación de productos turísticos específicamente en sus criterios acerca del lugar donde se pretende crear el producto turístico.

A continuación se observara los resultados más relevantes de la fase investigativa a través del programa MAXQDA:

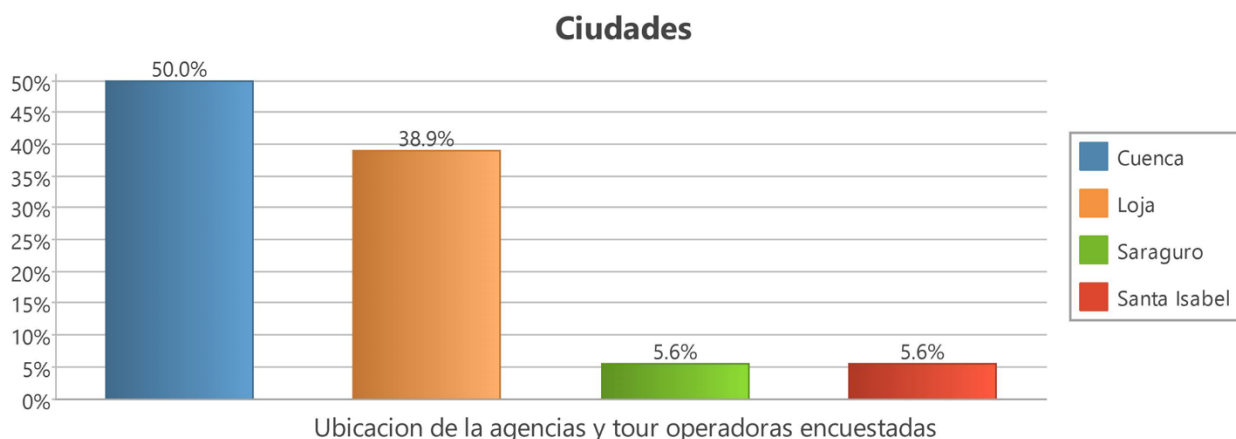


Figura N°35. Ciudades en las que se realizó la encuesta.
 Fuente: Entrevista a las agencias de viajes y operadoras turísticas primera ronda
 Elaboración: (La Autora, 2017)

En la figura N° 26 es evidente que fue en la ciudad de Cuenca donde se aplicó el mayor porcentaje de encuestas a las agencias de viaje y tour operadoras, con un 50%; seguido de la ciudad de Loja con un 38,9% y finalmente Saraguro y Santa Isabel con un 5,6%. De las evidencias anteriores es claro que el mayor criterio para creación de productos turísticos estarán dados por expertos de la ciudad de Cuenca.

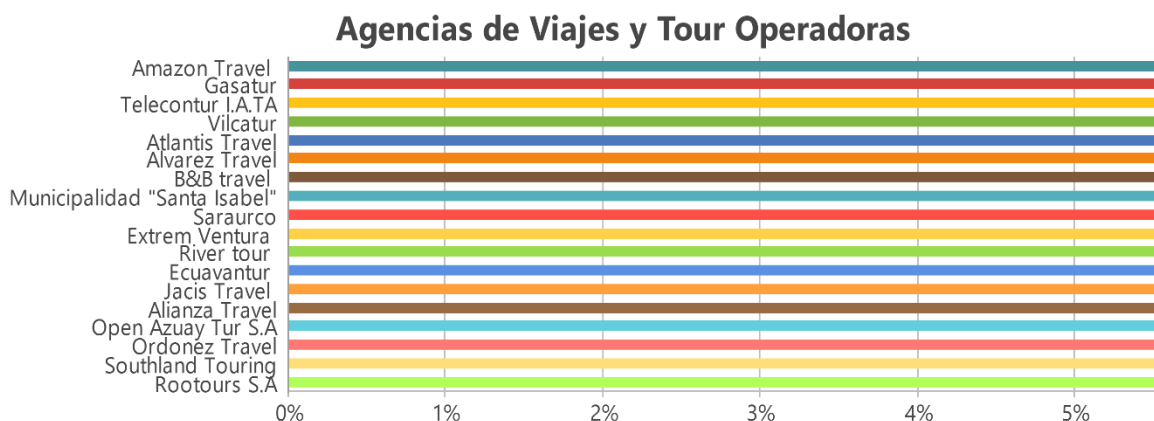


Figura N°36. Agencias de viajes y Tour operadoras
 Fuente: Entrevista a las agencias de viajes y operadoras turísticas primera ronda
 Elaboración: (La Autora, 2017)

Mediante este programa se puede identificar automáticamente las agencias de viajes y tour operadoras que participaron en la entrevista, como se puede visualizar en la Figura N° 27 todas las empresas que apoyan al desarrollo del proyecto mediante sus aportes y criterios.

A continuación se mostrara la información obtenida a través de la transcripción de archivos multimedia que se realizó al momento de la entrevista a cada uno de los expertos, la información fue recopilada por medio del programa MAXQDA para su respectivo análisis.

Tabla N°42. Criterios de expertos para la creación del producto turístico.

	Empresa	Criterios para la creación del producto turístico
1	Amazon Travel	En caso de no existir hospedaje realizar camping, sugiere realizar actividades como fogata en la noche, música cultural y convivencia con la comunidad.
2	Gasatur	No ha escuchado sobre la parroquia Sumaypamba, mas sabe del cantón Saraguro como tal y sus atractivos.
3	Telecontur I.A.TA	Por la lejanía del lugar se debería incluir actividades más llamativas para que así puedan acudir los turistas e incluir todo en el paquete, y que no sea más de un día.
4	Vilcatur	Por no conocer el atractivo y las condiciones del mismo, no se podría sugerir dicho itinerario.
5	Atlantis Travel	Half day debido al lugar y a las actividades turísticas que no se encuentran desarrolladas, e incluir actividades más llamativas y el transporte primordial que este incluido.
6	Alvarez Travel	Teniendo una idea de lo que ha comentado y según mi criterio, máximo un día podría establecerse para que los turistas puedan ir a disfrutar los paisajes, la gastronomía y convivencia con la comunidad.
7	B&B travel	No conoce Saraguro
8	Municipalidad "Santa Isabel"	Conozco muy bien el lugar. Sumaypamba tiene una gran producción agrícola donde se puede explotar y hacerlo atractivo, deben realizar las gestiones necesarias para que puedan surgir como destino turístico y que existan actividades recreativas para los visitantes.
9	Saraurco	Como profesional y durante los años de experiencia, teniendo una percepción de la condición actual de la parroquia, sugiero que primero exista un half day, como una visita para que conozcan el lugar. Pero primero adecuando los servicios necesarios así formarían otro tipo de paquetes que incluyan más días de manera que el turista pueda disfrutar y conocer el lugar. Recalco nuevamente la importancia de conocer primero el lugar donde se desea implementar el producto turístico, mucho más si no existe promoción o difusión del mismo.

10	Extrem Ventura	Primeramente para sugerir un producto turístico o la creación es muy necesario conocer el lugar y las condiciones que se encuentra. En mi opinión, podría armar según su criterio propio ya que conoce el lugar tome en cuenta el alojamiento y los atractivos que existen y sobre todo a quien va enfocado o el mercado que conlleva este tipo de turismo comunitario y ecológico.
11	River tour	Costumbre cultural fuese lo más atractivo
12	Ecuavantur	Un full day ya que la parroquia mencionada no hay lugares ni plazas para pernoctar la noche, sería muy favorable que incluyeran todas las actividades mencionadas en la entrevista.
13	Jacis Travel	Tenemos experiencia en paquetes turísticos como en tours constituidos con atractivos y destinos sobresalientes conocidos que poseen potencialidad. Así como la venta de boletos para viajes internacionales. Sugiero que no realicen más de 1 día según lo que menciona es una parroquia nueva que aún le falta desarrollarse turísticamente, pero pueden empezar con los atractivos que han considerado hasta el momento pero que sean atractivos para el turista considerando también el tiempo que toma llegar al lugar.
14	Alianza Travel	No conoce el lugar.
15	Open Azuay Tur S.A	No tenemos experiencia en crear productos turísticos, la empresa netamente realiza el servicio de transfer (transporte) a diferentes destinos del Ecuador.
16	Ordóñez Travel	Primero quisiera tener una experiencia personal, conocer el lugar primordialmente.
17	Southland Touring	Es una parroquia donde existe sin número de actividades pero deben estar lista para el turista tanto de infraestructura y servicios, así que sugiera que primero realicen una actividad de medio día para que puedan conocerlo y en un futuro armen paquetes con más peso y dicho de ser merecida su segunda visita por el turista.
18	Rootours S.A	Un full Day, con el previo conocimiento acerca de la parroquia, actividades variadas y dinámicas y que incluya todo en el paquete por la lejanía del lugar.

Fuente: Entrevista a agencias de viajes y operadoras turísticas primera ronda
Elaboración: (La Autora, 2017)

Se realizó una síntesis de los criterios mencionados por cada uno de los gerentes de las agencias de viajes y operadoras turísticas, los mismos que se mostraran en la siguiente tabla:

Tabla N°43. Porcentaje según los criterios de los expertos

N° de Expertos	Criterio	Porcentaje
7	No conoce el lugar	38,89%
6	Dan importancia de atractivos y actividades turísticas.	33,32%
3	Infraestructura y Servicios de calidad.	16,67%
1	Conocen el lugar.	5,56%
1	No existe criterio.	5,56%
18	Total	100%

Fuente y elaboración: (La Autora, 2017)

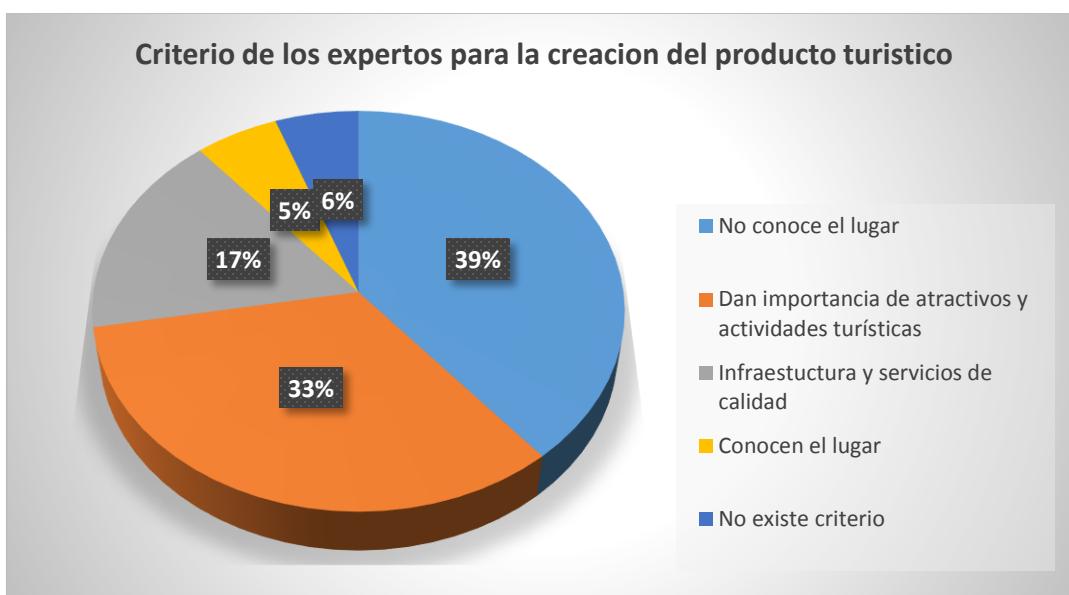


Figura N°37. Criterio de los expertos para la creación del producto turístico

Fuente y elaboración: (La Autora, 2017)

Según el análisis la tabla indica el porcentaje según los criterios que tuvieron cada uno de los expertos y de manera resumida se explica a continuación:

- El 38,89% que corresponde a la mayor parte de los expertos, no conocen el lugar y por ende no podrían aportar con un criterio acertado para el producto turístico a crearse, recalcan a la vez la importancia de conocer el estado actual del destino para crear dicho producto.

- El 33,32% corresponde al criterio de 6 expertos donde mencionan la importancia de los atractivos turísticos para poder crear el producto así como las actividades que incorporen
- El 16,67% pertenece al criterio de 3 expertos donde coinciden con respecto a la lejanía del lugar; indicando que se deberá incluir todos los servicios y equipamientos para la comodidad del turista.
- Únicamente el 5,56% correspondiente a un experto dijo conocer el lugar, recalando que existe gran producción agrícola en la parroquia donde se podría realizar un tipo de turismo rural, así como oportunidades para que pueda surgir en el campo turístico.
- El 5,56% igualmente correspondiente a un solo experto no aportó con ningún criterio, su operadora de turismo básicamente se desarrolla como transporte a diferentes destinos nacionales.

2.2.2 Identificación de la problemática turística existente en la parroquia Sumaypamba.

Para establecer la problemática turística existente en la parroquia se ha elaborado un análisis FODA por medio de dos fuentes de información, la primera por medio de observación directa y la segunda de un taller con la junta parroquial y la comunidad.

2.2.2.1. Análisis FODA

Tabla N°44. Análisis FODA (Ámbito interno y externo)

AMBITO INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
F1. Producción y comercialización agrícola.	D1. Mala viabilidad hacia la parroquia y sus barrios.
F2. Gente cálida, amable y solidaria.	D2. No existe planta turística
F3. Potencial y diversidad ecológica para desarrollar actividades turísticas.	D3. No posee un producto turístico que impulse la visita del turista a la parroquia
F4. Apoyo de las autoridades locales.	D4. Escasos servicios básicos en la parroquia.
	D5. Falta de capacitación turística.
	D6. No existe inversión privada.
	D7. Escasas frecuencias de transporte público eficiente hacia la parroquia.

	<p>D8. Falta de señalización que conduzca a la parroquia y los atractivos turísticos identificados.</p> <p>D9. Falta de seguridad en la parroquia.</p> <p>D10. No conservan los escasos recursos turísticos que poseen.</p> <p>D11. No existe conocimiento sobre educación ambiental para el cuidado y protección de la naturaleza.</p>
--	---

AMBITO EXTERNO

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>O1. Buen Clima</p> <p>O2. Interés por parte de autoridades locales en fomentar la actividad turística de la parroquia.</p> <p>O3. Convenios que buscan el desarrollo de la parroquia con instituciones públicas y privadas.</p> <p>O4. Integrar nuevos atractivos turísticos en la parroquia.</p>	<p>A1. Contaminación de los ríos por explotación minera.</p> <p>A2. Deslizamiento de tierra en las vías de acceso hacia la parroquia.</p> <p>A3. En la actualidad las personas buscan lugares más conocidos; con mayor importancia y promoción turística.</p>

Fuente: Investigación de campo, 2016
 Elaboración: (La Autora, 2017)

CAPITULO III
PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA LA PARROQUIA
SUMAYPAMBA

3.1 Formulación filosófica

3.1.1 Misión

Orientar e integrar el desarrollo turístico sostenible a la parroquia Sumaypamba, usando de forma responsable sus recursos, para contribuir en el ámbito económico, social y ambiental a sus pobladores.

3.1.2 Visión

Consolidar a la parroquia Sumaypamba como una alternativa en el sector turístico, preservando sus recursos sin atentar contra la naturaleza, constituyéndose la actividad turística en un eje que coadyuve a la dinamización de la economía local, la cual genera oportunidades de empleo y con ello el mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores.

3.1.3 Valores

A través del siguiente plan, se proyecta desarrollar los siguientes valores:

- **Eficacia:** los actores que se hallen vinculados en el sector turístico, deberán hacer lo necesario para cumplir con los objetivos planteados.
- **Eficiencia:** el trabajo se deberá realizar participativamente y conjuntamente, para lograr un mayor aprovechamiento del patrimonio natural y cultural.
- **Compromiso:** los involucrados deben comprometerse en participar durante todo el proceso, con una actitud activa y positiva.
- **Trabajo en equipo:** conseguir y ejecutar acciones que involucren la participación activa de grupos encaminados a cumplir los mismos objetivos.
- **Responsabilidad:** los diferentes actores deberán asumir, participar y tomar parte de las diferentes actividades de los proyectos de manera oportuna.
- **Calidad de servicio:** ofrecer servicios de calidad a los turistas o visitantes a fin de satisfacer sus necesidades, llenar sus expectativas y lograr deseos de retornar al lugar.
- **Responsabilidad ambiental:** aprovechar los recursos turísticos sin alterar su naturaleza, esto implica evitar la contaminación, preservar y mantener nuestro patrimonio.

3.2 Formulación estratégica

3.2.1 Objetivos del plan estratégico

Objetivo general

- Diseñar un plan estratégico de desarrollo turístico sostenible para la parroquia Sumaypamba.

Objetivos específicos

- Potencializar el turismo en la parroquia Sumaypamba, a través de programas, proyectos, líneas de acción y políticas que fortalezcan la actividad turística.
- Fomentar el desarrollo sostenible de Sumaypamba, promoviendo la participación colectiva entre actores claves en el ámbito turístico.
- Promover la actividad turística local comunitaria como prioridad para generar empleo y por ende el incremento de ingresos en función del mejoramiento de la calidad de vida de la población.
- Incentivar el uso de prácticas de producción agrícola y ganadera en la comunidad, realizando proyectos con procedimientos técnicos en producción integrada al agroturismo.
- Proponer mecanismos para la protección y cuidado del medio ambiente del sector.

3.2.2 Proceso metodológico

La elaboración del plan estratégico de desarrollo turístico sostenible para la parroquia Sumaypamba se basó en la siguiente investigación:

Fase 1: se desarrolló en el primer capítulo de la presente investigación, y comprende el diagnóstico situacional de la Parroquia Sumaypamba en los ámbitos; físico espacial, socio cultural, ecológico territorial, y económico productivo, lo que permitió conocer la situación actual que se encuentra la misma.

Fase 2: se desarrolla en el segundo capítulo, y se refiere al potencial turístico de la parroquia Sumaypamba, para ello se realizaron varias visitas de campo en las que se determinaron el potencial turístico; la oferta y la demanda del sector.

Fase 3: según los datos recopilados en los capítulos anteriores se elaboró la matriz FODA, que de ahora en adelante será la base para la elaboración de estrategias que servirán para la formulación de programas, proyectos y líneas de acción a fin de cumplir los objetivos planteados en el Plan de desarrollo turístico sostenible de la parroquia Sumaypamba.

3.2.3 Elaboración de estrategias

Para la elaboración de estrategias se utilizó el análisis FODA, mediante un cruce de variables del cual se obtuvo cuatro matrices:

- **Fortalezas-Oportunidades (FO):** Uso de las fortalezas para potenciarlas y aprovechar las oportunidades.
- **Debilidades-Amenazas (DA):** Minimizar debilidades para evitar amenazas.
- **Fortalezas-Amenazas (FA):** Uso de las fortalezas para evitar amenazas.
- **Debilidades-Oportunidades (DO):** Disminuir debilidades para aprovechar oportunidades.

Se les asignó una valoración a cada una de las variables, representando mediante letras para realizar la evaluación de las mismas, a las cuales se les estableció el siguiente valor:

- A (Alto)
- M (Medio)
- B (Bajo)

A continuación se detallan las matrices obtenidas:

Tabla N°45. Análisis Fortalezas con Oportunidades (FO)

OPORTUNIDADES				
FORTALEZAS	O1. Buen Clima	O2. Interés por parte de autoridades locales en fomentar la actividad turística de la parroquia.	O3. Convenios que buscan el desarrollo de la parroquia con instituciones públicas y privadas.	O4. Integrar nuevos atractivos turísticos en la parroquia.
F1. Producción y comercialización agrícola.	AA	AM	AA	MA
F2. Gente cálida, amable y solidaria.	MM	MB	MB	MA
F3. Potencial y diversidad ecológica para desarrollar actividades turísticas.	AM	MA	AM	AA
F4. Apoyo de las autoridades locales.	BB	AM	AM	AA

Fuente: Investigación de campo, 2016

Elaboración: (La Autora, 2017)

Tabla N°46. Análisis Debilidades con Amenazas (DA)

DEBILIDADES	AMENAZAS		
	A1. Contaminación de los ríos por explotación minera.	A2. Deslizamiento de tierra en las vías de acceso hacia la parroquia.	A3. En la actualidad las personas buscan lugares más conocidos; con mayor importancia y promoción turística.
D1. Mala vialidad hacia la parroquia y sus barrios.	BB	MA	MA
D2. No existe planta turística	BB	BB	AA
D3. No posee un producto turístico que impulse la visita del turista a la parroquia	BB	BB	AA
D4. Escasos servicios básicos en la parroquia.	BB	BB	MA
D5. Falta de capacitación turística.	MB	BB	MM
D6. No existe inversión privada.	MB	MB	AA
D7. Escasas frecuencias de transporte público eficiente hacia la parroquia.	BB	AA	MA
D8. Falta de señalización que conduzca a la parroquia y los atractivos turísticos identificados.	BB	BB	MA
D9. Falta de seguridad en la parroquia.	BB	BB	MA
D10. No conservan los pocos recursos turísticos que poseen.	MA	BB	MB
D11. No existe conocimiento sobre educación ambiental para el cuidado y protección de la naturaleza.	AA	MB	MB

Fuente: Investigación de campo, 2016

Elaboración: (La Autora, 2017)

Tabla N°47. Análisis Fortalezas con Amenazas (FA)

FORTALEZAS	AMENAZAS		
	A1. Contaminación de los ríos por explotación minera.	A2. Deslizamiento de tierra en las vías de acceso hacia la parroquia.	A3. En la actualidad las personas buscan lugares más conocidos; con mayor importancia y promoción turística.
F1. Producción y comercialización agrícola.	BB	BB	MA
F2. Gente cálida, amable y solidaria.	BB	BB	MB
F3. Potencial y diversidad ecológica para desarrollar actividades turísticas.	MB	BB	AA
F4. Apoyo de las autoridades locales.	AA	BB	BB

Fuente: Investigación de campo, 2016
 Elaboración: (La Autora, 2017)

Tabla N°48. Análisis Debilidades con Oportunidades (DO)

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES			
	O1. Buen Clima	O2. Interés por parte de autoridades locales en fomentar la actividad turística de la parroquia.	O3. Convenios que buscan el desarrollo de la parroquia con instituciones públicas y privadas.	O4. Integrar nuevos atractivos turísticos en la parroquia.
D1. Mala vialidad hacia la parroquia y sus barrios.	BB	MA	AA	BB
D2. No existe planta turística	BB	AA	AA	AA
D3. No posee un producto turístico que impulse la visita del turista a la parroquia	BB	AA	MA	AA
D4. Escasos servicios básicos en la parroquia.	BB	MA	MA	MM
D5. Falta de capacitación turística.	BB	MA	AA	AA
D6. No existe inversión privada.	BB	AA	AA	AA
D7. Escasas frecuencias de transporte público eficiente hacia la parroquia.	BB	MB	AA	MB
D8. Falta de señalización que conduzca a la parroquia y los atractivos turísticos identificados.	BB	AA	BB	MA
D9. Falta de seguridad en la parroquia.	BB	MA	MM	MA
D10. No conservan los pocos recursos turísticos que poseen.	BB	MA	MA	MA
D11. No existe conocimiento sobre educación ambiental para el cuidado y protección de la naturaleza.	MB	MM	MA	MA

Fuente: Investigación de campo, 2016
 Elaboración: (La Autora, 2017)

MATRIZ DE FODA ESTRATEGICO

La matriz de resumen FODA estratégico, se realizó utilizando las variables que tienen un valor Alto/Alto (AA) de las matrices anteriores, a continuación se presenta una tabla con las opciones estratégicas.

Tabla N° 49. Matriz FODA estratégico

N°	OPCIONES ESTRATEGICAS (FO)
1	Implementar buenas prácticas para aprovechar y desarrollar plenamente el potencial agrícola, los procesos de tecnificación e incrementar la producción y la competitividad comercial.
2	Diseñar programas de capacitación sobre los sistemas de producción agrícola así como el manejo de cultivos, técnicas de producción entre otras, orientadas principalmente a los productores pequeños, medianos y a las organizaciones campesinas, y de esta manera promover el agroturismo en la parroquia.
3	Establecer convenios con entidades públicas y privadas que ayuden al mejoramiento del desarrollo turístico.
4	Aprovechar el potencial y diversidad ecológica que posee la parroquia para promover la investigación e identificación de recursos turísticos y así integrar nuevos atractivos turísticos.
OPCIONES ESTRATEGICAS (DA)	
1	Generar proyectos y mecanismos de inversión, creación, implementación y mejoramiento de la planta turística como de los servicios básicos en la parroquia.
2	Motivación a la conservación y aprovechamiento sustentable de los recursos turísticos.
3	Capacitaciones sobre educación ambiental mediante programas de reforestación y conservación de flora y fauna para el equilibrio ecológico de la parroquia.
OPCIONES ESTRATEGICAS (FA)	
1	Talleres de concienciación de la importancia de poseer y mantener los recursos hídricos limpios.
2	Diseñar e implementar un producto turístico para la parroquia Sumaypamba.
OPCIONES ESTRATEGICAS (DO)	

1	Gestionar convenios con organismos públicos (Mintur, Prefectura de Loja, Municipalidad de Saraguro y GAD Parroquial) para la inversión para el mejoramiento de la vialidad hacia la parroquia y sus respectivos barrios.
2	Desarrollo y fortalecimiento de actividades turísticas que motiven visitar la parroquia Sumaypamba.
3	Capacitación y formación del recurso humano para un buen manejo y desarrollo de la actividad turística sustentable.
4	Promover emprendimientos pequeños en el sector.
5	Señalización de los atractivos turísticos de la parroquia.
6	Gestionar para disposición de más frecuencias de transporte hacia el destino y el mejoramiento de su servicio.
7	Promover la gestión y promoción turística de los atractivos turísticos identificados en la parroquia, mediante marketing online.

Fuente: Investigación, 2016
 Elaboración: (La Autora, 2017)

3.2.4 Metodología para la priorización de estrategias

Para la priorización de estrategias se utilizó el análisis FODA, que a través del cruce de variables (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas), se obtuvo como resultado cuatro matrices: la primera matriz pretende usar las fortalezas para aprovechar las oportunidades, la segunda minimizar debilidades para evitar amenazas, la tercera usar las fortalezas para evitar amenazas y la cuarta disminuir debilidades para aprovechar oportunidades. Después se le asignó una valoración a cada una de las variables, dando como resultado variables con una calificación: AA, MM, MB, MA, BB; se ha tomado en cuenta las que tienen la calificación AA (Alto/Alto) para realizar el planteamiento de estrategias, programas y líneas de acción para el presente plan.

Tabla N°50. Estrategias planteadas

N°	ESTRATEGIAS
ESTRATEGIA 1	Implementar buenas prácticas para aprovechar y desarrollar plenamente el potencial agrícola, los procesos de tecnificación e incrementar la producción y la competitividad comercial, mediante el diseño de programas de capacitación sobre los sistemas de producción agrícola y de esta manera promover el agroturismo en la parroquia.
ESTRATEGIA 2	Establecer convenios con entidades públicas y privadas que ayuden al mejoramiento del desarrollo turístico.
ESTRATEGIA 3	Aprovechar el potencial y diversidad ecológica que posee la parroquia para promover la investigación e identificación de recursos turísticos y así integrar nuevos atractivos turísticos.
ESTRATEGIA 4	Generar proyectos y mecanismos de inversión, creación, implementación y mejoramiento de la planta turística como de los servicios básicos en la parroquia.
ESTRATEGIA 5	Motivación para la conservación y aprovechamiento sustentable de los recursos turísticos mediante capacitaciones sobre educación ambiental e incentivar el desarrollo y fortalecimiento de actividades turísticas que motiven visitar el destino.
ESTRATEGIA 6	Diseñar e implementar un producto turístico para la parroquia Sumaypamba.
ESTRATEGIA 7	Gestionar convenios con organismos públicos (Mintur, Prefectura de Loja, Municipalidad de Saraguro y GAD Parroquial) para la inversión para el mejoramiento de la vialidad hacia la parroquia y sus respectivos barrios.
ESTRATEGIA 8	Capacitación y formación del recurso humano para un buen manejo y desarrollo de la actividad turística sustentable.
ESTRATEGIA 9	Promover emprendimientos pequeños en el sector.
ESTRATEGIA 10	Señalización de los atractivos turísticos de la parroquia.
ESTRATEGIA 11	Promover la gestión y promoción turística de los atractivos turísticos identificados en la parroquia, mediante marketing online.

Fuente: Investigación, 2016
 Elaboración: (La Autora, 2017)

3.2.5 Priorización de estrategias

De acuerdo al análisis metodológico descrito anteriormente se obtuvieron 14 estrategias, en la siguiente tabla se procedió a identificar las estrategias priorizadas mediante la asignación de un valor de acuerdo al impacto de cada estrategia y el grado de dificultad para poder ejecutarla.

En la siguiente tabla se muestra el porcentaje asignado según su importancia, luego se priorizara las estrategias; para posteriormente elaborar los respectivos programas y proyectos de las estrategias que posean más alto impacto y según el grado de dificultad para ejecutarlas.

Tabla N° 51. Porcentaje del impacto en las estrategias

IMPACTO			
Ninguno	Bajo	Medio	Alto
0-25	26-50	51-75	76-100

Fuente: Investigación, 2016
Elaboración: (La Autora, 2017)

El impacto de cada estrategia va ser medido por porcentajes que corresponde a: 0-25= ninguno; 26-50= bajo; 51-75= medio y 76-100= alto impacto.

Tabla N° 52. Porcentaje del grado de dificultad

GRADO DE DIFICULTAD															
ALTO				MEDIO				BAJO				NINGÚN			
0-25				25-50				50-75				75-100			
T ²	P ³	M ⁴	R.H ⁵	T	P	M	R.H	T	P	M	R.H	T	P	M	R.H
6,25	6,25	6,25	6,25	6,25	6,25	6,25	6,25	6,3	6,25	6,3	6,25	6,25	6,25	6,25	6,25

Fuente: Investigación, 2016
Elaboración: (La Autora, 2017)

El grado de dificultad que tendrá cada estrategia para ejecutarla también se ha medido por porcentajes que corresponde a: 0-25= alto; 25-50= medio; 50-75= bajo y 75-100= ningún grado dificultad, cabe recalcar, que dentro del grado de dificultad para una valoración con criterios

² T= tiempo

³ P= presupuesto

⁴ M= materiales

⁵ R.H= recursos humanos

técnicos se ha considerado 4 aspectos; tiempo, presupuesto, materiales y recursos humanos; los cuales están valorados con un 6,25.

Para un mejor entendimiento sobre el cálculo para la valoración del grado de dificultad se colocara un ejemplo de cómo se realizó.

Ejemplo:

En cada rango existe un total de 25 que se lo ha dividido en 4 dando un total de 6,25, valor que será usado para restar a la valoración colocada según el criterio; en el caso de la **Estrategia 1** el valor asignado es de 60 al que se le resto 6,25 (R.H) debido a que existe un aspecto que no cumple en la estrategia dicha, dando un total de 53,75 perteneciente a un grado de dificultad medio, el mismo será sumado al valor asignado del impacto medio que es 76, dando un total de 129,75 finalmente este valor será representado en porcentaje, el mismo que tiene su orden de prioridad 3 en relación a las demás estrategias.

A continuación se muestra el cuadro completo de la priorización de estrategias de acuerdo al impacto y grado de dificultad:

Tabla N° 53. Impacto y grado de dificultad para la priorización de estrategias

ESTRATEGIAS	IMPACTO				GRADO DE DIFICULTAD				Total	Total en porcentaje	Orden de prioridad de estrategia
	Ninguno	Bajo	Medio	Alto	Ninguno	Bajo	Medio	Alto			
										100%	
Estrategia 1				76		53,75			129,75	11,00%	3
Estrategia 2			65			68,75			133,75	11,36%	1
Estrategia 3		30				63,5			93,5	7,94%	9
Estrategia 4				95			31,25		126,25	10,73%	4
Estrategia 5			70			25			95	8,07%	8
Estrategia 6			75			26,75			75	6,37%	10
Estrategia 7				80				18,75	98,75	8,39%	7
Estrategia 8			55			44,75			99,75	8,47%	6
Estrategia 9			62					12,5	74,5	6,33%	11
Estrategia 10			70			47,5			117,5	9,98%	5
Estrategia 11				96			37,5		133,5	11,34%	2

Fuente: Investigación, 2016
 Elaboración: (La Autora, 2017)

En la siguiente tabla se mostrara las estrategias según el orden de prioridad considerando el impacto y grado de dificultad:

Tabla N° 54. Estrategias Priorizadas según el impacto y grado de dificultad

PRIORIDAD	ESTRATEGIAS
1	Establecer convenios con entidades públicas y privadas que ayuden al mejoramiento del desarrollo turístico.
2	Promover la gestión y promoción turística de los atractivos turísticos identificados en la parroquia, mediante marketing online.
3	Implementar buenas prácticas para aprovechar y desarrollar plenamente el potencial agrícola, los procesos de tecnificación e incrementar la producción y la competitividad comercial, mediante el diseño de programas de capacitación sobre los sistemas de producción agrícola y de esta manera promover el agroturismo en la parroquia.
4	Generar proyectos y mecanismos de inversión, creación, implementación y mejoramiento de la planta turística como de los servicios básicos en la parroquia.
5	Señalización de los atractivos turísticos de la parroquia.
6	Capacitación y formación del recurso humano para un buen manejo y desarrollo de la actividad turística sustentable.
7	Gestionar convenios con organismos públicos (Mintur, Prefectura de Loja, Municipalidad de Saraguro y GAD Parroquial) para la inversión para el mejoramiento de la vialidad hacia la parroquia y sus respectivos barrios.
8	Motivación para la conservación y aprovechamiento sustentable de los recursos turísticos mediante capacitaciones sobre educación ambiental e incentivar el desarrollo y fortalecimiento de actividades turísticas que motiven visitar el destino.
9	Aprovechar el potencial y diversidad ecológica que posee la parroquia para promover la investigación e identificación de recursos turísticos y así integrar nuevos atractivos turísticos.

10	Diseñar e implementar un producto turístico para la parroquia Sumaypamba.
11	Promover emprendimientos pequeños en el sector.

Fuente: Investigación, 2016
Elaboración: (La Autora, 2017)

En la siguiente tabla observaremos el orden de prioridad de las estrategias según el impacto y el grado de dificultad:

Tabla N° 55. Comparación de las estrategias según el impacto y el grado de dificultad

Orden	Según el impacto	Orden	Según el grado de dificultad
1	ESTRATEGIA 11	1	ESTRATEGIA 2
2	ESTRATEGIA 4	2	ESTRATEGIA 3
3	ESTRATEGIA 7	3	ESTRATEGIA 1
4	ESTRATEGIA 1	4	ESTRATEGIA 10
5	ESTRATEGIA 6	5	ESTRATEGIA 8
6	ESTRATEGIA 5 y 10	6	ESTRATEGIA 11
7	ESTRATEGIA 2	7	ESTRATEGIA 4
8	ESTRATEGIA 9	8	ESTRATEGIA 6
9	ESTRATEGIA 8	9	ESTRATEGIA 5
10	ESTRATEGIA 3	10	ESTRATEGIA 7
		11	ESTRATEGIA 9

Fuente: Investigación, 2016
Elaboración: (La Autora, 2017)

Mediante esta tabla podemos visualizar de manera más clara la comparación que existe entre el impacto que tiene cada estrategia para el desarrollo del proyecto y el grado de dificultad que tiene para la ejecución de la misma. Las estrategias se señalan en función a la Tabla N° 54.

3.2.6 Metodología para el mapa estratégico de gestión

Se crea una matriz enfocada en cuatro ejes fundamentales: desarrollo institucional, desarrollo turístico, desarrollo cultural y desarrollo económico social, enfocando a cada una de las estrategias priorizadas, en el eje que corresponda.

Tabla N° 56. Mapa estratégico de gestión

EJES	ESTRATEGIAS
Desarrollo institucional	<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar convenios con organismos públicos (Mintur, Prefectura de Loja, Municipalidad de Saraguro y GAD Parroquial) para la inversión en la vialidad hacia la parroquia y sus respectivos barrios. • Establecer convenios con entidades públicas y privadas que ayuden al mejoramiento del desarrollo turístico.
Desarrollo turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar e implementar un producto turístico para la parroquia Sumaypamba. • Aprovechar el potencial y diversidad ecológica que posee la parroquia para promover la investigación e identificación de recursos turísticos y así integrar nuevos atractivos turísticos. • Promover la gestión y promoción turística de los atractivos turísticos identificados en la parroquia, mediante marketing online. • Motivación para la conservación y aprovechamiento sustentable de los recursos turísticos mediante capacitaciones sobre educación ambiental e incentivar el desarrollo y fortalecimiento de actividades turísticas que motiven visitar el destino. • Señalización de los atractivos turísticos de la parroquia.
Desarrollo cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación y formación del recurso humano para un buen manejo y desarrollo de la actividad turística sustentable.
Desarrollo económico social	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar buenas prácticas para aprovechar y desarrollar plenamente el potencial agrícola, los procesos de tecnificación e incrementar la producción y la competitividad comercial, mediante el diseño de programas de capacitación

	<p>sobre los sistemas de producción agrícola y de esta manera promover el agroturismo en la parroquia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Generar proyectos y mecanismos de inversión, creación, implementación y mejoramiento de la planta turística como de los servicios básicos en la parroquia. • Promover emprendimientos pequeños en el sector.
--	--

Fuente: Investigación, 2016
Elaboración: (La Autora, 2017)

3.3 Formulación de programas y proyectos

Aquí desglosaremos los programas y proyectos del mapa estratégico de gestión, los mismos que se deberán ejecutar para alcanzar los objetivos del plan de desarrollo turístico sostenible de la parroquia; según el tiempo previsto y el presupuesto total tentativo para el desarrollo del mismo.

3.3.1 Identificación de programas y proyectos a partir del mapa estratégico.

“PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA LA PARROQUIA SUMAYPAMBA, CANTÓN SARAGURO, PROVINCIA DE LOJA PARA EL AÑO 2017”.

PROGRAMA 1:

NOMBRE DEL PROGRAMA: Desarrollo Institucional

Tabla N° 57: PROYECTO 1

PROYECTO 1	
Campo	Detalle
Nombre del proyecto:	Plan de mejoramiento vial hacia la parroquia Sumaypamba.
Medida que la sustenta:	Cinco pilares de gestión turística y seis programas Nacionales, Prefectura de Loja, Municipalidad de Saraguro, GAD Parroquial Sumaypamba, Ministerio de transporte de obras públicas.

Ubicación:	Parroquia Sumaypamba				
Objetivos:	General: mejorar la vialidad hacia la parroquia con vías de primer orden.				
	Específicos: <ul style="list-style-type: none"> • Brindar a la comunidad la oportunidad de progreso en base a una buena vialidad. • Evitar en mayor medida el impacto ambiental al momento de empezar a trabajar en la apertura de vías. • Generar fuentes de trabajo. 				
Visión de futuro	Acceder a la parroquia de manera segura y rápida.				
Tiempo estimado de implementación	5 años				
Beneficiarios	Comunidad, turistas y visitantes				
Medio	Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Estudio técnico vial de la parroquia.	Información requerida por parte de un ingeniero civil.	Consultor externo.	6 meses	\$ 180.000,00	Informe final de consultoría.
Estudio de impacto ambiental.	Asesoría proporcionada sobre posibles daños al medio ambiente al abrir carreteras.	Consultor externo.	6 meses	\$ 3.200,00	Informe final consultoría.
Asfaltado vial desde la parroquia San Pablo de Tenta hasta Sumaypamba (60 km)	Facilitar la movilización rápida y segura.	Prefectura de Loja, Municipalidad de Saraguro, GAD Parroquial Sumaypamba, Ministerio de transporte de obras públicas.	2 años	\$ 5 820 000,00	Fotografías de la vía asfaltada

Implementación de la respectiva señalética de tránsito en la vía (Centro Saraguro-Sumaypamba).	Reducir accidentes de tránsito e incrementar la seguridad en la vía.	GAD Parroquial Sumaypamba	6 meses	\$ 2.000,00	Señalética implementada a Fotografías
Adoquinado de las calles del centro parroquial	El cuidado y buen uso de las vías por parte de la comunidad.	GAD Parroquial Sumaypamba	Un año y medio	\$ 70.000,00	Obra terminada.
TOTAL DEL PROYECTO	\$ 6.075.200,00				

Fuente: Investigación, 2016
Elaboración: (La Autora, 2017)

Tabla N° 58. PROYECTO 2

PROYECTO 2	
Campo	Detalle
Nombre del proyecto:	Establecer convenios turísticos mediante el fortalecimiento institucional público, privado y comunitario.
Medida que la sustenta:	Cinco pilares de gestión turística y seis programas Nacionales, PDOT de Sumaypamba, PDOT del cantón Saraguro
Ubicación:	Parroquia Sumaypamba
Objetivos:	General: Establecer convenios institucionales entre organismos públicos y privados para intensificar el sector turístico.
	Específicos: <ul style="list-style-type: none"> • Impulsar el desarrollo turístico en el sector. • Diseñar propuestas turísticas con la colaboración de estos organismos.
Visión de futuro	Consolidar a Sumaypamba como una alternativa de destino turístico mediante el fortalecimiento institucional de la localidad.

Tiempo estimado de implementación			1 año y nueve meses		
Beneficiarios			Comunidad, turistas y visitantes.		
Medio	Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Reuniones entre organismos públicos y privados	Diseñar propuestas turísticas	GAD Parroquial Sumaypamba	Semestral	\$ 200	Registro de reuniones
Capacitación por parte instituciones	Difundir la importancia de la participación en el turismo.	MINTUR, GAD Parroquial Sumaypamba	20 horas	\$ 600	Evaluaciones
Análisis del sector turístico para crear convenios	Conseguir información real y actual para elaborar los convenios precisos.	Consultor externo, GAD Parroquial Sumaypamba, instituciones públicas y privadas.	3 meses	\$ 600	Información detallada
Firma de convenios	Establecer acuerdos de beneficio común entre instituciones y comunidad.	GAD Parroquial Sumaypamba, instituciones públicas y privadas.	6 meses	\$200	Convenios firmados y socialización.
TOTAL DEL PROYECTO			\$ 1600,00		

Fuente: Investigación, 2016
Elaboración: (La Autora, 2017)

PROGRAMA 2:

NOMBRE DEL PROGRAMA: Desarrollo turístico

Tabla N° 59: PROYECTO 3

PROYECTO 3					
Campo	Detalle				
Nombre del proyecto:	Implementar un producto turístico para la parroquia Sumaypamba.				
Medida que la sustenta:	Cinco pilares de gestión turística y seis programas Nacionales, PDOTP Sumaypamba, GAD Parroquial Sumaypamba				
Ubicación:	Parroquia Sumaypamba				
Objetivos:	<p>General: Mejorar la oferta turística de la parroquia.</p> <p>Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Implementar un producto turístico en la parroquia. • Diseñar la imagen turística en coordinación con la comunidad. 				
Visión de futuro	Contar con un producto turístico que sea llamativo para el turista y asegure constantes visitas hacia la parroquia Sumaypamba.				
Tiempo estimado de implementación	11 meses				
Beneficiarios	Comunidad, turistas, visitantes				
Medio	Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Reuniones con la comunidad	Diagnóstico y compromiso de los atractivos a integrar el producto turístico.	GAD Parroquial Sumaypamba	2 meses	\$ 100	Registro de firmas y compromisos
Diseño de un paquete turístico	Paquete turístico que permita la visita y pernoctación de los turistas en la parroquia.	GAD Parroquial Sumaypamba, empresas turísticas privadas.	3 meses	\$ 700	Información documentada
Creación de las normativas	Tener mantenimiento continuo en	GAD Parroquial	6 meses	\$ 1.500	Informe normativo

s para el desarrollo de las actividades turísticas y políticas de visita a los atractivos turísticos. las rutas de los senderos y caminos de acceso hacia los atractivos turísticos. Sumaypamba .

TOTAL DEL PROYECTO

\$ 2.300,00

Fuente: Investigación, 2016
Elaboración: (La Autora, 2017)

Tabla N° 60: PROYECTO 4

PROYECTO 4					
Campo		Detalle			
Nombre del proyecto:		Actualizar el inventario de atractivos turísticos que tiene la parroquia.			
Medida que la sustenta:		Cinco pilares de gestión turística y seis programas Nacionales, MINTUR, GAD Parroquial Sumaypamba.			
Ubicación:		Parroquia Sumaypamba			
Objetivos:		General: Actualizar el inventario turístico existente.			
		Específicos: <ul style="list-style-type: none"> • Jerarquizar nuevos atractivos turísticos identificados. • Brindar información actualizada de atractivos. 			
Visión de futuro		Contar con un inventario de los atractivos existentes y nuevos actualizado de la parroquia Sumaypamba.			
Tiempo estimado de implementación		10 meses			
Beneficiarios		Comunidad, turistas, visitantes.			
Medio	Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación

Inventariar, jerarquizar y caracterizar los atractivos naturales y culturales.	Crear una base de los atractivos turísticos	MINTUR, GAD Parroquial Sumaypamba Consultor externo.	10 meses	\$ 900,00	Informe final del inventario de atractivos
Organizar ferias, concursos y actividades turísticas en la parroquia.	Obtener la visita de turistas a la parroquia.	Municipalidad de Saraguro, GAD Parroquial Sumaypamba	5 meses	\$600,00	Informe final
TOTAL DEL PROYECTO			\$ 1.500,00		

Fuente: Investigación, 2016
Elaboración: (La Autora, 2017)

Tabla N° 61: PROYECTO 5

PROYECTO 5	
Campo	Detalle
Nombre del proyecto:	Implementación de acciones de Marketing turístico para la parroquia Sumaypamba.
Medida que la sustenta:	Cinco pilares de gestión turística y seis programas Nacionales, PDOTP Sumaypamba, GAD Parroquial Sumaypamba.
Ubicación:	Parroquia Sumaypamba
Objetivos:	General: Implementar acciones de Marketing turístico para la parroquia Sumaypamba.
	Específicos: <ul style="list-style-type: none"> • Despertar el interés de visitar el lugar. • Que se genere visitas hacia el destino. • Promoción y publicidad de comercialización de la oferta turística de la parroquia a nivel local y nacional.
Visión de futuro	La oferta turística de la parroquia Sumaypamba cuenta con promoción y publicidad de comercialización a nivel local, provincial y nacional.

Tiempo estimado de implementación			8 meses		
Beneficiarios					
Medio	Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Elaboración de material publicitario	Material publicitario elaborado	GAD Parroquial Sumaypamba, diseñador gráfico.	2 meses	\$ 450,00	Material publicitario elaborado y entregado.
Campaña de difusión turística.	Afluencia de turistas o visitantes a la parroquia.	GAD Parroquial Sumaypamba, Consultor externo, Mintur.	Continua	\$1 500,00	Trípticos, hojas volantes, spots, cuñas publicitarias.
Creación de un Blog para Sumaypamba	Brindar información a los turistas y optimizar la oferta turística.	GAD Parroquial Sumaypamba, Consultor externo,	4 meses	\$ 500,00	Página web con datos actualizados Número de visitas al blog
Creación de páginas en redes sociales (Facebook, twitter, instagram)	Dar a conocer la parroquia y sus atractivos turísticos.	GAD Parroquial Sumaypamba	1 mes	\$30,00	Número de participantes y seguidores
TOTAL DEL PROYECTO			\$ 2.480,00		

Fuente: Investigación, 2016

Elaboración: (La Autora, 2017)

Tabla N° 62: PROYECTO 6

PROYECTO 6	
Campo	Detalle
Nombre del proyecto:	Capacitaciones sobre educación ambiental y mantenimientos de los recursos turísticos dirigido a los pobladores.
Medida que la sustenta:	Cinco pilares de gestión turística y seis programas Nacionales, Programa de

			Reparación ambiental y social (PRAS), MAE.		
Ubicación:			Parroquia Sumaypamba		
Objetivos:			General: Capacitar a la comunidad en el tema de educación ambiental y mantenimiento de los recursos turísticos del sector.		
			Específicos: <ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer la importancia de mantener un equilibrio ecológico en el sector. • Concienciación a la comunidad sobre la importancia de preservar los atractivos turísticos. • Conservar y mantener en buen estado los recursos turísticos de la parroquia Sumaypamba. 		
Visión de futuro			Poseer atractivos turísticos culturales y naturales en buen estado para el desarrollo de la actividad turística en la parroquia.		
Tiempo estimado de implementación			1 año y medio		
Beneficiarios			Comunidad, turistas, visitantes		
Medio	Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Mantenimiento de los atractivos naturales	Poseer atractivos naturales conservados	Mintur, MAE, GAD Parroquial Sumaypamba	1 año	\$ 800,00	Informe Fotografías
Talleres de educación ambiental	Sensibilizar a los pobladores con respecto a problemas ambientales	MAE, consultor externo	20 horas	\$ 600,00	Matrices para mediación de impactos ambientales
Programa de manejo y conservación de flora y fauna.	Garantizar la conservación y manejo adecuado de flora y fauna.	MAE, Consultor externo	20 horas	\$ 600,00	Entrega de programa

Realizar curso para guías nativos	Contar con personal capacitado para guiar	MINTUR	60 horas	\$ 1.800	Contratación de capacitadores Certificados de participación
TOTAL DEL PROYECTO			\$ 3.800,00		

Fuente: Investigación, 2016
Elaboración: (La Autora, 2017)

Tabla N° 63: PROYECTO 7

PROYECTO 7					
Campo			Detalle		
Nombre del proyecto:			Señalización para los atractivos turísticos parroquia Sumaypamba.		
Medida que la sustenta:			Cinco pilares de gestión turística y seis programas Nacionales, Normas técnicas de señalización del MINTUR, PDOTP Sumaypamba		
Ubicación:			Parroquia Sumaypamba		
Objetivos:			General: Dotar de señalización a los atractivos turísticos de la parroquia.		
			Específicos: <ul style="list-style-type: none"> • Ubicar señalización turística en puntos estratégicos de acceso a los atractivos. • Colocar señalética dentro de los atractivos turísticos. 		
Visión de futuro			Los atractivos turísticos de Sumaypamba cuentan con adecuada señalización brindando comodidad y seguridad a turistas y visitantes.		
Tiempo estimado de implementación			1 año		
Beneficiarios			Comunidad, turistas, visitantes, oferta turística.		
Medio	Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Inventario general de la oferta turística	Inventariar la oferta turística de la parroquia	GAD Parroquial Sumaypamba	1 mes	\$ 600,00	Informe final

Estudio de materiales nativos para diseño de señalética	Diseño de los letreros con materiales nativos para mantener el equilibrio ecológico.	GAD Parroquial Sumaypamba	3 meses	\$ 800,00	Evaluación, informe final
Establecer puntos estratégicos para ubicación de letreros	Información obtenida para puntos estratégicos	GAD Parroquial Sumaypamba, MINTUR, Equipo técnico	2 meses	\$ 500,00	Información documentada, material fotográfico
Adquisición de la señalización de los diferentes atractivos turísticos	Señalización instalada en puntos estratégicos.	GAD Parroquial Sumaypamba, MINTUR, Equipo técnico.	6 meses	\$ 3200,00	Señalética adquirida e instalada
TOTAL DEL PROYECTO			\$ 5.100,00		

Fuente: Investigación, 2016
Elaboración: (La Autora, 2017)

PROGRAMA 3:

NOMBRE DEL PROGRAMA: Desarrollo cultural.

Tabla N° 64: PROYECTO 8

PROYECTO 8	
Campo	Detalle
Nombre del proyecto:	Capacitación y formación del recurso humano para un buen manejo y desarrollo de la actividad turística.
Medida que la sustenta:	Cinco pilares de gestión turística y seis programas Nacionales, PDOTP Sumaypamba
Ubicación:	Parroquia Sumaypamba
Objetivos:	General: capacitar y formar a la localidad para el buen manejo de la actividad turística.
	Específicos: <ul style="list-style-type: none"> • Capacitar a la comunidad sobre la actividad turística sustentable.

	<ul style="list-style-type: none"> Involucrar a los habitantes de la zona a la formación de guías. 				
Visión de futuro	Personas capacitadas en el ámbito turístico.				
Tiempo estimado de implementación	Comunidad, turistas, visitantes				
Beneficiarios	1 año				
Medio	Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Capacitación en formación turística	Fomentar en la comunidad la cultura turística.	MINTUR, GAD Parroquial Sumaypamba	30 horas	\$ 900,00	Registro de asistencias Certificados
Capacitación en seguridad turística.	Acciones futuras para brindar mayor seguridad al turista o visitante.	MINTUR, GAD Parroquial Sumaypamba	20 horas	\$ 600,00	Registro de asistencias Certificados
Capacitación en sensibilización ciudadana en turismo sostenible	Brindar información a la comunidad para un desarrollo responsable del turismo	MINTUR, GAD Parroquial Sumaypamba	20 horas	\$ 600,00	Registro de asistencias Certificados
TOTAL DEL PROYECTO		\$ 2100,00			

Fuente: Investigación, 2016
Elaboración: (La Autora, 2017)

PROGRAMA 4:

NOMBRE DEL PROGRAMA: Desarrollo económico social

Tabla N° 65: PROYECTO 9

PROYECTO 9	
Campo	Detalle
Nombre del proyecto:	Implementar actividades de agroturismo para el desarrollo turístico del sector.

Medida que la sustenta:		Cinco pilares de gestión turística y seis programas Nacionales, Plan del buen vivir Ecuador 2013-2017, MAGAP, GAD Parroquial Sumaypamba.			
Ubicación:		Parroquia Sumaypamba			
Objetivos:		General: Diseñar programas de capacitación sobre la producción agrícola orientada a los productores pequeños, medianos y organizaciones campesinas.			
		Específicos: <ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer las capacidades de los productores en el manejo de cultivos y técnicas de producción • Aprovechar la producción agrícola y promover el agroturismo en la parroquia. • Capacitar a la comunidad para involucrarse a la actividad agro turística y fomenten el desarrollo del turismo en el sector. 			
Visión de futuro		Potenciar la producción agrícola y el desarrollo turístico a través del agroturismo.			
Tiempo estimado de implementación		2 años			
Beneficiarios					
Medio	Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Convenio con el MAGAP para solicitar capacitaciones	Programas de capacitación otorgadas por el profesionales del MAGAP	MAGAP, GAD Parroquial Sumaypamba.	4 meses	\$ 600	Convenio firmado
Manual de buenas prácticas para la producción agrícola elaborado por el MAGAP.	Transmitir de Conocimientos a los pequeños productores para mejorar la producción agrícola	MAGAP, Consultor externo.	8 meses	\$ 800,00	Manual entregado Informe final
Elaboración de un plan de agroturismo	Involucrar a los turistas y visitantes en actividades	MINTUR, Consultor externo	6 meses	\$ 400,00	Informe final

	agrícolas y artesanales				
Convenio con la Prefectura de Loja para mejorar el centro de acopio Sumaypamba.	Readecuación del centro de acopio para la expensa de los productos agrícolas.	Prefectura de Loja, GAD Parroquial Sumaypamba.	10 meses	\$ 5.000,00	Convenio firmado Fotografías
TOTAL DEL PROYECTO			\$6.800,00		

Fuente: Investigación, 2016

Elaboración: (La Autora, 2017)

Tabla N° 66: PROYECTO 10

PROYECTO 10	
Campo	Detalle
Nombre del proyecto:	Gestionar la creación de planta turística y mejoramiento de servicios básicos en la parroquia Sumaypamba.
Medida que la sustenta:	Cinco pilares de la gestión turística y seis programas nacionales, POYDT Sumaypamba.
Ubicación:	Parroquia Sumaypamba
Objetivos:	General: generar mecanismos de inversión, creación, implementación y mejoramiento de la planta turística y servicios básicos.
	Específicos: <ul style="list-style-type: none"> • Contar con un estudio de factibilidad del proyecto planta turística parroquial. • Incrementar la dotación de servicios básicos en los espacios turísticos parroquiales
Visión de futuro	Contar con planta turística comunitaria de calidad, con buena rentabilidad y crecimiento sostenible.
Tiempo estimado de implementación	2 años

Beneficiarios			Comunidad, turistas, visitantes		
Medio	Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Estudio de factibilidad del proyecto planta turística comunitaria para Sumaypamba	Contar con un estudio de factibilidad del proyecto planta turística parroquial para tener una perspectiva más acorde a la realidad y proyección al futuro turístico.	GAD Parroquial, UTPL	6 meses	\$ 3.000,00	Informe final
Mejoramiento de la dotación agua potable, y otros servicios de saneamientos en los respectivos barrios.	Tener cobertura de agua potable y otros servicios de saneamiento en los espacios turísticos.	GAD Parroquial Sumaypamba, Consorcio PROTOS-CEDIR	6 meses	\$50.000,00	Informe final Fotografías
TOTAL DEL PROYECTO			\$53.000,00		

Fuente: Investigación, 2016
Elaboración: (La Autora, 2017)

Tabla N° 67: PROYECTO 11

PROYECTO 11	
Campo	Detalle
Nombre del proyecto:	Fomentar el microemprendimiento en la parroquia Sumaypamba.
Medida que la sustenta:	Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), GAD Provincial Loja
Ubicación:	Parroquia Sumaypamba
Objetivos:	General: Promover emprendimientos pequeños en el sector.
	Específicos: <ul style="list-style-type: none"> • Capacitar a la comunidad emprendedora, de la parroquia.

	<ul style="list-style-type: none"> Fomentar el desarrollo turístico a través de los micros emprendimientos artesanales, agrícolas y comunitarios, de la misma firma generar ingresos y fuentes de trabajo. 				
Visión de futuro	Microempresarios fomentando el desarrollo turístico a través de sus productos.				
Tiempo estimado de implementación	2 años				
Beneficiarios	Comunidad, turistas, visitantes				
Medio	Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Capacitaciones de emprendimiento a la comunidad.	Generar proyectos de emprendimiento para una óptima inversión.	Centros de Desarrollo Empresarial y Apoyo al Emprendimiento (Cdeae)	20 horas	\$ 600,00	Certificados de capacitaciones
Capacitaciones sobre la Pre estudio de inversión para emprendedores de la parroquia Sumaypamba	Costo total de la inversión para los micro emprendimientos	Consultor Externo, contador	10 horas	\$300,00	Certificados de capacitaciones
Instituciones u organizaciones financieras	Apoyen a los micro emprendedores de la comunidad	Bancos, cooperativas,	2 meses	\$200,00	Informe sobre las facilidades de crédito o apoyo
Ejecución de las propuestas de los micro emprendimientos	Desarrollen sus ideas expuestas de los micro emprendimientos	GAD Parroquial, MIPRO	10 meses	—	Propuestas de micro emprendimientos por parte de la comunidad
TOTAL DEL PROYECTO			\$1.100,00		

Fuente: Investigación, 2016
 Elaboración: (La Autora, 2017)

3.3.2 Presupuesto total tentativo previsto para la ejecución de proyectos.

En el siguiente cuadro se ha obtenido un resumen del presupuesto de los catorce proyectos que se elaboró para la parroquia Sumaypamba.

Tabla N°68. Presupuesto total tentativo

PROGRAMA 1		
DESCRIPCIÓN	VALOR	TOTAL
PROYECTO 1	6 075.200,00	
PROYECTO 2	1.600,00	
TOTAL DEL PROGRAMA 1		\$6 076.800,00
PROGRAMA 2		
DESCRIPCIÓN	VALOR	TOTAL
PROYECTO 1	2.300,00	
PROYECTO 2	1. 500,00	
PROYECTO 3	2.480,00	
PROYECTO 4	3.800,00	
PROYECTO 5	5.100,00	
TOTAL DEL PROGRAMA 2		\$ 15.180,00
PROGRAMA 3		
DESCRIPCIÓN	VALOR	TOTAL
PROYECTO 1	850,00	
TOTAL DEL PROGRAMA 3		\$ 850,00
PROGRAMA 4		
DESCRIPCIÓN	VALOR	TOTAL
PROYECTO 1	6.800,00	
PROYECTO 2	53.000,00	
PROYECTO 3	1.100,00	
TOTAL DEL PROGRAMA 4		60.900,00
TOTAL DEL PLAN ESTRATEGICO		6.153.730,00

Fuente: Investigación, 2016

Elaboración: (La Autora, 2017)

3.4 Propuesta de creación de productos turísticos

Sumaypamba es una parroquia joven que se encuentra en medio de montañas, paisajes impresionantes, exuberante vegetación, un clima predominante de frío y calor. También es

poseedora de una exquisita gastronomía, y una gran variedad de actividades turísticas para los visitantes.

Cabe recalcar que un producto turístico ante todo es un producto de servicio y la estructura del mismo se fundamenta en estudios previamente realizados, en este caso según los inventarios de los atractivos y el análisis de la oferta turística. Se aplicó el método Delphi para obtener información y la percepción de expertos en cuanto a la creación de productos turísticos.

Lo anteriormente expuesto ha permitido crear propuesta de un diseño de producto turístico para la parroquia, que incorporen elementos culturales y naturales propios del sector y la comunidad, al mismo tiempo esta propuesta implementara una alternativa de turismo ecológico-comunitario e impulsará el desarrollo económico del sector.

3.5 Producto turístico

3.5.1 Elaboración de los paquetes turísticos

Determinación del costo total de los servicios que incluirán en el paquete.

Tabla N°69. Definición del costo.

Costos de servicios paquete	
Servicios	Valor
Hospedaje (Camping)	\$ 10,00
Desayuno	\$ 2,50
Almuerzo (Pesca deportiva)	\$ 8,00
Refrigerio	\$ 2,00
Cena	\$ 3,00
Transporte	\$ 22,00
Guía (visita a la laguna "Las Cochas")	\$ 25,00
Total	\$ 72,50

Fuente: Investigación, 2016

Elaboración: (La Autora, 2016)

En la tabla anterior se observa el costo de los servicios que incluirán en el paquete turístico, cabe recalcar que el único costo que varía es el de hospedaje (camping) en el caso del full day y el transporte debido a que la salida se la realizara desde 3 puntos: Loja, Saraguro, Santa Isabel.

A continuación se calculara el precio de venta al público del paquete.

Fijación de precios de venta al público.

Para realizar el cálculo de la fijación de precios de venta al público se ha considerado primero calcular los costos totales del servicio, obtenidos en el cuadro anterior y por último calcular el margen de utilidad por medio del Mark-up con un porcentaje deseado en este caso del 20%, finalmente se determina el precio de venta al público el mismo que se puede promocionar y vender por medio de agencias de viajes u operadoras de turismo.

- Cálculo del Mark-up

$$\begin{aligned}\text{Mark-up} &= \% \text{ deseado} / 100 - \text{porcentaje deseado} \times 100 \\ &= 20 / 100 - 20 \times 100 = \mathbf{25\%}\end{aligned}$$

El cálculo del Mark-up nos indica que el 25% será la utilidad sumada a los costos totales del paquete para fijar el precio final al cliente, por otro lado se ha considerado un 11.11% de utilidad en caso que existan intermediarios en la venta de los paquetes turísticos, en las tablas N°71, 73,75 se observará de manera más clara el cálculo de la fijación de los precios.

A continuación se detallarán cada uno de los paquetes turísticos:

- **PAQUETE TURÍSTICO 1:** Conociendo el encanto natural y cultural de Sumaypamba.

Mercado Objetivo: Turismo interno y externo

Mercado emisor: Nacional e Internacional

Modalidad: Turismo ecológico y comunitario

Descripción: este paquete dará a conocer la parroquia Sumaypamba, en su entorno natural cultural, gastronómico y además poder disfrutar de todas las actividades comunitarias que brindará a todos los turistas y visitantes.

ITINERARIO

Día 1: el punto de encuentro será en el parque central del cantón Saraguro a las 7:30am, aquí se procederá al desayuno típico/continental y se dará una breve explicación de los servicios y actividades que incluye el paquete turístico. Seguidamente nos trasladaremos a la parroquia Sumaypamba, en el transcurso del camino se pasará por un mirador llamado San Vicente donde nos detendremos para que puedan apreciar los paisajes y a su vez tomar fotografías, alrededor de las 11h15 es la llegada al destino, visitaremos la iglesia, parque y el barrio de Sumaypamba, luego se procederá a visitar las piscinas de tilapia donde podrán realizar pesca

deportiva y ver el procedimiento de preparación del mismo, el cual será servido en su almuerzo, se tomara un tiempo estimado para el descanso; después del descanso se visitara las dos molindas de la parroquia, ubicada en los barrios playas y tarabita; donde los turistas podrán observar el proceso de la bebida típica “Mapanahua” y “Chicha”, así mismo degustar del delicioso jugo de caña, y agua de pipa; habrá el espacio para que puedan caminar e ir observando la vegetación del lugar y a su vez tomar su refrigerio ellos mismos desde los árboles frutales, terminado las actividades planificadas, finalmente se van a deleitar de una deliciosa merienda preparada por las familias del sector. Fin del servicio

Ubicación: cantón Saraguro, parroquia Sumaypamba y sus respectivos barrios.

Punto de encuentro: Parque central de Saraguro.

Recorrido: Guiado

Salida: desde Saraguro

Tabla N°70. Paquete turístico “Conociendo en encanto natural y cultural de Sumaypamba”.

Conociendo el encanto natural y cultural de Sumaypamba	
	
Infraestructura y facilidades	Para llegar a la parroquia se cuenta con un sistema vial de tercer orden, actualmente no hay señalética para acceder a los atractivos.
Día 1	
Hora	Actividades

7h30	Desayuno típico/continental
8h15	Traslado a la parroquia Sumaypamba
11h15	Llegada a la parroquia
11h30	Visita a la iglesia, parque y el barrio Sumaypamba.
12h30	Almuerzo y descanso (visita a las piscinas de tilapia)
15h30	Visita a las dos molindas de la parroquia
16h30	Refrigerio (frutas tropicales del lugar)
17h30	Merienda
18h00	FIN DEL SERVICIO

Fuente y elaboración: (La Autora, 2017)

Segmento: este producto va dirigido a personas adultas, familias y jóvenes.

Dificultad: baja-media

Observaciones: las caminatas que se van a realizar son cortas y no generan mayor dificultad o Agotamiento físico.

Recomendaciones: se recomienda llevar ropa cómoda y ligera, zapatos deportivos, cámara fotográfico o de video, repelente, protector solar, gorra o sombrero y abundante agua.

Costo del paquete: el precio de venta al público: \$78,13 y el precio de venta al público por intermediarios: \$86,81.

Tabla N°71. Costos del paquete 1

Conociendo el encanto natural y cultural de Sumaypamba				
Duración Full Day (todo el día)				
CANTIDAD	DETALLE	1 PAX	5 PAX	12 PAX
1	Transporte	\$22	\$20	\$18
1	Guianza	\$25	\$25	\$25
1	Desayuno	\$2,5	\$2,5	\$2,5
1	Almuerzo	\$8	\$8	\$8
1	Merienda	\$3	\$3	\$3
1	Refrigerio	\$2	\$2	\$2
Subtotal 1		\$62,50	\$60,5	\$58,5
Subtotal2		\$54,82	\$53,07	\$51,32
14%	Impuesto	\$7,68	\$7,43	\$7,18
Costo Total		\$62,50	\$60,50	\$58,50
25%	Utilidad	\$15,63	\$15,13	\$14,63
Precio de venta		\$78,13	\$75,63	\$73,13
11.11%	Intermediarios	\$8,68	\$8,4	\$8,12
Precio de venta intermediarios		\$86,81	84,03	\$81,25

Fuente y elaboración: (La Autora, 2017)

- **PAQUETE TURÍSTICO 2:** Conociendo el encanto natural y cultural de Sumaypamba.

Mercado Objetivo: Turismo interno y externo

Mercado emisor: Nacional e Internacional

Modalidad: Turismo ecológico y comunitario

Descripción: este paquete dará a conocer la parroquia Sumaypamba, en su entorno natural cultural, gastronómico y además poder disfrutar de todas las actividades comunitarias que brindara a todos los turistas y visitantes.

ITINERARIO

Día 1: el punto de encuentro será en el parque bolívar de la ciudad de Loja a las 6:00am, nos trasladaremos al cantón Saraguro aquí se procederá al desayuno típico/continental y se dará una breve explicación de los servicios y actividades que incluye el paquete turístico. Seguidamente nos trasladaremos a la parroquia Sumaypamba, alrededor de las 11h45 es la llegada al destino, visitaremos la iglesia, parque y el barrio de Sumaypamba, después del almuerzo y descanso se visitara las dos molindas de la parroquia, ubicada en los barrios playas y tarabita; donde los turistas podrán observar el proceso de la bebida típica “Mapanahua” y “Chicha”, así mismo degustar del delicioso jugo de caña, y agua de pipa; habrá el espacio para que puedan observar la vegetación del lugar y tomar su refrigerio ellos mismos desde los árboles frutales, una vez terminado las actividades planificadas; prepararan sus carpas para el descanso, finalmente van a deleitar de una deliciosa cena preparada por las familias del sector y disfrutar de una noche cultural con la comunidad.

Día 2: luego de despertar con los melodiosos sonidos de los pájaros, tomaran su desayuno típico/continental, a las 9h30 se realizara la visita a las terrazas agrícolas de los barrios de la parroquia, indicando los productos más sobresalientes, así como sus procesos de siembra y cosecha, seguidamente se visitaran las piscinas de tilapia; donde los turistas podrán pescar y observar el proceso de preparación de la misma para degustar este exquisito plato típico, alrededor de las 14h00 y después de haber tomado un descanso, nos trasladaremos al barrio Mostazapamba para ir hasta el mirador “San Vicente”; aquí podrán apreciar impresionantes paisajes y tomar fotografías, a pocos minutos se encuentra el barrio Las Cochas; donde visitaremos la laguna “Las Cochas” y de la misma forma podremos apreciar su entorno natural, se les brindara un refrigerio para finalmente retornar al cantón Saraguro; y cenar en un tradicional restaurante frente al parque central. Fin del servicio.


Ubicación: cantón Saraguro, parroquia Sumaypamba y sus respectivos barrios.

Punto de encuentro: Parque central de Saraguro.

Recorrido: Guiado

Salida: Desde la ciudad de Loja

Tabla N°72. Paquete turístico “Conociendo en encanto natural y cultural de Sumaypamba”.

Conociendo el encanto natural y cultural de Sumaypamba	
	
Infraestructura y facilidades	Para llegar a la parroquia se cuenta con un sistema vial de tercer orden, actualmente no hay señalética para acceder a los atractivos.
Día 1	
Hora	Actividades
6h00	Encuentro en el parque bolívar de la ciudad de Loja.
8h00	Llegada al cantón Saraguro
8h30	Salida a la parroquia Sumaypamba
11h45	Visita a la iglesia, parque y el barrio Sumaypamba.
12h30	Almuerzo y descanso
15h00	Visita a las dos molindas de la parroquia
16h00	Refrigerio (frutas tropicales del lugar)
17h30	Montaje de tiendas de acampar
18h00	Cena
19H00	Noche cultural con la comunidad
20h00	FIN DEL SERVICIO
Día 2	
Hora	Actividades

8h30	Desayuno típico/continental
9h30	Visita a las terrazas agrícolas de los barrios de la parroquia
10h30	Visita a las piscinas de tilapias
11h30	Pesca deportiva (tilapias), preparación de las mismas.
12h30	Almuerzo (Degustación de la gastronomía típica)
14h00	Visita al Mirador "San Vicente"(Barrio Mostazapamba)
15h00	Visita a la laguna las "Cochas".
16h00	Refrigerio (frutas tropicales del lugar)
16h30	Traslado al cantón Saraguro
18h30	Cena (Frente al parque central Saraguro)
19h00	FIN DEL SERVICIO

Fuente y elaboración: (La Autora, 2017)

Segmento: este producto va dirigido a personas adultas, familias y jóvenes.

Duración: Dos días-1 noche

Dificultad: baja-media

Observaciones: las caminatas que se van a realizar son cortas y no generan mayor dificultad o agotamiento físico.

Recomendaciones: se recomienda llevar ropa cómoda y ligera, zapatos deportivos, cámara fotográfico o de video, repelente, protector solar, gorra o sombrero y abundante agua.

Costo del paquete: el precio de venta al público: \$112,50 y el precio de venta al público por intermediarios: \$125,00.

Tabla N°73. Costos del paquete 2

Conociendo el encanto natural y cultural de Sumaypamba				
Duración: 2 días/ 1 noche				
CANT	DETALLE	1 PAX	5 PAX	12 PAX
1	Hospedaje	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
1	Transporte	\$ 24,00	\$ 22,00	\$ 20,00
1	Guianza	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00
2	Desayunos	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
2	Almuerzos	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00
2	Meriendas	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00
2	Refrigerios	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00
Subtotal 1		\$ 90,00	\$ 88,00	\$ 86,00
Subtotal 2		\$ 78,94	\$ 77,19	\$ 75,44
14%	Impuesto	\$ 11,06	\$ 10,81	\$ 10,56
Costo Total		\$ 90,00	\$ 88,00	\$ 86,00
25%	Utilidad	\$ 22,50	\$ 22,00	\$ 21,50
Precio de venta		\$ 112,50	\$ 110,00	\$ 107,50
11.11%	Intermediarios	\$ 12,50	\$ 12,22	\$ 11,94

Precio de venta intermediarios	\$ 125,00	\$ 122,22	\$ 119,44
---------------------------------------	------------------	------------------	------------------

Fuente y elaboración: (La Autora, 2017)

- **PAQUETE TURÍSTICO 3:** Conociendo el encanto natural y cultural de Sumaypamba.

Mercado Objetivo: Turismo interno y externo

Mercado emisor: Nacional e Internacional

Modalidad: Turismo ecológico y comunitario

Descripción: este paquete dará a conocer la parroquia Sumaypamba, en su entorno natural cultural, gastronómico y además poder disfrutar de todas las actividades comunitarias que brindara a todos los turistas y visitantes.

ITINERARIO

Día 1: el punto de encuentro será en el parque central del cantón Santa Isabel a las 9:00am, aquí se procederá al desayuno tradicional/continental y se dará una breve explicación de los servicios y actividades que incluye el paquete turístico. Seguidamente nos trasladaremos a la parroquia Sumaypamba, alrededor de las 11h00 es la llegada al destino, visitaremos la iglesia, parque y el barrio de Sumaypamba, después del almuerzo y descanso se visitara las dos molindas de la parroquia, ubicada en los barrios playas y tarabita; donde los turistas podrán observar el proceso de la bebida típica “Mapanahua” y “Chicha”, así mismo degustar del delicioso jugo de caña, y agua de pipa; habrá el espacio para que puedan observar la vegetación del lugar y tomar su refrigerio ellos mismos desde los árboles frutales, una vez terminado las actividades planificadas; prepararan sus carpas para el descanso, finalmente van a deleitar de una deliciosa merienda preparada por las familias del sector y disfrutar de una noche cultural con la comunidad.

Día 2: luego de despertar con los melodiosos sonidos de los pájaros, tomaran su desayuno típico/continental, a las 9h30 se realizara la visita a las terrazas agrícolas de los barrios de la parroquia, indicando los productos más sobresalientes, así como sus procesos de siembra y cosecha, seguidamente se visitaran las piscinas de tilapia; donde los turistas podrán pescar y observar el proceso de preparación de la misma para degustar este exquisito plato típico, alrededor de las 14h00 y después de haber tomado un descanso, nos trasladaremos al barrio Mostazapamba para ir hasta el mirador “San Vicente”; aquí podrán apreciar impresionantes paisajes y tomar fotografías, a pocos minutos se encuentra el barrio Las Cochas; donde visitaremos la laguna “Las Cochas” y de la misma forma podremos apreciar su entorno natural, se les brindara un refrigerio para finalmente retornar al cantón Santa Isabel; y merendar en un

restaurante cerca al parque, donde también podrán encontrar un lugar de recreación nocturna para los que se queden un día más en el cantón. Fin del servicio.


Ubicación: Cantón Saraguro, parroquia Sumaypamba y sus respectivos barrios.

Punto de encuentro: Parque central de Saraguro.

Recorrido: Guiado

Salida: Desde el cantón Santa Isabel.

Tabla N°74. Paquete turístico “Conociendo en encanto natural y cultural de Sumaypamba”.

Conociendo el encanto natural y cultural de Sumaypamba	
	
Infraestructura y facilidades	Para llegar a la parroquia se cuenta con un sistema vial de tercer orden, actualmente no hay señalética para acceder a los atractivos.
Día 1	
Hora	Actividades
9h00	Desayuno tradicional/continental
9h45	Traslado a la parroquia Sumaypamba
11h00	Llegada a la parroquia
11h30	Visita a la iglesia, parque y el barrio Sumaypamba.
12h30	Almuerzo y descanso
15h00	Visita a las dos moliendas de la parroquia
16h00	Refrigerio (frutas tropicales del lugar)
17h30	Montaje de tiendas de acampar
18h00	Cena
19H00	Noche cultural con la comunidad
20h00	FIN DEL SERVICIO
Día 2	
Hora	Actividades

8h30	Desayuno típico/continental
9h30	Visita a las terrazas agrícolas de los barrios de la parroquia
10h30	Visita a las piscinas de tilapias
11h30	Pesca deportiva (tilapias), preparación de las mismas.
12h30	Almuerzo (Degustación de la gastronomía típica)
14h00	Visita al Mirador "San Vicente"(Barrio Mostazapamba)
15h00	Visita a la laguna las "Cochas".
16h00	Refrigerio (frutas tropicales del lugar)
16h30	Traslado al cantón Santa Isabel
18h30	Cena (cerca al parque de Santa Isabel)
19h00	FIN DEL SERVICIO

Fuente y elaboración: (La Autora, 2017)

Segmento: este producto va dirigido a personas adultas, familias y jóvenes.

Dificultad: baja-media

Observaciones: las caminatas que se van a realizar son cortas y no generan mayor dificultad o agotamiento físico.

Recomendaciones: se recomienda llevar ropa cómoda y ligera, zapatos deportivos, cámara fotográfico o de video, repelente, protector solar, gorra o sombrero y abundante agua.

Costo del paquete: el precio de venta al público: \$97,50 y el precio de venta al público por intermediarios: \$108,33.

Tabla N°75. Costos del paquete 3

Conociendo el encanto natural y cultural de Sumaypamba				
Duración 2 días/ 1 noche				
CANT	DETALLE	1 PAX	5 PAX	12 PAX
1	Hospedaje	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
1	Transporte	\$ 12,00	\$ 10,00	\$ 8,00
1	Guianza	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00
2	Desayunos	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
2	almuerzos	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00
2	meriendas	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00
2	Refrigerios	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00
Subtotal 1		\$ 78,00	\$ 76,00	\$ 74,00
Subtotal2		\$ 68,42	\$ 66,67	\$ 64,91
14%	Impuesto	\$ 9,58	\$ 9,33	\$ 9,09
Costo Total		\$ 78,00	\$ 76,00	\$ 74,00
25%	Utilidad	\$ 19,50	\$ 19,00	\$ 18,50
Precio de venta		\$ 97,50	\$ 95,00	\$ 92,50
11.11%	Intermediarios	\$ 10,83	\$ 10,55	\$ 10,28
Precio de venta intermediarios		\$ 108,33	\$ 105,55	\$ 102,78

Fuente y elaboración: (La Autora, 2017)

CONCLUSIONES

- El PEDTS desarrollado para la parroquia Sumaypamba permitirá el progreso turístico del sector con la ejecución de los programas y proyectos planteados, los mismos que buscan desarrollar el turismo sostenible así como la conservación de los espacios turísticos parroquiales, rescatar los recursos culturales, implementar una planta turística comunitaria, mejorar la infraestructura, los servicios básicos, conectividad, movilidad, y por último crear, promocionar e implementar el producto turístico en Sumaypamba.
- La ejecución del PEDTS, dará a la comunidad la oportunidad de desarrollar la actividad turística y consolidar como una alternativa de turismo.
-
- La parroquia Sumaypamba no cuenta con profesionales capacitados en el ámbito turístico que gestionen o trabajen directamente en el sector.
- La parroquia no cuenta con planta turística suficiente, lo que da como consecuencia la poca oferta de servicios turísticos.
- No hay señalización para llegar a la parroquia ni a sus atractivos turísticos
- Se identificaron e inventariaron cuatro atractivos culturales y dos atractivos naturales para ser aprovechados en la actividad turística; enfocados a impulsar el turismo comunitario y ecológico en la zona.
- En el desarrollo del proyecto se utilizó la metodología cualitativa Delphi que permitió analizar la perspectiva de expertos para facilitar la creación de productos turísticos en la parroquia.
- El diseño de nuevos productos turísticos promueven la creación de nuevas alternativas de desarrollo turístico dinamizando la actividad económica de la parroquia.
- Entre los proyectos propuestos en la presente investigación menciono que el primero se lo incluyo por petición de las autoridades locales del sector.

RECOMENDACIONES

- Socializar el PEDTS con la comunidad para dar a conocer los programas, proyectos del plan que permitirán implementar y optimizar el funcionamiento de la actividad turística en el sector, de la misma forma crear un vínculo que pueda involucrar a la comunidad y autoridades en el trabajo conjunto del turismo.
- Gestionar convenios con las entidades públicas y privadas, con el personal técnico para capacitaciones y talleres a realizarse en cada uno de los proyectos.
- Realizar las capacitaciones a la comunidad sobre la concientización turística y educación ambiental para el desarrollo responsable de actividades turísticas.
- Fortalecer la promoción y el marketing turístico de esta localidad, con la finalidad de expandir su difusión y conquistar nuevos mercados.
- Se recomienda que las actividades a desarrollarse sean ejecutadas sobre la base de los cinco pilares de gestión turística y seis programas nacionales, debido a que es una herramienta fundamental dentro de la gestión turística.

BIBLIOGRAFIA

- Acerenza, M. Á. (2007). *Desarrollo Sostenible y Gestión del Turismo*. Mexico: Trillas.
- Acerenza, M. A. (2014). *Política Turística y Planificación del Turismo*. Mexico : Trillas .
- Bercial, R. A. (2002). *Turismo Sostenible*. Madrid: Iepala.
- Boullón, R. C. (2004). *Planificación del Espacio Turístico*. México: Trillas.
- Chavez de la Peña, J. (2005). *Ecoturismo TAP*. Mexico: Trillas.
- Chiavenato, S. I. (2011). *Planificación Estratégica fundamentos y aplicaciones*. México: Elsevier Editora Ltda.
- Crosby, A., & Moreda, A. (1996). *Elementos Basicos para un Turismo Sostenible en Areas Naturales*. Madrid: Viriato, 20.
- Fred, D. (2008). *Conceptos de Administracion Estrategica*. Mexico: Pearson Educacion.
- GADMIS. (2015). *INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURISTICOS DEL CANTÓN SARAGURO*.
- GARCIA C, R., & OLMOS, L. (2011). *Estructura del mercado turístico*. España: Ediciones Paraninfo S.A.
- GOC. (Noviembre de 2016). *GOC*. Obtenido de <http://www.gocnetworking.com/que-es-el-metodo-delphi-y-para-que-se-utiliza/>
- Gurria, M. (1991). *Introduccion al Turismo*. Mexico: Trillas.
- INEC. (2010). *Sistema Nacional de Informacion*. Obtenido de <http://sni.gob.ec/inicio>
- INEC-CPV. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>
- Larco, M. L. (2014). *Desarrollo de Turismo Comunitario en la parroquia Tumbabiro, Cantón Urcuquí provincia de Imbabura*. Loja.
- Lerma, A. E., & Bárcena Juárez, S. (2012). *Planeación estratégica por áreas funcionales*. México: Grupo editor sa.
- MATHIESON, A., & WALL, G. (1992). *TRANSFORMACIONES DE LAS TENDENCIAS TURÍSTICAS Y SU INFLUENCIA EN EL MEDIO AMBIENTE*.
- Ministerio de Turismo. (2014). *Ley de Turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/LEY-DE-TURISMO-2014.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2015). *Anuario de Estadísticas*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/anuario-de-estadisticas-turisticas/anuario-2010-2014/244>
- MINTUR. (2016). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/ejes-estrategicos/>

- MINTUR. (2016). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/biblioteca/>
- Ojeda, A. G. (2015). *PCR*. Obtenido de http://www.ratingspcr.com/uploads/2/5/8/5/25856651/sectorial_hotelero.pdf
- OMT. (1993). *Organizacion Mundial del Turismo* . Obtenido de <http://ethics.unwto.org/es/content/codigo-etico-mundial-para-el-turismo-articulo-2>
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. (s.f). Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- PDYOTPS. (2014). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Sumaypamba*. Loja.
- Pérez de las Heras, M. (2012). *La Guía de Ecoturismo*. Madrid: Mundi-Prensa.
- Plan Nacional del buen vivir . (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/agenda-zona7>
- Romero, A. F. (2004). *Direccion y planificacion estrategica en las empresas y organizaciones*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos.
- Sandoval, E. R. (2006). *Ecoturismo; Operación técnica y gestión ambiental*. México: Trillas.
- Santana Moncayo, C. A., & Atiencia Hoyos, M. C. (Febrero de 2014). *Turismo Comunitario.Reflexiones*. Obtenido de <http://biblio.ecotec.edu.ec/revista/edicionespecial/TURISMO%20COMUNITARIO.pdf>
- Universal . (2016). *Universal* . Obtenido de <http://www.pichinchauniversal.com.ec/index.php/inicio/item/33183-el-turismo-es-la-tercera-fuente-de-ingresos-economicos-en-ecuador>
- Varisco, C. A. (14 de Enero de 2016). *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* . Obtenido de Turismo Rural Propuesta Metodologica para un Enfoque Sistemático : <http://www.redalyc.org/html/881/88143642011/>
- Viñan, M. C. (2015). *Planificacion Turistica: Guia Didactica*. Loja: EDILOJA CIA. LTDA.

ANEXOS

ANEXO 1: modelos de las entrevistas aplicadas a los gerentes de las agencias de viajes y operadoras de turismo.



UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA (Titulación de Hotelería y Turismo)

Sumaypamba es una joven parroquia que está ubicada en el valle de Yunguilla, al norte a unos 80km de la cabecera cantonal de Saraguro, provincia de Loja, se encuentra en medio de montañas, paisajes impresionantes, exuberante vegetación y un clima predominante de frío y calor. También es poseedora de una exquisita gastronomía, y una gran variedad de actividades turísticas para los visitantes.

ENTREVISTA

Con la presente entrevista se busca identificar la percepción general de los diversos actores turísticos en relación a la creación de productos turísticos en esta joven parroquia.

Datos Generales

Nombre de la empresa o institución: _____

Provincia: _____

Ciudad: _____

- 1. Según su criterio. Elija el eje temático adecuado y el segmento de la demanda que crea conveniente para la creación de un producto turístico en la parroquia Sumaypamba.**

Ecoturismo ()

Aventura ()

Comunitario ()

Otra ()

Segmento de demanda

Zona 1 (Esmeraldas, Imbabura, Carchi, Sucumbios) ____

Zona 2 (Pichincha, Napo, Orellana) ____

Zona 3 (Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Pastaza) ____

Zona 4 (Manabí, S.D. Tsachilas) ____

Zona 5 (Guayas, Sta. Elena, Los Ríos, Bolívar, Galápagos)

Zona 6 (M. Santiago, Cañar, Azuay) ____

Zona 7 (El Oro, Loja, Z. Chinchipe) ____

Zona 8 (Cantones de: Guayaquil, Samborondón y Durán) ____

Zona 9 (Distrito Metropolitano de Quito) ____

Internacional _____

Otra: _____

2. Identifique la calidad necesaria en infraestructura. (Del 1 al 5).

Instalaciones turísticas: muy malo ___ ___ ___ ___ ___ excelente

Actividades turísticas: muy malo ___ ___ ___ ___ ___ excelente

Planta turística: muy malo ___ ___ ___ ___ ___ excelente

Recursos y atractivos turísticos: muy malo ___ ___ ___ ___ ___ excelente

Servicios complementarios

- Centros de atención médica: muy malo ___ ___ ___ ___ ___ excelente
- Entidades financieras: muy malo ___ ___ ___ ___ ___ excelente
- Gasolineras: muy malo ___ ___ ___ ___ ___ excelente
- Supermercados: muy malo ___ ___ ___ ___ ___ excelente

3. Identifique la calidad necesaria en el servicio

Seguridad: muy malo ___ ___ ___ ___ ___ excelente

Gestión: muy malo ___ ___ ___ ___ ___ excelente

Recursos humanos: muy malo ___ ___ ___ ___ ___ excelente

Tecnología: muy malo ___ ___ ___ ___ ___ excelente

4. ¿Qué tipo de atractivos turísticos sería indicado al momento de crear el producto elegido?

Sitios naturales ()

Manifestaciones culturales ()

Otros _____

5. ¿Conoce usted los atractivos turísticos existentes en la parroquia Sumaypamba?

Si ()

No ()

6. De las siguientes actividades turísticas cuales cree que deberían incorporarse para crear el producto turístico elegido.

Actividades turísticas

Pesca deportiva ()

Fotografía paisajística ()

Caminatas ()

Cultivo de productos agrícolas ()

Camping ()

Visitar miradores ()

Visita a Balnearios (ríos)

Caminatas a terrazas agrícolas ()

Observación de flora y fauna ()

Actividades turísticas Culturales

Visita a iglesias ()

Participación Cultural ()

Participación en festejos, rituales, música, danza ()

Visita a talleres artesanales ()

Degustación de comidas y bebidas típicas ()

7. ¿Qué itinerarios sugiere crear para el futuro consumo?

Indicar opciones como half day, full day o los posibles programas adecuados para el consumo del producto sugerido.

8. Sugiera criterios idóneos para la creación de un producto turístico en la parroquia mencionada.

ENTREVISTA 2

"Propuesta para la creación de productos turísticos para la parroquia Sumaypamba".

La presente encuesta tiene como objetivo identificar los aspectos específicos de los componentes del producto turístico en desarrollo.

1. Según su criterio. Elija la (s) opción (es) idónea (s) para crear un producto turístico comunitario.

Público

Individual ()

Juvenil ()

Familiar ()

Actividades

Fotografía paisajística ()

Cultivo de productos agrícolas ()

Caminatas cortas y largas ()

Visita cultural del pueblo ()

Otro: _____

Gastronomía

Típica ()

Nacional ()

Internacional ()

Alojamiento

Hotel ()

Hotel residencia ()

Hostal ()

Pensión ()

Casas Comunitarias ()

Otro: _____

Duración

Full day ()

Dos días, una noche ()

Un paquete ajustado a la comodidad del cliente ()

Otra: _____

TURISMO COMUNITARIO

Debido a las pocas actividades turísticas que tiene la parroquia, se ha considerado pertinente enfocar el turismo comunitario como apoyo a las principales fortalezas turísticas para el desarrollo del turismo. De acuerdo a estas consideraciones:

¿Cree pertinente crear un producto turístico comunitario?

Si crear ()

No crear ()

Que sirva de apoyo ()

1. Si se llegara a crear este producto turístico en la parroquia. ¿Ud. estaría dispuesto a comercializarlo en su operadora?

ANEXO 2: Ficha de inventario de atractivos turísticos (Nueva Metodología MINTUR).



Código del atractivo:	1	1	1	1	6	0	m	c	2	1	1	1	0	1	0	0	4
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo									
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
IGLESIA "INMACULADA CONCEPCION"																	
1.2 Categoría			1.3 Tipo			1.4 Subtipo											
MANIFESTACIONES_CULTURALES			HISTÓRICAS			ARQUITECTURA (CIVIL, RELIGIOSA, MILITAR).											
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia			2.2 Cantón			2.3 Parroquia											
LOJA			SARAGURO			SUMAYPAMBA											
2.4 Calle Principal			2.5 Número			2.6 Transversal											
AV. EL ESTUDIANTE			N/A			N/A											
2.7 Barrio, Sector o Comuna			2.8 Sitio poblado más cercano														
BARRIO CENTRAL RURAL SUMAYPAMBA			SANTA ISABEL														
2.9 Latitud (grados)			2.10 Longitud (grados)			2.11 Altura (msnm)											
03°21408 S			079°20965 E			1.071											
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																	
3.1. Clima		SECO CON PEQUEÑO EXCESO DE AGUA, MESOTERMICO TEMPLADO FRIO		3.2 Temperatura(°C)		30°		3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)									
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
4.1 Tipo de Ingreso																	
4.1.1 Libre		0		4.1.2 Restringido		0		4.1.3 Pagado									
4.1.4 Precio		a. Desde \$		b. Hasta \$													
4.1.5 Forma de Pago		a. Efectivo		<input type="checkbox"/>		d. Tarjeta de Crédito		<input type="checkbox"/>									
		b. Tarjeta de Débito		<input type="checkbox"/>		e. Cheque		<input type="checkbox"/>									
		c. Transferencia		<input type="checkbox"/>		f. Otro		<input type="checkbox"/>									
4.1.6 Horario		a. Hora de Ingreso		6:00		b. Hora de Salida		18:00									
4.1.7 Atención		a. Todos los días				c. Fines de Semana y Feriados		0									
		b. Sólo días hábiles		0		d. Otro:											
Observaciones:																	
4.2 Temporalidad																	
SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>																	
Alta (meses)		<input type="checkbox"/>		Especifique:													
Baja (meses)		<input type="checkbox"/>		Especifique:													
Observaciones:																	
4.3 Facilidades para personas con discapacidad																	
SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Rampas		<input type="checkbox"/>		b. Baterías Sanitarias adecuadas		<input type="checkbox"/>		c. Personal Calificado		<input type="checkbox"/>							
d. Sistema Braille		<input type="checkbox"/>		e. Otro		<input type="checkbox"/>		Especifique:									
Observaciones:																	
5. CONECTIVIDAD Y ACCESO AL ATRACTIVO																	
5.1 Conectividad																	
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>																	
5.1.1 Terrestre		a. Primer Orden		<input type="checkbox"/>		a. Bueno		<input type="checkbox"/>		b. Regular		<input type="checkbox"/>		c. Malo		<input type="checkbox"/>	
		b. Segundo Orden		<input type="checkbox"/>		a. Bueno		<input type="checkbox"/>		b. Regular		<input type="checkbox"/>		c. Malo		<input type="checkbox"/>	
		c. Tercer Orden		<input checked="" type="checkbox"/>		a. Bueno		<input type="checkbox"/>		b. Regular		<input checked="" type="checkbox"/>		c. Malo		<input type="checkbox"/>	
5.1.2 Acuático		a. Marítimo		<input type="checkbox"/>		Describir:											
		b. Fluvial		<input type="checkbox"/>													
5.1.3 Aéreo		<input type="checkbox"/>		Describir:													
5.1.4 Otro		<input type="checkbox"/>		Describir:													

5.2 Medios de Transporte y frecuencias

5.2.1 Tipo		5.2.2 Frecuencia			
		a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual
a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Busetas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Automóvil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. 4x4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Tren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Barco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Lancha / Canoa/ Bote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Avión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Avioneta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l. Ninguno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observaciones:

5.3. Poblado Urbano más Cercano SI NO

5.3.1 Nombre del Poblado Urbano: **SANTA ISABEL**

a. Distancia al Poblado urbano más cercano	35 Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano	1:00 horas/ minutos
--	-------	--	---------------------

Observaciones:

5. PLANTA TURÍSTICA Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

5.1 Planta Turística

a. Alojamiento		# Habitaciones:		# Plazas:	
b. Alimentos y Bebidas		# Mesas:		# Plazas:	
c. Operación		Especifique:			
d. Intermediación	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
e. Transporte o movilización interno		Especifique:			
f. Guianza		Especifique:			
g. Facilidades Turísticas		Especifique:			
h. Otros		Especifique:			
i. Ninguno	<input checked="" type="checkbox"/>	Observaciones:			

5.2 Comunicación

5.2.1 Telefonía SI NO

a. Fija	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Otra	<input type="checkbox"/>
---------	-------------------------------------	----------	-------------------------------------	---------	--------------------------

Observaciones:

5.2.2 Conexión a Internet SI NO

a. En el Sitio	<input type="checkbox"/>	b. Wi-Fi	<input type="checkbox"/>
----------------	--------------------------	----------	--------------------------

Observaciones:

5.2.3 Radio Portátil SI NO

Observaciones:

5.3 Seguridad SI NO

a. Privada	<input type="checkbox"/>	b. Policía Nacional	<input type="checkbox"/>	c. Ejercito	<input checked="" type="checkbox"/>
d. Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique:			

5.4 Señalización SI NO

a. Señalización de aproximación al sitio	<input type="checkbox"/>	Estado	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>
b. Señalética en el sitio	<input type="checkbox"/>	Estado	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>

d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento	<input checked="" type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial / Comercial	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
8.2 Entorno (500 m)							
SI <input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>			
a. Alterado		b. No Alterado		c. Conservado		8	
d. Deteriorado				e. En proceso de deterioro			
Observaciones:							
8.2.1 Factores de deterioro							
8.2.1.1 Naturales				8.2.1.2 Antrópicos			
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquería	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input checked="" type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento	<input checked="" type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial / Comercial	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
8.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea							
a. El atractivo guarda armonía con el entorno				SI	1	NO	<input type="checkbox"/>
Observaciones:							

5 Otros Servicios		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>
a. Parqueadero	<input type="checkbox"/>	b. Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	c. Venta de Artesanías	<input type="checkbox"/>
d. Alquiler de equipos	<input type="checkbox"/>	e. Taxis	<input type="checkbox"/>	f. Cajero	<input type="checkbox"/>
g. Baterías Sanitarias	<input type="checkbox"/>	h. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	

Observaciones:

6 Servicios Básicos

6.1 Agua		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>
a. Potable	<input type="checkbox"/>	b. Pozo	<input type="checkbox"/>	c. Tanquero	<input type="checkbox"/>
d. Entubada	<input checked="" type="checkbox"/>	e. Río, vertiente, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Lluvia	<input type="checkbox"/>
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			

Observaciones:

6.2 Energía Eléctrica		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
a. Red de empresa eléctrica de servicio Público	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Panel Solar	<input type="checkbox"/>	c. Generador de Luz	<input type="checkbox"/>
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			

Observaciones:

6.3 Servicio de Alcantarillado		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
a. Red Pública	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Pozo Ciego	<input type="checkbox"/>	c. Pozo Séptico	<input type="checkbox"/>
d. Con descarga directa al mar, río, quebrada	<input type="checkbox"/>	e. Letrina	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>

Especifique:

Observaciones:

6.4 Recolección de Desechos		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
a. Carro Recolector	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Terreno baldío o quebrada	<input type="checkbox"/>	c. Quema de basura	<input type="checkbox"/>
d. Basura enterrada	<input type="checkbox"/>	e. Basura arrojada al río, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>

Especifique:

Observaciones:

6.5 Salud		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
a. Hospital	<input type="checkbox"/>	b. Centro de salud	<input type="checkbox"/>	c. Puesto de Salud	<input checked="" type="checkbox"/>
d. Dispensario Médico	<input type="checkbox"/>	e. Botiquín de Primeros Auxilios	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>

Especifique:

Observaciones:

7 ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN

7.1 Infraestructura/Otros (Tangibles)

a. Recorridos Autoguiados	0	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y Eventuales	0,5
d. Exhibición de piezas, muestras, bras, etc. Originales		e. Presentaciones o Representaciones en vivo	0,5
f. Muestras Audiovisuales		g. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	
h. Fotografía		i. Información del lugar	
j. Visita a Talleres		k. Otro	*

Especifique:

Observaciones:

8 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO Y ENTORNO


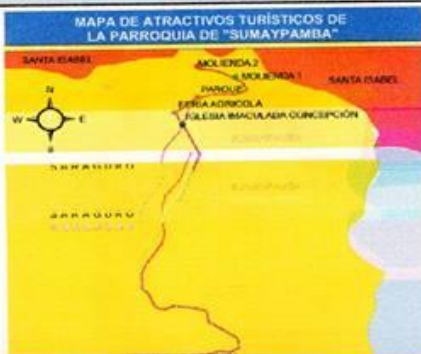
8.1 Atractivo		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
a. Alterado		b. No Alterado		c. Conservado	10
d. Deteriorado		e. En proceso de deterioro			0

Observaciones:

8.1.1 Factores de deterioro

8.1.1.1 Naturales		8.1.1.2 Antrópicos			
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>
d. Humedad	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Extractivas / Minería	<input type="checkbox"/>	f. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
		g. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	h. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>

8.4. Declaratoria del Atractivo				
Si		No <input checked="" type="checkbox"/>		
a. Denominación		b. Fecha de Declaración		
c. Alcance:		Observaciones:		
9. AMENAZAS NATURALES				
9.1 Geológicas		9.2 Meteorológicas		
a. Sismos	<input type="checkbox"/>	a. Huracanes	<input type="checkbox"/>	
b. Erupciones volcánicas	<input type="checkbox"/>	b. Deslizamientos	<input type="checkbox"/>	
c. Movimientos en masa-deslizamientos	<input type="checkbox"/>	c. Marejadas	<input type="checkbox"/>	
d. Fallas Geológicas	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Inundaciones	<input type="checkbox"/>	
e. Otros	<input type="checkbox"/>	Especifique:		
10. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA				
10.1 Afluencia	a. Nacional		b. Extranjero	
10.2 Tipo	a. Turista	b. Excursionista	a. Turista	b. Excursionista
10.3 Frecuencia				
a. Alta				
b. Media				
c. Baja				
Observaciones:		SOLO VISITAS LOCALES		
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO				
a. Local	0	b. Provincial		c. Regional
d. Nacional		e. Internacional		g. Otro <input type="checkbox"/>
Especifique:				
12. MEDIOS PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO				
a) Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL:		
b) Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre:		
c) Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:		
d) Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:		
e) Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:		
f) Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: Radio del sector		
g) Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:		NO HAY DIFUSION		
13. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS				
Si		No <input checked="" type="checkbox"/>		
14. ORDENAMIENTO TURISTICO				
a. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)		Si	<input type="checkbox"/>	No <input checked="" type="checkbox"/>
15. ADMINISTRACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO				
15.1 Nombre del Administrador:		GADP SUMAYPAMBA		
15.2 Tipo de Administrador				
a. Público	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:		
b. Privado	<input type="checkbox"/>	Especifique:		
c. Comunitario	<input type="checkbox"/>	Especifique:		
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:		

15.3 Nombre de Contacto:					
a. Teléfono:		b. Celular:			
c. Correo Electrónico:		d. Página WEB:			
Observaciones:					
16. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO					
<p>La Iglesia "Inmaculada Concepción" se encuentra ubicada en el centro del poblado, está constituida por una estructura de aproximadamente 20 metros de largo y 8 metros de ancho, consta de dos plantas y una torre a su costado izquierdo de aproximadamente 8 metros de alto, en la parte superior se puede apreciar una cruz sobre una cúpula, bajo esta un el campanario, en el centro un balcón. En su interior un altar mayor donde se puede apreciar en la parte superior la imagen de la Virgen de la Inmaculada y a sus costados los arcángeles Gabriel, Rafael en la parte derecha, y al arcángel Miguel y Guardián a su izquierda estos se encuentran pintados en el altar.</p> <p>La construcción de la Iglesia empezó en 1997, esta construcción es base de hormigón y bloque y hasta el momento no ha tenido remodelaciones.</p>					
17. ANEXOS					
a. Archivo Fotográfico					
					
Fuente:					
b. Video					
c. Croquis desde el Sitio Poblado hacia el Atractivo.					
					
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD					
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	DORIS CASTILLO	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	UTPL	Institución		Institución	
Cargo	ESTUDIANTE	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	doris15_1993@hotmail.com	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono	0999540278	Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	

ANEXO 3: Socialización del proyecto con miembros de la junta parroquial.



Figura N°38. Talleres de socialización
Fotografía: (La Autora, 2017)