



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

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

**Diseño de investigación, levantamiento de información, procesamiento y
análisis de estadísticas del turismo receptor nacional e internacional en la
ciudad de Loja año 2018.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTORAS: Aguilera Riofrío, Andrea Bernarda

Jimbo Bermeo, Jazmín Alexandra

DIRECTORA: Sánchez Cevallos, Rosario Estefanía, PhD.

LOJA – ECUADOR

2018



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>

2018

APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

PhD.

Rosario Estefanía Sánchez Cevallos

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación “Diseño de investigación, levantamiento de información, procesamiento y análisis de estadísticas del turismo receptor nacional e internacional en la ciudad de Loja año 2018”, realizado por Aguilera Riofrío Andrea Bernarda y Jimbo Bermeo Jazmín Alexandra, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, octubre de 2018

f)

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo Aguilera Riofrío Andrea Bernarda y Jimbo Bermeo Jazmín Alexandra, declaro ser la autora del presente trabajo de titulación diseño de investigación, levantamiento de información, procesamiento y análisis de estadísticas del turismo receptor nacional e internacional en la ciudad de Loja año 2018, de la Titulación de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, siendo Rosario Estefanía Sánchez Cevallos directora 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 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: Aguilera Riofrío Andrea Bernarda

Cédula: 1104936370

f:

Autora: Jimbo Bermeo Jazmín Alexandra

Cédula: 1150394284

DEDICATORIA

El presente trabajo principalmente lo dedico a Dios, por siempre guiar cada paso que doy en mi vida, darme fortaleza cuando más lo necesito y velar por mi bienestar en general. Se que sin Él nada de esto hubiera sido posible.

A mis queridos padres Humberto y Rosario, quienes son los seres más importantes para mí y han sido el pilar fundamental en mi vida, sus consejos y apoyo incondicional me dan el aliento para seguir adelante cada día y son el impulso para convertirme en una mejor persona y profesional.

A Jazmín Jimbo, quien más que mi compañera la puedo llamar amiga, siempre estuvo animándome y ayudándome en lo que estaba a su alcance.

A todos aquellos que formaron parte de este triunfo, con su granito de arena hicieron que esto sea posible y culminado con éxito.

Andrea Bernarda Aguilera Riofrío

El presente trabajo lo dedico a Dios, a la Virgen del Cisne y a mi ángel en el cielo Daniel Antonio por guiarme, brindarme sabiduría y la fuerza necesaria para enfrentar los problemas que se presentaron a lo largo de esta etapa.

A mis padres Rommel y Digna, seres maravillosos quienes siempre estuvieron apoyándome incondicionalmente con sus consejos, comprensión y amor en los momentos difíciles que afrontaba, ayudándome y formándome con valores a crecer como persona y profesional y así esta meta sea cumplida.

A mi hermano Steven, por ser quien me brinda esa alegría, motivación y sobre todo su cariño.

A mi amiga, compañera y colega Andrea Aguilera quien ha compartido su conocimiento, alegrías y tristezas sin esperar nada a cambio, gracias por todo.

A mis demás amigos y personas que durante este tiempo me han brindado su amistad, cariño y el ánimo cuando lo necesitaba.

Jazmín Alexandra Jimbo Bermeo

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica Particular de Loja, principalmente a cada uno de los docentes de la Titulación de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras por sus conocimientos impartidos a lo largo de la carrera en cada una de las materias durante el horario de clases o fuera del mismo.

De una manera muy especial, a nuestra Directora de Tesis PhD. Estefanía Cevallos Sánchez, por ser partícipe del presente trabajo, guiándonos en todo momento para poder culminarlo con éxito.

Al PhD. Christian Viñán Merecí quien desinteresadamente se ofreció a ayudarnos en el trabajo y Mgs. Tania Ochoa, ambos miembros del Tribunal, quienes con sus observaciones y sugerencias logramos realizar un trabajo de calidad.

Finalmente a nuestra familia, quienes siempre estuvieron presentes y apoyándonos de alguna manera. Gracias a todos aquellos que fueron partícipes durante la realización de nuestro trabajo de fin de titulación.

Andrea - Jazmín

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	III
DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	VI
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN	3
1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	5
1.1. Turismo.....	6
1.1.2. Definición de turista.....	6
1.1.3. Definición de visitante.....	6
1.1.4. Definición de destino.....	7
1.2. Temporada.....	7
1.3. Oferta turística.....	8
1.4. Demanda turística.....	8
1.5. Turismo receptor.....	8
1.6. Planta turística (estructura turística).....	9
1.7. Metodología empleada para determinar el perfil del turista en diversas investigaciones.....	9
1.8. Motivaciones de los turistas.....	10
2. DIAGNOSTICO SITUACIONAL.....	12
2.1. Ámbito físico.....	13
2.1.1. Ubicación y límites.....	13
2.1.2. Superficie y extensión.....	14
2.1.3. Características climáticas.....	15
2.2. Ámbito social cultural.....	15
2.2.1. Población.....	15
2.2.2. Grupos étnicos.....	15
2.2.3. Analfabetismo.....	16
2.2.4. Natalidad.....	17
2.2.5. Mortalidad.....	18
2.3. Ámbito económico productivo.....	18
2.3.1. Sector productivo primario.....	18

2.3.2.	Sector productivo secundario.....	19
2.3.3.	Sector productivo técnico.....	19
3.	PERFIL DEL VISITANTE QUE LLEGA A LA CIUDAD DE LOJA EN TEMPORADA BAJA.....	27
3.1.	Metodología.....	28
3.1.1.	Método deductivo.....	28
3.1.2.	Método histórico.....	28
3.1.3.	Método analítico.....	28
3.1.4.	Método cuantitativo.....	29
3.2.	Proceso para la recolección de datos.....	29
3.2.1.	Terminal terrestre.....	29
3.2.2.	Aeropuerto.....	38
3.3.	Perfil del turista.....	40
3.3.1.	Análisis del turismo receptor en terminal terrestre.....	40
3.3.2.	Análisis del Turismo Receptor en Aeropuerto.....	52
3.3.3.	Perfil del turista del terminal terrestre “Reina del Cisne”. ¡Error! Marcador no definido.	
3.3.4.	Perfil del turista del aeropuerto “Ciudad de Catamayo”..... ¡Error! Marcador no definido.	
3.4.	Comparación perfil del turista.....	70
4.	ESTRATEGIAS PARA DINAMIZAR EL TURISMO EN LA CIUDAD DE LOJA.....	76
4.1.	Creación de una entidad de turismo en la ciudad de Loja.....	77
4.2.	Loja ciudad creativa de la música.....	78
4.3.	Plan de mejoras de la accesibilidad (terrestre y aérea), seguridad vial y mantenimiento de las carreteras de la provincia de Loja.....	79
4.4.	Des-estacionalización del turismo en la provincia de Loja.....	80
	CONCLUSIONES.....	83
	RECOMENDACIONES.....	85
	BIBLIOGRAFÍA.....	87
	ANEXOS.....	93

RESUMEN

El presente trabajo tiene como propósito realizar un análisis del perfil del turista nacional como internacional que llega a la ciudad de Loja en temporada baja en el año 2018, además de establecer estrategias para poder dinamizar la actividad turística de la ciudad.

El trabajo empieza con la fundamentación teórica, es decir, el sustento para lograr la comprensión a todos los lectores del tema abordado; continúa con información del campo a estudiarse, como datos generales de la ciudad de Loja para tener una idea del diagnóstico situacional actual; seguidamente se aborda el tema de la metodología y análisis del perfil del turista en el estrato terrestre y aéreo, esto por medio de la aplicación de encuestas a los visitantes que llegan a la ciudad y así con estos resultados se hace una comparación con una investigación similar realizada en temporada alta en el año 2013 para analizar las semejanzas y diferencias que se han dado de un periodo a otro en diferentes temporadas; el trabajo finaliza con la propuesta de estrategias dinamizar la actividad turística en la ciudad de Loja.

PALABRAS CLAVES.

Perfil del turista, turismo receptor, estrategias turísticas, turismo, Loja

ABSTRACT

The purpose of this work is to analyze the profile of national and international tourists that arrive in Loja city in the low season in 2018, in addition to propose strategies to boost tourism activity in the city.

The investigation begins with the theoretical foundation, that is, the support to achieve the comprehension to all the readers of the topic; continue with information about the field to be studied, as general data from Loja city to get an idea of the current situational diagnosis; then it talks about the methodology and analysis of the profile of the tourist in the terrestrial and aerial stratum, this by the application of surveys to the visitors that arrive to the city and with these results a comparison of the profile of the tourist with a similar investigation made in high season in 2013 to analyze the similarities and differences that have occurred from one period to another in different seasons; the investigation ends with strategies are proposed to boost tourism activity in Loja city.

KEY WODS.

Tourist profile, tourism inbound, tourism strategies, tourism, Loja

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas el turismo se ha desarrollado de manera acelerada a nivel mundial, que permite conocer sitios únicos, culturas impresionantes, paisajes increíbles y vivir experiencias de crecimiento profesional, convirtiéndose en una actividad económica de suma importancia, además aporta un significativo diseño para los consumidores de actividades, realizadas en el tiempo libre o el ocio productivo. Dentro de las múltiples definiciones de turismo y ocio todas coinciden en dos palabras: movilidad y tiempo libre.

En el Ecuador, la industria del turismo juega un papel vital para la economía del país, por el alto ingreso de turistas, ya que de acuerdo a los Anuarios de Migración Internacional se ha registrado la entrada de 1'617.914 turistas en el 2017. Debido a la importancia del turismo en la actualidad, el presente trabajo tiene como objetivo principal realizar un estudio acerca el perfil del turista que viene a la ciudad de Loja con el propósito de conocer las motivaciones, necesidades y preferencias que los turistas y visitantes requieren y así proponer estrategias para dinamizar la actividad turística en la ciudad.

El presente trabajo se encuentra estructurado de la siguiente manera:

Capítulo I: Se realiza una investigación bibliográfica para dar a conocer las bases teóricas, bases legales y definición de terminología relacionada a la presente investigación.

Capítulo II: En donde se da una explicación actualizada en ámbitos importantes del campo a estudiar cómo es la ciudad de Loja. Engloba, el ámbito físico, ámbito social cultural y ámbito económico productivo.

Capítulo III: En donde se explica la metodología que se utilizó para la realización de la presente investigación, se toma a consideración los métodos deductivo, histórico y analítico, ya que son los más acertados para el desarrollo de la misma. Así mismo, se aplicó encuestas en dos estratos: Terminal Terrestre "Reina del Cisne" y Aeropuerto "Ciudad de Catamayo". Cabe recalcar que para obtener la muestra poblacional en el estrato del terminal terrestre, los datos fueron obtenidos por observación directa por parte de las autoras, debido a que no se lleva un conteo o seguimiento de las personas que arriban a la ciudad por medio del estrato antes mencionado. Seguidamente se exponen los resultados más relevantes obtenidos por vía terrestre pública y por vía aérea. Para concluir el capítulo se realiza una comparación con una investigación similar realizada en temporada alta en el año 2013, donde se puede observar ciertas similitudes y diferencias.

Capítulo IV: En este capítulo se proponen estrategias las cuales se cree que serán de gran ayuda para lograr que el turismo en la ciudad se incremente y se fortalezca. Dichas estrategias se obtuvieron gracias a entrevistas realizadas a personas involucradas en el sector turístico.

Uno de los aspectos que se consideró para la elección de este trabajo es poder actualizar los datos con referencia a una investigación similar realizada en el año 2013; de tal manera que la información recopilada sea una herramienta clave para realizar respectivas comparaciones y sea un punto de inicio para futuras investigaciones, ya que el tema abordado puede ir cambiando conforme pasan los años, por lo que se recomienda hacer periódicamente este tipo de investigación. Además que estos datos son de gran ayuda para las empresas públicas y privadas para proponer acciones y lograr surgir en el ámbito turístico.

El presente trabajo se culminó con éxito, cumpliendo los objetivos propuestos y obteniendo los resultados esperados, los gerentes del Terminal Terrestre “Reina del Cisne” y Aeropuerto “Ciudad de Catamayo” fueron personas clave al momento de realizar las encuestas a los turistas, pues dieron su autorización y se dignaron en brindar un identificativo correspondiente a cada tesista para que el encuestado se sienta seguro.

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. Turismo.

1.1.1. Definición de turismo

Según Mathieson y Wall, 1982, citado por Crosby & Moreda (1996), definen al turismo como:

“El movimiento temporal de la gente, por periodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas”. (p. 10)

De acuerdo a Burkart y Medlik, 1981, citado por Sancho (1998), menciona que el turismo realiza:

“Desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos”.

Por otra parte, Jafar Jafari, citado por Faraldo & Rodríguez (2014), definen que:

“Es el estudio del hombre lejos de su habitud usual, de la industria que responde a sus necesidades y del impacto que ambos, él y la industria, tiene sobre el ambiente sociocultural, económico y físico”.

Por lo tanto, al turismo se lo define como; el flujo de personas a un lugar diferente de su residencia habitual durante estancias cortas con el fin de satisfacer sus necesidades de ocio, generando un impacto económico y social en dicho lugar.

1.1.2. Definición de turista.

Se denomina turista a la persona que realiza uno o varios viajes con fines de relajación, recreación o distracción, recorriendo diferentes lugares o sitios de su interés (De la Torre Padilla, 2014, p13).

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994), citado por Sancho (1998), define al turista como:

“Un pasajero que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado”.

De igual forma, al turista se lo define como; la persona que realiza un viaje en donde su pernoctación mínimo es de una noche en el lugar visitado.

1.1.3. Definición de visitante.

La OMT (1994), define al visitante como:

Una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados.

Lickorish & Jenkins (1997), señalan al visitante como:

“Cualquier persona que viaja a un lugar distinto de su residencia habitual durante menos de 12 meses y cuyo propósito principal es cualquier excepto el de mantener una ocupación remunerada procedente del país visitado”.

Un visitante es toda persona que realiza un viaje a un lugar de residencia no habitual con fines de recreación y ocio, sin embargo el visitante no deberá tener ingresos económicos en dicho lugar y su estadía debe ser menos de un año.

1.1.4. Definición de destino.

Se denomina destino al espacio donde se desarrollan todas las actividades turísticas ya sean de producción y consumo, compuesta por dos sistemas importantes como la turística y geográfica, un lugar donde se encuentran localizados los servicios de restauración, recreación y alojamiento, sin embargo deben ser interpretados, planificados y gestionados, con la finalidad de que el destino sea confortable para el turista (Rodríguez, 2011, p.3).

Boullón, 1977, citado por Jiménez Bulla & Jiménez Barbosa (2013), define al destino turístico como “una consecuencia de la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos”.

Sin embargo la OMT (1994), señala que es: “el destino principal de un viaje turístico, es el lugar visitado, fundamental para la decisión de realizar un viaje”, además es un lugar escogido por los turistas para visitar, en el cual se puede encontrar diversidad de atractivos turísticos.

1.2. Temporada.

Rojas (2012), define a la temporada a:

La estacionalidad de la demanda en los diferentes destinos turísticos. La afluencia de personas varía en función básicamente de los periodos vacacionales y de la estación del año. Por lo tanto, difiere de un destino a otro y de un mercado a otro. (p. 117.)

La temporada es la época del año, donde la concurrencia de personas o turistas a determinado lugar varía dependiendo de la fecha, es decir, se concentra o disminuye la demanda turística, a esto se denomina temporada baja y alta.

La temporada baja son exclusivamente períodos de tiempo en que disminuye la llegada de turistas a determinado destino, en cambio la temporada alta son los meses del año en el que abundan turistas, coincidiendo en temporadas vacacionales o feriados.

1.3. Oferta turística.

Según la OMT (1998), define a la oferta turística como:

“Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino predeterminado para su disfrute y consumo” (Romero, 2013).

Sin embargo para Guerrero & Ramos (2014), conceptualizan a la oferta turística como:

Un mercado, donde se encuentran todos los productos, bienes y servicios, con condiciones establecidas (precio, lugar, cantidad, etc.) con la finalidad que el turista o visitante satisface sus necesidades.

La oferta turística comprende la propuesta de servicios turísticos como alojamiento, restaurantes, entretenimiento, etc., además de productos turísticos tangibles e intangibles como los atractivos que posee el destino, la historia, cultura, entre otros. Es decir, los productos que tiene a disposición un lugar para el consumo de los turistas.

1.4. Demanda turística.

Rodríguez, 2008, citado por Jimenez Bulla & Jimenez B. (2013), señala que la demanda turística es:

“El conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado requieren a los operadores turísticos para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones”.

La demanda turística conforma el conglomerado de turistas o visitantes que necesitan consumir bienes, servicios o productos turísticos para cumplir con sus exigencias durante su estancia en el destino (Rojas, 2012).

1.5. Turismo receptor.

Según la OMT (1998), el turismo receptor engloba: “las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor”.

Huzinke (1990), señala al turismo receptor como:

“Turismo, en su sentido más amplio, implica personas que salen de un lugar y arriban a otro: si nos centramos en las ciudades o en las naciones que reciben la llegada de dichos viajeros, nos referiremos al turismo receptor” (p. 45).

Del mismo modo el turismo receptor comprende el conglomerado de personas no residentes del lugar de destino que arriban para realizar diferente tipo de actividades dentro del mismo.

1.6. Planta turística (estructura turística).

La actividad turística es en esencia un encuentro de personas; por tal razón, tanto el que llega como el que lo recibe, necesita una serie de servicios que satisfaga necesidades básicas y complementarias.

Los servicios se han denominado “Planta turística”, según Rojas (2012), la define como:

“El conjunto de medios y actividades que facilitan la estancia y el bienestar del viajero. Convergiendo en ella elementos tangibles e intangibles”.

Sin embargo Barbosa (1999), clasifica a la planta turística en dos grandes grupos: los elementos tangibles y los intangibles, a continuación se detallan:

Los elementos tangibles los mismos que pueden ser tocados o vistos en forma real tales como: transporte, alojamiento, alimentación, agencias de viajes, operadores, mayoristas, comercio turístico, comunicaciones, cambio de moneda, facilidades de convenciones, guías turísticos, oficinas de información turística, etc. Sin embargo los elementos intangibles son aquellos elementos que no pueden ser tocados, que solo se sienten y son estas sensaciones las que determinan su valor, tales como: la acogida y la hospitalidad. (p.113 - 114)

1.7. Metodología empleada para determinar el perfil del turista en diversas investigaciones

La metodología utilizada para la realización de esta investigación se ha basado en el trabajo de campo la misma que permitirá obtener información del turismo receptor nacional e internacional en la ciudad de Loja.

La estructura de la encuesta utilizada en la presente investigación se fundamenta en diferentes trabajos previos y responde a varios aspectos básicos: datos del viaje del turista, distribución del gasto y análisis del perfil sociodemográfico del turista.

El trabajo de campo se basó en la realización de encuestas, las mismas que se aplicaron en los meses de abril y mayo de 2018, que se ejecutaron en el Terminal Terrestre “Reina del Cisne” y el aeropuerto “Ciudad de Catamayo”. Los participantes llenaron la encuesta con total independencia, siendo una encuesta anónima.

Previamente se efectuó una prueba piloto en la cual se aplicaron 15 encuestas para detectar posibles desviaciones, errores y para determinar el tiempo en que se demora para aplicar la misma.

Los métodos para la presente investigación son: el método deductivo, analítico y cuantitativo o tradicional.

Ortíz, Oviedo, & Oviedo G. (2013) afirman que el metodo deductivo:

“Sigue una direccionalidad que va de lo general a lo particular, de lo universal a lo individual”, comprende un proceso por etapas:

- a) Observar los hechos y hacer su registro
- b) Analizar lo que se observo
- c) Registrar las definiciones de cada concepto obtenido
- d) Clasificar la información obtenida
- e) Formular enunciados universales, inferidos del proceso de la investigación que se hizo.

Otro método utilizado, es el método analítico, Ortiz et al (2013), mencionan que:

Trata de conocer algo a partir de la descomposición o desmembración de un todo, analiza cada parte para llegar a una conclusión, puede concebirse también como ese camino que parte del estudio de los fenómenos para llegar a las leyes como postulados más generales de la ciencia, esto es, de los efectos a las causas. (p. 19)

De tal modo, el método analítico comprende un proceso por etapas:

- a) Identificación de un problema de investigación
- b) Formulación de hipótesis
- c) Prueba de hipótesis
- d) Resultados

Según los autores Pita & Pértegas (2002), definen al método cuantitativo o tradicional como:

“A las técnicas experimentales aleatorias, cuasi-experimentales, tests “objetivos” de lápiz y papel, análisis estadísticos multivariados, estudios de muestras, etc.”

1.8. Motivaciones de los turistas

Castaño, Moreno, García y Crego (2003), en su investigación denominada “Aproximación Psicosocial a la Motivación Turística, resaltan:

Las variables implicadas en la elección de Madrid como destino”, los psicólogos muestran que el término motivación como “el estado que activa y dirige la conducta del individuo”. Así, se explicaría por qué nos comportamos como lo hacemos en determinados momentos, componen los estímulos conscientes e inconscientes, biológicos, psicológicos o sociales, que nos mueven a

una acción dirigida a una meta deseada. Consecuentemente, un comportamiento depende no sólo del aprendizaje o el hábito, también de la motivación para actuar.

Crompton, 1979, citado por Castaño et al. (2003), señala que:

Los comportamientos están muy influidos por los resultados o consecuencias que se obtienen al actuar. Una persona puede estar motivada para hacer aquello con lo que consigue resultados valiosos. No todos los resultados y recompensas son igualmente valiosos para todas las personas, no les motivan e incentivan de la misma manera y no influyen en su comportamiento de manera igual. Por otro lado, existen refuerzos primarios, refuerzos secundarios (cuyo poder de reforzamiento viene determinado por su asociación redificada con los primarios, como el dinero o el estatus) y los refuerzos sociales. También se ha distinguido entre la motivación extrínseca o conducta motivada por factores externos, y la motivación intrínseca o conducta motivada por el placer de realizar una tarea más que por esperar una recompensa.

Ahora bien una vez expuesto el concepto de motivación, el primer rasgo a señalar sería el hecho de que la motivación turística se ha convertido en la actualidad en un meta concepto, cuya influencia se ha generalizado de tal forma que sería casi imposible establecer los procesos fisiológicos o psíquicos que no están conectados con ella, lo cual plantea dudas sobre la posibilidad de seguir hablando de la motivación en términos tradicionales. Este mecanismo actúa como un detonante de la conducta humana y determina todos los acontecimientos implicados en cualquier actividad turística. Pero específicamente, permite dar respuesta a tres cuestiones esenciales del ciclo turístico: las razones para viajar (el porqué), la elección específica (dónde) y los resultados obtenidos (satisfacción). Históricamente y desde un punto de vista epistemológico el concepto de motivación turística ha sido abordado desde diferentes campos disciplinares (Dann, 1981, 1983; Pearce, 1982; Stringer y Pearce, 1984) siguiendo en la mayoría de los casos el modelo piramidal de Maslow (1954) que ha abierto una línea de investigación que continua hasta nuestros días.

La motivación turística era concebida de una manera unidimensional, mentes dominantes eran la necesidad de escape (del estrés, de los patrones de vida cotidiana, de los entornos del trabajo, etc.) o factores push y de búsqueda (de lugares históricos y museísticos, de ambientes climáticos determinados, etc.) o factores pull (Dann, 1977). Según el origen de la fuente estimular, estos factores pueden ser personales e interpersonales (Mannell e IsoAhola, 1987); es decir, uno interno, del que se deriva la motivación intrínseca, y otro externo, del que deriva la motivación social.

2. DIAGNOSTICO SITUACIONAL

2.1. Ámbito físico.

2.1.1. Ubicación y límites.

La provincia de Loja se encuentra ubicada en el sur del país, cuenta con 16 cantones; el cantón Loja se localiza en la parte sur-oriental de la provincia, sus límites son: al norte con el cantón Saraguro, al sur y este con la provincia de Zamora Chinchipe y al oeste parte de la provincia de El Oro y los cantones Catamayo, Gonzanamá y Quilanga; su altitud es de 2100 m.s.n.m. (Prefectura de Loja, 2016, p. 88).



Ilustración 1. Cantones de la provincia de Loja.

Fuente: Gifex (2011)

Elaboración: Gifex

2.1.2. Superficie y extensión.

El cantón Loja cuenta con una superficie aproximadamente de 1.928 km², siendo el cantón más extenso de la provincia de Loja, seguido por los cantones Gonzanamá, Zapotillo y Paltas (Prefectura de Loja, 2017).

Según el Municipio de Loja (2017), la ciudad de Loja cuenta con 6 parroquias urbanas, 13 parroquias rurales y 174 barrios.

Parroquias urbanas

- El Valle
- El Sagrario
- San Sebastián
- Sucre
- Punzara
- Carigán

Parroquias rurales

- Chantaco
- Chuquiribamba
- El Cisne
- Gualel
- Jimbilla
- Malacatos
- Quinara
- San Lucas
- San Pedro de Vilcabamba
- Santiago
- Taquil
- Vilcabamba
- Yangana

2.1.3. Características climáticas.

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) del cantón Loja realizado por el Municipio de Loja (2014), la ciudad de Loja posee:

Un clima ecuatorial mesotérmico semi-húmedo. Los factores que dan origen al clima del cantón son los mismos factores que afectan a la región andina, especialmente la latitud y el relieve, en términos más generales, la zona de convergencia intertropical (ZCIT), el efecto de la interacción Océano Pacífico – atmósfera (Fenómeno El Niño Oscilación del Sur y Corriente Fría de Humboldt) y la cubierta vegetal. (p.10)

2.2. Ámbito social cultural.

2.2.1. Población.

Según el último censo de población y vivienda, desarrollado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010), el cantón Loja cuenta con 241.855 habitantes, siendo uno de los cantones de la provincia de Loja con más habitantes, seguido de Catamayo y Saraguro, sin embargo, la ciudad de Loja se encuentra entre las nueve ciudades más pobladas del país.

Tabla 1. Distribución de la Población Urbana y Rural

Población	Habitantes 2001	Porcentaje	Habitantes 2010	Porcentaje	Variable
Urbano	118.532	67,7	170280	79,25	11,55 %
Periferia	23.739	13,56	10337	4,81	- 8,75 %
Rural	32.806	18,74	34238	15,94	- 2,8 %
Total	175.077	100	214855	100	

Fuente: INEC 2010

Elaboración: Las autoras.

De acuerdo a los datos del INEC (2010), en el cantón Loja se evidencia un crecimiento de la población desde el año 2001 al 2010 en el sector urbano con un porcentaje del 11,55%, sin embargo, la población en el sector rural y periferia han disminuido en un 8,75% y un 2,8% respectivamente, debido a que, los pobladores han optado por salir a la ciudad por nuevas oportunidades de vida.

2.2.2. Grupos étnicos.

En la provincia de Loja el único grupo étnico son los Saraguros, al hablar de los Saraguros es adentrarse en las vivencias de una cultura autóctona, rica y sabia en conocimientos y conservan parte de la auténtica riqueza incásica.

Etimológicamente, el nombre "Saraguro" que significa "Sara" = "Maíz" y "Gurú" o "Kuru" = gusano, su nombre está estrechamente ligado al maíz y reafirma la importancia económica, social y simbólica que este tiene en la vida del pueblo Saraguro.

Su vestimenta se caracteriza en los varones por los ponchos y sombreros blancos con manchas negras y alpargatas; y en las mujeres por los anacos y chales del mismo color, aunque una leyenda del pueblo dice que esta tradición existe en señal de luto por la muerte de Atahualpa, los incas no guardaban luto y esta creencia viene de los conquistadores. La mayoría del color negro en la vestimenta se debería a cuestiones relacionadas con la materia prima como la lana de oveja o las llamas que fueron de color negro.

La población aproximada que se estableció por una investigación realizada en 1991 por iniciativa de la Federación Interprovincial de Indígenas Saraguros determinó que la población de todas las regiones ronda el número de 35.000 habitantes.

De igual forma la gran mayoría de los Saraguros creen y practican mitos y ritos de la cosmovisión andina, la misma que se manifiesta la relación entre el hombre y la naturaleza y en la vida de comunidad. En los distintos casos los elementos de la cosmovisión andina están combinados con las expresiones religiosas del catolicismo. Algunos Saraguros practican la religión Evangélica sin olvidar los elementos de la cosmovisión andina (Fundación Kawsay, 2006).

2.2.3. Analfabetismo.

El analfabetismo es un aspecto negativo que se presenta a nivel mundial, en el Ecuador una de cada 10 personas entre 15 a 49 años es analfabeta, en caso de la provincia de Loja, se ha observado variación de este aspecto entre los censos del 2001 al último 2010.

Tabla 2. Tasa de Analfabetismo provincia de Loja

Provincia de Loja	
Cantones	Porcentaje
Calvas	6,2%
Catamayo	5,1%
Celica	7,2%
Chaguarpamba	6,8%
Espíndola	12,1%

Gonzanamá	9,0%
Loja	3,2%
Macara	5,3%
Olmedo	7,5%
Paltas	6,7%
Pindal	8,6%
Puyango	6,5%
Quilanga	11,0%
Saraguro	15,5%
Sozoranga	7,7%
Zapotillo	11,3%

Fuente: INEC 2010

Elaboración: Las autoras.

De los datos obtenidos en la tabla 2, se evidencia que el cantón Saraguro posee un 15,5% de analfabetismo en comparación con el cantón Loja que cuenta con un 3,2%, debido a que el cantón Loja, existen más instituciones educativas, mejoramiento en lo que respecta a infraestructura, planta docente, de tal manera que las personas tienen más posibilidades de acceder a la educación.

2.2.4. Natalidad.

La tasa de natalidad es el factor determinante para poder medir la tasa de crecimiento de la población. En la tabla 3 se muestra la tasa de natalidad del año 2015 de la provincia y cantón Loja. Para lo cual se aplicó la siguiente fórmula:

Para Izcara P. (2009), la natalidad se la representa de esta forma:

$$\text{TBN} = (\text{nacidos vivos} / \text{población media}) * 1000$$

Tabla 3. Tasa de Natalidad

Detalle	Nacimientos	Población	Tasa de natalidad x 1000 habitantes
Provincia de Loja	7.846	448.966	17,48%
Cantón Loja	3.755	214.855	17,48%

Fuente: Anuario nacimientos y defunciones.

Elaboración: Las autoras.

La natalidad en el cantón Loja representa la mayor parte de nacimientos con un 17,48% en comparación con los demás cantones de la provincia de Loja, puesto que a ser la capital provincial, existen mayores centros de salud o clínicas privadas.

2.2.5. Mortalidad.

La tasa de mortalidad a nivel nacional, ha experimentado un descenso, desde el año 2001 al 2010, según los datos existen 4,40 a 4,26 defunciones por mil habitantes.

Según el PDOT (2014), las causas de mortalidad general, se sitúan las enfermedades hipertensivas (7,00%), diabetes mellitus (6,50%), influenza y neumonía (5,40%), accidentes de transporte terrestre (5,40 %) y enfermedades cerebro vasculares (5,30%).

En la tabla 3 se muestra la tasa de natalidad del año 2015 de la provincia y cantón Loja.

Para Izcara P. (2009), la natalidad se la representa de esta forma:

$$\text{TBN} = (\text{fallecidos} / \text{población media}) * 1000$$

Tabla 4. Tasa de Mortalidad

Detalle	Defunciones	Población	Tasa de natalidad x 1000 habitantes
Provincia de Loja	2.032	448.966	4.53%
Cantón Loja	1.098	214.855	5.11%

Fuente: Anuario Nacimientos y Defunciones.

Elaboración: Las autoras.

2.3. Ámbito económico productivo.

Para analizar el presente tema es necesario precisar que la actividad económica se divide en tres grandes sectores económicos; se los denomina: primario, secundario y terciario.

2.3.1. Sector productivo primario.

El sector primario engloba las actividades que implica la extracción y obtención de materias primas procedentes del medio natural, dividiéndose en: agricultura, ganadería, minería y pesca. La presente investigación se enfoca: agricultura y ganadería.

Agricultura y ganadería.

En el PDOT (2014), en el cantón Loja existen 11.234 personas dedicadas a la agricultura y ganadería, el 75% está ubicado en zonas rurales y el 25% en áreas urbanas (INEC, 2010). Esta actividad se la realiza de forma tradicional, sin innovaciones tecnológicas y en pequeñas parcelas minifundios, así el 50% corresponde a parcelas entre 0,7 y 5 hectáreas, el 38% a parcelas medianas entre 5 y 25 hectáreas y un 12% a parcelas grandes mayores a 25 hectáreas (Municipio de Loja, 2014, p. 204).

2.3.2. Sector productivo secundario.

El sector secundario es el grupo de actividades que implican las transformaciones de las materias primas en productos elaborados, es decir, la industria y la construcción.

Artesanía.

Las técnicas artesanales son consideradas patrimonio cultural intangible de la provincia de Loja. Los sitios más destacados que se dedican a este tipo de actividad ancestral son las parroquias de Gualiel, San Lucas, Chuquiribamba, Chantaco, Cera, El Cisne y otros sectores, los artesanos elaboran artesanías de calidad tales como: utensilios elaborados de arcilla, jarros, platos, llaveros, sombreros, carteras, cuadros, artículos hechos a base de materiales primas propios de la zona (Municipio de Loja, 2014, p. 17).

2.3.3. Sector productivo técnico.

Se encarga de las actividades económicas que no producen bienes o servicios de forma directa, sin embargo, se presentan con la finalidad de satisfacer las necesidades de la población.

En este sector agrupa los servicios mercantiles y no mercantiles, como: el comercio, las telecomunicaciones, seguros, el turismo, la educación, la cultura y administraciones públicas.

Turismo.

El turismo es la industria más grande del mundo, de acuerdo a las Cuentas Satélite del Turismo (CST) se estima que en el 2005 esta actividad representó el 3,8% del Producto Interno Bruto a nivel mundial, en el Ecuador esta actividad está en crecimiento, representando al año 2010 el 4.1% del PIB (CAN, 2010) (Municipio de Loja, 2014, p. 229).

La provincia de Loja, es considerada según operadores turísticos como la provincia que tiene mayores visitas de las tres provincias de la región de planificación 7, seguido de Zamora Chinchipe con un 20% y El Oro con un 15%.

Atractivos turísticos.

Siendo el turismo una de las actividades más importantes y fundamentales para el desarrollo y la economía de la provincia de Loja, por su gran dinamismo y capacidad de desarrollo. En la actualidad, el turista está en la búsqueda de experiencias únicas, acorde a sus nuevos gustos, necesidades y preferencias, el interrelacionarse con la naturaleza, realizar deportes extremos, búsqueda de emociones fuertes, cuidar su salud, entre otras.

En la ciudad de Loja existen una gran variedad y diversificación de atractivos turísticos, en donde se puede realizar todo tipo de turismo, desde el urbano, cultural, religioso, de aventura, ecoturismo y gastronómico, en los cuales se puede encontrar la calidez de los lojanos en medio de la historia de la ciudad. La arquitectura tradicional refleja una cultura diversa y fusionada en cada detalle; de tal manera, la ciudad de Loja ofrece a sus visitantes nacionales y extranjeros una gastronomía diversa y exótica hacen de los platos típicos un rasgo propio de Loja y de la región.

Los atractivos turísticos de la ciudad de Loja se clasificaron en: museos, iglesias, parques, plazas y otros atractivos.

Es importante mencionar, que al no existir un inventario actualizado de atractivos turísticos de la ciudad dificulta la investigación, es por ende, que la información de los atractivos se la recopiló del PDOT, realizado por el Municipio de Loja (2014) y de la Guía Turística de la Provincia de Loja, realizado por la Prefectura de Loja (2016).

Museos.

- **Museo de Arte Religioso San Juan del Valle:** Posee arte e historia colonial donde se exhiben obras de gran valor como: metales, maderas, pintura e imágenes religiosas. Este sitio mantiene vivo el arte colonial desde mediados del siglo XVIII.
- **Museo del Banco Central del Ecuador:** Se exhibe la historia de Loja y su provincia en sus distintas épocas, contribuyendo a mantener la identidad regional y nacional.
- **Museo Matilde Hidalgo de Procel:** Creado en reconocimiento a una de las mujeres lojana más distinguidas y reconocidas a nivel del Ecuador, propulsora de los derechos de las mujeres, primera médica, primera mujer que ejerció el derecho al

voto.

- **Museo de la Música:** En honor a los grandes músicos lojano, los espacios son utilizados para exponer de manera permanente las partituras originales y copias de artistas lojanos de las épocas 1890-1970.
- **Museo de Arqueología y Lojanidad de la UTPL:** Ubicado en la Universidad Técnica Particular de Loja, este museo cuenta la historia de Loja.
- **Museo de las Madres Concepcionistas:** El monasterio de las Hermanas Concepcionistas, es el segundo más antiguo del país, es una de las primeras edificaciones religiosas de la fronteriza ciudad.
- **Puerta de la Ciudad:** Es considerada la puerta de entrada a la ciudad, representa parte del escudo de Loja, en el que se divisa un castillo medieval, por el cual se accede al centro de la ciudad. En su interior se encuentra el museo donde existen salas de exposiciones para el desarrollo artístico y cultural de Loja. Su construcción empezó en 1998 y su inauguración en el 2000.
- **Archivo histórico de Loja:** Se encuentra actas de cabildos que son las sesiones que tiene el Municipio para discutir y acordar la problemática que enfrenta la vida ciudadana. Es un órgano colegiado y busca fundamentalmente la promoción del desarrollo y bienestar social formalizando el ejercicio de la función pública.

Iglesias.

- **Iglesia de San Francisco:** Después de la fundación de Loja, una parte de la comunidad de hermanos Franciscanos se radican en esta con fines de servicio a la comunidad y crean el templo renacentista y neo-griego en honor a su patrono.
- **Iglesia San Juan de El Valle:** Se localiza en la Av. Salvador Bustamante Celi, se cree que fue construida pocos años después de la Fundación de Loja 1548, de estilo colonial, con tres naves, un bautisterio y la sacristía.
- **Iglesia de El Pedestal:** Se encuentra ubicada sobre una colina en la parte occidental de la ciudad, de estilo tradicional republicano fue construida en 1926, como muestra relevante se destaca la imagen de la Inmaculada Concepción.
- **Santuario Eucarístico y Diocesano San Sebastián:** Fue levantado en el año 1900 y remodelado en 1979, la iglesia está conformada por tres naves, un retablo en cada una de ellas.

- **Iglesia de Santo Domingo:** Fue construida en el año de 1557 y terminada en 1600, de estilo ecléctico con historicismo románico, remales góticos en sus torres.
- **Iglesia Catedral:** Construida desde un inicio frente a la plaza principal de Loja, en 1890, es considerada como una de las iglesias más grandes del Ecuador. Es de estilo ecléctico y elementos historicistas neoclásicos, el tumbado está decorado con artesanado en metal. El santuario es visitado año a año, en cada Septiembre por cientos de peregrinos y fieles de la "Santísima Virgen de El Cisne", que se ha convertido en un atractivo turístico para propios y extraños.
- **Monasterio de las Madres Conceptas:** Se encuentra ubicada en las calles 10 de Agosto entre Bernardo Valdivieso y Olmedo. Tiene 419 años de existencia. Edificada con piedra de los templos incas coloniales.

Parques.

- **Parque Jipiro:** Entre sus atractivos tenemos el parque náutico en la laguna de Jipiro, existen áreas deportivas, piscinas, juegos infantiles, etc.
- **Parque Lineal Tebaida Sur:** Localizado al sur de la ciudad. Lugar para la recreación familiar, cuenta con áreas verdes de distracción, senderos y canchas deportivas.
- **Parque Daniel Álvarez Burneo:** Localizado junto a la iglesia del mismo nombre, circundando por una gran laguna, cuenta con canchas de uso múltiple, ofrece alquiler de canoas y pista de bicicletas.
- **Parque Zamora Huayco:** Se lo construyó aprovechando el entorno natural que brinda el lugar se construyó a lo largo del río Zamora este parque, cuyo atractivo principal la constituye su verde vegetación.
- **Parque Orillas del Zamora:** Se encuentra ubicado a continuación del Parque Recreacional Jipiro, en el margen oriental y occidental del río Zamora, en el zoológico se puede encontrar animales como la jirafa, osos de anteojos, monos, etc.
- **Parque Pucará:** Se encuentran juegos infantiles y miradores, este lugar ofrece una vista impresionante de la urbe; también cuenta con un restaurante de comida típica, ubicado en lo que fue la antigua planta de tratamiento de agua potable.

Plazas.

Abad (2009), en su investigación hace un breve levantamiento de atractivos turísticos especialmente de las plazas de la ciudad:

- **Plaza Central:** Se encuentra ubicado en las calles 10 de Agosto entre Bernardo Valdivieso y Bolívar, en el centro del parque esta uno de los primeros monumentos que se colocó en nuestra ciudad, en honor al beneficiador de la educación lojana, Dr. Bernardo Valdivieso.
- **Plaza Simón Bolívar:** Se ubica por la antigua estación de tránsito en las calles 18 de Noviembre y Colón, destaca el monumento al Libertador, rodeado por seis columnas que se semejan un edificio inconcluso y representan a los países bolivarianos: Perú, Venezuela, Colombia, Panamá, Bolivia y Ecuador.
- **Plaza del Valle:** Sitio de gran atracción turística por su ambiente típico por las comidas lojanas que ofrecen los numerosos salones ubicado a su alrededor. Aquí se encuentra el monumento al más insigne de los músicos de Loja, el maestro Salvador Bustamante Celi.
- **Plaza Santo Domingo:** Se trata de una plaza más céntrica con mucho carácter ya que se emplaza la capilla del Rosario y la Iglesia Santo Domingo. A su alrededor se ubica el banco más importante de la ciudad como es el Banco de Loja y la entidad educativa “La inmaculada”.
- **Plaza San Sebastián:** La plaza de la independencia cuyo foco central es la Torre del Reloj posee una pileta y se ubica una glorieta donde se realizan los espectáculos públicos. A su alrededor se encuentra el mercado de San Sebastián, bares, cafeterías, entre otros.
- **Plaza San Francisco:** Se trata de una plaza esquinera, un espacio abierto que rodea la iglesia San Francisco y el convento Franciscano. Además se encuentra a su alrededor el Hospital Militar y muy cerca la Casa de la Cultura, el Municipio, entre otros. La plaza acoge el monumento al libertador Simón Bolívar.

Otros atractivos.

- **Parque Eólico Villonaco:** Se encuentra ubicada en el cerro Villonaco a 2720 msnm. Es un proyecto innovador a nivel mundial por la zona de implantación. Este lugar es óptimo para el desarrollo del turismo cultural y científico en la provincia.
- **Parque Nacional Podocarpus:** Fue establecido mediante acuerdo ministerial 0398, el 15 de diciembre de 1982, para conservar uno de sus últimos remanentes de bosque natural en el Sur del Ecuador y Norte del Perú.

- **Jardín Botánico Reinaldo Espinoza:** Se encuentra ubicado a 5km de Loja, por la vía que conduce a Vilcabamba, tiene 4 ha de extensión, en 1949 por el Dr. Reinaldo Espinosa.
- **Sendero Ecológico Caxarumi:** Localizado en el extremo sur oriente del cantón Loja, tiene una distancia de 42 km desde la ciudad de Loja hasta el valle de Vilcabamba, fue el antiguo camino desde Loja a Vilcabamba y está compuesto por 4 tramos: Loja (Parque Lineal La Tebaida), Nudo de Cajanuma, Nudo de Cajanuma-Rumishitana, Rumishitana-Landanguí, Vilcabamba.
- **Calle Lourdes:** Ubicada entre la calle Bolívar y Lourdes, en ella se destaca la arquitectura histórica tradicional en la cual a partir del proyecto de Regeneración Urbana se rescató su característica especial de historia y cultura. Se ha instalado varias advocaciones de la Virgen María además de habilitarse como calle peatonal para el disfrute de la ciudadanía y turistas.
- **Casa Luka:** Casa con estilo colonial. Este inmueble guarda cosas patrimoniales incluso del siglo pasado. Ubicado en la calle Lourdes entre Bolívar y Sucre.
- **Mirador el Churo:** Construido en 1950. Está ubicado en la zona oriental de la capital lojana. Su nombre está relacionado con la forma de su estructura: una suerte de espiral. El padre José María Rodríguez Alvarado ordenó que se trasladara la imagen de Santa Mariana de Jesús al lugar. Antes se encontraba en la calle 10 de Agosto.

Oferta turística.

La oferta turística, da paso a un importante proceso productivo a través de la comunicación de bienes y servicios que satisfacen las necesidades y requerimientos de turistas en su desplazamiento y su estancia en el lugar elegido.

Es por ende que el éxito de un destino turístico no solo se enfoca en el potencial natural o cultural, sino involucran los distintos ámbitos que integran la industria del turismo como son: organizadores de viajes, transporte, empresas de alojamiento y restauración.

En la ciudad de Loja, existen alrededor de 819 establecimientos, conformados por: alimentos y bebidas, alojamiento, transporte, banquetes, recreación, bares-discotecas y atractivos naturales y culturales, sin embargo, la mayoría de los establecimientos no se encuentran en la base de datos del Ministerio de Turismo.

Correa & Ojeda (2018), en su investigación detalla el número de establecimientos existentes en la ciudad de Loja:

Tabla 5. Oferta turística

Detalle	Establecimientos Registrados	Establecimientos sin registrar	Total de Establecimientos
Alojamiento	50	23	73
A & B	172	472	644
Transporte	3	0	3
Agencias de Viajes	18	1	19
Atractivos	20	0	20
Salas de recepción y centro de convenciones	7	2	9
Bares y Discotecas	44	7	51
Total	314	505	819

Fuente: Análisis territorial de la oferta turística de la ciudad de Loja, 2018

Elaboración: Las autoras.

De los datos obtenidos, en lo que respecta a establecimientos de alojamiento, existen 50 establecimientos registrados, mientras existe 23 establecimientos que no lo están; seguidamente alimentos y bebidas se divide en: restaurantes, cafeterías y fuentes de sodas, donde existen 172 establecimientos registrados y 472 establecimientos sin registrar; de igual manera las agencias de viajes cuentan con un registro de 18 establecimientos sin embargo solo una operadora turística no se encuentra registrada; con respecto a salas de recepción y centros de convenciones, existen 7 registrados y 2 establecimientos sin registrar; y por ultimo bares y discotecas, se encuentran 44 registrados y 7 sin registrar. Obteniendo de esta manera un total de 315 establecimientos que se encuentran registrados y un total de 505 que no se encuentran dentro de la base de datos del MINTUR.

Gastronomía.

Según la Guía Turística de la Provincia de Loja (2016), el cantón Loja se destaca por el arte culinario, posee una gastronomía exquisita y variada que hacen que se distinga de los demás cantones y provincia.

- **Arvejas con guineo:** Sopa elaborada con arveja seca, guineo, leche y quesillo.
- **Repe blanco:** Es a base de guineo verde, quesillo y culantro. Al hacerlo con papa cambia su nombre a repe mestizo. Es el plato por demás apetecido en Loja, donde se da esta variedad de guineo.
- **Ají de pepa:** Preparado con pepa de zambo molido y condimentado con ají, culantro y especias.
- **Cuy asado:** Se aliña el día anterior, se prepara un refrito con manteca de cerdo,

cebolla y achiote luego se lo adoba y se lo lleva a la brasa, se lo sirve acompañado con papas aliñadas, mote, lechuga y ají de pepa.

- **Tamal lojano:** Mezcla de maíz seco remojado con manteca de chanco y aliños, envuelto en hoja de achira con condumio de carne de cerdo o pollo. Se sirve acompañado con una buena taza de café.
- **Cecina:** Carne seca al sol y azada a la brasa, acompañada de yuca y encebollado.
- **Humitas o sambates:** Elaborada con choclo tierno, se mezcla con manteca de chanco y sal, se envuelve en hoja de maíz con condumio de queso o quesillo.
- **Quesadillas:** Elaboradas con agua y harina de trigo, se rellena con una mezcla de chuno (harina) que se extrae de la planta de achira, manteca de cerdo, azúcar, huevos y quesillo, luego se lleva al horno.
- **Sango de maíz:** Es una mezcla de harina de maíz seco, tostado y molido, revuelta con agua, frita en una sartén y aderezada con quesillo y sal. Puede acompañarse este exquisito plato con huevo frito, aguacate o a su vez una tira de longaniza frita sin olvidar una buena taza de café.
- **Horchata:** Bebida tradicional, es una infusión de cerca de 22 hierbas medicinales.

3. PERFIL DEL VISITANTE QUE LLEGA A LA CIUDAD DE LOJA EN TEMPORADA BAJA.

3.1. Metodología

Para el cálculo de la muestra se consideró la misma metodología utilizada en el trabajo de fin de titulación con el tema “Diseño de investigación, levantamiento de información, procesamiento y análisis de estadísticas del turismo receptor nacional e internacional en la ciudad de Loja año 2013” (Betancourt & Romero, 2014), ya que la información a recopilar es similar pero en diferente temporada.

Para esto se determinó que varios de los métodos existentes pueden ser aplicados en el presente trabajo investigativo, ya que son los más acertados y permitirán alcanzar los objetivos propuestos.

3.1.1. Método deductivo.

Consiste en ir de la hipótesis a la deducción para determinar la verdad o falsedad de los hechos, proceso o conocimientos; mediante el principio de falsación propuestos por él (Ñaupas, Mejia, Novoa, & Villagomez, 2014).

A partir de principios genéricos o universales de información acerca de flujos y corrientes turísticas en el país se va a deducir un hecho singular que permita determinar cuál es el perfil del turista que visita Loja.

3.1.2. Método histórico.

Se estudian eventos y procesos de la vida social para identificar su origen, sus antecedentes y su evolución (Münch & Angeles, 2009).

Este método es aplicado al momento de la recolección de información acerca del flujo de personas que ingresan al aeropuerto “Ciudad de Catamayo” y de la terminal terrestre “Reina del Cisne”.

3.1.3. Método analítico.

Se distinguen los elementos de un fenómeno y se procede a realizar ordenadamente cada uno de ellos por separado (Münch & Angeles, 2009).

A la información histórica recopilada, se la va a describir mediante gráficos estadísticos que permitirán obtener una tendencia del número de turistas y residentes en la ciudad de Loja, obteniendo la población total de los mismos y por ende la respectiva muestra para aplicar el número de encuestas.

3.1.4. Método cuantitativo.

Usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base a la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. (Hernández, Fernandez, & Baptista, 2006)

Debido a que el proyecto se trata de una investigación sociológica en el cual se tiene que medir las preferencias que tiene el turista al visitar la ciudad de Loja, se ha elegido este método ya que usa una de las mejores técnicas al momento de recolectar datos de gran volumen, como lo son las encuestas, mediante el cuestionario, ya que su análisis, interpretación, datos estadísticos descriptivos y la utilización de técnicas de muestreo son óptimos en procesos sociales al tener un alto grado de precisión.

3.2. Proceso para la recolección de datos.

Según Bernal (2010), la recolección de los datos necesarios para responder a los objetivos de la investigación implica una serie de pasos:

Selección de la población y muestra objeto del estudio.

3.2.1. Terminal terrestre.

Población objetivo: todas las personas que utilizan las diferentes cooperativas de transporte terrestre (16 en total) que operan en la ciudad de Loja y que las utilizan para regresar a su destino.

Unidad de observación: la persona.

Marco muestral: el marco muestral está constituido por el total de ingreso de ecuatorianos y visitantes extranjeros, que arriban a la ciudad de Loja. Al no existir a la fecha datos de llegadas en el Terminal Terrestre, se procedió a realizar un procedimiento de conteo manual, en donde de cada ruta que tienen las cooperativas, se hará un sondeo a los conductores de las líneas de transportes, para que puedan informar de forma concreta el número total de personas que finalmente arriban a la ciudad de Loja. De este modo se conocerá al total de llegadas semanales, luego se ponderará y promediará para obtener el número total de personas que llegan al año.

Unidad primaria de muestreo (UPM): conglomerados de las cooperativas en las diferentes rutas, proporcionalmente al número de personas registradas por viaje y ruta.

Diseño muestral: de acuerdo a lo especificado en los objetivos, se basa en el segmento terrestre, teniendo en consideración algunos puntos importantes para que la investigación refleje a un total de visitantes:

El diseño muestral utiliza submuestreo (con selección aleatoria simple sin reposición), el mismo que contempla el análisis de: selección de las rutas (conglomerados) y selección de las personas de cada ruta ser encuestadas.

Un criterio importante para el cálculo de la muestra en el segmento receptor terrestre, es la recopilación de datos anteriores en las cooperativas que operan en la ciudad, ya que proporcionan información del universo de las personas que ingresan.

Unidades de muestreo y unidades de información: bajo el diseño descrito anteriormente la unidad primaria de muestreo son los días seleccionados para la investigación y las unidades secundarias de información son las personas que regresan a su destino, en caso de viajes en grupos se debe tomar la información pertinente a un solo individuo del mismo.

Técnica de levantamiento: la técnica a utilizarse para la obtención de la información es una encuesta directa presencial a las personas, es decir con informante directo.

Tamaño de la muestra: al ser un estudio inicial correspondiente a temporada baja, no existe un antecedente de datos que permitan estimar el tamaño de la muestra, por lo cual se realizará una predicción de un tamaño global, el cual asegura la representatividad como precisión en los parámetros a estimarse, con un nivel de significancia del 95% y un error de 0,07 en proporciones.

La fórmula para calcular el tamaño muestral es la siguiente:

Fórmula 1. Calcular el tamaño muestral

$$n = \frac{Z^2 N p q}{Z^2 p q + (N - 1) e^2}$$

Fuente: Hernandez, Fernandez & Baptista, (2006).

Dónde:

Z: Valor de la abscisa en la distribución normal que garantiza la confiabilidad prefijada (95%).

$$Z = 1,96$$

N: Número de entradas y salidas mensuales a través de los aeropuertos.

$$N = 1' 670 599$$

P: Probabilidad de salir seleccionado

Q: 1-P

$$P \text{ y } Q = 0,05$$

e: error relativo máximo esperado en la investigación (7%)

$$e = 0,07$$

Al momento de aplicar la fórmula para calcular el tamaño muestral se obtuvo 196 encuestas a aplicar en las diferentes rutas. Cabe recalcar que algunas de las rutas no se cubrían por su bajo peso poblacional por lo que se aumentó el número de encuestas a 200 para así poder cubrir dichas rutas. Se hizo una previa planificación y un cronograma para la aplicación de todas las encuestas y así cumplir con el número total de estas.

Tipo de operación estadística: La metodología de cuantificación que se manejará es una estimación promedio de totales, para lo cual se investigará a cada conductor de las diferentes rutas de todas las cooperativas de transporte que operan en el terminal terrestre de la ciudad de Loja, el promedio de personas que viajan diariamente por este medio.

Aspectos logísticos: Para que el trabajo de campo sea efectivo, se visitó el Terminal “Reina del Cisne” en diferentes jornadas para así cubrir las diferentes rutas diarias.

Cabe recalcar, que debido a la presencia de extranjeros, fue necesaria la aplicación de algunas encuestas en idioma inglés.

Para poder determinar el número de personas que ingresan a la ciudad de Loja por medio de transporte público terrestre, se hizo una distinción en donde tomó en cuenta las personas que llegan entre semana y aquellas que llegan en fin de semana, para así poder obtener un número de llegadas más preciso.

Tabla 8. Distribución Encuestas en el Terminal Terrestre

COOPERATIVAS DE TRANSPORTE DEL TERMINAL REINA DEL CISNE	Promedio diario Lunes a Viernes	Promedio diario Sábado a Domingo	Promedio anual	Peso	N° de encuestas por cooperativa
COOPERATIVA DE TRANSPORTES "LOJA"	6226	1261	359369	0,21	43
COOPERATIVA DE TRANSPORTES "UNION CARIAMANGA"	4020	869	234668	0,14	28
COOPERATIVA DE TRANSPORTES "CATAMAYO"	6830	1037	377628	0,23	45
COOPERATIVA DE TRANSPORTES "VILCATURIS"	1165	383	74294	0,04	9
COOPERATIVA DE TRANSPORTES "SUR ORIENTE"	2217	566	133610	0,08	16
COOPERATIVA DE TRANSPORTES "NAMBIJA"	2160	564	130740	0,08	16

COOPERATIVA DE TRANSPORTES "TURSUR"	840	154	47712	0,03	6
COOPERATIVA DE TRANSPORTES "UNION YANZATZA"	1195	301	71816	0,04	9
COOPERATIVA DE TRANSPORTES "VIAJEROS"	1965	452	116010	0,07	14
COOPERATIVA DE TRANSPORTES "SANTA"	495	117	29376	0,02	4
COOPERATIVA DE TRANSPORTES "TRANSSARAGURO"	585	95	32616	0,02	4
COOPERATIVA DE TRANSPORTES "CIUDAD DE PIÑAS"	380	58	21024	0,01	3
COOPERATIVA DE TRANSPORTES "SAN LUIS"	425	95	24960	0,01	3
COOPERATIVA DE TRANSPORTES "TAC"	315	35	16776	0,01	2
COOPERATIVA DE TRANSPORTES "ZARACAY"	35	7	1992	0,00	2
COOPERATIVA DE TRANSPORTES "16 DE AGOSTO"	30	8	1800	0,00	2
Total			1674391	1,00	200

Fuente: Terminal Terrestre "Reina del Cisne", 2018

Elaboración: Las autoras.

Una vez que se obtuvo el número de encuestas por cooperativa de transportes se procedió a distribuir las encuestas por ruta, esta distribución se presenta en las tablas siguientes.

Tabla 9. Distribución de encuestas por rutas en la "Cooperativa Loja"

COOPERATIVA "LOJA"								
Ruta desde:	Rutas diarias	Promedio por ruta Lunes a Viernes	Promedio por ruta Sábado y Domingo	Pax por rutas Lunes a Viernes	Pax por rutas Sábado y Domingo	Pax por rutas semanales	Peso	Nro. Encuestas
Cariamanga	5	20	15	500	77	577	0,08	3
Machala	15	25	20	1875	298	2173	0,29	12
Panguí	1	5	10	25	10	35	0,00	0
Zapotillo	4	11	7	220	26	246	0,03	1
Yanzatza	6	8	17	240	100	340	0,05	2
Guayaquil	9	19	25	873	226	1099	0,15	6
Piura	3	12	21	180	64	244	0,03	1
Lago Agrio	2	15	13	150	25	175	0,02	1
Gualaquiza	4	11	7	220	28	248	0,03	1

Alamor	3	1	13	15	39	54	0,01	0
Macará	7	19	9	665	63	728	0,10	4
Amaluza	4	3	3	60	12	72	0,01	0
Catacocha	1	7	5	35	5	40	0,01	0
Cuenca	3	8	12	120	36	156	0,02	1
Quito	10	18	18	908	183	1091	0,15	6
Zumba	1	4	17	20	17	37	0,00	0
Santo Domingo	1	10	21	50	21	71	0,01	0
Huaquillas	2	7	16	70	32	102	0,01	1
Total	81			6226	1261	7487	1,00	43

Fuente: (Cooperativa de transportes "Loja", 2018)

Elaboración: Las autoras

Tabla 10. Distribución de encuestas por rutas en la "Cooperativa Unión Cariamanga"

COOPERATIVA "UNIÓN CARIAMANGA"								
Ruta desde:	Rutas diarias	Promedio por ruta Lunes a Viernes	Promedio por ruta Sábado y Domingo	Pax por rutas Lunes a Viernes	Pax por rutas Sábado y Domingo	Pax por rutas semanales	Peso	Nro. Encuestas
Yacuambi	4	7	18	140	73	213	0,04	1
Macará	8	15	19	600	152	752	0,15	4
La Victoria	1	8	13	40	13	53	0,01	0
Machala	2	15	26	150	51	201	0,04	1
Alamor	1	12	24	60	24	84	0,02	0
Amaluza	8	21	16	840	130	970	0,20	6
Cariamanga	5	20	13	500	63	563	0,12	3
Pangui	5	11	15	275	73	348	0,07	2
Zumba	5	11	13	275	65	340	0,07	2
Piura	2	16	20	160	40	200	0,04	1
Zapotillo	5	17	12	425	58	483	0,10	3
Tacamoros	1	8	11	40	11	51	0,01	0
Celica	1	12	7	60	7	67	0,01	0
Huaquillas	3	7	7	105	21	126	0,03	1
Guayaquil	1	14	35	70	35	105	0,02	1
Quilanga	3	13	13	195	39	234	0,05	1
Nueva Fátima	1	17	17	85	17	102	0,02	1
Total	56			4020	869	4889	1,00	28

Fuente: (Cooperativa de transportes "Unión Cariamanga", 2018)

Elaboración: Las autoras

Tabla 11. Distribución de encuestas por rutas en la “Cooperativa Catamayo”

COOPERTATIVA "CATAMAYO"								
Ruta desde:	Rutas diarias	Promedio por ruta Lunes a Viernes	Promedio por ruta Sábado y Domingo	Pax por rutas Lunes a Viernes	Pax por rutas Sábado y Domingo	Pax por rutas semanales	Peso	Nro. Encuestas
El Cisne	3	11	21	165	63	228	0,03	1
Catamayo	61	21	15	6500	902	7402	0,94	43
Lauro Guerrero	1	5	14	25	14	39	0,00	0
Orianga	1	3	11	15	11	26	0,00	0
Sacapalca	1	9	14	45	14	59	0,01	0
Chaguarpamba	1	3	5	15	5	20	0,00	0
Quilanga	1	7	13	35	13	48	0,01	0
El Tambo	1	4	6	20	6	26	0,00	0
Catacocha	1	2	10	10	10	20	0,00	0
Total	71			6830	1037	7867	1,00	44

Fuente: (Cooperativa de transportes “Catamayo”, 2018)

Elaboración: Las autoras

Tabla 12. Distribución de encuestas por rutas en la “Cooperativa Vilcaturis”

COOPERATIVA "VILCATURIS"								
Ruta desde:	Rutas diarias	Promedio por ruta Lunes a Viernes	Promedio por ruta Sábado y Domingo	Pax por rutas Lunes a Viernes	Pax por rutas Sábado y Domingo	Pax por rutas semanales	Peso	Nro. Encuestas
Vilcabamba	44	4	13	880	291	1171	0,76	7
Zahuayco	4	4	8	80	31	111	0,07	1
El tambo	4	3	7	60	14	74	0,05	0
Yangana	5	4	8	100	40	140	0,09	1
Purunuma	1	3	7	15	4	19	0,01	0
Taxiche	1	6	4	30	4	33,5	0,02	0
Total	59			1165	383	1548	1,00	9

Fuente: (Cooperativa de transportes “Vilcaturis”, 2018)

Elaboración: Las autoras

Tabla 13. Distribución de encuestas por rutas en la “Cooperativa Sur Oriente”

COOPERTATIVA "SUR ORIENTE"								
Ruta desde:	Rutas diarias	Promedio por ruta Lunes a Viernes	Promedio por ruta Sábado y Domingo	Pax por rutas Lunes a Viernes	Pax por rutas Sábado y Domingo	Pax por rutas semanales	Peso	Nro. Encuestas
Saraguro	1	4	6	20	6	26	0,01	0
Zumba	5	6	7	150	32,5	183	0,07	1
Chuquiribamba	11	21	28	1171	306	1477	1	8
Quinara	3	4	6	60	19	79	0	0

Gualel	4	9	19	180	76	256	0	1
Vilcabamba	1	2	6	10	6	16	0	0
Manú	2	13	12	127	25	151	0	1
Palanda	1	3	6	15	6	21	0	0
Lluzhapa	1	10	12	50	12	62	0	0
Taquil	3	11	16	165	48	213	0	1
Cera	2	22	7	220	13	233	0	1
Chamical	1	3	5	15	5	20	0	0
La Balsa	1	3	6	15	6	21	0	0
Pasaje	1	4	7	20	7	27	0,01	0
Total	37			2217	566	2784	1,00	16

Fuente: (Cooperativa de transportes "Sur Oriente", 2018)

Elaboración: Las autoras

Tabla 14. Distribución de encuestas por rutas en la "Cooperativa Nambija"

COOPERATIVA "NAMBIJA"								
Ruta desde:	Rutas diarias	Promedio por ruta Lunes a Viernes	Promedio por ruta Sábado y Domingo	Pax por rutas Lunes a Viernes	Pax por rutas Sábado y Domingo	Pax por rutas semanales	Peso	Nro. Encuestas
Gualaquiza	3	12	9	180	26	206	0,08	1
Chinapintza	6	13	9	390	137	527	0,19	3
Machala	4	9	18	180	70	250	0,09	1
El Pangui	7	22	18	770	135	905	0,33	5
Huaquillas	3	6	12	90	35	125	0,05	1
Yantzaza	4	9	12	180	65	245	0,09	1
Namires	1	7	6	35	6	41	0,01	0
Zumba	2	8	6	80	15	95	0,03	1
Guayaquil	2	14	22	140	44	184	0,07	1
Guaysimi	2	8	22	80	20	100	0,04	1
San Carlos	1	7	13	35	13	48	0,02	0
Total	35			2160	564	2724	1,00	16

Fuente: (Cooperativa de transportes "Nambija", 2018)

Elaboración: Las autoras

Tabla 15. Distribución de encuestas por rutas en la "Cooperativa TURSUR"

COOPERATIVA "TURSUR"								
Ruta desde:	Rutas diarias	Promedio por ruta Lunes a Viernes	Promedio por ruta Sábado y Domingo	Pax por rutas Lunes a Viernes	Pax por rutas Sábado y Domingo	Pax por rutas semanales	Peso	Nro. Encuestas
Vilcabamba	28	6	11	840	154	994	1	6
Total	28			840	154	994	1	6

Fuente: (Cooperativa de transportes "Tursur", 2018)

Elaboración: Las autoras

Tabla 16. Distribución de encuestas por rutas en la “Cooperativa Unión Yantzaza”

COOPERATIVA "UNIÓN YANTZAZA"								
Ruta desde:	Rutas diarias	Promedio por ruta Lunes a Viernes	Promedio por ruta Sábado y Domingo	Pax por rutas Lunes a Viernes	Pax por rutas Sábado y Domingo	Pax por rutas semanales	Peso	Nro. Encuestas
Yantzaza	5	7	11	175	53	228	0,15	1
Zumba	4	12	12	240	49	289	0,19	2
Gualaquiza	4	21	16	420	62	482	0,32	3
El pangui	4	7	12	140	49	189	0,13	1
Chinapintza	1	16	22	80	22	102	0,07	1
Machala	3	1	11	15	32	47	0,03	0
Guaysimi	2	10	14	100	28	128	0,09	1
Huaquillas	1	5	8	25	8	33	0,02	0
Total	24			1195	301	1496	1,00	9

Fuente: (Cooperativa de transportes “Unión Yantzaza”, 2018)**Elaboración:** Las autoras**Tabla 17.** Distribución de encuestas por rutas en la “Cooperativa Viajeros”

COOPERATIVA "PULLMAN VIAJEROS"								
Ruta desde:	Rutas diarias	Promedio por ruta Lunes a Viernes	Promedio por ruta Sábado y Domingo	Pax por rutas Lunes a Viernes	Pax por rutas Sábado y Domingo	Pax por rutas semanales	Peso	Nro. Encuestas
Cuenca	15	22	27	1650	399	2049	0,85	12
Quito	3	21	18	315	53	367,5	0,15	2
Total	18			1965	452	2417	1,00	14

Fuente: (Cooperativa de transportes “Viajeros”, 2018)**Elaboración:** Las autoras**Tabla 18.** Distribución de encuestas por rutas en la “Santa”

COOPERATIVA "SANTA"								
Ruta desde:	Rutas diarias	Promedio por ruta Lunes a Viernes	Promedio por ruta Sábado y Domingo	Pax por rutas Lunes a Viernes	Pax por rutas Sábado y Domingo	Pax por rutas semanales	Peso	Nro. Encuestas
Quito	9	11	13	495	117	612	1	4
Total	9			495	117	612	1,00	4

Fuente: (Cooperativa de transportes “Santa”, 2018)**Elaboración:** Las autoras

Tabla 19. Distribución de encuestas por rutas en la “Transsaraguro”

COOPERATIVA "TRANSSARAGURO"								
Ruta desde:	Rutas diarias	Promedio por ruta Lunes a Viernes	Promedio por ruta Sábado y Domingo	Pax por rutas Lunes a Viernes	Pax por rutas Sábado y Domingo	Pax por rutas semanales	Peso	Nro. Encuestas
Saraguro	9	13	11	585	95	680	1	4
Total	9			585	95	680	1,00	4

Fuente: (Cooperativa de transportes “Transsaraguro”, 2018)

Elaboración: Las autoras

Tabla 20. Distribución de encuestas por rutas en la “Cooperativa Ciudad de Piñas”

COOPERATIVA "CIUDAD DE PINAS"								
Ruta desde:	Rutas diarias	Promedio por ruta Lunes a Viernes	Promedio por ruta Sábado y Domingo	Pax por rutas Lunes a Viernes	Pax por rutas Sábado y Domingo	Pax por rutas semanales	Peso	Nro. Encuestas
Piñas	4	10	6	200	24	224	0,51	1
Marcabelí	2	18	17	180	34	214	0,49	1
Total	6			380	58	438	1,00	3

Fuente: (Cooperativa de transportes “Ciudad de Piñas”, 2018)

Elaboración: Las autoras

Tabla 21. Distribución de encuestas por rutas en la “Cooperativa San Luis”

COOPERATIVA "SAN LUIS"								
Ruta desde:	Rutas diarias	Promedio por ruta Lunes a Viernes	Promedio por ruta Sábado y Domingo	Pax por rutas Lunes a Viernes	Pax por rutas Sábado y Domingo	Pax por rutas semanales	Peso	Nro. Encuestas
Cuenca	5	17	19	425	95	520	1	3
Total	5			425	95	520	1,00	3

Fuente: (Cooperativa de transportes “San Luis”, 2018)

Elaboración: Las autoras

Tabla 22. Distribución de encuestas por rutas en la “Cooperativa TAC”

COOPERATIVA "TAC"								
Ruta desde:	Rutas diarias	Promedio por ruta Lunes a Viernes	Promedio por ruta Sábado y Domingo	Pax por rutas Lunes a Viernes	Pax por rutas Sábado y Domingo	Pax por rutas semanales	Peso	Nro. Encuestas
Piñas	3	21	12	315	35	350	1	2
Total	3			315	35	350	1,00	2

Fuente: (Cooperativa de transportes “TAC”, 2018)

Elaboración: Las autoras

Tabla 23. Distribución de encuestas por rutas en la “Cooperativa Zaracay”

COOPERATIVA "ZARACAY"								
Ruta desde:	Rutas diarias	Promedio por ruta Lunes a Viernes	Promedio por ruta Sábado y Domingo	Pax por rutas Lunes a Viernes	Pax por rutas Sábado y Domingo	Pax por rutas semanales	Peso	Nro. Encuestas
Santo Domingo	1	7	7	35	6,5	42	1	2
Total	1			35	7	42	1,00	2

Fuente: (Cooperativa de transportes “Zaracay”, 2018)

Elaboración: Las autoras

Tabla 24. Distribución de encuestas por rutas en la “Cooperativa 16 de Agosto”

COOPERATIVA "16 DE AGOSTO"								
Ruta desde:	Rutas diarias	Promedio por ruta Lunes a Viernes	Promedio por ruta Sábado y Domingo	Pax por rutas Lunes a Viernes	Pax por rutas Sábado y Domingo	Pax por rutas semanales	Peso	Nro. Encuestas
Gualaquiza	1	6	15	30	8	38	1	2
Total	1			30	8	38	1,00	2

Fuente: (Cooperativa de transportes “16 de Agosto”, 2018)

Elaboración: Las autoras

3.2.2. Aeropuerto.

Población objetivo: todas las personas que utilizan la aerolínea TAME para regresar a su destino, desde la ciudad de Loja, con las dos rutas que son Quito-Loja y Guayaquil Loja, desde octubre 2016 a octubre de 2017.

Unidad de observación: la persona.

Marco Muestral: está constituido por el total de llegadas de ecuatorianos y extranjeros a través de la única aerolínea que opera hacia el destino Loja que es TAME durante octubre 2016 a octubre de 2017.

Unidad Primaria de Muestreo (UPM): en las dos rutas existentes Quito-Loja y Guayaquil-Loja, proporcionalmente al número de personas registradas por vuelo.

Diseño muestral: de acuerdo a lo especificado en los objetivos, se basa en el segmento aéreo, teniendo en consideración algunos puntos importantes para que la investigación refleje a un total de visitantes:

El diseño muestral utiliza submuestreo (con selección aleatoria simple sin reposición), el mismo que contempla el análisis de: selección de los vuelos (conglomerados) y selección de las personas de cada vuelo a ser encuestadas.

Un criterio importante para el cálculo de la muestra en el segmento receptor aéreo, es la recopilación de datos anteriores en la aerolínea que opera en la ciudad de Loja, ya que proporcionan información del universo de las personas que ingresan.

Unidades de muestreo y unidades de información: bajo el diseño descrito anteriormente la unidad primaria de muestreo son los días seleccionados para la investigación y las unidades secundarias de información son las personas que regresan a su destino, en caso de viajes en grupos se debe tomar la información pertinente a un solo individuo del grupo.

Técnica de levantamiento: la técnica a utilizarse para la obtención de la información es una encuesta directa presencial a las personas, es decir con informante directo.

Tamaño de la muestra: al ser un estudio inicial correspondiente a temporada baja, no existe un antecedente de datos que permitan estimar el tamaño de la muestra, por lo cual se realizará una predicción de un tamaño global, el cual asegura la representatividad como precisión en los parámetros a estimarse, con un nivel de significancia del 95% y un error de 0,07, en proporciones. Al aplicar la fórmula que a continuación se detallará, da un resultado de 196 encuestas que se deben aplicar en el aeropuerto “Ciudad de Catamayo”.

La fórmula para calcular el tamaño muestral es la siguiente:

Fórmula 1. Calcular el tamaño muestral

$$n = \frac{Z^2 Npq}{Z^2 pq + (N-1)e^2}$$

Fuente: (Hernandez, et al., 2006).

Dónde:

Z: Valor de la abscisa en la distribución normal que garantiza la confiabilidad prefijada (95%).

$$Z = 1,96$$

N: Número de entradas y salidas mensuales a través de los aeropuertos.

$$N = 80\,079$$

P: Probabilidad de salir seleccionado

Q: 1-P

$$P \text{ y } Q = 0,5$$

e: error máximo esperado en la investigación (7%)

$$e = 0,07$$

Al momento de aplicar la fórmula para calcular el tamaño muestral se obtuvo 196 encuestas a aplicar en las dos rutas existentes. El número de encuestas a aplicar en cada ruta es totalmente diferente debido al peso poblacional que cada una tiene. Se hizo una previa planificación y un cronograma para la aplicación de todas las encuestas y así cumplir con el número total de estas.

Tabla 25. Distribución de encuestas para el aeropuerto

Ruta	Promedio Anual	Promedio mensual	Promedio diario	Peso	Nro. encuestas
UIO-LOH	64864	5405	174	0,81	159
GYE-LOH	15215	1268	41	0,19	37
Total	80079		215	1,00	196

Fuente: Aerolínea TAME

Elaboración: Las autoras.

Tipo de operación estadística: para la cuantificación se manejará el promedio de personas que viajan por la aerolínea TAME sede en Loja, en las diferentes frecuencias diarias. Con ello se podrá obtener el universo y cálculo de la muestra, para hacer una distribución por ruta y vuelo por peso poblacional.

Aspectos logísticos: Para que el trabajo de campo sea efectivo, las dos tesisas acudieron al aeropuerto “Ciudad de Catamayo” en diferentes jornadas para así cubrir las diferentes rutas diarias. Al igual que en el estrato del terminal terrestre, fue necesario aplicar algunas encuestas en inglés dada la presencia de turistas extranjeros.

3.3. Perfil del turista.

Para poder determinar el perfil del turista se aplicó la misma encuesta en el estrato del Terminal Terrestre “Reina del Cisne” y el Aeropuerto “Ciudad de Catamayo”. A continuación un breve resumen de las variables a analizar:

- Datos del viaje turístico tales como satisfacción del viaje, formas de viajar (solo o acompañado), motivo de la visita, cómo organizó el viaje, calificación de Loja como destino, atractivos turísticos más visitados, entre otros.
- Gasto turístico, el cual engloba datos monetarios de pasajes de ida y retorno a su ciudad de residencia, alojamiento, alimentación, entretenimiento y recreación, entre otros.
- Datos socio-demográficos tales como: el género, edad, situación ocupacional, nivel de ingresos, nacionalidad y ciudad de residencia. (Anexo 1)

3.3.1. Análisis del turismo receptor en terminal terrestre.

Los resultados que se muestran a continuación son aquellos que permiten determinar el perfil del turista y así obtener una imagen real de las personas que visitan Loja utilizando servicios de transporte terrestre, presentando los principales resultados en base a las variables que se explicaron en el punto 3.3.

Perfil sociodemográfico

Género

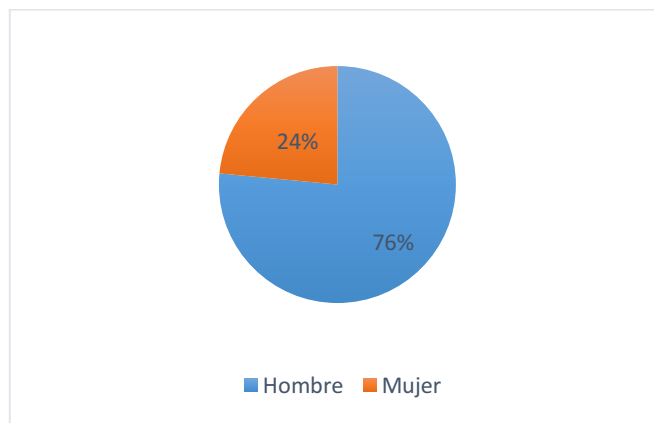


Gráfico 1. Género

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el terminal terrestre

Elaboración: Las autoras.

De acuerdo con el gráfico N°1 se puede evidenciar que la mayor parte de turistas que llegan a la ciudad de Loja, en su mayoría son hombres con el 76%, y por lo cual el valor restante correspondiente al 24% son mujeres.

Estado civil

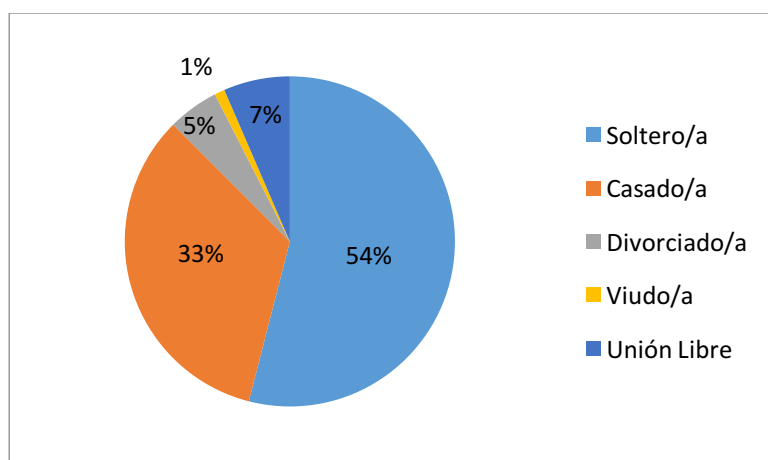


Gráfico 2. Estado Civil

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el terminal terrestre

Elaboración: Las autoras.

La mayor parte de los turistas con el 54% son solteros, seguido con el 33% correspondiente a

personas casadas, y con el 13% que es la suma entre personas que se encuentran en unión libre, divorciados y viudos.

Situación ocupacional

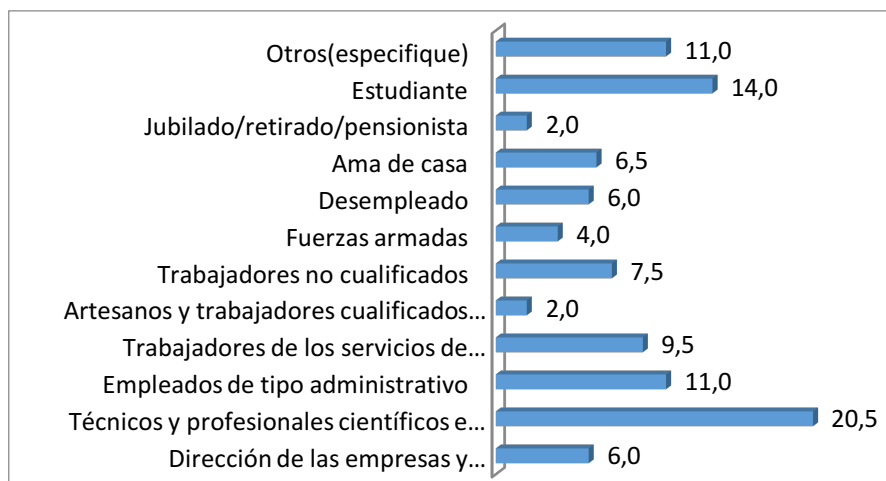


Gráfico 3. Situación Ocupacional

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el terminal terrestre

Elaboración: Las autoras.

En lo que se refiere a la ocupación, el 20.5% son Técnico y profesionales científicos e intelectuales, mientras que el 14% son estudiantes, y con el 11% se presentan aquellos son empleados de tipo administrativo y otros como por ejemplo; choferes, músicos, etc. Finalmente, el 9.5% representa a los trabajadores de servicios de restauración y comercio.

Nivel de instrucción

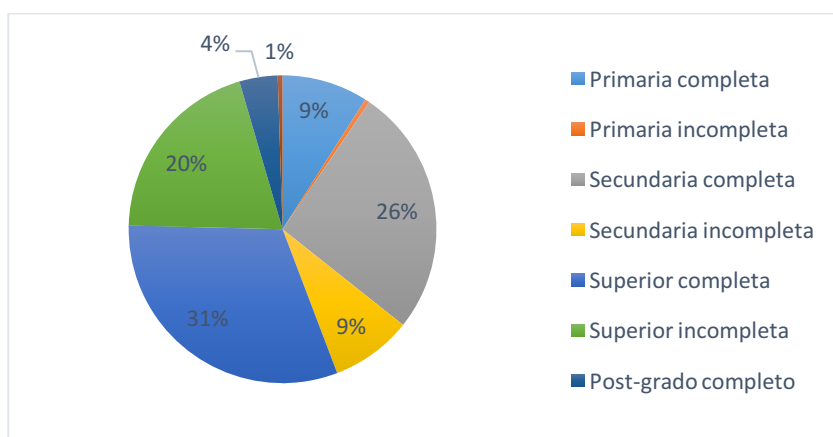


Gráfico 4. Nivel de Instrucción

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el terminal terrestre

Elaboración: Las autoras.

Estos datos demuestran que la mayor parte de personas que llegan a la ciudad de Loja utilizando servicios de transporte terrestre están en un nivel de instrucción de superior completa con el 31%, seguido por secundaria completa con el 26%.

Nacionalidad

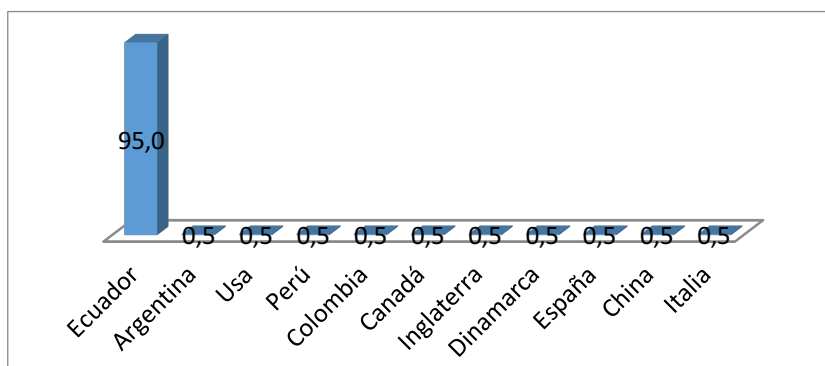


Gráfico 5. Nacionalidad

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el terminal terrestre

Elaboración: Las autoras.

Como se demuestra en el gráfico los ecuatorianos son los que generan un mayor número de visitas en Loja con el 95 %. En general, en la ciudad se realiza mayormente un turismo nacional.

Ciudad de Residencia

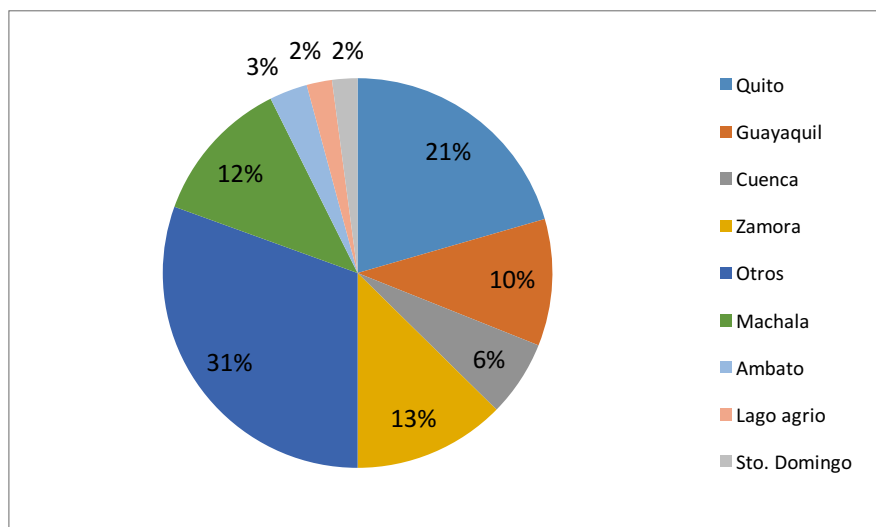


Gráfico 6. Ciudad de Residencia

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el terminal terrestre

Elaboración: Las autoras.

El 31% de encuestados llegan a Loja corresponde a los diferentes lugares de la provincia de Loja, seguido el 21% viene desde Quito y finalmente el 13% se movilizó desde Zamora.

Edad

En las encuestas que se aplicaron, la pregunta sobre la edad, se hizo de forma abierta, lo que permitió que cada encuestado respondiera con el número de años en concreto; esto se hizo con la finalidad de que al final se pueda calcular el promedio de edad de los encuestados. En este sentido, se determinó que la edad promedio de las personas que llegan a la ciudad de Loja es de 36 años.

Ingreso

En las encuestas aplicadas, la pregunta acerca de los ingresos mensuales se hizo de forma abierta, lo que permitió que cada encuestado respondiera con un valor concreto; esto se hizo con la finalidad de que al final se pueda calcular el promedio de ingresos mensuales de los encuestados. En este sentido, se determinó que el promedio de ingresos mensuales de las personas que llegan a la ciudad de Loja es de aproximadamente \$716,51.

Nivel de satisfacción del viaje por carretera

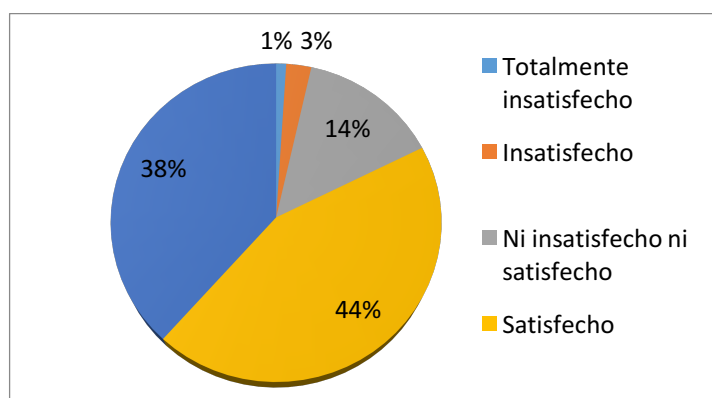


Gráfico 7. Satisfacción del viaje por carretera

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el terminal terrestre

Elaboración: Las autoras.

El 44% de los turistas señalan que están satisfechos en el viaje por carretera, seguido por un 38% que representa a las personas que están totalmente satisfechas, el 14% señala que no está ni satisfecho ni insatisfecho. Por lo que se puede concluir que la mayoría de las personas tienen un alto nivel de satisfacción con el servicio brindado por el transporte público terrestre y el paisaje que se puede observar durante el viaje.

¿Cuál fue el motivo principal de su viaje?

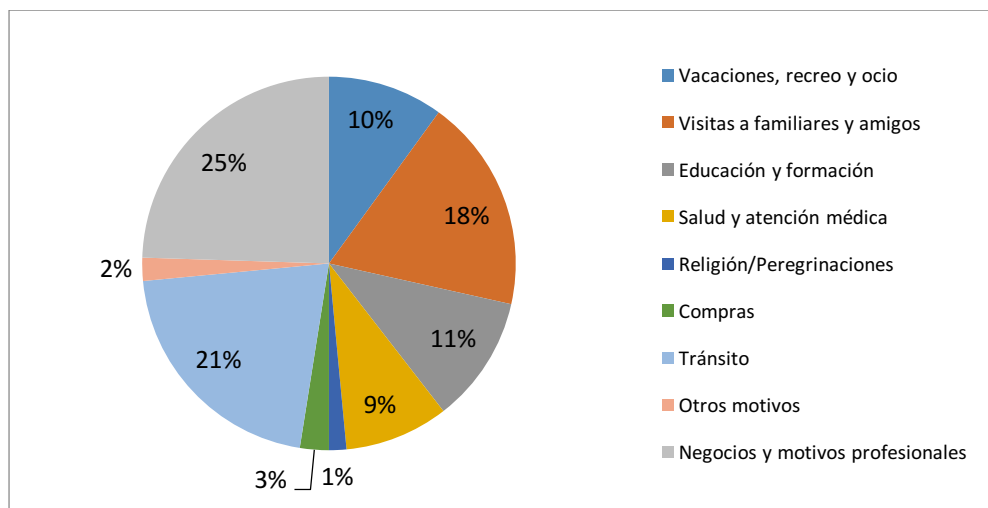


Gráfico 8. Motivo del viaje

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el terminal terrestre

Elaboración: Las autoras.

En cuanto a los motivos principales del viaje de los los turistas que llegan a Loja por movilidad terrestre son: 25% por negocios y motivos profesionales, seguido por un 21% que representan a los turistas que vienen por tránsito, es decir, para pasar a otros lugares, principalmente Vilcabamba, Zamora y Perú, seguido por un 18% que llegan al destino por visitas a familiares y amigos. En cuanto a las personas que vienen por educación y formación representan un 11%, se señala que la mayoría de las personas que vienen por este motivo, es para asistir a las graduaciones que se realizan en la Universidad Técnica Particular de Loja.

Formas de viajar

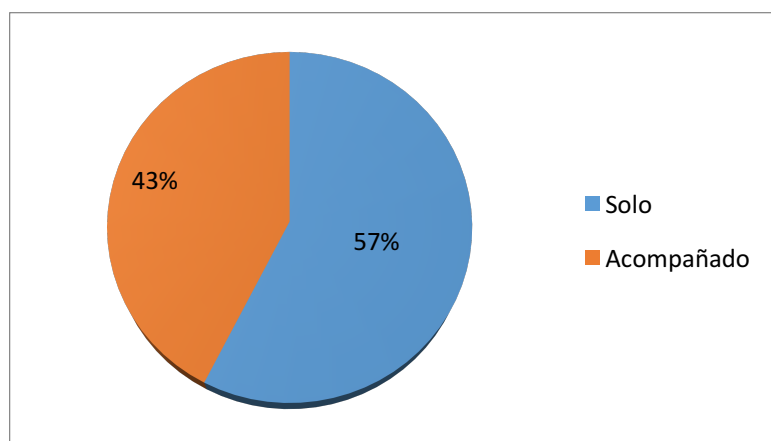


Gráfico 9. Formas de viajar

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el terminal terrestre

Elaboración: Las autoras.

De las encuestas aplicadas en el terminal terrestre se arrojan resultados que el 57% viene a la ciudad de Loja solo, mientras que el 43% viene acompañado. Esto se atribuye a que el principal motivo del viaje es por negocios y motivos profesionales, entonces solo llegan al destino para cumplir con sus actividades laborales y en seguida retornan a su ciudad de residencia; además que las personas que vienen por tránsito en su mayoría son “mochileros” por ende viajan solos también.

Haciendo referencia a las personas que viajan acompañadas, el principal motivo de su viaje es por visitas a familiares y amigos, educación y formación, vacaciones, recreo y ocio, entre otros.

¿Cómo organizó su viaje?

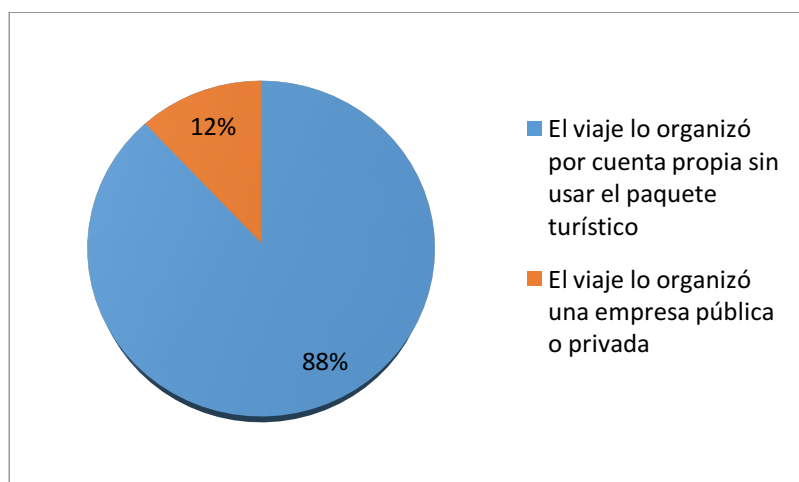


Gráfico 10. Organización del viaje

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el terminal terrestre

Elaboración: Las autoras.

El 88% de los turistas encuestados señalan que organizaron el viaje por su propia cuenta sin usar un paquete turístico, debido a que casi ninguna agencia de viaje u operadora turística ofrecen paquetes para el destino. Mientras que el 12% señala que el viaje lo organizó la empresa pública o privada en donde laboran.

¿Cuál fue el principal aspecto que le impulsó a elegir Loja como destino?

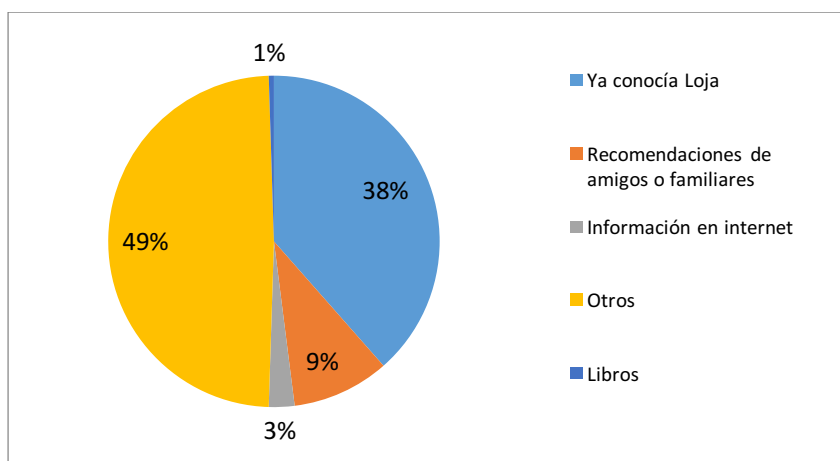


Gráfico 11. Principal aspecto que le impulsó a elegir Loja como destino

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el terminal terrestre

Elaboración: Las autoras.

Al hacer referencia a los aspectos que les impulsó a los turistas a elegir Loja como destino se obtiene que: el 49% representa a otros motivos tales como netamente visitas a familiares y amigos, negocios y motivos profesionales, tránsito y graduaciones, seguido por el 38% que hace referencia a que ya conocía Loja y quería regresar, el 9% representa a aquellas personas que visitan Loja por primera vez y las recomendaciones de amigos y familiares los impulsó a venir y finalmente con un 1% eran personas que se habían informado en libros principalmente sobre Vilcabamba e igualmente venían a Loja por primera vez.

¿Cómo califica a Loja como destino turístico?

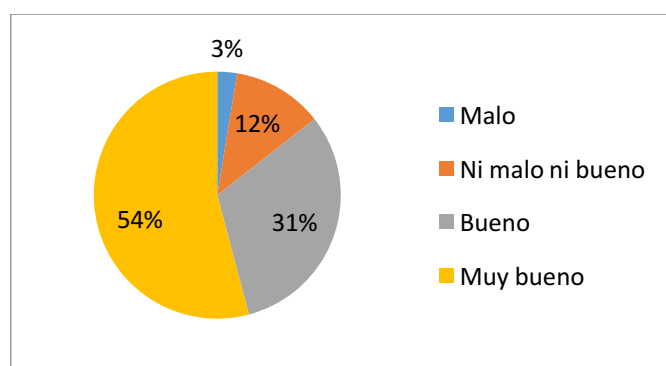


Gráfico 12. Calificación de Loja como destino turístico

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el terminal terrestre

Elaboración: Las autoras.

El 54% de los encuestados califica como muy bueno a Loja como destino turístico, seguido por un 31% que lo califica como bueno, el 12% indica que no es ni malo ni bueno y finalmente con

un mínimo porcentaje del 3% lo califica como malo. Por lo que se concluye que la ciudad de Loja es de agrado para los turistas y se debe sacar el máximo provecho.

Tipo de alojamiento utilizado en la ciudad de Loja

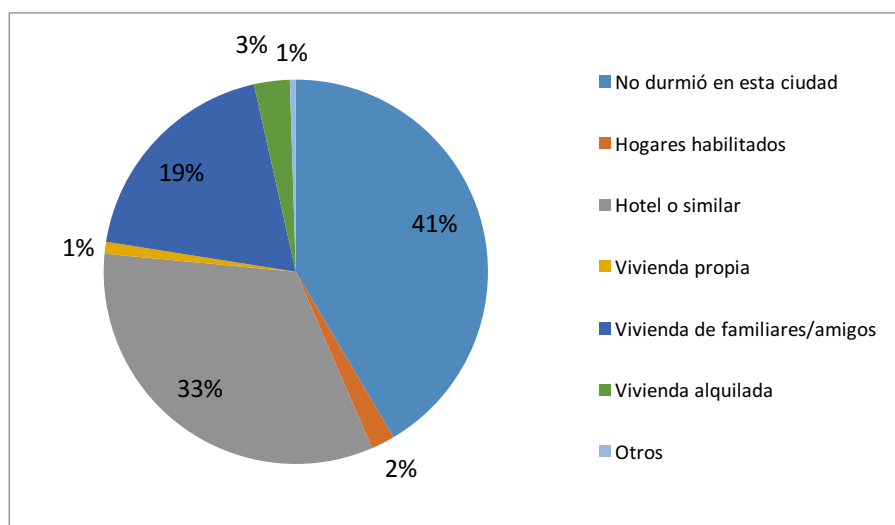


Gráfico 13. Tipo de alojamiento utilizado en la ciudad de Loja
Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el terminal terrestre
Elaboración: Las autoras.

En cuanto al tipo de alojamiento utilizado en la ciudad de Loja, tenemos que el 41% no durmió en el destino, por lo tanto no utilizó ningún tipo de establecimiento hotelero, seguido por un 33% que utiliza hotel o similar de acuerdo a sus preferencias y el 19% que representa a los turistas que se hospedan en las viviendas de familiares y amigos.

Número de noches en la ciudad de Loja

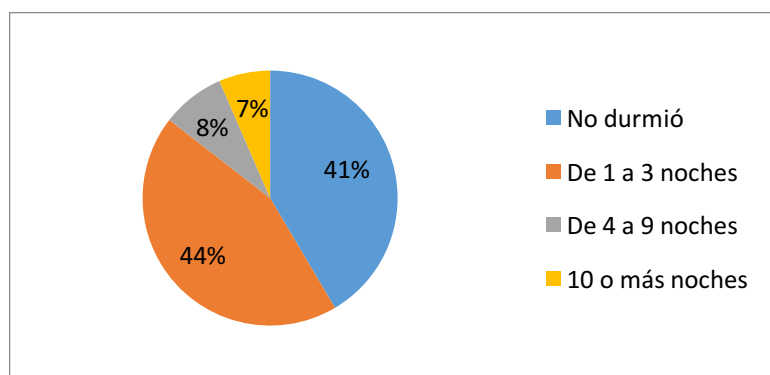


Gráfico 14. Número de noches en la ciudad de Loja
Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el terminal terrestre
Elaboración: Las autoras.

El 44% de los turistas que visitan Loja pernoctan en la ciudad de una a tres noches, seguido por

el 41% los cuales señalan que no duermen en el destino, es decir, vienen y se regresan el mismo día, o vienen y pasan directamente su destino final, el 8% pernocta en Loja de 4 a 9 noches y finalmente con un 7% que representa a los turistas que se quedan en el destino durante 10 o más noches

¿En este viaje, Loja fue la única ciudad visitada?

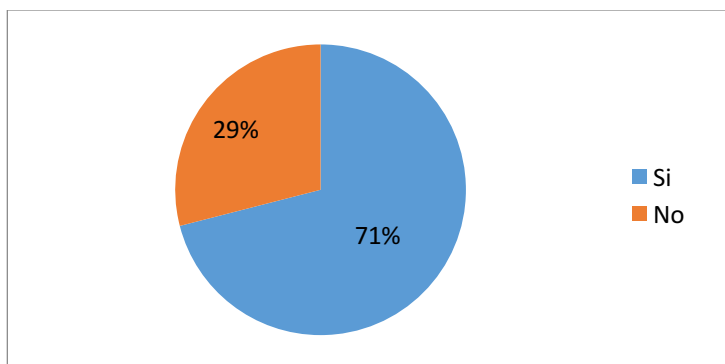


Gráfico 15. Única ciudad visitada

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el terminal terrestre

Elaboración: Las autoras.

El 71% de los turistas encuestados manifiestan que Loja como ciudad fue el único destino visitado durante su viaje, esto se debe a que como el principal motivo del viaje es por negocios y motivos profesionales, es decir que, realizan sus actividades laborales en la ciudad y no tienen tiempo para recurrir a otros lugares. Mientras que el 29% manifiesta que Loja como ciudad no fue el único lugar visitado, es decir, se movilizan a lugares cercanos tales como Catamayo, El Cisne, Malacatos, el valle de Vilcabamba, Zamora, entre otros.

Otros destinos visitados

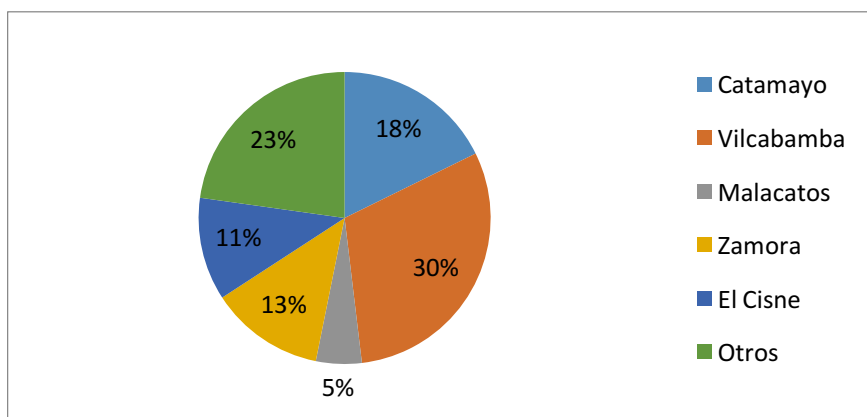


Gráfico 16. Otros destinos visitados

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el terminal terrestre

Elaboración: Las autoras.

De los turistas que se movilizan a otros destinos fuera de la ciudad de Loja tenemos que: el 30,38% visita el valle de Vilcabamba, seguido por un 22,78% que visita lugares de la provincia tales como Cariamanga, Macará, Catacocha, Zaruma, entre otros. El 17,72% visita el cantón Catamayo, seguido por el 12,66% que representa a la provincia de Zamora y con una mínima diferencia se encuentra El Cisne con un 11,39%.

Gasto turístico

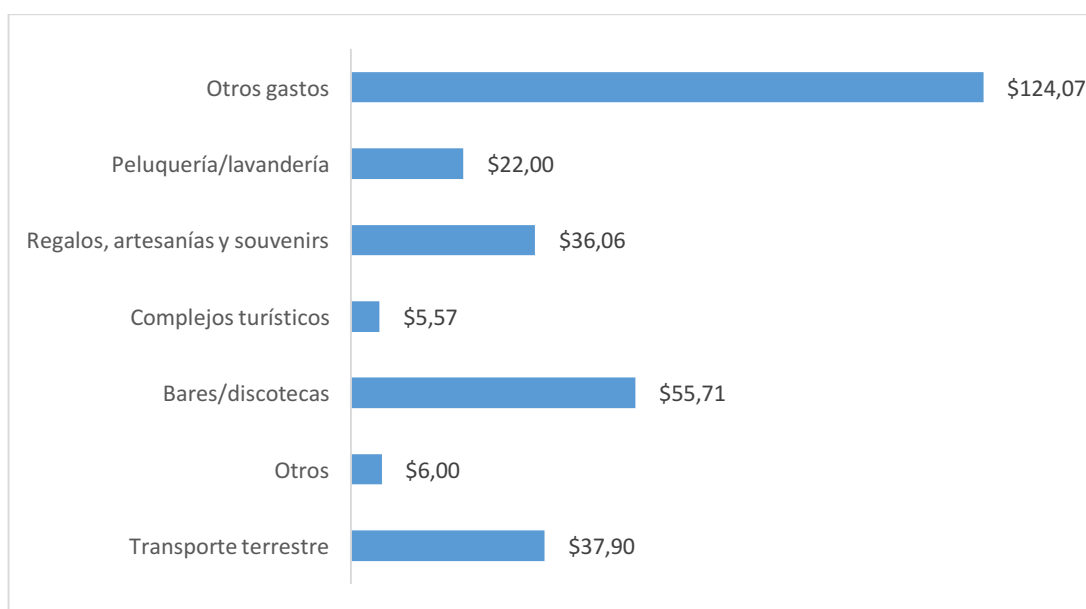


Gráfico 17. Gasto turístico fijo

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el terminal terrestre

Elaboración: Las autoras.

El gasto turístico fijo engloba todas aquellas variables que se realizan independientemente de los días de pernoctación en el destino, cabe recalcar que el gasto que se describe es por persona, es así que tenemos que el gasto promedio para llegar a Loja y regresar a la ciudad de residencia en transporte terrestre es de \$37,90, seguido por el gasto que realizan al comprar regalos, artesanías y souvenirs con un promedio de \$36,06 que en su mayoría son bocaditos, café y comida en general. De las personas que tienen otros gastos como en realización de trámites, exámenes para su salud en general, entre otros, hay un gasto promedio de \$124,07 y de las personas que visitan bares y discotecas tienen un gasto promedio de \$55,71.

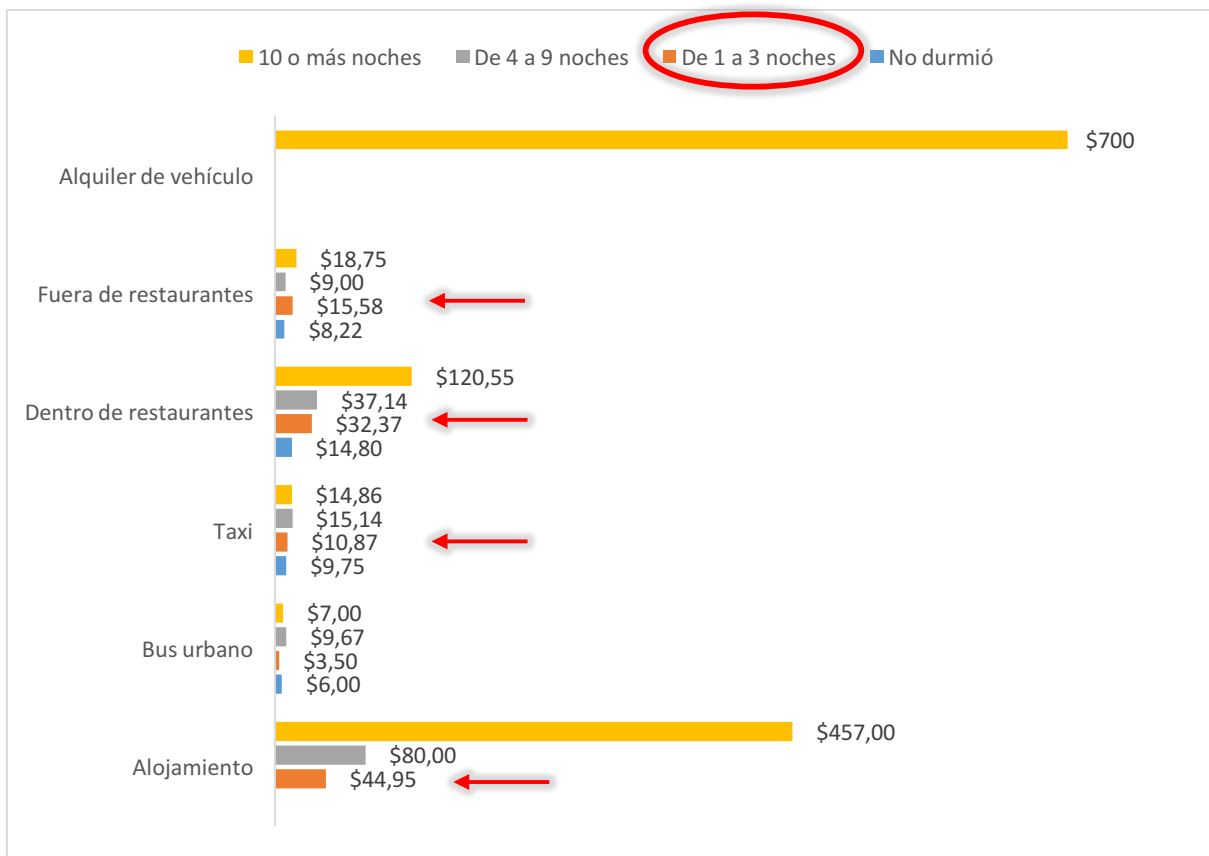


Gráfico 18. Gasto turístico variable

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el terminal terrestre

Elaboración: Las autoras.

En el presente gráfico se señala el gasto turístico de variables que dependen del número de noches de pernoctación en el destino, es así que se procederá a hacer un análisis de los turistas que se quedan de una a tres noches, ya que es el que representa un mayor porcentaje como se mencionó en el gráfico 14 (44%). En cuanto a alojamiento, los turistas tienen un gasto promedio de \$44,95, esto varía de acuerdo a la categoría del alojamiento que cada uno desee escoger; en comida dentro de restaurantes existe un gasto promedio de \$32,37 mientras que fuera de restaurantes el gasto es menor con un promedio de \$15,58. El gasto de transporte interno como taxi es de \$10,87 mientras que en bus es únicamente de \$3,50.

Cabe recalcar que hubo un caso en donde el turista se encontraba en el destino por motivos de trabajo durante aproximadamente dos meses. Esta persona se hospedó en hotel y utilizó alquiler de vehículo durante su estadía en la ciudad, es por eso que los valores de 10 o más noches en alquiler de vehículo y alojamiento están sumamente elevados.

Lugares Turísticos más visitados en la ciudad de Loja

Tabla 26. Top 10 los lugares más visitados en Loja

Posición	Atractivo	Número de Visitas	Calificación de personas que visitan Loja por primera vez	Calificación de personas que NO visitan Loja por primera vez
1	Plaza Central	86	5	5
2	Parque Recreacional Jipiro	78	5	5
3	Plaza San Sebastián	61	5	5
4	Iglesia Catedral	61	5	5
5	Plaza Santo Domingo	57	4	4
6	Plaza San Francisco	44	4	4
7	Museo Puerta de la Ciudad	32	5	5
8	Parque Orillas del Zamora	31	5	5
9	Plaza Simón Bolívar	25	4	4
10	Iglesia Santo Domingo	11	5	5

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el terminal terrestre

Elaboración: Las autoras.

De acuerdo con la información recopilada de los encuestados que han visitado la ciudad de Loja, se procedió a realizar la tabla 25, en donde se puede apreciar que el lugar con mayor número de visitas es la Plaza Central con una calificación de cinco sobre cinco (muy bueno) en la escala de Likert, calificación otorgada por parte del 56,52% de personas que visitan por primera vez la ciudad de Loja; así como por el 50,79% de personas que han venido varias veces a la ciudad; por lo cual se deduce que los turistas al llegar a Loja por negocios principalmente y debido a que la gran mayoría de instituciones públicas y privadas se encuentran ubicadas en el centro de la ciudad; es motivo por el cual visitan la Plaza Central. En último lugar del top 10 de atractivos turísticos se encuentra la Iglesia de Santo Domingo con una calificación de cinco sobre cinco en la escala antes mencionada, calificación por parte del 66,67% de personas que visitan Loja por primera vez; así como por el 62,50% por parte de personas que han venido varias veces a la ciudad. Podemos concluir que los atractivos de la ciudad de Loja se encuentran en buen estado y son de agrado para las personas que nos visitan.

3.3.2. Análisis del Turismo Receptor en Aeropuerto

Los resultados que se muestran a continuación permiten conocer el perfil del turista y la realidad de las personas que visitan la ciudad de Loja por vía aérea, presentando los principales resultados en base a las variables que se explicaron en el punto 3.3.

Perfil Sociodemográfico

Genero

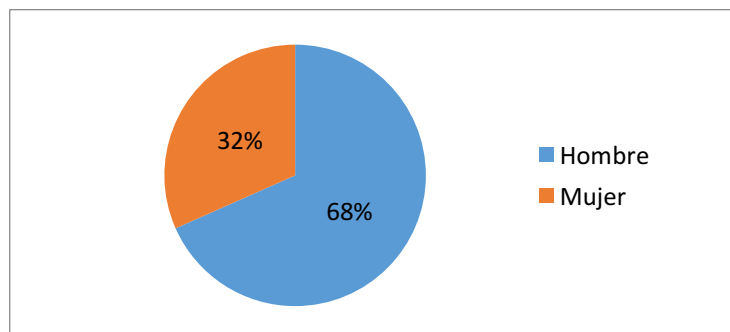


Gráfico 19. Género

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el Aeropuerto

Elaboración: Las autoras.

De acuerdo con el gráfico N° se puede evidenciar que la mayor parte de turistas que llegan a la ciudad de Loja, en su mayoría son hombres con el 68%, y por lo cual el valor restante correspondiente al 32% son mujeres.

Estado Civil

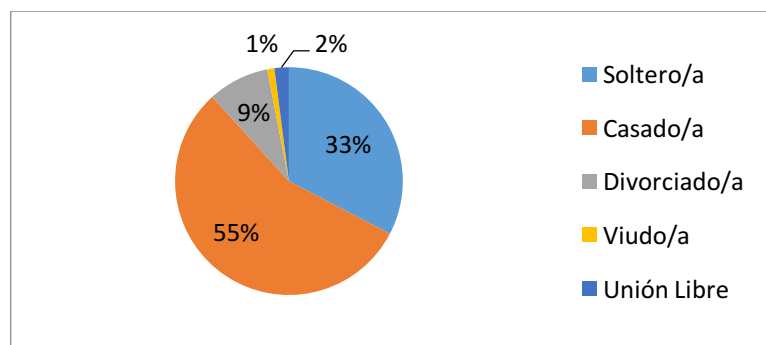


Gráfico 20. Estado Civil

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el Aeropuerto

Elaboración: Las autoras.

La mayor parte de los turistas con el 55% son casados, seguido con el 33% correspondiente a personas solteras, y con el 12% que es la suma entre personas que se encuentran en Unión Libre, divorciados y viudos.

Situación Ocupacional

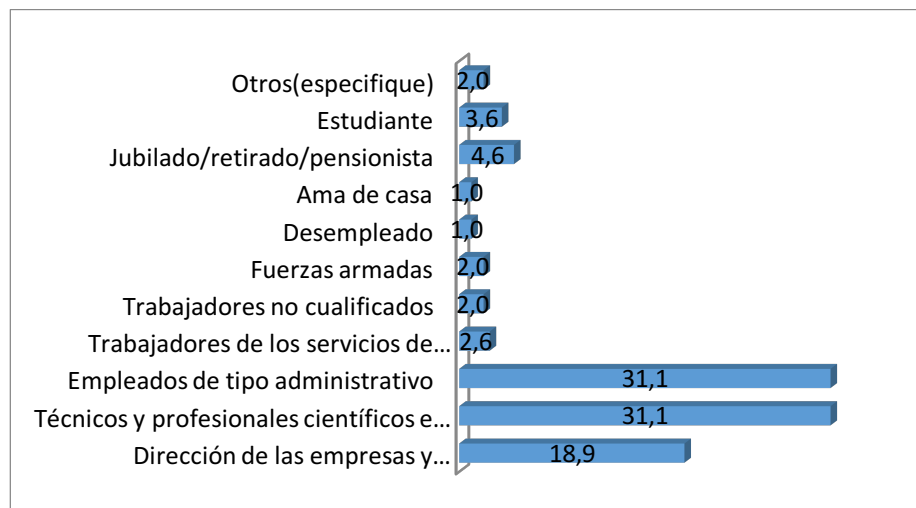


Gráfico 21. Situación Ocupacional

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el Aeropuerto

Elaboración: Las autoras.

En lo que se refiere a la ocupación, el 62.2% son Técnico y profesionales científicos e intelectuales y empleados de tipo administrativo, mientras que el 18.9% pertenece a la Dirección de las empresas y administraciones públicas, y con el 4.6% se presentan las personas jubiladas, retiradas y pensionistas. Finalmente, el 3.6 % son estudiantes.

Nivel de Instrucción

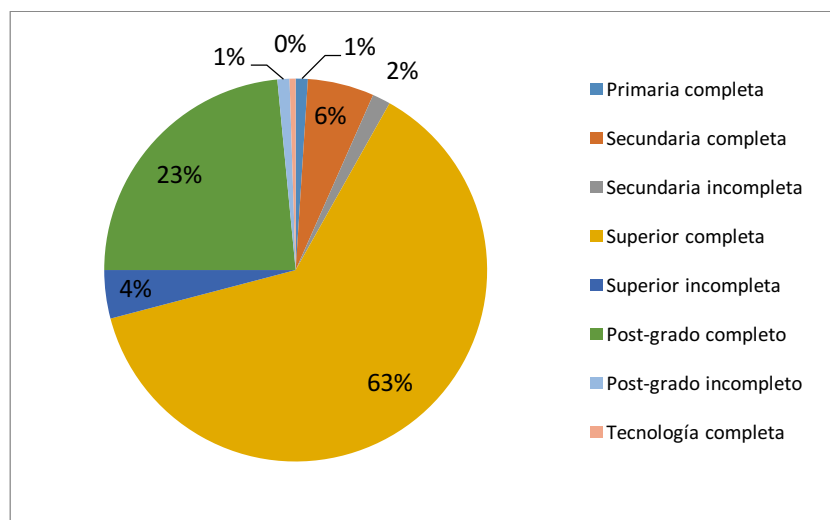


Gráfico 22. Nivel de Instrucción

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el Aeropuerto

Elaboración: Las autoras.

Estos datos demuestran que la mayor parte de personas que llegan a la ciudad de Loja por medio del aeropuerto están en un nivel de instrucción de superior completa con el 63%, seguido por post-grado completo con el 23%.

Nacionalidad

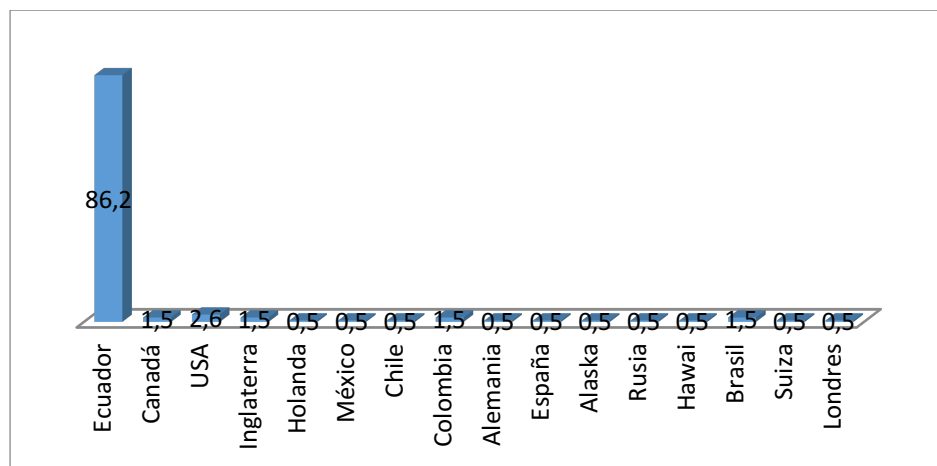


Gráfico 23. Nacionalidad

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el Aeropuerto

Elaboración: Las autoras.

Como se demuestra en el gráfico los ecuatorianos son los que generan un mayor número de visitas en Loja con el 86.2 %. En general en la ciudad se realiza mayormente un turismo local.

Ciudad de Residencia

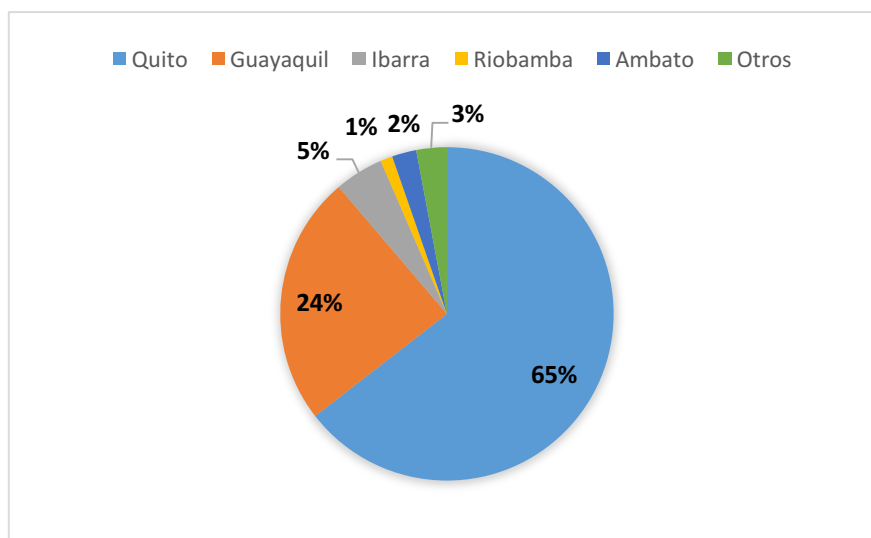


Gráfico 24. Ciudad de Residencia

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el Aeropuerto

Elaboración: Las autoras.

El 65% de encuestados llegan a Loja desde la ciudad de Quito, seguido del 24% que viene desde Guayaquil y el 5% se movilizó desde Ibarra.

Edad

Como se explicó en el estrato anterior, la pregunta sobre la edad se la hizo de forma abierta, para así calcular el promedio de edad sobre los encuestados. Se determinó que la edad promedio de las personas que llegan a la ciudad de Loja es de 40 años.

Ingreso

Al igual que el estrato anterior, la pregunta acerca de los ingresos mensuales se la hizo de forma abierta para poder calcular el promedio de ingresos mensuales. Se determinó que estos son de aproximadamente \$2412,77.

Nivel de satisfacción del viaje por avión

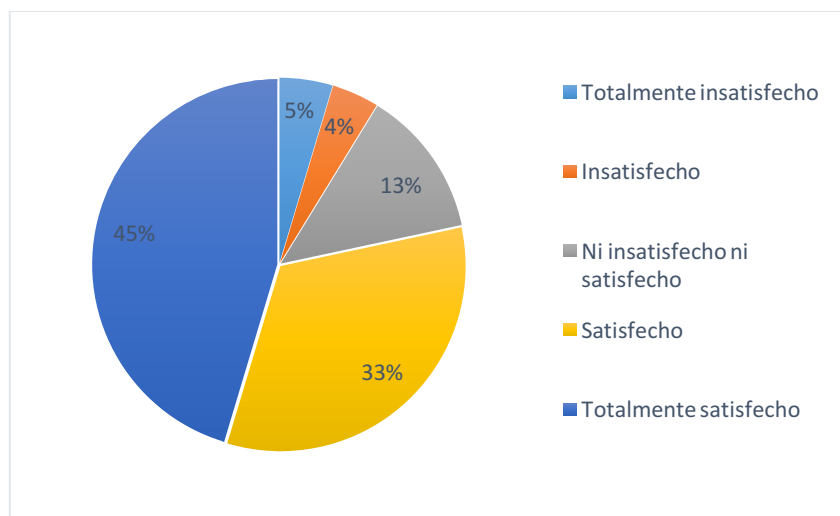


Gráfico 25. Nivel de Satisfacción de viaje por avión

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el Aeropuerto

Elaboración: Las autoras.

El 45% de los turistas señalan que están totalmente satisfechos con el viaje por avión, seguido del 33% quienes están satisfechos, el 13% no está ni satisfecho ni insatisfecho y con una mínima cantidad del 5% tenemos a los turistas que están totalmente insatisfechos. Por lo que se concluye que TAME, como única aerolínea que opera en la ciudad de Loja, brinda un buen servicio a sus clientes, pero así mismo cabe recalcar que el 9% correspondiente a las personas que están insatisfechos y totalmente insatisfechos se quejan cuanto al retraso y cancelación de los vuelos.

¿Cuál fue el motivo principal de su viaje?

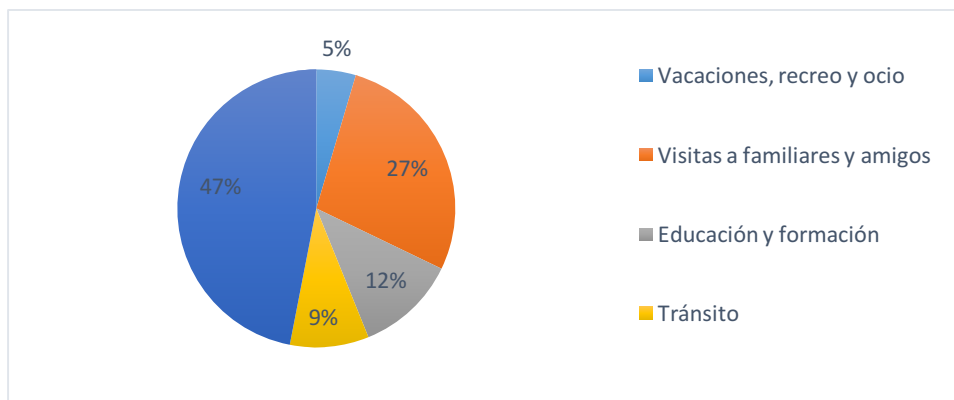


Gráfico 26. Motivo de viaje

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el Aeropuerto

Elaboración: Las autoras.

En el aeropuerto se puede observar con claridad que el principal motivo del viaje con un 47% es por negocios y motivos profesionales, seguido por visitas a familiares y amigos con un 27% y con un 12% que representa a educación y formación, esto se hace referencia a las graduaciones que la Universidad Técnica Particular de Loja realiza.

Formas de viajar

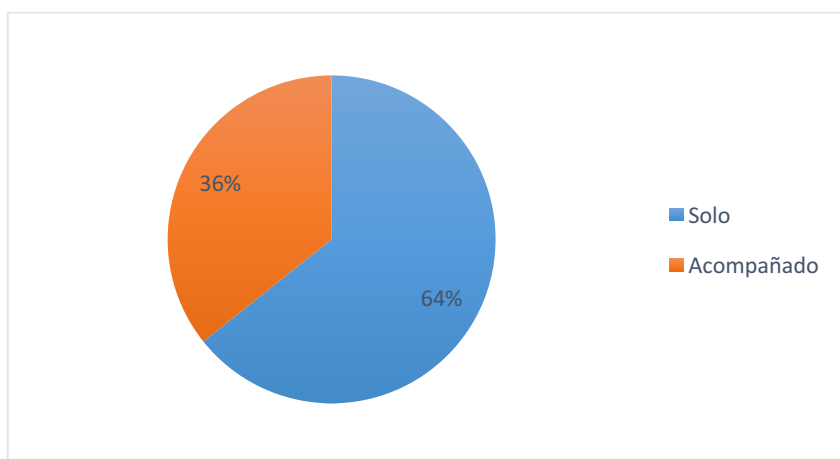


Gráfico 27. Formas de viajar

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el Aeropuerto

Elaboración: Las autoras.

Notoriamente podemos darnos cuenta que la mayoría de los turistas viajan solos con un 64%, mientras que el 36% viaja acompañados. Al igual que el estrato terrestre el principal motivo de su viaje es por negocios y motivos profesionales por ende las personas vienen solas, netamente

a hacer sus actividades laborales; mientras que las que vienen acompañadas es especialmente por visitas a familiares y amigos.

¿Cómo organizó su viaje?

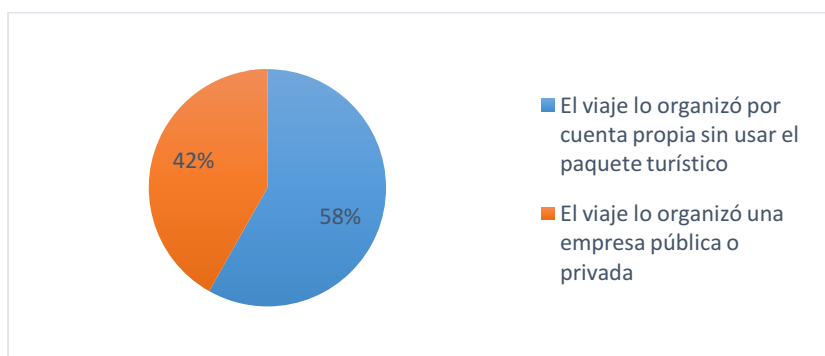


Gráfico 28. Organización del viaje

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el Aeropuerto

Elaboración: Las autoras.

De los turistas que llegan a la ciudad de Loja, el 58% organiza su viaje por cuenta propia sin usar algún paquete turístico y el 42% el cual señala que el viaje lo organizó una empresa pública o privada. Esto debido a que aún no se ofertan paquetes turísticos buenos para la ciudad de Loja, por eso las personas prefieren hacerlo por su propia cuenta, además que un gran porcentaje viene por visitas a familiares y amigos y ellos son los encargados de hacerles recorrer la ciudad sin necesidad de un guía. Mientras que cuando el viaje lo organizó una empresa pública o privada, estas entidades son los encargados de buscarles el alojamiento, tickets aéreos y todos los requerimientos durante el viaje.

¿Cuál fue el principal aspecto que le impulsó a elegir Loja como destino?

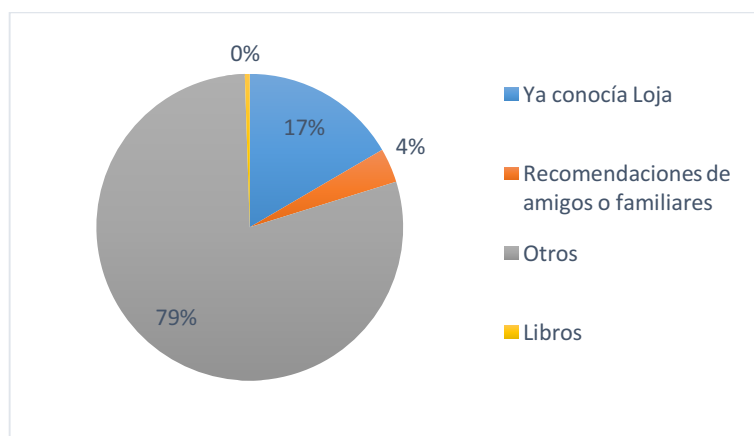


Gráfico 29. Motivo a elegir a Loja como destino

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el Aeropuerto

Elaboración: Las autoras.

El principal aspecto que impulsó a los turistas a elegir Loja como destino tenemos que el 79% viene a Loja por otros motivos tales como netamente por trabajo, quienes se llevan una muy buena impresión de la ciudad y algunos comentan que regresarían con su familia netamente a vacacionar, otros motivos son por visitas a familiares y amigos y las graduaciones que se realizan en la Universidad Técnica Particular de Loja al igual que en el estrato terrestre. El 17% viene a Loja porque ya conocía y quería regresar, el 4% representa a las personas que venían por primera vez y fueron impulsados por recomendaciones de amigos y familiares.

¿Cómo califica a Loja como destino turístico?

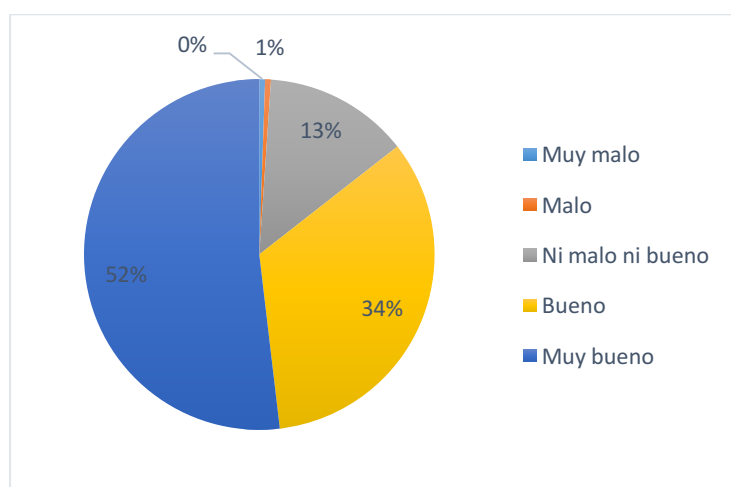


Gráfico 30. Calificación de Loja como destino turístico

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el aeropuerto

Elaboración: Las autoras.

El 52% de las personas encuestadas manifiestan que Loja como destino turístico es muy bueno, seguido por el 34% que lo señalan como bueno y el 13% comenta que no es ni malo ni bueno. Con estos datos podemos concluir que Loja está muy bien calificado por las personas que ya han visitado el destino y en su mayoría recomiendan a las personas que visiten el lugar.

Tipo de alojamiento

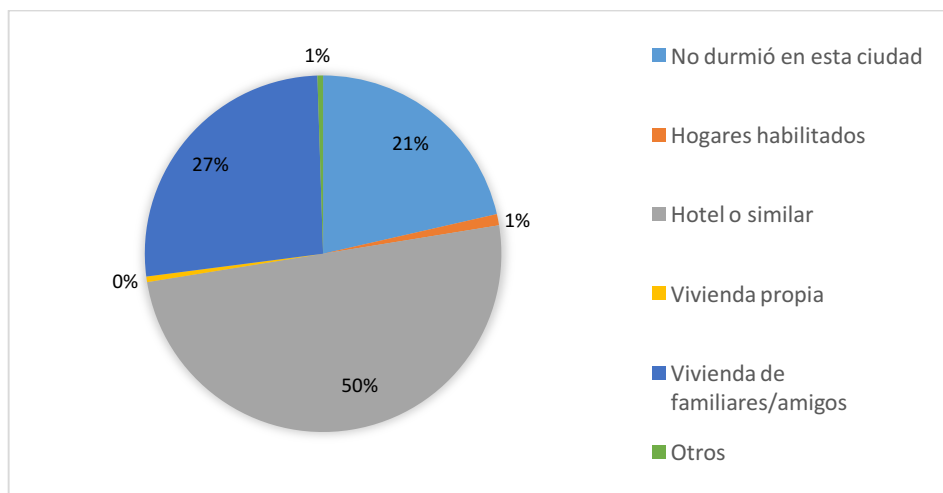


Gráfico 31. Tipo de Alojamiento

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el Aeropuerto

Elaboración: Las autoras.

Al hacer referencia al tipo de alojamiento que utilizan los turistas cuando llegan a la ciudad de Loja tenemos que: el 50% se hospeda en hotel o similar, en este caso los turistas en su mayoría no son quienes escogen el hotel sino la empresa para la que trabajan, seguidamente tenemos que el 27% se queda en vivienda de familiares o amigos y el 21% no duerme en esta ciudad, es decir llegan en el vuelo de la mañana y se regresan en el vuelo de la tarde o también hay casos que se movilizan a otros destinos y ahí es en donde pernoctan.

Indique el número de noches en la ciudad de Loja

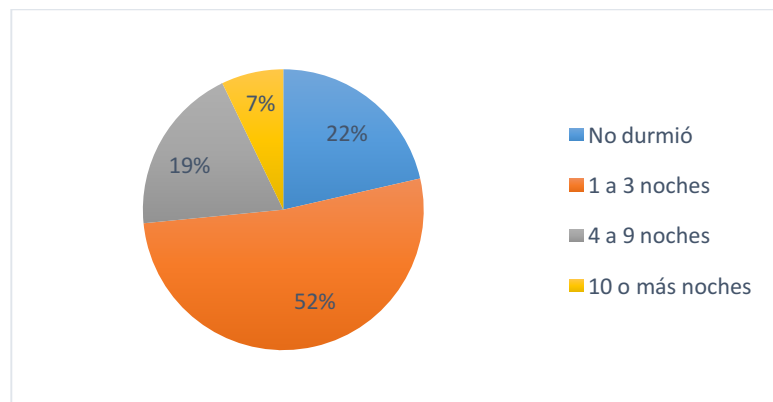


Gráfico 32. Número de noches que durmió en Loja

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el Aeropuerto

Elaboración: Las autoras.

En cuanto al número de noches que los turistas pernoctan en la ciudad de Loja claramente nos podemos dar cuenta que el 52% pernoctan de una a tres noches, el 22% no duerme en la

ciudad como ya se explicó anteriormente y con una diferencia mínima, el 19% pernocta de 4 a 9 noches.

¿En este viaje, Loja fue el único lugar visitado?

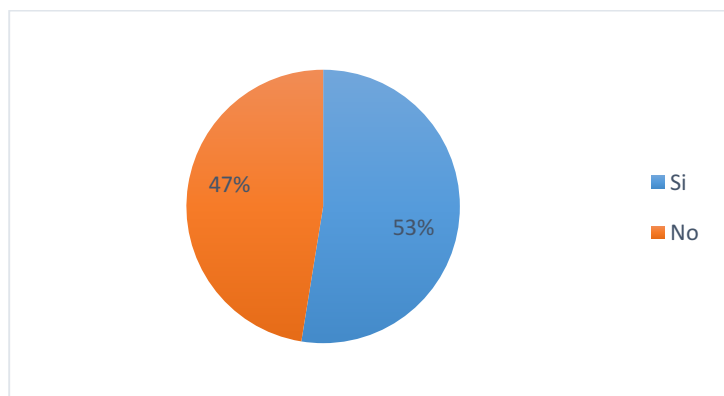


Gráfico 33. Único lugar visitado

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el Aeropuerto

Elaboración: Las autoras.

El 53% de los turistas que llegan al destino señalan que Loja fue la única ciudad visitada durante este viaje, como se mencionó anteriormente, esto se debe a que el principal motivo de su viaje es por trabajo, entonces no tienen tiempo de movilizarse a otros lugares. El 47% indica que Loja no fue el único lugar visitado, sino que se movilizan a lugares cercanos tales como Vilcabamba, Catamayo, El Cisne, Malacatos y Zamora, cabe recalcar que aquí se incluyen las personas que llegan a la ciudad únicamente por tránsito.

Otros destinos visitados

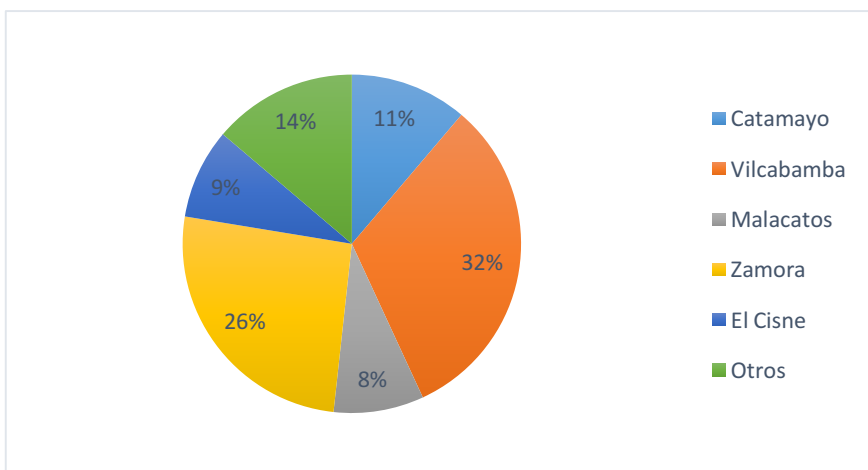


Gráfico 34. Otros destinos visitados

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el Aeropuerto

Elaboración: Las autoras.

De los turistas que se movilizan a otros destinos tenemos que el 31,90% visita el valle de Vilcabamba, seguido por la provincia de Zamora Chinchipe con un 25,86% en donde la mayoría llega por motivos de trabajo en cuanto a minería y con un 13,79% correspondiente a otros destinos de la provincia de Loja tales como Cariamanga, Catacocha, Zapotillo, entre otros.

Gasto turístico

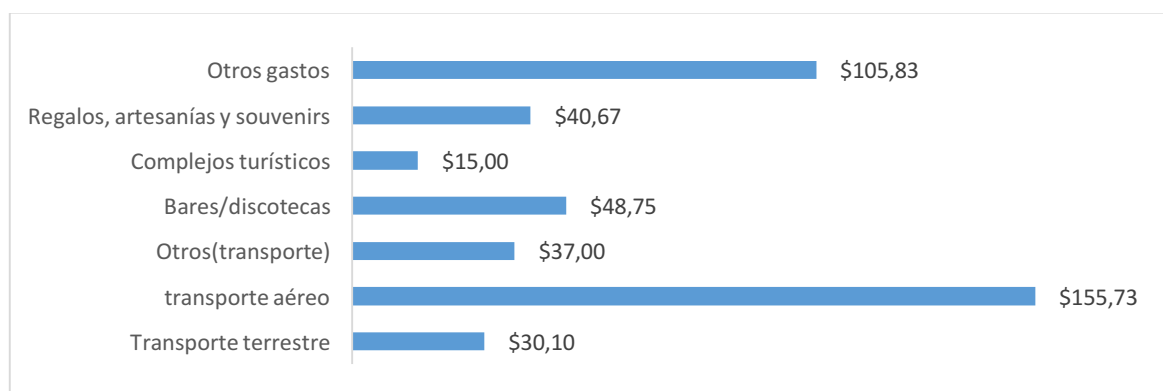


Gráfico 35. Gasto Turístico

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el Aeropuerto

Elaboración: Las autoras.

En el presente gráfico nos podemos dar cuenta del gasto del turista independientemente del número de días que pernocte en la ciudad, es por eso que se lo ha denominado como gasto turístico fijo, cabe recalcar que los datos detallados en los gráficos que siguen son por persona. Se puede decir que el valor promedio para llegar a la ciudad de Loja y regresar a la ciudad de residencia por medio de transporte aéreo es de \$155,73, cabe recalcar que el 15,8% de los encuestados llegaron al destino por vía terrestre, los cuales engloba los buses interprovinciales, buseta o vehículo privado y su gasto promedio fue de \$33,55 y finalmente en cuanto a regalos, artesanías y souvenirs las personas gastan un promedio de \$40,67, en donde la mayoría menciona llevar bocaditos, café, pan y comida en general, lo que nos da a comprender el valor de la gastronomía local para los turistas.

Por otro lado tenemos como valor alto a otros gastos con \$105,83 en donde se engloba el gasto de los turistas que vienen por realizar trámites, gastos en cuanto a salud y otro gasto adicional que se les presente durante el desarrollo del viaje.

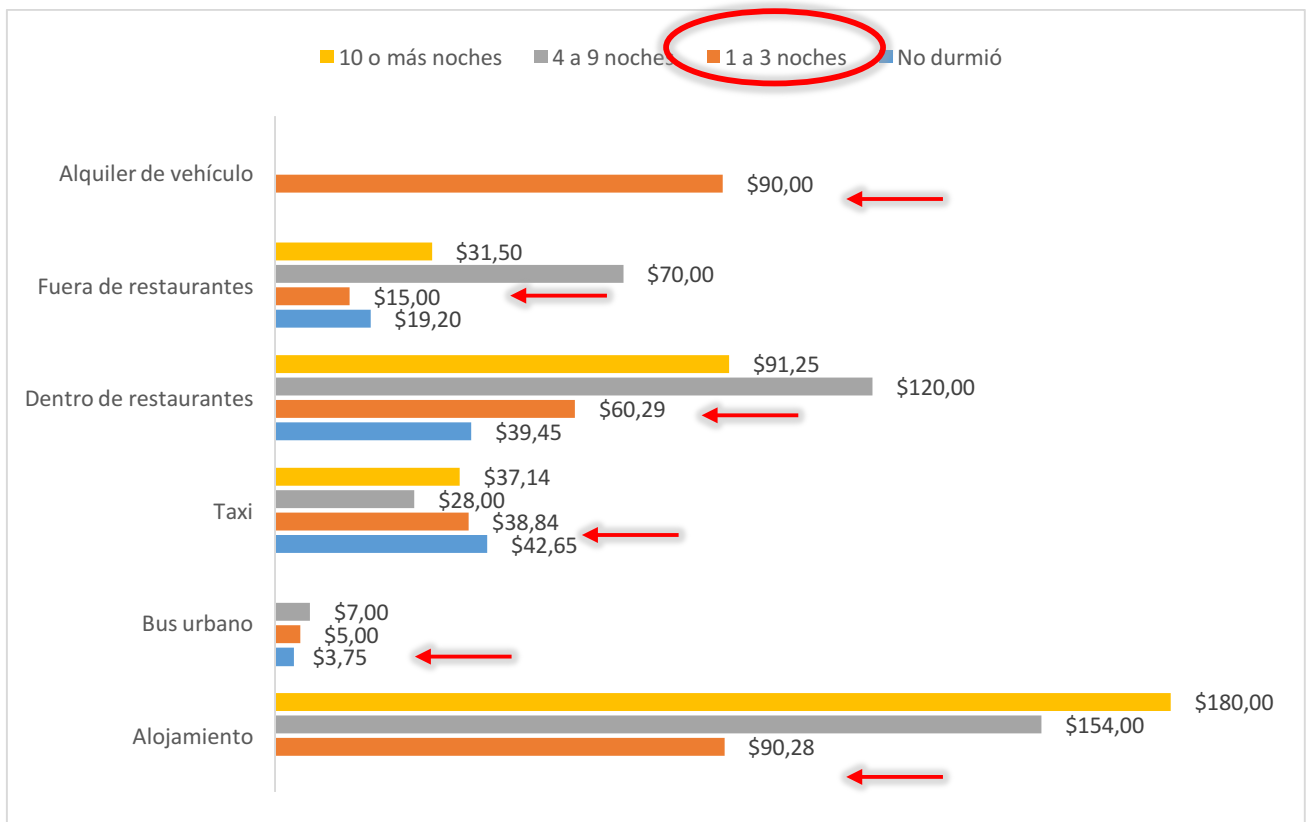


Gráfico 36. Gasto turístico

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el Aeropuerto

Elaboración: Las autoras.

En el presente gráfico se dará a conocer el gasto turístico de acuerdo al número de noches de pernoctación en la ciudad, se hará un análisis en cuanto a los turistas que pernoctan de una a tres noches, ya que es el que representa un mayor porcentaje como se mencionó en el gráfico 32. (52%). En cuanto a alojamiento las personas gastan en promedio \$90,28, esto varía de acuerdo a la categoría del establecimiento que el turista escoja, en comida dentro de restaurantes las personas gastan un promedio de \$91,25 mientras que fuera de restaurantes el gasto es mucho menor con un promedio de \$15,00. Haciendo referencia al transporte interno, tenemos que el gasto en taxis es de un promedio de \$38,24 mientras que al hablar del gasto en bus urbano la diferencia es notable con un promedio de \$5,00.

Cabe recalcar que el promedio en alojamiento de pernoctación en referencia a 10 o más noches se hizo con las personas que utilizan establecimientos hoteleros y es por eso que sale la cantidad de \$180,00, pero por lo general las personas que se quedan más de 10 noches en el destino es en vivienda de familiares o amigos, es por esto que, en el gasto en cuanto a comida dentro y fuera de restaurantes, el gasto es mucho menor en comparación a los valores de pernoctación de 4 a 9 noches, esto se debe a que en la vivienda de sus familiares y amigos se les brinda la alimentación. Por otra parte tenemos cierta diferencia en cuanto a los taxis como

transporte interno utilizado, por ejemplo, las personas que no duermen en la ciudad de Loja tienen un gasto mayor en comparación a las personas que pernoctan más de 10 días. Esto se debe a que las personas que no duermen en el destino vienen por motivos de trabajo o tránsito, es por eso que se movilizan hacia los lugares donde tienen que hacer sus labores en taxi para ahorrar tiempo, mientras que en el otro caso, utilizan carro propio, es decir el vehículo de la vivienda en donde se hospedan y por eso no tienen un gasto elevado en taxi.

Lugares Turísticos más visitados en la ciudad de Loja

Tabla 27. Top 10 los lugares más visitados en Loja

Posición	Atractivo	Número de Visitas	Calificación de personas que visitan Loja por primera vez	Calificación de personas que NO visitan Loja por primera vez
1	Plaza Central	112	5	5
2	Plaza Simón Bolívar	85	5	5
3	Plaza Santo Domingo	81	5	5
4	Plaza San Sebastián	81	5	5
5	Plaza San Francisco	81	5	5
6	Iglesia Catedral	53	5	5
7	Parque Recreacional Jipiro	44	5	5
8	Museo Puerta de la Ciudad	35	5	5
9	Parque Orillas del Zamora	23	5	5
10	Iglesia Santo Domingo	17	5	5

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el Aeropuerto

Elaboración: Las autoras.

De acuerdo con la información recopilada de los encuestados que han visitado la ciudad Loja, se procedió a realizar la tabla 26, en donde se puede apreciar que el lugar más visitado es la Plaza Central con una calificación de cinco sobre cinco(muy bueno) en la escala de Likert, calificación otorgada por parte del 48,15% de personas que visitan por primera vez la ciudad de Loja; así como por el 48,24% de personas que han venido varias veces a la ciudad; al igual que el estrato terrestre se deduce que los turistas mayormente al llegar a Loja por negocios y la gran mayoría de instituciones públicas y privadas se encuentran ubicadas en el centro de la ciudad; es motivo por el cual visitan la Plaza Central. En último lugar del top 10 de atractivos turísticos se encuentra la Iglesia de Santo Domingo con una calificación de cinco sobre cinco en la escala antes mencionada, calificación por parte del 66,67% de personas que visitan Loja por primera vez; así como por el 71,43% por parte de personas que han venido varias veces a la ciudad.

Podemos concluir que los atractivos de la ciudad de Loja son de total satisfacción para las personas que nos visitan.

Cabe recalcar que en el top 10 de atractivos turísticos tanto del estrato del Terminal Terrestre como del estrato del Aeropuerto, son los mismos, a diferencia del orden en cada uno de ellos. En ambos estratos el centro histórico de la ciudad son los principales lugares de visita para las personas debido al motivo de viaje (negocios y motivos profesionales) y al corto tiempo de estadía en la ciudad por ende principalmente se movilizan por la parte central de la misma.

Para un mayor entendimiento del lector, se presenta a manera de resumen los principales resultados obtenidos acerca del perfil sociodemográfico, datos y gasto del viaje turístico, para cada uno de los estratos analizados en este estudio.

3.3.3. Perfil del turista del terminal terrestre “Reina del Cisne”.

Variables	Detalle
Perfil sociodemográfico:	En su mayoría los turistas que llegan a Loja son ecuatorianos. La ciudad de residencia en su mayoría son los cantones de la provincia de Loja; tales como Cariamanga, Alamor, Zapotillo y Catacocha. En su mayoría son de género masculino, con una edad promedio de 36 años y de estado civil solteros. La mayoría son de ocupación técnicos y profesionales científicos e intelectuales y estudiantes. El nivel de instrucción es superior completa y cuentan con un promedio de ingresos mensuales de \$716.51
Forma de viajar y organización el viaje:	El turista en su mayoría viaja solo, principalmente por motivos de trabajo, por lo general el viaje es organizado por su propia cuenta. Mientras que los que viajan acompañados, su principal motivo es la visita a familiares y amigos y también organiza el viaje por su propia cuenta debido a la inexistencia de paquetes turísticos para la ciudad de Loja.
Tipo de alojamiento:	La mayor parte de turistas que llegan a la ciudad de Loja no pernoctan en el destino, por lo cual no utiliza ningún tipo de establecimiento hotelero. El 33% de personas que duermen en la ciudad se hospeda en hotel o similar de acuerdo a su preferencia y en función de que la mayoría viene por temas de trabajo, se hospedan en el establecimiento que les haya asignado por la empresa.
Motivaciones del	El principal motivo del viaje es por negocios y motivos profesionales, después sigue las personas que

viaje y la percepción general de Loja como destino turístico:	están en Loja por tránsito; es decir para movilizarse a otras ciudades e incluso a otros países como Perú, seguidamente se encuentran las personas que llegan por visitas a familiares y amigos; y finalmente se encuentra el motivo de educación y formación; este último hace referencia a las incorporaciones de la Universidad Técnica Particular de Loja, que se han realizado coincidiendo con las fechas de aplicación de las encuestas. En su mayoría los turistas califican como muy bueno a Loja como destino turístico, con estos datos podemos concluir que Loja está muy bien calificado por las personas que ya nos han visitado y estas en su mayoría recomiendan el lugar.
Otros destinos visitados:	De los turistas que se movilizan a otros lugares, Vilcabamba es el lugar de su preferencia, seguido por algunos cantones de Loja; tales como Cariamanga, Catacocha y Zapotillo y finalmente Zamora.
Gasto turístico y número de noches:	En su mayoría los visitantes no duermen en el destino, por lo tanto no utilizan ningún tipo de establecimiento hotelero, seguidamente se encuentran quienes duermen en la ciudad de una a tres noches y finalmente están quienes pernocta de 4 a 9 noches. Haciendo referencia al gasto turístico, se presenta que el valor promedio gastado para llegar a la ciudad de Loja y regresar a la ciudad de residencia por medio de transporte terrestre es de \$37.90 y en cuanto a regalos, artesanías y souvenirs las personas gastan un promedio de \$36.06, estos son los gastos más representativos que se pudo obtener de acuerdo a la información de las encuestas. En cuanto a alojamiento las personas gastan en promedio \$193,98, esto varía de acuerdo a la categoría del lugar que se escoja, en comida dentro de restaurantes las personas gastan un promedio de \$51,22 mientras que fuera de restaurantes el gasto es mucho menor con un promedio de \$12,89. Haciendo referencia al transporte interno, se muestra que el gasto en taxis es de un promedio de \$12.66 mientras que al hablar del gasto en bus urbano la diferencia es notable con un promedio de \$6,54.

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el Aeropuerto

Elaboración: Las autoras.

3.3.4. Perfil del turista del aeropuerto “Ciudad de Catamayo”.

Variables	Detalle
Perfil sociodemográfico:	La mayor parte de los turistas que llegan a la ciudad de Loja son ecuatorianos y la ciudad de residencia principalmente es en Quito. En su mayoría son hombres, con una edad promedio de 40 años y están casados. En cuanto a la ocupación, la mayoría son técnicos y profesionales científicos e intelectuales y empleados de tipo administrativo. Su nivel de instrucción es superior completa y cuenta con un promedio de ingresos mensuales de \$2412.77
Forma de viajar y organización el viaje:	El turista en su mayoría viaja solo, principalmente por motivos de trabajo y por lo general el viaje es organizado por la empresa para la que labora. Mientras que los que para los que viajan acompañados, su principal motivo es por visitas a familiares y amigos y la mayoría organiza el viaje por su propia cuenta debido a la inexistencia de paquetes turísticos para la ciudad de Loja.
Tipo de alojamiento:	El tipo de alojamiento que utilizan los turistas cuando llegan a la ciudad de Loja en su mayoría se hospeda en hotel o similar de acuerdo a su preferencia o en función de que la mayoría viene por temas de trabajo, se hospedan en el establecimiento que les haya asignado por la empresa, seguidamente están quienes se queda en vivienda de familiares o amigos y finalmente existen casos

	de personas que no duerme en esta ciudad, es decir llegan en el vuelo de la mañana y se regresan en el vuelo de la tarde o también se encuentran casos que se movilizan a otros destinos y ahí es en donde pernoctan.
Motivaciones del viaje y la percepción general de Loja como destino turístico:	El principal motivo del viaje es por negocios y motivos profesionales, seguido por visitas a familiares o amigos y finalmente por educación y formación, este último hace referencia a las incorporaciones de los neo profesionales de la Universidad Técnica Particular de Loja, que se han realizado justamente en las fechas de aplicación de las encuestas. En su mayoría los turistas califican como muy bueno a Loja como destino turístico, con estos datos podemos concluir que Loja está muy bien calificado por las personas que ya nos han visitado y estas en su mayoría recomiendan el lugar.
Otros destinos visitados:	De los turistas que se movilizan a otros lugares, Vilcabamba es el lugar de su preferencia, seguido por la provincia de Zamora en donde la mayoría llega por motivos de trabajo en cuanto a minería y finalmente visitan otras localidades de la provincia de Loja tales como Cariamanga, Catacocha, Zapotillo, entre otros.
Gasto turístico y número de noches:	En su mayoría los turistas pernoctan en la ciudad de Loja de una a tres noches, seguidamente tenemos a quienes no duermen en la ciudad y finalmente se encuentran los que pernocta de 4 a 9 noches. Haciendo referencia al gasto turístico tenemos que el valor promedio para llegar a la ciudad de Loja y regresar a la ciudad de residencia por medio de transporte aéreo es de \$155,73 y en cuanto a regalos, artesanías y souvenirs las personas gastan un promedio de \$40,67, estos son los gastos más representativos que se pudo obtener de acuerdo a la información recopilada en las encuestas.

	A continuación se analizará el gasto promedio en general de los turistas que pernoctan en la ciudad de Loja de 1 a 3 noches. En cuanto a alojamiento las personas gastan en promedio \$141,43, esto varía de acuerdo a la categoría del lugar que se escoja, en comida dentro de restaurantes las personas gastan un promedio de \$77,75 mientras que fuera de restaurantes el gasto es mucho menor con un promedio de \$33,93. Haciendo referencia al transporte interno, tenemos que el gasto en taxis es de un promedio de \$36,66 mientras que al hablar del gasto en bus urbano la diferencia es notable con un promedio de \$3,94
--	--

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas en el Aeropuerto

Elaboración: Las autoras.

3.4. Comparación perfil del turista.

A continuación se hará una comparación del trabajo “Diseño de investigación, levantamiento de información, procesamiento y análisis de estadísticas del turismo receptor nacional e internacional en la ciudad de Loja año 2013” con el trabajo “Diseño de investigación, levantamiento de información, procesamiento y análisis de estadísticas del turismo receptor nacional e internacional en la ciudad de Loja año 2018” para así poder analizar las diferencias y semejanzas que estos tienen, los cambios que ha habido de un año a otro, tomando en cuenta que el levantamiento de información fue en diferentes temporadas en ambos trabajos.

Comparación perfil del turista terminal terrestre			
Variables	Perfil del turista Temporada alta 2013	Perfil del turista Temporada baja 2018	Conclusiones
Perfil Sociodemográfico	88% Ecuatorianos Mayormente el turista que llega a Loja es del género masculino Casados 23% Empleados de tipo administrativo Edad entre los 18 a 25 años	95% Ecuatorianos 76% género masculino 54% solteros 20% Técnicos profesionales científicos e intelectuales Edad promedio 36 años	La diferencia más marcada está en el estado civil que ha variado de ser en su mayoría casados (2013) y en la actualidad la mayoría está representada por solteros. Un cambio importante también puede darse en la edad cuyo promedio es de 36 años en los visitantes durante el último levantamiento.
Forma de viajar y organización el viaje	57% viajan solos 100% organiza el viaje por cuenta propia 99,7% financia el viaje con su propio dinero.	57% viajan solos Por lo general el viaje es organizado y financiado por su propia cuenta.	No se han presentado cambios en cuanto a la forma de viajar y su organización. Pues en ambos levantamientos el 57% viaja solos y el viaje es organizado y financiado por su propia cuenta.
Tipo de alojamiento	55% se alojan en casa de familiares y amigos.	En su mayoría no pernocta en la ciudad, seguido por el 33% el cual se hospeda en hotel o similar.	Es notorio el cambio que se presenta en el alojamiento, ya que en temporada alta (2013) se hospedan en casa de familia y amigos, y en el levantamiento actual no pernoctan en la ciudad.

Motivaciones del viaje y la percepción general de Loja como destino turístico	17% viaja por vacación, recreo y ocio. Los visitantes coinciden en que Loja es un gran destino para visitar.	24% viaja por motivos de negocios y motivos profesionales. Los turistas califican como muy bueno a Loja como destino turístico y estas en su mayoría recomiendan el lugar.	Se puede evidenciar que el motivo de viaje cambia, ya que en temporada baja el motivo del viaje era por vacación, recreo y ocio; en cambio en la presente investigación principal el motivo es por negocios. En ambos casos los turistas indican que Loja es un muy buen destino para visitar.
Destinos visitados	La principal ciudad visitada después de Loja es: 29% Zamora 12,9% Cuenca 6,5% Catamayo	De los turistas que se movilizan a otros lugares, principalmente son: 30% Vilcabamba 17% Catamayo 12% Zamora	Los destinos visitados cambian en ambas temporadas. En temporada alta visitan en su mayoría la ciudad de Zamora, mientras que en temporada baja principalmente visitan Vilcabamba.
Gasto turístico y n. de noches	Los turistas tiene un promedio de pernoctación de tres noches en la ciudad y su gasto promedio es de \$127.56.	Los turistas pernoctan en la ciudad de Loja de una a tres noches y su gasto promedio es de \$270,51.	No existe gran variación en cuanto a los días de pernoctación en el destino. Pues en temporada alta, los turistas se quedan tres noches, mientras que en temporada baja los turistas se quedan de una a tres noches. En cuanto al gasto, existe gran variación, pues en temporada baja el turista gasta mucho más.

Fuente: Betancourt & Romero, 2014; Encuestas aplicadas a los turistas en el Terminal Terrestre.

Elaboración: Las autoras

COMPARACIÓN PERFIL DEL TURISTA AEROPUERTO			
Variables	Perfil del turista Temporada alta 2013	Perfil del turista Temporada baja 2018	Conclusiones
Perfil sociodemográfico	86% ecuatorianos. Los visitantes son en su mayoría de género masculino y de estado civil casados. 38% empleados de tipo administrativo. Edad entre los 25 a los 32 años.	86,2% ecuatorianos. En su mayoría es de género masculino y de estado civil casados. 31,1% técnicos y profesionales científicos e intelectuales y empleados de tipo administrativo. Edad promedio de 40 años.	Se concluye que el perfil sociodemográfico de los turistas que llegan a Loja por movilidad aérea no ha cambiado, es el mismo tanto en temporada alta como en temporada baja, con una única variación en la edad.
Forma de viajar y organización el viaje	60% viaja acompañado 100% organiza el viaje por cuenta propia 95% financia el viaje con dinero propio.	64% viaja solo 58% organiza y financia el viaje por cuenta propia	En temporada alta los turistas viajan acompañados, mientras que en temporada baja prefieren viajar solos. En ambas temporadas, la mayoría organiza y financia su viaje por cuenta propia.
Tipo de alojamiento	61% se aloja en casa de familiares y amigos.	50% se hospeda en hotel o similar de acuerdo a su preferencia o de acuerdo al que la empresa les	En temporada alta, los turistas en su mayoría se alojan en vivienda de familiares y amigos mientras que en

		asigne.	temporada baja la mayoría se hospeda en hotel o similar.
Motivaciones del viaje y la percepción general de Loja como destino turístico	49% el principal motivo de visita es por negocios y motivos profesionales. Los visitantes coinciden en que Loja es un gran destino para visitar.	46,9% el principal motivo del viaje es por negocios y motivos profesionales. En su mayoría los turistas califican como muy bueno a Loja como destino turístico y estas en su mayoría recomiendan el lugar.	Los datos en cuanto a la motivación del viaje no ha cambiado, tanto en temporada alta y baja el principal motivo es por negocios y motivos profesionales. Además califican a Loja como un destino muy bueno, recomendable para visitar.
Destinos visitados	38% Zamora 25% Catamayo 16% Otros	31,9% Vilcabamba 25,86% Zamora 13,79%	Zamora es uno de los principales destinos visitados en ambas temporadas. Catamayo se visita principalmente en temporada alta mientras que Vilcabamba es mayormente visitado en temporada baja.
Gasto turístico y n. de noches	Los turistas tiene un promedio de pernoctación de 6 noches en la ciudad y su gasto promedio es de \$430,57	En su mayoría los turistas pernoctan en la ciudad de Loja de una a tres noches y su gasto promedio es de \$536,38	En cuanto al número de noches y gasto turístico se puede observar un notable cambio. En temporada alta el turista tiene una pernoctación promedio de 6 noches en la ciudad, debido a que son festividades y las personas prefieren quedarse más tiempo. En temporada

			baja el turista tiene una pernoctación promedio de una a tres noches, ya que netamente vienen por motivos de trabajo sin intención de vacacionar. El gasto es superior en temporada baja.
--	--	--	---

Fuente: Betancourt & Romero, 2014; Eencuestas aplicadas a los turistas en el Aeropuerto,2018

Elaboración: Las autoras.

4. ESTRATEGIAS PARA DINAMIZAR EL TURISMO EN LA CIUDAD DE LOJA.

Introducción

La actividad turística se ha constituido actualmente como un instrumento de crecimiento local, lo cual permitirá fortalecer las actividades económicas tradicionales y valorizar las características culturales, generando fuentes de trabajo, con la finalidad de incrementar el turismo en la ciudad de Loja.

Para el desarrollo de las siguientes estrategias se procedió a realizar entrevistas a las personas que están al frente de las instituciones turísticas que intervienen en la ciudad de Loja tales como Cámara de Turismo de Loja (CAPTUR), Información Turística (ITUR), la academia (UTPL, UNL, UIDE). Según la información recopilada y una investigación científica se procedió a la elaboración de las siguientes estrategias:

4.1. Creación de una entidad de turismo en la ciudad de Loja.

En primer lugar se propone la creación de una empresa (fundación) público-privada sin fines de lucro que contribuya al desarrollo y promoción turística de la ciudad de Loja, tanto a nivel nacional e internacional, como producto y destino turístico de calidad, brindando seguridad, comodidad y servicio, así mismo, generar una conciencia colectiva con el medio ambiente, la cultura y la práctica del turismo responsable, basados en los principios de desarrollo sostenible. La empresa deberá difundir información y promocionar los atractivos turísticos, actividades y eventos; que se lleven a cabo en la ciudad de Loja, del mismo modo, mantener una interacción con los turistas nacionales y extranjeros mediante las redes sociales y la creación de una página web, donde se dé a conocer los servicios, las generalidades, galerías, ¿qué actividades realizar?, ¿cómo llegar?, entre otros tipos de información que sean de utilidad para los viajeros o visitantes.

Se recomienda que la empresa cuente con profesionales o técnicos en las siguientes ramas: director ejecutivo, desarrollo de proyectos turísticos, mercadeo, comunicación, diseño gráfico, sistemas, contadores y secretarías; además la misma deberá estar totalmente comprometida con el desarrollo y progreso de la ciudad. A continuación, se mencionan las actividades que la fundación podría ejecutar:

- Difusión de actividades culturales.
- Difusión de atractivos turísticos.
- Difusión de aventura, naturaleza, cultura, gastronomía y turismo en Loja.
- Supervisar las actividades de la fundación.

- Velar por el cumplimiento de las decisiones tomadas y el debido funcionamiento de la fundación.
- Velar por el bienestar del personal que trabaje en la fundación.
- Cumplir con los objetivos planteados en los periodos establecidos.
- Realizar encuestas a los turistas para medir la satisfacción en general y con estos resultados implementar o mejorar estrategias de acuerdo a sus requerimientos.

Es importante mencionar que se tomó como ejemplo modelo la fundación Turismo para Cuenca.

4.2. Loja ciudad creativa de la música

En el año 2017, se crea el proyecto que busca la postulación de “Loja, camino a ciudad creativa de la música”, impulsado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura (UNESCO), con la finalidad de promover y promocionar la cultura lojana, el potencial turístico, social y creativo, dando la oportunidad a todos los músicos, profesionales, académicos, populares y aficionados que sean parte del mismo. Este objetivo está respaldado en la Agenda para el Desarrollo Sostenible 2030 y en 12 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU (Marcelino, 2018).

Según la UNESCO la red está conformada por 116 ciudades creativas, en 72 países, clasificadas en 7 áreas creativas: artesanías y folklore, medios, cine, diseño, gastronomía, literatura y música. En lo que respecta al área de música, a nivel mundial existen 31 ciudades creativas y Loja busca formar parte de esta red y será la sexta ciudad en Latinoamérica y la primera en el Ecuador. Esta red permitirá el intercambio de experiencias, conocimientos y recursos, para impulsar el desarrollo de las industrias creativas locales, fomentando la cooperación internacional, como punto estratégico para el desarrollo sostenible (Díaz, 2018).

La Universidad Técnica Particular de Loja en vínculo con 19 instituciones buscan que Loja forme parte de Red de ciudades creativas de la música de la UNESCO, entre las entidades públicas y privadas se encuentran: Municipio de Loja, Gobernación de Loja, Ministerio Turismo, Ministerio Cultura y Patrimonio, Casa de la Cultura Núcleo de Loja, Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, Diócesis de Loja, Universidad Nacional Loja, Fundación para el Desarrollo Empresarial y social - FEDES, Colegio Arte Salvador Bustamante Celi, Fundación de Arte y Cultura de los Mendieta – FACMEN, Orquesta Sinfónica de Loja, Torres Records, Tool Box Lab, Villamusic Recording, Chavy records, Vitela, Clave Studio, Promoeventos; a continuación se detalla el avance del proyecto desde su fecha de presentación:

- Agosto a diciembre de 2017: recopilación de la información
- Diciembre 2017 a abril de 2018: redacción del proyecto • Abril a mayo de 2018: revisión del proyecto
- Junio de 2018: entrega del proyecto a la UNESCO
- Octubre de 2018: respuesta de la UNESCO. (COMDIGITAL , 2017)

Para fortalecer el campo musical se requiere un esfuerzo mancomunado, en el cual se debe involucrar importantes entidades públicas y privadas como municipios, casa de la cultura, ministerios, entre otros.

Dado el proceso en el que se encuentra inmersa la ciudad de Loja, se propone como estrategias para la continuación y fortalecimiento del proyecto las siguientes:

- Capacitación del talento humano en el sector turístico por parte de las entidades competentes.
- Certificación en competencias laborales turísticas.
- Gestión del turismo.
- Rescatar la tradición musical.
- Organización de eventos, desde fiestas a reuniones de negocios internacionales para profesionales de la música.
- Coordinar y potenciar la actividad nocturna y la escena musical en la capital musical del Ecuador.
- Preservación de la diversidad cultural.
- Promoción e implementación de políticas dedicadas a poner la música al centro de la vida de la ciudad, como herramienta de transformación social.
- Creación de circuitos musicales y la defensa de los espacios dedicados a la música en vivo.
- Creación de un plan de promoción y mercado, buscando convertir a la ciudad en el principal centro de negocios de la música.
- Culminación del proyecto de la regeneración urbana en la ciudad.
- Creación de un gremio de artistas para que puedan defender las tarifas en el mercado.

Es importante mencionar que la fundación de turismo será encargada de supervisar y llevar acabo cada una de las estrategias planteadas.

4.3. Plan de mejoras de la accesibilidad (terrestre y aérea), seguridad vial y mantenimiento de las carreteras de la provincia de Loja.

La accesibilidad es una oportunidad y un elemento central para el diseño de políticas turísticas y estrategias de desarrollo empresarial sustentable.

El plan está orientado en garantizar la mejora en la accesibilidad y conectividad aérea y terrestre, perfeccionando las condiciones del desarrollo turístico, con la finalidad de lograr un servicio eficiente y eficaz, que permita potenciar y dinamizar la actividad económica y turística, los intercambios humanos y culturales de la ciudad y provincia.

Es necesario la creación de un plan de contingencia que permita mantener una inversión para dar mantenimiento, destinada en garantizar adecuados niveles de calidad y seguridad en las carreteras, siendo de carácter preventivo y brindando un mantenimiento continuo en las vías, ya que su reparación total sería más costosa que la inversión inicial.

Este plan permitirá mejorar la accesibilidad y conectividad aérea y terrestre, perfeccionando las condiciones del desarrollo turístico, con la finalidad de lograr un servicio eficiente y eficaz, además permite potenciar y dinamizar la actividad económica y turística de la provincia.

En la presente estrategia se pretende fortalecer los siguientes lineamientos:

- Regenerar las vías de acceso hacia la provincia de Loja.
- Reconstrucción del terminal terrestre “Reina del Cisne”.
- Capacitar al personal en atención al cliente (terminal terrestre).
- Variedad en la oferta de alimentación.
- Mayor seguridad dentro del terminal terrestre.
- Prohibición de venta de objetos de dudosa procedencia.
- Aumento de locales de venta de suvenires, artesanías y recuerdos.
- Ampliación a cuatro carriles en la vía Loja – Catamayo.
- Incremento de nuevas frecuencias de vuelo hacia el aeropuerto “Ciudad de Catamayo”.

4.4. Des-estacionalización del turismo en la provincia de Loja.

Es necesario unir esfuerzos y tomar medidas necesarias para la des-estacionalización del turismo nacional e internacional en la ciudad de Loja.

El turismo Lojano cuenta con un gran potencial turístico para mostrar, convencer y atraer al turista nacional y extranjero, pero en la actualidad la ciudad de Loja es considerado como un destino de paso, sin embargo lo que se pretende hacer es que los turistas se queden en la ciudad, ya que posee una gran numero de atractivos turísticos naturales y culturales, enriquecida en costumbres y gastronomía.

Los meses con mayor afluencia de turistas a la ciudad son: agosto, septiembre, octubre y noviembre, ya que en estos meses se da la peregrinación de la Virgen del Cisne, la Feria de Loja y el Festival de las Artes Vivas.

En primera instancia para des-estacionalizar el turismo en la ciudad de Loja es necesario dar a conocer y ofertar al turismo como un servicio constante anual, generando un proceso continuo que pueda acompañar al turista a lo largo del tiempo, ofreciendo una gama de servicios y productos que cubran las necesidades y expectativas de la demanda; una nueva experiencia en probar nuevas culturas, tradiciones y de disfrutar de momentos de forma constante y habitual, con la finalidad de conseguir un turista conectado con los cambios e innovaciones turísticas que se generen en la ciudad.

Para ello es fundamental potenciar al máximo la colaboración de todas las entidades públicas y privadas para fomentar a Loja como una ciudad de multi-destinos con la revalorización de la cultura y patrimonio, de tal modo enfocarse en potenciar al máximo otras características de los productos y servicios ofertados fuera de temporada, que los hagan destacar para el público objetivo.

Reforzar aquellos ejes que definen como ciudad atractiva: la hospitalidad, la seguridad y la gran accesibilidad a cada uno de los atractivos turísticos.

Para la des-estacionalización se deberá identificar las acciones que nos permitan obtener resultados de corto plazo para obtener de manera inmediata resultados para el cliente, mientras tanto se trabajara en el desarrollo y estrategia del mediano y largo plazo obteniendo beneficio de acuerdo a los resultados obtenidos y no saturarse en la multitud de tareas y poder aumentar los recursos en un futuro próximo.

A continuación se destacan algunos puntos importantes como:

- Por la calidad
- Por la variada en la oferta.
- Por una gran campaña de difusión de las alternativas turísticas.
- En cooperación e integración entre la comunidad entidades públicas y privadas

De tal modo para lograr captar la fidelidad y lealtad del turista, donde proporcione ingresos económicos y seguridad al destino.

Algunas medidas que se proponen en este trabajo son:

- La creación de una tarjeta “Loja toda una vida”, que será entregada en cada uno de los atractivos turísticos de la ciudad, con la finalidad de que los turistas adquieran puntos en cada una de las visitas a los atractivos, con el propósito de acumular puntos por cada visita y de acuerdo a un cierto número de puntos brindar: entradas

gratis, premios en souvenirs y entre más puntos acumulados se podrá ofrecer viajes, hospedaje gratis en los diferentes hoteles de la ciudad, además descuentos en establecimientos comerciales, deleitarse de un trato especializado y de calidad, entre otras, esta medida será empleada en los meses de temporada baja para obtener la fidelidad y constancia del turista al destino.

- Ofertar el servicio de ocio para los turistas de negocios ya que es nuestro potencial turístico en la ciudad, pero no existen paquetes promocionales que se dirijan de forma directa a este tipo de target, de tal manera se deberá crear paquetes especializados en este segmento de mercado para crear nuevas sensaciones y experiencias en el turista.
- Ofertar festivales culturales, gastronómicos, tradicionales y de fusión.
- Mayor disfunción de rutas especializadas que puedan desarrollarse en la ciudad a temas como: religión, cultura, arte, etc.

CONCLUSIONES

- Se encuentra una diferencia en las edades en los estratos identificados, en el Terminal Terrestre los turistas presentan un promedio de 36 años y de estado civil soltero, en cambio en el aeropuerto se evidencia una edad de 40 años y de estado civil casados; en los dos lugares antes mencionados la mayoría son técnicos y profesionales científicos e intelectuales y empleados de tipo administrativo.
- En el estrato del Terminal Terrestre “Reina del Cisne” el turista organiza el viaje solo y por su propia cuenta; en cambio en el Aeropuerto “Ciudad de Catamayo”; igualmente viaja solo, con la diferencia de que el viaje lo organiza la empresa donde trabaja.
- Como otras localidades visitadas están: Vilcabamba y Zamora; este último por motivos de trabajo en las minas.
- El gasto más representativo que presentan los turistas se encuentran en los rubros de transportación y alimentación.
- De acuerdo con el estudio realizado en el estrato terrestre la mayoría de personas son excursionistas debido a que no duermen en la ciudad; mientras que en el estrato aéreo la mayoría de personas son turistas, debido a que pernoctan al menos 24 horas en la ciudad. La gran parte de las personas que visitan Loja son principalmente de la ciudad de Quito y de los cantones de Cariamanga, Alamor, Zapotillo y Catacocha; por su principal motivo de visita que son los negocios y motivos profesionales.
- En el estrato terrestre y aéreo, de los turistas que pernoctan en la ciudad se alojan en hotel o similar de una a tres noches, es decir, una estadía corta, puesto que los encuestados mencionan que la ciudad no cuenta con una oferta significativa, es decir, actividades complementarias en el destino que permita alargar su estadía, lo cual es una debilidad para el destino.
- Los atractivos turísticos de la ciudad de Loja son muy bien calificados y de agrado para los turistas, así mismo la mayoría de turistas califican como muy bueno a Loja como destino turístico y recomiendan el lugar para visitar de lo cual hay que sacar provecho, ofrecer un buen producto turístico y así lograr tener una mayor afluencia de turistas.
- Haciendo una comparación con el trabajo realizado en el año 2013 se concluye que en temporada alta el turista tiene una pernoctación promedio de 6 noches en la ciudad, debido a que son festividades y las personas prefieren quedarse más tiempo. En temporada baja el

turista tiene una pernoctación promedio de una a tres noches, ya que netamente vienen por motivos de trabajo sin intención de vacacionar.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que el aeropuerto “Ciudad de Catamayo”, el Terminal Terrestre “Reina del Cisne” y el Ministerio de Turismo deben llevar estadísticas en cuanto a las personas que ingresan por vía aérea y vía terrestre a la ciudad de Loja, ya que estos datos son inexistentes y son de vital importancia para realizar estudios de interés en el sector turístico y hotelero.
- Brindar mayor atención al terminal terrestre, ya que es la primera cara de la ciudad de Loja para los turistas que llegan por vía terrestre. Se debe mejorar el aseo del lugar, ofertar variación en cuanto a la comida, brindar mayor seguridad y mejorar la atención al cliente de todas las personas que laboran en el lugar.
- Regular el precio de pasajes por vía aérea, ya que estos son sumamente costosos y los usuarios tienen quejas al respecto.
- Crear vías alternas para llegar y salir de la ciudad de Loja cuando un vuelo se cancele, ya que este problema es bastante común y los usuarios quedan inconformes con el servicio brindado.
- Hacer de la ciudad de Loja un lugar más dinámico, ofertando más servicios de ocio y entretenimiento, puesto que varias personas comentan que la ciudad es aburrida por qué a partir de las 20:00 ya no hay nada que hacer.
- Crear una entidad única de turismo sin fines de lucro, la misma que sea la encargada de velar por el progreso turístico de la ciudad de Loja
- Ofertar el servicio de ocio para los turistas de negocios ya que es el potencial turístico en la ciudad, logrando una estadía agradable durante los pocos días que pernoctan y así también conseguir que extiendan su estadía en la ciudad.
- Crear una marca para la ciudad de Loja, para que así las agencias de viaje y operadoras turísticas puedan vender a Loja como tal, ya que como se pudo observar en el análisis, no hubo ningún caso en el que las personas lleguen a la ciudad por medio de estas empresas.
- Des-estacionalizar el turismo en la ciudad, ofertando productos turísticos durante todo el año y así hacer del turismo un aporte importante a la economía local.
- Crear planes de acción para cada una de las estrategias planteadas en este trabajo, ya que como futuras profesionales en el sector turístico y hotelero, se cree que cada una de

ellas son importantes y harán la diferencia para poder desarrollar y establecer la ciudad de Loja como destino turístico.

- Se cree conveniente realizar este tipo de estudio en temporada alta y temporada baja de un mismo año, esto al menos cada dos años para tener un estudio más concreto y ver los cambios de un periodo a otro. Los datos que se obtuvo también servirán para hacer proyecciones de cómo va actuando el mercado turístico en el futuro.
- El presente trabajo se debe convertir en una herramienta para las instituciones públicas y privadas, de manera que se aúnen esfuerzos y se planifique adecuadamente las actividades turísticas en el destino.

BIBLIOGRAFÍA

- Abad Cabrera, G. (2009). Obtenido de Dinamica y vitalidad urbana de los centros historicos. Corredor Urbano - Comercial para el centro hisotrico de Loja.: <http://dspace.utpl.edu.ec/handle/123456789/16783>
- Anuario Nacimientos y Defunciones. (2015). *INEC*.
- Barbosa, M. (Julio-Agosto de 1999). Obtenido de La Política del turismo cultural y el diseño de producto turístico para el turismo cultural : <http://www.redalyc.org/html/206/20606006/>
- Betancourt, J., & Romero, S. (2014). Diseño de investigación, levantamiento de información, procesamiento y análisis de estadísticas del turismo receptor nacional e internacional en Loja año 2013. . Loja.
- Castaño Blanco, J. M., Moreno Sáez, A., García Dauder, S., & Crego Díaz, A. (2003). Obtenido de Aproximación Psicosocial a la Motivación Turística: Variables implicadas en la elección de Madrid como destino: <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-158-2003-pag5-41-91949.pdf>
- COMDIGITAL . (Agosto de 30 de 2017). Obtenido de <https://noticias.utpl.edu.ec/sala-prensa/?q=node%2F24>
- Crosby, A., & Moreda, A. (Abril de 1996). *Elementos Básicos para un turismo sostenible en Áreas Naturales*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=fJjLja7vG7kC&pg=PA10&lpg=PA10&dq=El+movimiento+temporal+de+la+gente,+por+periodos+inferiores+a+un+a%C3%B1o,+a+destinos+fuera+del+lugar+de+residencia+y+de+trabajo,+las+actividades+emprendidas+durante+la+estancia+y+las+f>
- De la Torre Padilla, O. (2014). Obtenido de El Turismo Fusda: <http://www.fusda.org/Revista%2014/Revista14-1ELTURISMO.pdf>
- Díaz, Y. (18 de Mayo de 2018). Obtenido de Loja busca ser reconocida como "Ciudad Creativa de la Música": <http://www.loja.gob.ec/noticia/2018-05/loja-busca-ser-reconocida-como-ciudad-creativa-de-la-musica>
- Faraldo, J. M., & Rodríguez López, C. (2014). *Introducción a la Historia del Turismo*. Madrid: Alianza Editorial.
- Fundación Kawsay. (2006). Obtenido de Pueblo Kichwa Saraguro: <http://www.kawsay.org/contenido.aspx?Mid=3&Sid=14>
- Gifex. (2011). Obtenido de Cantones de Loja 2011: <http://www.gifex.com/America-del-Sur/Ecuador/Loja/Politicos.html>
- Guerrero G., P. E., & Ramos M., J. R. (2014). *Introducción al Turismo*. Mexico: Ebook.

Hernández, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación* (4a edición ed.). México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A.

Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación* (4ta ed.). México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. De C.V.

INEC. (2010). Obtenido de Fascículo Provincial Loja: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/loja.pdf>

Izcara Palacios, S. (2009). *Análisis demográfico de Tamaulipas* (1ra edición ed.). México: Plaza y Valdés, S.A de C.V.

Jimenez Bulla, L. H., & Jimenez B., W. G. (2013). *Turismo Tendencias globales y planificación estratégica* (1era edición ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.

Lickorish, J., & Jenkins, L. (1997). *Introducción al turismo*. Madrid, España: SINTESIS, S.A.

López, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de Educación*, 170.

Marcelino, C. (2018). Obtenido de Loja, camino a ciudad creativa de la música.: <https://lojaesmusica.com/about>

Municipio de Loja. (2017). Obtenido de Parroquias: <http://www.loja.gob.ec/contenido/parroquias>

Municipio de Loja. (Noviembre de 2014). Obtenido de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial: <https://www.loja.gob.ec/files/image/LOTAIP/podt2014.pdf>

Münch, L., & Angeles, E. (2009). *Métodos y Técnicas de Investigación* (4a edición ed.). México: Trillas.

Ñaupas, H., Mejia, E., Novoa, E., & Villagomez, A. (2014). *Metodología de la ivnvestigación* (4a edición ed.). Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.

OMT. (1994). *Organización Mundial de Turismo*. Recuperado el 27 de Julio de 2017, de <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossarysprev.pdf>

Organización Mundial del Turismo. (1994). Obtenido de <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossarysprev.pdf>

Ortíz, F., Oviedo, M., & Oviedo G., H. (2013). Obtenido de Metodología de la Investigación Interdisciplinaria : http://www.sites.upiicsa.ipn.mx/uteycv/rdd/polilibros/Polilibro%20-%20Metodolog%C3%ADa/docs/pol_u1.pdf

Pita Fernández, S., & Pértegas Díaz, S. (2002). Obtenido de Investigación cuantitativa y cualitativa: https://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti_cuali.asp

Prefectura de Loja. (2016). *Guía Turisitica Provincia de Loja*. Loja: Gráficas Lizette.

Prefectura de Loja. (2017). *Prefectura de Loja*. Obtenido de https://www.prefecturaaloja.gob.ec/?page_id=2095

Prefectura de Loja. (2016). *Prefectura de Loja*. Obtenido de <http://intranet.prefectura Loja.gob.ec/index.php/guia/>

Probona. (1995). *Ecoturismo en el Ecuador*. Quito: Editora Argudo Hnos.

Rodríguez, R. (Diciembre de 2011). Obtenido de Destinos Turísticos. Realidad y Concepto: <http://www.eumed.net/rev/turydes/11/rrf.pdf>

Rojas Landacay, D. (2012). *Diccionario turístico* (1ra edición ed.). Loja, Ecuador: GRAFICPLUS.

Romero Ternero, M. J. (2013). *Productos, Servicios y Destinos Turísticos* (1era Edición ed.). Málaga: IC Editorial.

Sancho, A. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: Egraf.

Smith, R. (2000). *Manuel de Ecoturismo para guías y comunidades Indigenas de la Amazonia Ecuatoriana*. Cayambe : Graficas Modelo .

Solis, D. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador*. Quito : Ediciones Abya-Yala.

- Abad Cabrera, G. (2009). Obtenido de Dinamica y vitalidad urbana de los centros historicos. Corredor Urbano - Comercial para el centro hisotrico de Loja.: <http://dspace.utpl.edu.ec/handle/123456789/16783>
- Anuario Nacimientos y Defunciones. (2015). *INEC*.
- Barbosa, M. (Julio-Agosto de 1999). Obtenido de La Política del turismo cultural y el diseño de producto turístico para el turismo cultural : <http://www.redalyc.org/html/206/20606006/>
- Betancourt, J., & Romero, S. (2014). Diseño de investigación, levantamiento de información, procesamiento y análisis de estadísticas del turismo receptor nacional e internacional en Loja año 2013. . Loja.
- Castaño Blanco, J. M., Moreno Sáez, A., García Dauder, S., & Crego Díaz, A. (2003). Obtenido de Aproximación Psicosocial a la Motivación Turística: Variables implicadas en la elección de Madrid como destino: <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-158-2003-pag5-41-91949.pdf>
- COMDIGITAL . (Agosto de 30 de 2017). Obtenido de <https://noticias.utpl.edu.ec/sala-prensa/?q=node%2F24>
- Crosby, A., & Moreda, A. (Abril de 1996). *Elementos Básicos para un turismo sostenible en Áreas Naturales*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=fJlLja7vG7kC&pg=PA10&lpg=PA10&dq=El+movimiento+temporal+de+la+gente,+por+periodos+inferiores+a+un+a%C3%B1o,+a+destino+s+fuera+del+lugar+de+residencia+y+de+trabajo,+las+actividades+emprendidas+durante+la+estancia+y+las+f>
- De la Torre Padilla, O. (2014). Obtenido de El Turismo Fusda: <http://www.fusda.org/Revista%2014/Revista14-1ELTURISMO.pdf>
- Diaz, Y. (18 de Mayo de 2018). Obtenido de Loja busca ser reconocida como "Ciudad Creativa de la Música": <http://www.loja.gob.ec/noticia/2018-05/loja-busca-ser-reconocida-como-ciudad-creativa-de-la-musica>
- Faraldo, J. M., & Rodríguez López, C. (2014). *Introducción a la Historia del Turismo*. Madrid: Alianza Editorial.
- Fundación Kawsay. (2006). Obtenido de Pueblo Kichwa Saraguro: <http://www.kawsay.org/contenido.aspx?Mid=3&Sid=14>
- Gifex. (2011). Obtenido de Cantones de Loja 2011: <http://www.gifex.com/America-del-Sur/Ecuador/Loja/Politicos.html>
- Guerrero G., P. E., & Ramos M., J. R. (2014). *Introducción al Turismo*. Mexico: Ebook.

- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación* (4ta ed.). México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. De C.V.
- Hernández, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación* (4a edición ed.). México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A.
- INEC. (2010). Obtenido de Fascículo Provincial Loja: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/loja.pdf>
- Izcara Palacios, S. (2009). *Análisis demográfico de Tamaulipas* (1ra edición ed.). México: Plaza y Valdés, S.A de C.V.
- Jimenez Bulla, L. H., & Jimenez B., W. G. (2013). *Turismo Tendencias globales y planificación estratégica* (1era edición ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Lickorish, J., & Jenkins, L. (1997). *Introducción al turismo*. Madrid, España: SINTESIS, S.A.
- López, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de Educación*, 170.
- Marcelino, C. (2018). Obtenido de Loja, camino a ciudad creativa de la música.: <https://lojaesmusica.com/about>
- Münch, L., & Angeles, E. (2009). *Métodos y Técnicas de Investigación* (4a edición ed.). México: Trillas.
- Municipio de Loja. (Noviembre de 2014). Obtenido de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial: <https://www.loja.gob.ec/files/image/LOTAIP/podt2014.pdf>
- Municipio de Loja. (2017). Obtenido de Parroquias: <http://www.loja.gob.ec/contenido/parroquias>
- Ñaupas, H., Mejia, E., Novoa, E., & Villagomez, A. (2014). *Metodología de la investigación* (4a edición ed.). Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- OMT. (1994). *Organización Mundial de Turismo*. Recuperado el 27 de Julio de 2017, de <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossarysprev.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (1994). Obtenido de <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossarysprev.pdf>
- Ortíz, F., Oviedo, M., & Oviedo G., H. (2013). Obtenido de Metodología de la Investigación Interdisciplinaria : http://www.sites.upiicsa.ipn.mx/uteycv/rdd/polilibros/Polilibro%20-%20Metodolog%C3%ADa/docs/pol_u1.pdf
- Pita Fernández, S., & Pértegas Díaz, S. (2002). Obtenido de Investigación cuantitativa y cualitativa: https://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti_cuali.asp
- Prefectura de Loja. (2016). *Guía Turisitica Provincia de Loja*. Loja: Gráficas Lizette. Obtenido de https://www.prefectura Loja.gob.ec/?page_id=2251

- Prefectura de Loja. (2016). *Prefectura de Loja*. Obtenido de <http://intranet.prefectura Loja.gob.ec/index.php/guia/>
- Prefectura de Loja. (2017). *Prefectura de Loja*. Obtenido de https://www.prefectura Loja.gob.ec/?page_id=2095
- Probona. (1995). *Ecoturismo en el Ecuador*. Quito: Editora Argudo Hnos.
- Rodríguez, R. (Diciembre de 2011). Obtenido de Destinos Turísticos. Realidad y Concepto: <http://www.eumed.net/rev/турыdes/11/rrf.pdf>
- Rojas Landacay, D. (2012). *Diccionario turístico* (1ra edición ed.). Loja, Ecuador: GRAFICPLUS.
- Romero Ternero, M. J. (2013). *Productos, Servicios y Destinos Turísticos* (1era Edición ed.). Málaga: IC Editorial.
- Sancho, A. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: Egraf.
- Smith, R. (2000). *Manuel de Ecoturismo para guías y comunidades Indígenas de la Amazonia Ecuatoriana*. Cayambe : Graficas Modelo .
- Solis, D. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador*. Quito : Ediciones Abya-Yala.

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta para determinar el perfil del turista

SECCIÓN A: DATOS GENERALES																
PRG	Lugar de aplicación	Nacionalidad	Ciudad de residencia	Fecha de arribo	Fecha de salida	¿Cuál es el principal medio de transporte para llegar y salir del destino Loja?		Nivel de satisfacción del viaje por carretera	Tipo de transporte utilizado dentro del destino		Formas de viajar		¿Es la primera vez que visita la Ciudad de Loja?	Con qué frecuencia visita Loja?	¿Cuántas veces ha estado en Loja antes de esta visita?	¿Cuál fue el motivo principal de su viaje?
N° de encuesta	1. Aeropuerto 2. Terminal Terrestre 3. Vehículo propio	País	Nombre de la ciudad	dd/mm/aa	dd/mm/aa	1. Transporte público carretera 2. Transporte Aéreo		(1 al 5) 1. totalmente insatisfecho 5. Totalmente satisfecho	1. Taxi 2. Bus urbano 3. Otros	Satisfacción (1 al 5) 1. totalmente insatisfecho 5. Totalmente satisfecho	1. Solo 2. Acompañado	Si su respuesta es 2: N° Pax (incluido el encuestado)	1. Si 2. No (Si la respuesta es 1 pase a la pregunta B13)	1. Entre semana 2. Fines de semana 3. De manera eventual 4. Feriados	N. de veces total	1. Vacaciones, recreo y ocio, 2. Visitas a familiares y amigos, 3. Educación y formación, 4. Salud y atención médica, 5. Religión/pergrinaciones 6. Compras 7. Tránsito 8. Otros motivos 9. Negocios y motivos profesionales
						Ida	Regreso									
COD	A2	B1	B2	B3	B4	B5a	B5b	B6	B7a	B7b	B8a	B8b	B9	B10	B11	B12
01																
02																
03																
04																
05																
06																
07																
08																

SECCIÓN B: DATOS DEL VIAJE TURÍSTICO

PRG	En este viaje, es Loja la única ciudad visitada?	Indique el nombre de la ciudad o ciudades que visitó o visitará/tipo de alojamiento usado y N. de noches.			¿Quién financió este viaje?	¿Cómo organizó su viaje?	¿Qué tipos de servicios comprendió el paquete turístico comprado?	Realizó alguna compra en internet?		Cuál fue el principal aspecto que impulsó a elegir Loja como su destino?		Cuál ha sido su impresión general sobre su estancia en Loja?	Cómo califica a Loja como destino turístico?	Recomendaría a a Loja como destino turístico?	Qué atractivo turístico de Loja visitó
		Ciudad	Tipo de alojamiento 0 No durmió en esta ciudad 1 Hogares habilitados 2 Hotel o similar 3 Campamento 4 Vivienda propia 5 Viv. Familiares/amigos 6 Vivienda alquilada 7 Otros especifique	N. de noches				1. Si 2. No (pase a la pregunta B20)	1 Compró desde un portal de internet (booking, tripAdvisor ,etc) 2 Compró directamente desde la página de la agencia 3 Otros	Identifique qué servicios compró 1. Boleto aéreo 2. Alojamiento 3. Otros	1. Ya conocía Loja 2.Recomendación de amigos o familiares 3.Información en internet 4.Información en agencias de viaje 5. Otros				
Nº de encuesta	1. Si 2. No NOTA: Si su respuesta es 1 pase a la pregunta B15c				1 El viaje lo financió con su propio dinero o con dinero del hogar donde reside 2 Fue pagado por una institución pública o privada 3 Fue pagado por una tercera persona 4 Otros (especificar)							(1 al 5) 1. Muy mala 5.Muy buena	(1 al 5) 1. Muy mala 5.Muy buena	1. Si 2. No(porque)	Pasar a anexos
COD	B13	B14a	B14b	B14c	B15	B16	B17	B18a	B18b	B18c	B19	B20	B21	B22	B23
1															Anexo
2															Anexo
3															Anexo
4															Anexo
5															Anexo
5															Anexo
6															Anexo
7															Anexo
8															Anexo

Anexo: CLASIFICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS VISITADOS															
Nombre de los atractivos						Calificación									
COD. Encuestado						1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Museos															
Museo de Arte Religioso San Juan del Valle															
Museo del Banco Central del Ecuador															
Museo Matilde Hidalgo de Procel															
Museo de la Música															
Museo de Arqueología y Lojanidad de la UTPL															
Museo de las Madres Concepcionistas															
Puerta de la Ciudad															
2. Iglesias															
Iglesia de San Francisco															
Iglesia San Juan de El Valle															
Iglesia de El Pedestal															
Santuario Eucarístico y Diocesano San Sebastián															
Iglesia de Santo Domingo															
Iglesia Catedral															
Monasterio de las madres conceptas															
3. Parques															
Parque Jipiro															
Parque Lineal Tebaida Sur															
Parque Daniel Álvarez Burneo															
Parque Zamora Huayco															
Parque Orillas del Zamora															
Parque Pucará															
4. Plazas															
Plaza central															
Plaza Simón Bolívar															
Plaza del Valle															
Plaza Santo Domingo															
Plaza San Sebastián															
Plaza San Francisco															
5. Otros															
Parque Eólico Villonaco:															
Parque Nacional Podocarpus															
Jardín Botánico Reinaldo Espinoza															
Sendero Ecológico Caxarumi															
Calle Lourdes															
Casa Luka															
Mirador "El Churo"															

SECCIÓN C: DISTRIBUCIÓN DEL GASTO																				
En este viaje ¿Cuál fue el gasto de cada artículo/ servicio?																				
N. de encuesta	1		2		3		4		5		6		7		8		9		10	
Artículo	Valor	Calificación	Valor	Calificación	Valor	Calificación	Valor	Calificación	Valor	Calificación	Valor	Calificación	Valor	Calificación	Valor	Calificación	Valor	Calificación	Valor	Calificación
Paquete turístico																				
Alojamiento																				
Transporte																				
Transporte terrestre																				
Trasporte aéreo																				
Transporte interno																				
Bus urbano																				
Taxi																				
Alquiler de vehículo																				
Otros																				
Alimentos y bebidas																				
Dentro de restaurantes																				
Fuera de restaurantes																				
Diversión y recreación																				
Bares/Discootecas																				
Complejos turísticos/servicios deportivos																				
Otros																				
Souvenirs, regalos y artesanías																				
Peluquería, lavandería																				
Bienes																				
Otros gastos relacionados al viaje																				

SECCIÓN D: PRG		SECCIÓN D: PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO				
N. de encuesta	Género	Edad	Estado Civil	Situación ocupacional	Nivel de instrucción	Ingresos mensuales aproximados:
COD	1.Hombre 2.Mujer	Escriba su edad	1. Soltero/a 2. Casado/a 3.Divorciado/a 4.Viudo/a 5.Unión Libre	1. Dirección de las empresas y administraciones públicas 2. Técnicos y profesionales científicos e intelectuales 3. Empleados de tipo administrativo 4. Trabajadores de los servicios de restauración y comercio 5. Artesanos y trabajadores cualificados de las industrias 6. Trabajadores no cualificados 7. Fuerzas armadas 8. Desempleado 9. Ama de casa 10. Jubilado/Retirado/Pensionista 11. Estudiante 12. Otros (especifique)	0. Ninguno 1. Primaria completa 2. Primaria incompleta 3. Secundaria completa 4. Secundaria incompleta 5. Superior completa 6. Superior incompleta 7. Post Grado completo 8. Post Grado incompleto 9. Tecnología completa 10. Tecnología incompleta	Escriba sus ingresos
01						
02						
03						
04						
05						
06						
07						
08						
09						
10						

Anexo 2. MANUAL DEL ENCUESTADOR
ENCUESTA PARA DETERMINAR EL PERFIL Y SATISFACION DEL TURISTA QUE
VISITA LA CIUDAD DE LOJA EN TEMPORADA BAJA

SECCION A: DATOS GENERALES

A2. ¿Lugar de aplicación?	
Aeropuerto	1
Terminal	2

B1. Nacionalidad	
Ecuador	1
Canadá	2
USA	3
Inglaterra	4
Holanda	5
México	6
Chile	7
Colombia	8
Alemania	9
España	10
Alaska	11
Rusia	12
Hawái	13
Brasil	14
Suiza	15
Londres	16

B2. Ciudad de Residencia	
Quito	1
Guayaquil	2

Cuenca	3
Zamora	4
Otros	5

Variación-Aeropuerto

B2. Ciudad de Residencia	
Quito	1
Guayaquil	2
Ibarra	3
Riobamba	4
Ambato	5
Otros	6

B3. Fecha de Arribo
Abierta

B4. Fecha de Salida
Abierta

B5a. ¿Cuál es el principal medio de transporte para llegar a Loja?	
Transporte público carretera	1
Transporte Aéreo	2
Buseta	3
Taxi	4
Otros (Vehículo particular, ambulancia, etc)	5

Variación-Aeropuerto

B5a. ¿Cuál es el principal medio de transporte para llegar a Loja?	
Transporte público carretera	1

Transporte Aéreo	2
Buseta	3
Taxi	4
Vehículo privado	5
Otros	6

B5b. ¿Cuál es el principal medio de transporte para salir de Loja?	
Transporte público carretera	1
Transporte Aéreo	2
Buseta	3
Taxi	4
Otros (Vehículo particular, ambulancia, etc)	5

Variación-Aeropuerto

B5b. ¿Cuál es el principal medio de transporte para salir de Loja?	
Transporte público carretera	1
Movilidad propia	2
Transporte aéreo	3

B6. ¿Nivel de satisfacción del viaje por carretera?	
Totalmente Insatisfecho	1
Insatisfecho	2
Ni insatisfecho ni satisfecho	3
Satisfecho	4
Totalmente Satisfecho	5

B7a. Tipo de transporte utilizado dentro del destino	
Taxi	1

Bus urbano	2
Otros	3

Variación-Aeropuerto

B7a. Tipo de transporte utilizado dentro del destino	
Taxi	1
Bus urbano	2
Privado	3
Propio	4
Otros	5

B7b. ¿Nivel de satisfacción del transporte utilizado dentro del destino?	
Totalmente Insatisfecho	1
Insatisfecho	2
Ni insatisfecho ni satisfecho	3
Satisfecho	4
Totalmente Satisfecho	5

B8a. Formas de viajar	
Solo	1
Acompañado	2

B8b. Si su respuesta es 2: N° Pax (Incluido el encuestado)	
Dos	2
Tres	3
Cuatro	4
Cinco o más	5

B9. ¿Es la primera vez que visita Loja?	
Sí	1
No	2

B10. ¿Con que frecuencia visita Loja?	
Entre Semana	1
Fines de Semana	2
De manera eventual	3
Feriados	4
Una vez al mes	5
Cada 15 días	6
Una vez al año	7

Variación-Aeropuerto

B10. ¿Con que frecuencia visita Loja?	
Entre Semana	1
Fines de Semana	2
De manera eventual	3
Feriados	4
Una vez al mes	5
Cada 15 días	6
Una vez al año	7
Dos o tres veces al año	8

B11. ¿Cuántas veces ha estado en Loja antes de esta visita?	
Abierta	

B12. ¿Cuál fue el motivo principal de su viaje?
--

Vacaciones, recreo y ocio	1
Visitas a familiares y amigos	2
Educación y formación	3
Salud y atención médica	4
Religión/peregrinaciones	5
Compras	6
Tránsito	7
Otros motivos	8
Negocios y motivos profesionales	9

B12a. ¿En caso de seleccionar otros, especifique el motivo de salida?

Trámites Personales

1

SECCION B: DATOS DEL VIAJE TURÍSTICO

B13. ¿En este viaje, es Loja la única ciudad visitada?

Sí

1

No

2

B14. Indique el nombre de la ciudad o ciudades que visitó o visitará/tipo de alojamiento usado y N° de noches.

B14a1. Indique el nombre de la ciudad visitada

Loja

1

Catamayo

2

Vilcabamba

3

Malacatos

4

Zamora

5

El Cisne

6

Otros

7

B14b1. Tipo de Alojamiento

No durmió en esta ciudad	0
Hogares habilitados	1
Hotel o similar	2
Campamento	3
Vivienda propia	4
Viv. Familiares/amigos	5
Vivienda alquilada	6
Otros (Especifique)	7

B14c1. Indique el n. de noches en esta ciudad
Abierta

B14a2. Indique el nombre de la ciudad visitada	
Loja	1
Catamayo	2
Vilcabamba	3
Malacatos	4
Zamora	5
El Cisne	6
Otros	7

B14b2. Tipo de Alojamiento	
No durmió en esta ciudad	0
Hogares habilitados	1
Hotel o similar	2
Campamento	3
Vivienda propia	4
Viv. Familiares/amigos	5

Vivienda alquilada	6
Otros (Especifique)	7

B14c2. Indique el n. de noches en esta ciudad
Abierta

B14a3. Indique el nombre de la ciudad visitada	
Loja	1
Catamayo	2
Vilcabamba	3
Malacatos	4
Zamora	5
El Cisne	6
Otros	7

B14b3. Tipo de Alojamiento	
No durmió en esta ciudad	0
Hogares habilitados	1
Hotel o similar	2
Campamento	3
Vivienda propia	4
Viv. Familiares/amigos	5
Vivienda alquilada	6
Otros (Especifique)	7

B14c3. Indique el n. de noches en esta ciudad
Abierta

B15. ¿Quién financió este viaje?

El viaje lo financió con su dinero propio o con dinero del hogar donde reside	1
Fue pagado por una institución pública o privada	2
Fue pagado por una tercera persona	3
Otros (Especifique)	4

B15a. En caso de seleccionar otros, especifique
Abierta

B16. ¿Cómo organizó su viaje?	
Paquete turístico	1
El viaje lo organizó por propia cuenta sin usar el paquete turístico	2
El viaje lo organizó una empresa pública o privada	3
Otros (Especifique)	4

B17. ¿Qué tipos de servicios comprendió el paquete turístico comprado?	
Alojamiento	1
Transporte de ida	2
Transporte de retorno	3
Alimentos y bebidas	4
Tours	5
Traslado dentro/fuera	6
Seguro	7
Otros (Especifique)	8

B17a. En caso de seleccionar otros, especifique
Abierta

B18a. Realizó alguna compra en internet.	
Sí	1

No	2
-----------	---

B18b. ¿Dónde realizó la compra	
Portal de internet (booking, tripAdvisor, etc)	1
Compró directamente desde la página de la agencia	2
Otros	3

B18c. Identifique que servicios compró	
Boleto aéreo	1
Alojamiento	2
Otros	3

Variación-Aeropuerto

B18c. Identifique que servicios compró	
Boleto aéreo	1
Alojamiento	2
Otros	3
Boleto aéreo y alojamiento	4

B19. ¿Cuál fue el principal aspecto que impulsó a elegir Loja como destino?	
Ya conocía Loja	1
Recomendación de amigos o familiares	2
Información en internet	3
Información en agencias de viaje	4
Otros	5
Libros	6

B20. ¿Cuál ha sido su impresión general sobre su estancia en Loja?	
Muy mala	1

Mala	2
Ni mala ni buena	3
Buena	4
Muy buena	5

B21. ¿Cómo califica a Loja como destino turístico?	
Muy mala	1
Mala	2
Ni mala ni buena	3
Buena	4
Muy buena	5

B22. ¿Recomendaría a Loja como destino turístico?	
Sí	1
No (Por qué)	2

B22a. En caso de no recomendar Loja, especifique por qué?	
Regeneración	1

Variación-Aeropuerto

B22a. En caso de no recomendar Loja, especifique por qué?	
Regeneración	1
No hay que hacer	2
Prefiere el campo	3

Atractivos turísticos de Loja

Calificación del Museo de Arte Religioso San Juan del Valle	
No visitó	0

Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación del Museo del Banco Central del Ecuador	
No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación del Museo Matilde Hidalgo de Procel	
No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación del Museo de la Música	
No visitó	0
Muy malo	1

Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación del Museo de Arqueología y Lojanidad de la UTPL	
No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación del Museo de las Madres Concepcionistas	
No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación de la Puerta de la Ciudad	
No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2

Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación de la Iglesia de San Francisco	
No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación de la Iglesia San Juan de El Valle	
No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación de la Iglesia de El Pedestal	
No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3

Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación del Santuario Eucarístico y Diocesano San Sebastián	
No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación de la Iglesia de Santo Domingo	
No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación de la Iglesia Catedral	
No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4

Muy bueno	5
De paso	6

Calificación del Monasterio de las Madres Conceptas	
No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación del Parque Jipiro	
No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación del Parque Lineal Tebaida Sur	
No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5

De paso	6
----------------	---

Calificación del Parque Daniel Álvarez Burneo	
No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación del Parque Zamora Huayco	
No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación del Parque Orillas del Zamora	
No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación del Parque Pucará	
No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación de la Plaza Central	
No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación de la Plaza Simón Bolívar	
No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación de la Plaza del Valle	
---	--

No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación de la Plaza Santo Domingo	
No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación de la Plaza San Sebastián	
No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación de la Plaza San Francisco	
No visitó	0

Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación del Parque Eólico Villonaco	
No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación del Parque Nacional Podocarpus	
No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación del Jardín Botánico Reinaldo Espinoza	
No visitó	0
Muy malo	1

Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación del Sendero Ecológico Caxarumi	
No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación de la Calle Lourdes	
No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación de la Casa de Luka	
No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2

Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

Calificación del Mirador “El Churo”	
No visitó	0
Muy malo	1
Malo	2
Ni malo ni bueno	3
Bueno	4
Muy bueno	5
De paso	6

SECCION C: DISTRIBUCIÓN DEL GASTO

En este viaje ¿Cuál fue el gasto de cada artículo / servicio?
--

Gasto en paquete turístico
Abierta

Calificación del paquete turístico	
Muy mala	1
Mala	2
Ni mala ni buena	3
Buena	4
Muy buena	5

Gasto en Alojamiento
Abierta

Calificación del Alojamiento	
Muy mala	1
Mala	2
Ni mala ni buena	3
Buena	4
Muy buena	5

Gasto en Transporte Terrestre
Abierta

Calificación del Transporte Terrestre	
Muy mala	1
Mala	2
Ni mala ni buena	3
Buena	4
Muy buena	5

Gasto en Transporte Aéreo
Abierta

Calificación del Transporte Aéreo	
Muy mala	1
Mala	2
Ni mala ni buena	3
Buena	4
Muy buena	5

Gasto en Bus Urbano
Abierta

Calificación del Bus Urbano	
Muy mala	1
Mala	2
Ni mala ni buena	3
Buena	4
Muy buena	5

Gasto en Taxi
Abierta

Calificación del Taxi	
Muy mala	1
Mala	2
Ni mala ni buena	3
Buena	4
Muy buena	5

Gasto en Alquiler de Vehículo
Abierta

Calificación del Alquiler de Vehículo	
Muy mala	1
Mala	2
Ni mala ni buena	3
Buena	4
Muy buena	5

Gasto en otros
Abierta

Calificación de Otros	
Muy mala	1
Mala	2
Ni mala ni buena	3
Buena	4
Muy buena	5

Gasto en A&B dentro de restaurantes
Abierta

Calificación de A&B dentro de restaurantes	
Muy mala	1
Mala	2
Ni mala ni buena	3
Buena	4
Muy buena	5

Gasto en A&B fuera de restaurantes
Abierta

Calificación de A&B fuera de restaurantes	
Muy mala	1
Mala	2
Ni mala ni buena	3
Buena	4
Muy buena	5

Gasto en bares/discotecas
Abierta

Calificación de bares/discotecas	
Muy mala	1
Mala	2
Ni mala ni buena	3
Buena	4
Muy buena	5

Gasto en complejos turísticos
Abierta

Calificación de complejos turísticos	
Muy mala	1
Mala	2
Ni mala ni buena	3
Buena	4
Muy buena	5

Gasto en regalos, artesanías y souvenirs
Abierta

Calificación de regalos, artesanías y souvenirs	
Muy mala	1
Mala	2
Ni mala ni buena	3
Buena	4
Muy buena	5

Gasto en Peluquería/lavandería
Abierta

Calificación de peluquería/lavandería	
Muy mala	1
Mala	2
Ni mala ni buena	3
Buena	4
Muy buena	5

Gasto en bienes
Abierta

Calificación de bienes	
Muy mala	1
Mala	2
Ni mala ni buena	3
Buena	4
Muy buena	5

Gasto en otros gastos
Abierta

Calificación de otros gastos	
Muy mala	1
Mala	2
Ni mala ni buena	3
Buena	4
Muy buena	5

SECCIÓN D: PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

D1. Género

Hombre	1
Mujer	2

D2. Edad
Abierta

D3. Estado Civil	
Soltero/a	1
Casado/a	2
Divorciado/a	3
Viudo/a	4
Unión libre	5

D4. Situación ocupacional	
Dirección de las empresas y administraciones públicas	1
Técnicos y profesionales científicos e intelectuales	2
Empleados de tipo administrativo	3
Trabajadores de los servicios de restauración y comercio	4
Artesanos y trabajadores cualificados de las industrias	5
Trabajadores no cualificados	6
Fuerzas armadas	7
Desempleado	8
Ama de casa	9
Jubilado/Retirado/Pensionista	10
Estudiante	11
Otros (Especifique)	12

D4a. Especifique otros (situación ocupacional)

Religiosa	1
Chofer	2
Músico	3
Fotógrafo	4
Jugador	5
Agricultor	6
Misionero	7
Ebanista	8

Variación-Aeropuerto

D4a. Especifique otros (situación ocupacional)	
Músico	1
Construcción	2

D5. Nivel de Instrucción	
Ninguno	0
Primaria completa	1
Primaria incompleta	2
Secundaria completa	3
Secundaria incompleta	4
Superior completa	5
Superior incompleta	6
Post Grado completo	7
Post Grado incompleto	8
Tecnología completa	9
Tecnología incompleta	10

D6. Ingresos Mensuales	
Abierta	

--