



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

*La Universidad Católica de Loja*

**ÁREA ADMINISTRATIVA**

**TITULACIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**Diseño de investigación, levantamiento de información, procesamiento y  
análisis de estadísticas del turismo receptor nacional e internacional en  
Loja año 2013.**

**TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN**

**AUTORAS:** Betancourt Ludeña, Johana Vanessa

Romero León, Sara Isabel

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

**LOJA – ECUADOR**

**2014**

## APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN

Magister.

Rosario Estefanía Sánchez Cevallos

**DOCENTE DE LA TITULACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO**

De mi consideración:

El presente trabajo de fin de titulación: **“Diseño de investigación, levantamiento de información, procesamiento y análisis de estadísticas del turismo receptor nacional e internacional en Loja año 2013”** realizado por: **Betancourt Ludeña Johana Vanessa y Romero León Sara Isabel**, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, abril de 2014

f) .....

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo **Betancourt Ludeña Johana Vanessa y Romero León Sara Isabel** declaramos ser autoras del presente trabajo de fin de titulación: **“Diseño de investigación, levantamiento de información, procesamiento y análisis de estadísticas del turismo receptor nacional e internacional en Loja año 2013”**, siendo Mgs. Rosario Estefanía Sánchez Cevallos directora del presente trabajo; y eximamos expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certificamos que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaramos conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f) .....

Autora: Johana Vanessa Betancourt Ludeña

Cédula: 1104149735

f) .....

Autora: Sara Isabel Romero León

Cédula: 1103609366

## DEDICATORIA

Con todo mi cariño y amor para mis padres por su amor, ejemplo, comprensión, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para alcanzar mis metas.

A mis hermanos, por motivarme y darme la mano siempre, a ustedes por siempre mi corazón y mis agradecimientos.

A mis familiares y amigos porque de una u otra forma, con su apoyo moral y sus sonrisas de ánimo, me han incentivado a seguir adelante a lo largo de toda mi vida.

**Johana Vanessa Betancourt Ludeña**

Con mucho cariño y aprecio, dedico la presente investigación a mis padres, a mis hermanos y a mi esposo, quienes me estimularon como guías permanentes para alcanzar éxitos en mi realización como nueva profesional de la República del Ecuador.

A mis profesores y compañeros, ya que desinteresadamente me impulsaron hacia una nueva meta enriqueciendo mi educación.

**Sara Isabel Romero León**

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Técnica Particular de Loja, porque en sus aulas, recibimos el conocimiento intelectual y humano de cada uno de los docentes de la Escuela de Hotelería.

De manera especial, agradecemos a la Mgs Estefanía Cevallos, quién, muy acertadamente dirigió nuestra tesis.

A nuestros maestros, que, a lo largo de la carrera, nos han transmitido sus amplios conocimientos, especialmente al Mgs. Christian Viñan, quién desinteresadamente nos brindó su asesoría y colaboró con la realización de la presente tesis.

Gracias a todas aquellas personas que de una u otra manera nos ayudaron a crecer como personas y como profesionales.

**Las Autoras**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARATULA.....	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN .....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
RESUMEN.....	15
ABSTRACT.....	16
INTRODUCCIÓN.....	17
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA CIUDAD DE LOJA.....	188
1.1 Ámbito Físico Espacial.....	19
1.1.1 Ubicación y límites.....	19
1.1.2 Superficie y extensión.....	19
1.1.3 Características climáticas.....	20
1.1.4 Ecosistemas.....	20
1.1.4.1 Flora.....	20
1.1.4.2 Fauna.....	20
1.2 Ámbito Socio Cultural.....	21
1.2.1 Población.....	21
1.2.2 Grupos étnicos.....	23
1.2.3 Educación.....	25
1.2.3.1 Establecimientos educativos.....	25

1.2.3.2 Analfabetismo.....	26
1.2.4 Salud.....	28
1.2.4.1 Número de hospitales, centros, subcentros y puestos de salud.....	28
1.2.4.2 Natalidad.....	30
1.2.4.3 Mortalidad.....	31
1.2.5 Vivienda.....	32
1.2.6 Indicadores de Desarrollo humano y pobreza.....	33
1.3 Ámbito Económico Productivo.....	34
1.3.1 Contexto Económico Local.....	34
1.3.1.1 Población Económicamente Activa.....	34
1.3.1.2 Estructura Productiva.....	37
1.3.2 Sector Productivo primario.....	38
1.3.2.1 Agricultura.....	38
1.3.2.2 Ganadería.....	39
1.3.2.3 Producción Pecuaria.....	40
1.3.3 Sector Productivo secundario.....	41
1.3.3.1 Industria.....	41
1.3.3.2 Artesanía.....	43
1.3.4 Sector Productivo técnico.....	44
1.3.4.1 Comercio.....	44
1.3.4.2 Transporte.....	45
1.3.4.3 Turismo.....	46
1.4 Político Administrativo.....	50
1.4.1 Estructura Política administrativa de la institución pública.....	50

1.4.2 Actores de la cadena de Valor Turística del Cantón Loja.....	51
2. METODOLOGÍA.....	54
2.1 Análisis de las Metodologías que existen para determinar el Perfil del Turista.....	55
2.2 Determinación de la metodología a utilizar.....	59
2.3 Proceso para la recolección de datos.....	63
3. PERFIL DEL TURISTA.....	79
3.1 Análisis del Turismo Receptor Aeropuerto.....	80
3.1.1 Países de Mayor Representatividad.....	78
3.1.2 Ocupación.....	81
3.1.3 Motivo Principal de la visita.....	82
3.1.4 Forma de viajar.....	82
3.1.5 Loja, ¿Único Destino visitado?.....	83
3.1.6 Otros Destinos visitados.....	84
3.1.7 ¿Quién financió el viaje?.....	84
3.1.8 Forma de Organizar el viaje.....	85
3.1.9 Principales Destinos visitados.....	85
3.1.10 Tipos de Alojamiento.....	86
3.1.11 Estimación Turista/ Excursionista.....	86
3.1.12 Estadía y Gasto.....	87
3.1.13 Estructura del Gasto.....	87
3.2 Análisis del Turismo Receptor Terminal Terrestre.....	89
3.2.1 Países de Mayor Representatividad.....	89
3.2.2 Ocupación.....	89
3.2.3 Motivo Principal de la visita.....	90

3.2.4 Forma de viajar.....	91
3.2.5 Loja, ¿Único Destino visitado?.....	91
3.2.6 Otros Destinos visitados.....	92
3.2.7 ¿Quién financió el viaje?.....	92
3.2.8 Forma de Organizar el viaje.....	93
3.2.9 Principales Destinos visitados.....	93
3.2.10 Tipos de Alojamiento.....	94
3.2.11 Estimación Excursionista/ Turista.....	94
3.2.12 Estadía y Gasto.....	95
3.2.13 Estructura del Gasto.....	95
3.3 Análisis del Turismo Receptor Movilidad Propia.....	97
3.3.1 Países de Mayor Representatividad.....	97
3.3.2 Ocupación.....	97
3.3.3 Motivo Principal de la visita.....	98
3.3.4 Forma de viajar.....	98
3.3.5 Loja, ¿Único Destino visitado?.....	99
3.3.6 Otros Destinos visitados.....	99
3.3.7 ¿Quién financió el viaje?.....	100
3.3.8 Forma de Organizar el viaje.....	100
3.3.9 Principales Destinos visitados.....	101
3.3.10 Tipos de Alojamiento.....	102
3.3.11 Estimación Turista/ Excursionista.....	102
3.3.12 Estadía y Gasto.....	103
3.3.13 Estructura del Gasto.....	103

3.4 Perfil del Turista que visitó la ciudad de Loja en el 2013.....	104
3.4.1 Perfil del Turista del Aeropuerto "Ciudad de Catamayo".....	104
3.4.2 Perfil del Turista del Terminal Terrestre "Reina del Cisne".....	104
3.4.3 Perfil del Turista de Movilidad propia del cantón Loja.....	105
3.4.4 Perfil General del Turista que visitó la ciudad de Loja en el 2013.....	106
CONCLUSIONES.....	107
RECOMENDACIONES.....	108
BIBLIOGRAFÍA.....	1099
ANEXOS.....	111

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Distribución de la Población, Área Urbana y Rural.....	22
Tabla 2. Estructura Poblacional por Género.....	23
Tabla 3. Población por auto identificación Étnica, Cantón Loja.....	25
Tabla 4. Establecimientos Educativos Públicos y Privados del Cantón Loja.....	26
Tabla 5. Tasa de Alfabetismo y Analfabetismo en el Cantón y Provincia de Loja.....	27
Tabla 6. Analfabetismo Cantón Loja.....	27
Tabla 7. Establecimientos de Salud existentes en el cantón Loja, Sector Público.....	29
Tabla 8. Establecimientos de Salud existentes en el cantón Loja, Sector Privado.....	30
Tabla 9. Tasa de Natalidad.....	31
Tabla 10. Tasa de Mortalidad.....	32
Tabla 11. Cantón Loja: Viviendas del área urbana y rural por año.....	32
Tabla 12. Pobreza por necesidades básicas insatisfechas, Cantón Loja.....	33
Tabla 13. PEA Cantón Loja, Años 2001 y 2010.....	34
Tabla 14. PEA del Cantón Loja, según grupos de ocupación.....	35
Tabla 15. PEA del Cantón Loja, según ramas de actividad.....	36
Tabla 16. Asociaciones Productivas, Cantón Loja.....	37
Tabla 17. Cultivos Solos, Cantón Loja.....	38
Tabla 18. Cultivos Asociados, Cantón Loja.....	39
Tabla 19. Principales Actividades de transformación en la Industria manufacturera del Cantón Loja.....	42
Tabla 20. Principales Productos elaborados.....	42
Tabla 21. Actividades de Comercio y Servicios en el Cantón Loja.....	44
Tabla 22. Ramas de Actividades Comerciales en el Cantón Loja.....	45
Tabla 23. Transporte Público, por tipo y número de unidades.....	46
Tabla 24. Atractivos Turísticos del cantón Loja.....	48
Tabla 25. Infraestructura Turística.....	49
Tabla 26. Clasificación de los Actores de Turismo en el Cantón Loja.....	53
Tabla 27. Distribución Encuestas en el Aeropuerto.....	66
Tabla 28. Distribución Encuestas en el Terminal Terrestre.....	69
Tabla 29. Distribución de encuestas por rutas en la Cooperativa de transportes “Unión Yanzatza”.....	70

Tabla 30. Distribución de encuestas por rutas en la Cooperativa de Transportes “Nambija” .....	70
Tabla 31. Distribución de encuestas por rutas en la Cooperativa de Transportes “Santa” ...	71
Tabla 32. Distribución de encuestas por rutas en la Cooperativa de Transportes “Viajeros” .....	71
Tabla 33. Distribución de encuestas por rutas en la Cooperativa de Transportes “TAC” .....	71
Tabla 34. Distribución de encuestas por rutas en la Cooperativa de Transportes “Ciudad de Piñas” .....	71
Tabla 35. Distribución de encuestas por rutas en la Cooperativa de Transportes “Panamericana” .....	72
Tabla 36. Distribución de encuestas por rutas en la Cooperativa de Transportes “Loja” .....	72
Tabla 37. Distribución de encuestas por rutas en la Cooperativa de Transportes “Sur Oriente” .....	73
Tabla 38. Distribución de encuestas por rutas en la Cooperativa de Transportes “Unión Cariamanga” .....	74
Tabla 39. Distribución de encuestas por rutas en la Cooperativa de Transportes “Catamayo” .....	74
Tabla 40. Distribución de encuestas por rutas en la Cooperativa de Transportes “San Luis” .....	75
Tabla 41. Distribución de encuestas por rutas en la Cooperativa de Transportes “Vilcabambaturis” .....	75
Tabla 42. Distribución Encuestas Movilidad Propia .....	78
Tabla 43. Estadía y Gasto Aeropuerto .....	87
Tabla 44. Estadía y Gasto Terminal Terrestre .....	95
Tabla 45. Estadía y Gasto Movilidad Propia .....	103

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Mapa Político del Cantón Loja.....	19
Gráfico 2. Producción de Ganado Mayor, Cantón Loja.....	40
Gráfico 3. Producción de Ganado Menor, Cantón Loja.....	40
Gráfico 4. PEA en la Industria Manufacturera, según grupos de edad. Cantón Loja. 2010.....	41
Gráfico 5. Lugares con Mayor Operación Turística.....	46
Gráfico 6. Lugares de preferencia en Loja.....	47
Gráfico 7. Estructura Orgánica del Municipio de Loja.....	50
Gráfico 8. Mapeo de Actores que conforman la cadena de Valor Turístico en Loja.....	52
Gráfico 9. Recopilación de la Información.....	59
Gráfico 10. Países de mayor representatividad.....	80
Gráfico 11. Ocupación.....	81
Gráfico 12. Motivo principal de la visita.....	82
Gráfico 13. Forma de viajar.....	82
Gráfico 14. Loja único destino visitado.....	83
Gráfico 15. Otros destinos visitados.....	84
Gráfico 16. Quién financió el viaje.....	84
Gráfico 17. Principales destinos visitados.....	85
Gráfico 18. Tipos de alojamiento.....	86
Gráfico 19. Estimación: Turista / Excursionista.....	86
Gráfico 20. Estructura del Gasto.....	87
Gráfico 21. Países de mayor representatividad.....	89
Gráfico 22. Ocupación.....	89
Gráfico 23. Motivo de visita.....	90
Gráfico 24. Forma de viajar.....	91
Gráfico 25. Loja único destino visitado.....	91
Gráfico 26. Otros destinos visitados.....	92
Gráfico 27. Quién financió el viaje.....	92
Gráfico 28. Principales destinos visitados.....	93
Gráfico 29. Tipo de alojamiento.....	94
Gráfico 30. Estimación: Turista / Excursionista.....	94
Gráfico 31. Estructura del gasto.....	95
Gráfico 32. Nacionalidad.....	97

Gráfico 33. Ocupación.....	97
Gráfico 34. Motivo de visita.....	98
Gráfico 35. Forma de viajar.....	98
Gráfico 36. Loja único destino visitado.....	99
Gráfico 37. Otros destinos visitados.....	99
Gráfico 38. Quién financió el viaje.....	100
Gráfico 39. Principales destinos visitados.....	101
Gráfico 40. Tipo de Alojamiento.....	102
Gráfico 41. Estimación Turista / Excursionista.....	102
Gráfico 42. Estructura del gasto.....	103

## **RESUMEN**

Este proyecto muestra el análisis del turismo receptor nacional e internacional en la ciudad de Loja en el 2013 y tiene como finalidad conocer cuáles son las motivaciones de los turistas al elegir Loja como destino.

El presente trabajo consta de tres capítulos: en el primer capítulo se realiza un análisis situacional de la ciudad de Loja para lo cual recolectamos datos de la ciudad tanto en el ámbito físico, social, económico y político; el segundo capítulo habla sobre la metodología existente para determinar el perfil del turista para lo cual usamos el método cuantitativo realizando encuestas en el Aeropuerto, Terminal Terrestre, Hoteles y algunas gasolineras ubicadas en las afueras de la ciudad. Estas fueron realizadas en el mes de agosto cuando hay más afluencia de turistas debido a la temporada de vacaciones y llegada de la Virgen del Cisne a la ciudad.

Finalmente en el tercer capítulo describimos el perfil del turista que visitó Loja, uno para el turista que llega vía aérea, otro para el turista que viene en transporte público y otro para las personas que vienen en vehículo propio, para así determinar el perfil general del turista que viene a la ciudad de Loja.

### **PALABRAS CLAVE:**

Turismo, receptor, Perfil del Turista, Aeropuerto, Terminal Terrestre, Vehículo Propio.

## **ABSTRACT**

This project shows the analysis of national and international inbound tourism in the city of Loja in 2013 and aims to know the motivations that tourists have when choosing Loja as their destination.

This work consists of three chapters: the first chapter is a situational analysis of the city of Loja for which we collected information of the city about its physical, social, economic and political areas; The second chapter discusses the existing methodology to determinate the tourist profile where we used the quantitative method to survey the airport, bus terminal, hotels and some gas stations located on the outskirts of the city. These surveys were made in August when exists more tourists due to the holiday season and the arrival of the Cisne virgin to the city.

Finally in the third chapter we described the tourist profile, one for tourists arriving by air, another for tourists who came by public transportation and another for the people who came in their own vehicle, and then determine the global profile of the tourist that comes to Loja.

### **KEYWORDS:**

Inbound tourism, Tourist Profile, Airport, Bus Terminal, owned Vehicle

## INTRODUCCIÓN

Desde hace mucho tiempo el turismo ha tenido sus formas específicas en la sociedad humana con respecto a la motivación básica de viajar y desplazarse, y a través del tiempo ha logrado evolucionar. Estas mejoras en la industria del turismo las podemos entender estudiando la revolución industrial que trajo consigo un nuevo aspecto en el vivir.

El turismo de ocio es una de las actividades favoritas de las personas. La motivación que causa que alguien escoja ciertas actividades y un destino para vacacionar es un tema interesante, que nos permite un mejor entendimiento del comportamiento de las personas al momento de salir a disfrutar de su tiempo libre. Las razones del por qué la gente escoge un destino u otro han sido tema de muchas investigaciones y son consideraciones importantes tanto para planificadores y gestores de la industria del turismo.

La industria del turismo juega un papel vital para la economía del Ecuador en general y a la ciudad de Loja, en particular. Debido a la importancia del turismo en la economía de la ciudad hay una gran necesidad de investigación relativos a la promoción de Loja como destino turístico. Algunos expertos predicen que para el 2020 esta industria será la más rentable del mundo y será el pilar fundamental en la economía de todos sus destinos.

El estudio de las motivaciones del turista y de su personalidad, da una idea clara para poder ayudar a las personas que ofertan los destinos en lo que respecta al desarrollo de productos, la creación de imagen, diseño de actividades de promoción y posicionamiento de destino. La identificación de las motivaciones del turista, la personalidad y las razones de su viaje también ofrecen a los administradores la información para ayudarlos en sus decisiones relativas a la cantidad y calidad de los servicios que necesitan los visitantes.

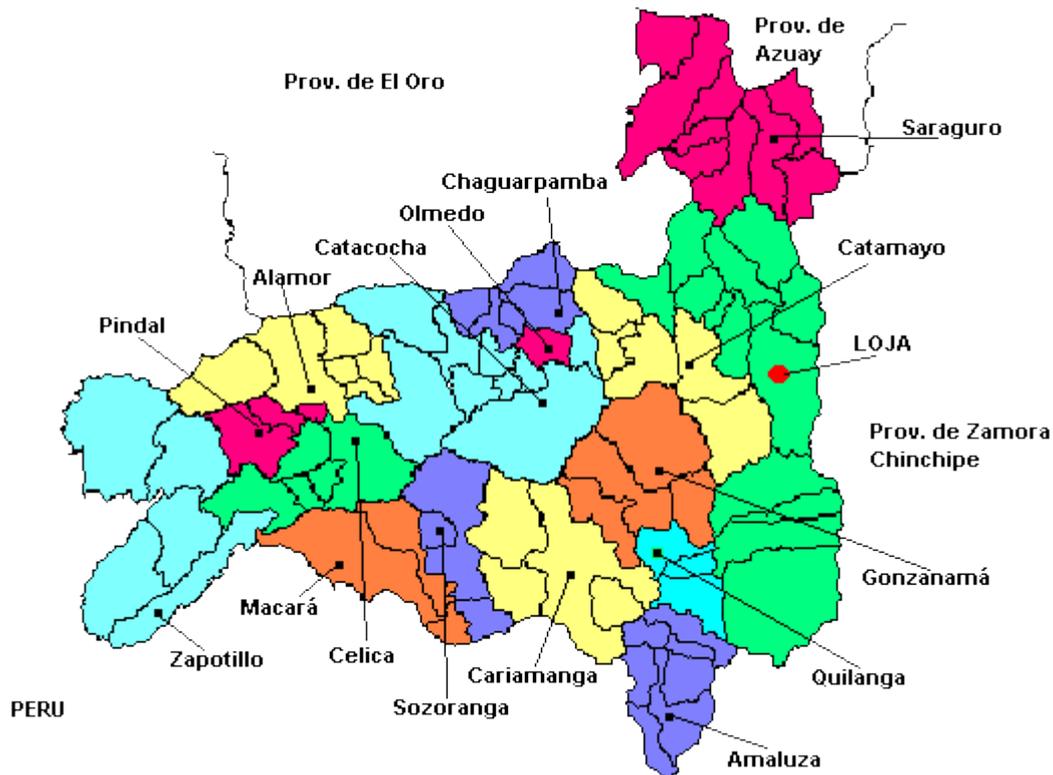
En este estudio se intentará aplicar el enfoque de segmentación para explorar y medir las motivaciones turísticas para visitar Loja e investigar la relación entre la motivación y las actividades turísticas. Sobre la base de estos puntos principales de la investigación, hemos elegido el presente proyecto.

## **DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA CIUDAD DE LOJA**

## 1.1 Ámbito Físico Espacial

### 1.1.1 Ubicación y límites.

La ciudad de Loja está ubicada al sur del Ecuador. Es la cabecera cantonal y capital de la Provincia de Loja. Ubicada a una altitud de 2100 metros sobre el nivel del mar. Limita al norte con el cantón Saraguro, al sur y al este con la Provincia de Zamora Chinchipe y al Oeste con parte de la provincia de El Oro y los cantones de Catamayo, Gonzanamá y Quilanga. (Gobierno Provincial de Loja, 2009)



**Gráfico 1. Mapa Político del Cantón Loja**

Fuente: (Banco del Estado, 2014)

Elaboración: (Banco del Estado, 2014)

### 1.1.2 Superficie y extensión.

Cuenta con una superficie de 1.895,19 km<sup>2</sup> (INEC, 2010) y es el más extenso de los 16 cantones de la provincia de Loja, seguido de Zapotillo, Paltas y Saraguro, con una extensión de 1869 km<sup>2</sup> (Ilustre Municipio del Cantón Loja, 2011)

### 1.1.3 Características climáticas.

El clima de la ciudad de Loja es templado, con temperaturas que fluctúan entre los 6 y 22°C. A excepción de junio y julio, en los que se presenta una llovizna oriental con vientos alisos. La época de mayor estiaje es en octubre, noviembre y diciembre. (Ilustre Municipio del Cantón Loja, 2011)

#### **1.1.4 Ecosistemas.**

La ciudad de Loja presenta un ecosistema digno de ser visitado por los amantes de la naturaleza. El Parque Nacional Podocarpus es uno de los más importantes del país, en este asombroso lugar se puede contemplar un paisaje encantador, rodeado de flora y fauna única en el mundo.

##### **1.1.4.1 Flora.**

Según el PDOT-L, La mayor cantidad de flora en el cantón Loja, se encuentra en la Ciudad de Loja cuatro familias distribuidas en las áreas verdes de las parroquias Sucre y una en la parroquia San Sebastián. En las parroquias rurales (San Pedro de Vilcabamba, San Lucas, Chuquiribamba, Santiago, Chantaco, Gualal y Jimbilla).

Existen varias áreas protegidas dentro de la ciudad, donde se puede apreciar la flora endémica de Loja. La mayoría de estas áreas son públicas, las áreas privadas también cuentan con una extensa flora y fauna propia de la zona.

##### **1.1.4.2 Fauna.**

Asimismo, en conformidad al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Loja:

La geografía en el sur del Ecuador ha hecho que la avifauna evolucione siendo ahora única y endémica. La zona sur de Ecuador y norte del Perú tiene más de 60 especies distintas de aves, el Parque Nacional Podocarpus tiene un área de 146.280 hectáreas y está a un nivel entre 1.000 y 3.800 metros sobre el nivel del mar y es uno de los parques más ricos del mundo en avifauna. Las aves son un buen indicador de gran biodiversidad de especies vegetales, mamíferos y otros animales. La destrucción de los bosques ha hecho desaparecer, en la última década, zonas con animales de todo orden. Estas zonas nunca estudiadas, con diversa vegetación dada

por condiciones orográficas y de clima fueron la admiración de científicos que alguna vez llegaron a Cera, Carigán y Santiago en el cantón Loja al observar las bandadas de torcazas, perdices, conejos y venados que hoy constituyen una rareza.

A pesar de que existen muchas áreas inexploradas, Loja cuenta con un alto porcentaje de especies que hacen de la provincia y ciudad un destino interesante para visitar, ya que por ejemplo el parque Podocarpus recibe a muchos visitantes que vienen a practicar el aviturismo.

La ubicación geográfica permite que se albergue gran cantidad de especies animales como el oso de anteojos, puma, tigrillo, danta, raposas, ardillas, zorros armadillos, guatusas, gato de monte, entre otros. La avifauna es diversa, existen colibríes, águilas, pájaros carpinteros, guajalito, la perdiz, tórtolas, gavián, la chiroca y el mirlo. (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP))

## **1. 2 Ámbito Socio Cultural**

### **1.2.1 Población.**

Según el último censo de población y vivienda 2010:

La ciudad de Loja se encuentra en el décimo lugar entre las provincias más pobladas del Ecuador, en el año 2001 se encontraba en el octavo lugar, esto nos dice que otras provincias han tenido un aumento significativo de su población. Enfocándonos en los cantones de la provincia de Loja, la cabecera cantonal, Loja, ocupa el primer lugar, seguido de Catamayo y Saraguro.

**Tabla 1. Distribución de la Población, Área Urbana y Rural**

<b>Población</b>	<b>Habitantes 2001</b>	<b>%</b>	<b>Habitantes 2010</b>	<b>%</b>
Urbano	118.532	67,70	170280	79,25
Periferia	23.739	13,56	10337	4,81
Rural	32.806	18,74	34238	15,94
<b>Total</b>	<b>175.077</b>	<b>100</b>	<b>214855</b>	<b>100</b>

**Fuente:** INEC, 2010

**Elaboración:** Las Autoras

En la Tabla No 1 se muestran datos de los habitantes en las parroquias del cantón Loja, siendo la parroquia urbana la de mayor habitantes con el 79%. La desigualdad en la ocupación y concentración de la población en la parte urbana, surge por el éxodo que tiene la parte periférica y rural de la ciudad y esto siempre ha existido, ya que estas personas buscan mayores oportunidades de desarrollo personal y económico en la ciudad.

**Tabla 2. Estructura Poblacional por Género**

<b>Población por Género</b>	<b>Hombres (Habitantes)</b>	<b>Mujeres (Habitantes)</b>	<b>Total</b>
<b>Provincia</b>	<b>220794</b>	<b>228172</b>	<b>448966</b>
<b>Cantón</b>	<b>103470</b>	<b>111385</b>	<b>214855</b>
Loja (urbano y periferia)	86631	93986	180617
Chantaco	560	617	1177
Chuquiribamba	1140	1326	2466
El Cisne	783	845	1628
Gualel	950	1110	2060
Jimbilla	563	551	1114
Malacatos	3577	3537	7114
San Lucas	2210	2463	4673
San Pedro de Vilcabamba	650	639	1289
Santiago	666	707	1373
Taquil	1819	1844	3663
Vilcabamba	2365	2413	4778
Yangana	836	683	1519
Quinara	720	664	1384

**Fuente:** (INEC, 2010)

**Elaboración:** Las Autoras

En la Tabla No 2 podemos observar datos del número de habitantes en cada parroquia del Cantón Loja. En lo que respecta al cantón Loja, se encuentra representada en un 51.84 % por mujeres y un 48.16% por hombres, vemos que en la mayoría de parroquias existe mayor porcentaje de mujeres, a excepción de: Jimbilla, Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Yangana y Quinara, que con una leve diferencia tienen más población masculina.

### **1.2.2 Grupos étnicos.**

El Plan de Ordenamiento Urbano de la Ciudad de Loja nos habla de las diferentes etnias que habitan en Ecuador tienen una amplia historia y gran diversidad, ya que el país estuvo bajo el dominio inca, luego español, durante siglos.

Los Saraguros son el único grupo étnico que sobresale en la Provincia de Loja, Son unos de los más importantes grupos étnicos de la sierra sur del Ecuador, a pesar de la colonización española, han sabido mantenerse durante siglos sin perder su identidad, modo de vida, tradiciones, creencias y ni siquiera su vestimenta típica, que es negro y blanco, de lana pura, tejido en antiguos telares. (PDOT-L, 2011)

Los Saraguros emigraron al sur del Ecuador desde el área del Lago Titicaca en Bolivia como mitimaes o mitmaccunas, durante el proceso de expansión del Tahuantinsuyo o Imperio Inca. Todos estos siglos han vivido de manera tradicional, en contacto con la pachamama o Madre Tierra, criando ovejas y ganado y cultivando maíz.

Actualmente las comunidades Saraguro participan en programas de turismo comunitario, enfocados en una perspectiva intercultural, e invitan a los visitantes a sus casas para compartir con ellos su visión de la vida, disfrutar un poco de música en vivo, ver sus talleres de artesanías y probar la comida y bebida de la zona, servida en platos y cucharas de madera, según la costumbre local.

**Tabla 3. Población por auto identificación Étnica, Cantón Loja**

Detalle	Etnias							
	Indígena	Afro	Negro	Mulato	Montubio	Mestizo	Blanco	Otro
Loja (urbano y periferia)	1336	3830	206	924	478	166678	6909	256
Chantaco	1	7		5	6	1152	6	
Chuquiribamba	1	7	1	3	1797	654	3	
El Cisne	75	50	3	7	17	1451	22	3
Gualel	144			5	7	1896	6	2
Jimbilla	42		1			1062	7	2
Malacatos	8	66	6	12	29	6832	159	2
San Lucas	3762	4		1	3	899	4	
San Pedro de Vilcabamba	1	9	3		3	1181	90	2
Santiago	8	9			2	1338	16	
Taquil (Miguel Riofrío)	8	9	3	36	22	3572	11	2
Vilcabamba (Victoria)	122	35	4	10	14	4305	272	16
Yangana (Arsenio Castillo)	5	5	1	5	7	1474	21	1
Quinara		22	3	5	4	1324	26	
<b>Total</b>	<b>5513</b>	<b>4053</b>	<b>231</b>	<b>1013</b>	<b>2389</b>	<b>193818</b>	<b>7552</b>	<b>286</b>
<b>Porcentaje</b>	<b>2,57%</b>	<b>1,89%</b>	<b>0,11%</b>	<b>0,47%</b>	<b>1,11%</b>	<b>90,21%</b>	<b>3,51%</b>	<b>0,13%</b>

Fuente: INEC, 2010

Elaboración: Las Autoras

En la Tabla No 3 tenemos datos de la distribución de las diferentes etnias en cada parroquia, siendo San Lucas la de mayor presencia de indígenas, seguido por Loja, con 3762 y 1336 personas respectivamente. Aunque los mestizos ocupan el primer lugar en el total de población (193.818), los blancos e indígenas le siguen a con porcentajes menores pero no menos importantes.

### 1.1.5 Educación.

#### 1.2.3.1 Establecimientos educativos.

En el cantón de Loja en el último censo se inventariaron 355 establecimientos educativos. El 75% son públicos, 18% particulares, % fiscomisionales y un 3% municipales, (Censo Nacional de Educación, 2010)

**Tabla 4. Establecimientos Educativos Públicos y Privados del Cantón Loja**

Parroquias	Fiscal	Fiscomicional	Municipal	Particular	Total
<b>Zona Urbana</b>					<b>206</b>
Sagrario	17	5	1	23	46
San Sebastián	33	4	3	18	58
Sucre	32		4	9	45
El Valle	40	4	3	10	57
<b>Zona Rural</b>					<b>149</b>
Chantaco	6				6
Chuquiribamba	12				12
El Cisne	6	1		1	8
Gualel	9				9
Jimbilla	9				9
Malacatos	27	1		1	29
San Lucas	23				23
San Pedro de Vilcabamba	4				4
Santiago	8				8
Taquil	14				14
Vilcabamba	15			2	17
Yangana	6				6
Quinara	4				4
<b>Total</b>	<b>265</b>	<b>15</b>	<b>11</b>	<b>64</b>	<b>355</b>

**Fuente:** (Censo Nacional de Educación, 2010)

**Elaboración:** Las Autoras

En la Tabla No 4 se muestran datos de los establecimientos educativos públicos y privados del cantón Loja, notamos que en la zona urbana (206) hay más planteles educativos en comparación a la zona rural (149), debido a que en la zona urbana existe un mayor número de habitantes.

### **1.2.3.2 Analfabetismo.**

El analfabetismo es uno de los problemas más importantes en las naciones del mundo entero y mucho más aún en las consideradas "tercer mundistas".

Esta realidad se la observa en la provincia de Loja, aunque en comparación al censo del 2001 y al último 2010, existe un menor número de analfabetos. La creación de nuevos centros educativos, las mejoras en cuanto a infraestructura física y un sinnúmero de

acciones más que se han llevado a cabo para mejorar la educación y hacerla más accesible, podrían ser los factores que explican este hecho.

**Tabla 5. Tasa de Alfabetismo y Analfabetismo en el Cantón y Provincia de Loja**

Detalle	Provincia de Loja		Cantón Loja	
	No de personas Mayores de 15 años	Porcentajes	No de personas Mayores de 15 años	Porcentajes
Alfabetas	289304	94,20	145971	96,80
Analfabetas	17734	5,80	4761	3,20
<b>Total</b>	<b>307038</b>	<b>100,00</b>	<b>150732</b>	<b>100,00</b>

Fuente: INEC, 2010

Elaboración: Las Autoras

En la Tabla No 5 se muestra la tasa de alfabetismo y analfabetismo del cantón y provincia de Loja, donde se establece que la provincia tiene mayor tasa de alfabetismo con 94,2% en comparación a la del cantón con el 96,8%.

**Tabla 6. Analfabetismo Cantón Loja**

Parroquias Cantón Loja	Tasa de Analfabetismo
Loja	2,21
Chantaco	15,42
Chuquiribamba	12,12
El Cisne	7,04
Gualel	18,61
Jimilla	13,06
Malacatos	6,04
San Lucas	17,57
San Pedro de Vilcabamba	5,36
Santiago	10,10
Taquil	8,30
Vilcabamba	5,06
Yangana	6,76
Quinara	9,42

Fuente: INEC, 2010

Elaboración: Las Autoras

En la Tabla No 6 se muestra la tasa de analfabetismo de las parroquias del cantón Loja, siendo las parroquias rurales las que presentan mayores tasas de analfabetismo, tales como Gualiel (18.61%), San Lucas (17.57%) y Chantaco (15.42%). Loja tiene el porcentaje más bajo con un 2,21%.

#### **1.2.4 Salud.**

##### ***1.2.4.1 Número de hospitales, centros, subcentros y puestos de salud.***

El número de establecimientos de salud tanto públicos como privados en el cantón Loja es de 148, el mayor porcentaje lo ocupan los de tipo privado representando el 73% en relación al 27% del sector público. (Departamento de Estadísticas de la Dirección Provincial de Salud de Loja, 2011)

Loja está dividido en 4 áreas operativas de salud, las cuales se encuentran distribuidas de la siguiente manera:

**Área de Salud N°1:** Parroquias Sucre, Taquil, Chuquiribamba

**Área de Salud N°2:** Parroquia de San Sebastián

**Área de salud N°3:** Parroquia El Valle, Jimbilla, Santiago, San Lucas

**Área de Salud N°12:** Parroquia Vilcabamba, Malacatos, Yangana, Quinara, San Pedro de Vilcabamba. (Departamento de Estadísticas de la Dirección Provincial de Salud de Loja, 2011)

**Tabla 7. Establecimientos de Salud existentes en el cantón Loja, Sector Público**

Sector Público	Urbano	Rural	Total	Detalle
<b>Hospitales</b>	3	1	4	Hospital Isidro Ayora, Hospital Militar, Hospital del IESS “José Ignacio Montero”, Hospital Básico de Vilcabamba
<b>Dispensario del IESS</b>	1		1	Centro de Atención Ambulatoria IESS
<b>Dispensario Seguro Social Campesino</b>		6	6	Rumishitana, San Pedro de Vilcabamba, Quinara, Chantaco, Bahín (Gualel), Las Juntas
<b>Dispensario Policía</b>	1		1	Dispensario de la Policía – Argentina y Chile
<b>Centros de Salud MSP</b>	3		3	Centro de Salud No1, Centro de Salud No2, Centro de Salud No3,
<b>Sub Centros de Salud MSP</b>	12	8	20	Área de Salud 1, Área de Salud 2, Área de Salud 3, Área de Salud 12
<b>Puestos de Salud MSP</b>	1	2	3	Pichic, Carigán, Comunidades
<b>Municipio - Clínica</b>	1		1	Clínica Municipal “Julia Esther González”
<b>Dispensario Cruz Roja</b>	1		1	Cruz Roja (Sagrario)
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>17</b>	<b>40</b>	

**Fuente:** (Departamento de Estadísticas de la Dirección Provincial de Salud de Loja, 2011)

**Elaboración:** Las Autoras

La Tabla No 7 muestra los establecimientos de salud públicos con un total de 40 establecimientos de los cuales más del 50% se encuentran en el sector urbano.

El sector público debería contar con más establecimiento en las parroquias, ya que la salud es un derecho y las personas deberían tener cerca un lugar donde atenderse, pues ir a la ciudad tiene muchas dificultades y no cuentan con el dinero suficiente para hacerlo.

**Tabla 8. Establecimientos de Salud existentes en el cantón Loja, Sector Privado**

<b>Sector Privado</b>	<b>Urbano</b>	<b>Rural</b>	<b>Total</b>	<b>Detalle</b>
<b>Hospitales</b>	2		2	Hospital UTPL, Hospital de Solca
<b>Dispensarios Privados</b>	14		14	Aprofe, Universidad Nacional de Loja, Colegio Bernardo Valdivieso, San Martín de Porres, San Carlos, UNE, Padre Julián Lorente, Emaus, Sindicato de Choferes, Adolfo Valarezo, Jesús del Gran Poder, Daniel Álvarez Burneo, Salvador Bustamante Celi, Medicina Familiar
<b>Clínicas</b>	21		21	San José, Medilab, Moderna, Santa Ana, Galenos, San Juan de Dios, San Agustín, Sánchez, Del Sur, Mogrovejo, San Francisco, Abendaño, Apromed, De la Mujer, Dialtica, San Pablo, El Salvador, Nataly, Astudillo, Santa María, Quirúrgica Samaniego.
<b>*Consultorios</b>	71		71	
<b>TOTAL</b>	<b>108</b>	<b>0</b>	<b>108</b>	

**Fuente:** (Departamento de Estadísticas de la Dirección Provincial de Salud de Loja, 2011)

**Elaboración:** Las Autoras

En la Tabla No 8 muestra los establecimientos de salud privados del cantón Loja. Según el cuadro, existen más establecimientos de salud en el sector privado (108) que en el sector público (40). En el sector rural no existe ningún establecimiento privado, esto se debe a que los habitantes de este sector no poseen los suficientes recursos económicos para acceder a estos.

#### **1.2.4.2 Natalidad.**

Esta variable nos permite obtener el número promedio anual de nacimientos durante un año por cada 1000 habitantes, también conocida como tasa bruta de natalidad. La tasa de natalidad suele ser el factor decisivo para determinar la tasa de crecimiento de la población. (Ilustre Municipio del Cantón Loja, 2011)

**Tabla 9. Tasa de Natalidad**

<b>Detalle</b>	<b>Nacimientos</b>	<b>Población</b>	<b>Tasa de Natalidad x 1000 habitantes</b>
<b>Pais</b>	<b>219162</b>	<b>14483499</b>	<b>15.13</b>
<b>Provincia de Loja</b>	<b>6560</b>	<b>448996</b>	<b>14.61</b>
<b>Cantón Loja</b>	<b>3462</b>	<b>214855</b>	<b>16.11</b>
Loja	3070	180617	17.00
Chantaco	8	1177	6.21
Chuquiribamba	37	2466	15.00
El Cisne	11	1628	6.76
Gualel	31	2060	15.00
Jimbilla	11	1628	6.76
Malacatos	72	7114	10.12
San Lucas	83	4673	17.76
San Pedro de Vilcabamba	8	1289	6.21
Santiago	11	1373	8.01
Taquil	30	3663	8.19
Vilcabamba	69	4778	14.44
Yangana	12	1519	7.90
Quinara	9	1384	6.50

**Fuente:** (INEC - Anuario Estadísticas Vitales, 2010)

**Elaboración:** Las Autoras

En la Tabla No 9 se muestra la tasa de natalidad del 2010 del país, provincia y cantón. La mayor tasa de natalidad la registra San Lucas con un 17.76%, que es mayor que la ciudad de Loja que tiene 17%. Las parroquias de Chantaco y San Pedro de Vicabamba tienen la menor tasa de natalidad con el 6,21% cada una.

#### **1.2.4.3 Mortalidad.**

Entre las causas de mortalidad general, se sitúan las enfermedades Hipertensivas (7%), Diabetes Mellitus (6.5%), Influenza y Neumonía (5.4%), Accidentes de Transporte terrestre (5.4%) y Enfermedades Cerebro Vasculares (5.3%). (Ilustre Municipio del Cantón Loja, 2011)

**Tabla 10. Tasa de Mortalidad**

	Año 2010		
	Defunciones (n)	Población (N)	Tasa de Mortalidad (n/N) * 1000
<b>País</b>	61681	14,483,499	4.26
<b>Provincia</b>	2032	448,996	4.53
<b>Cantón Loja</b>	1098	214,855	5.11

Fuente: (INEC, 2010)

Elaboración: Las Autoras

La Tabla No 10 muestra la tasa de mortalidad de la provincia de Loja en el 2010 estipulando que la tasa de mortalidad del cantón (5,11%) es mayor a la de la provincia (4.53%).

### 1.2.5 Vivienda.

La vivienda es un elemento importante porque permite el desarrollo social y económico, en la medida que influye en la disminución de la pobreza y la miseria.

Uno de los retos más importantes que enfrentan el sector público y privado es el de ofrecer un hábitat donde las familias puedan desarrollar sus actividades primordiales y de desarrollo social, por ello el concepto de vivienda no puede limitarse al espacio físico, al interior de esta, sino que debe ser visto como el elemento base para la planeación y desarrollo integral de los asentamientos humanos. (Ilustre Municipio del Cantón Loja, 2011)

**Tabla 11. Cantón Loja: Viviendas del área urbana y rural por año**

CANTON LOJA: NUMERO DE VIVIENDAS PARTICULARES POR AREA URBANA Y RURAL				
ZONA	AÑO 2001		AÑO 2010	
	N. VIVIENDAS	%	N. VIVIENDAS	%
<b>Área Urbana</b>	31627	61,28	51915	73,00
<b>Área Rural</b>	19984	38,72	19196	27,00
<b>Total</b>	51611	100,00	71111	100,00

Fuente: INEC, 2010

Elaboración: Las Autoras

En la Tabla No 11 muestra el número de viviendas particulares por área urbana y rural. En el Cantón Loja existen 71.111 viviendas, de estas la mayoría de viviendas están ubicadas en la zona urbana con un 73%.

### 1.2.6 Indicadores de Desarrollo humano y pobreza.

Según el programa de las Naciones Unidas para el desarrollo (PNUD). El índice de Desarrollo Humano (IDH) es el proceso de ampliación de las capacidades y opciones de la gente. Mide el logro total de una zona en tres dimensiones: Longevidad (esperanza de vida), Conocimiento (índice educacional) y Nivel de Vida Decente (capacidad de ingreso, de gasto y de gasto más ahorro). (Contreras, 2005)

**Tabla 12. Pobreza por necesidades básicas insatisfechas, Cantón Loja**

Detalle	Pobres (n)	Población (n)	Porcentaje (n/n)*100
<b>Provincia Loja</b>	<b>276.165</b>	<b>404.835</b>	<b>68,20</b>
<b>Cantón Loja</b>	<b>86.443</b>	<b>175.077</b>	<b>49,40</b>
Loja (urbano)	58.182	142.271	40,90
Chantaco	1.197	1.315	91,00
Chuquiribamba	2.385	2.645	90,20
El Cisne	1.223	1.532	79,80
Gualel	2.125	2.275	93,40
Jimbilla	1.116	1.276	87,50
Malacatos	5.227	6.292	83,10
San Lucas	4.119	4.296	95,90
San Pedro	939	1.268	74,10
Santiago	1.429	1.580	90,40
Taquil	3.188	3.323	95,90
Vilcabamba	2.926	4.164	70,30
Yangana	1.193	1.509	79,10
Quinara	1.194	1.331	89,70

**Fuente:** (Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE), 2008)

**Elaboración:** Las Autoras

En la Tabla No 12 muestra los datos de la pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas en el cantón Loja. El cantón con el 49.4% se encuentra por debajo del indicador provincial 68.2%, siendo las parroquias de San Lucas (95.9%), Taquil (95.9%) y Gualel (93.04%) quienes presentan mayores índices de pobreza. En lo que respecta a Loja (urbano y periferia), este índice es menor (40.9%), debido a que cuentan con mejores condiciones y acceso a servicios básicos, salud, empleo, etc.

Actualmente el gobierno de turno, está preocupado por erradicar la pobreza dotando de educación más accesible para preparar a las personas para un mejor futuro, además ayudando con bonos a personas necesitadas y mejorando las remuneraciones básicas cada año. Estos cambios se podrán ver a largo plazo, lo que bajará los índices de pobreza por necesidades básicas insatisfechas.

## **1.2 Ámbito Económico Productivo**

### **1.3.1 Contexto Económico Local.**

#### ***1.2.6.1 Población Económicamente Activa.***

Según el Censo de Población y Vivienda del año 2010, la Población Económicamente Activa (PEA) del cantón Loja es de 91.978 personas.

**Tabla 13. PEA Cantón Loja, Años 2001 y 2010**

<b>Habitantes</b>	<b>2001</b>	<b>2010</b>	<b>Variación</b>
Población	175.077	214.855	22,72%
PEA	61.701	91.978	49,07%
Porcentaje	35%	43%	

**Fuente:** (INEC, 2010)

**Elaboración:** Las Autoras

En la Tabla No 13 que muestra la PEA del cantón Loja, detalla que en el 2010 la población creció en un 22,72% y así mismo la PEA se incrementó en un 49,07%.

**Tabla 14. PEA del Cantón Loja, según grupos de ocupación**

<b>Categoría de ocupación</b>	<b>Casos</b>	<b>Porcentaje</b>
Empleado/a u obrero/a del Estado y Gobiernos	16.624	18%
Empleado/a u obrero/a privado	26.708	29%
Jornalero/a o peón	8.958	10%
Patrono/a	3.113	3%
Socio/a	1.275	1%
Cuenta propia	24.748	27%
Trabajador/a no remunerado	1.502	2%
Empleado/a doméstico/a	2.815	3%
No declarado	2.903	3%
Trabajador nuevo	3.332	4%
<b>Total</b>	<b>91.978</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** (INEC, 2010)

**Elaboración:** Las Autoras

En la Tabla No. 14 que muestra la PEA del cantón Loja, según grupos de ocupación. El empleado u obrero privado tiene el porcentaje más alto de ocupación, con el 29%, seguido por los que trabajan por cuenta propia con un 27%. El porcentaje más bajo es ser Socio, con el 1%.

**Tabla 15. PEA del Cantón Loja, según ramas de actividad**

Rama de actividad (Primer nivel)	Sexo			Porcentaje
	Hombre	Mujer	Total	
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	7.783	3.425	11.208	12,2%
Explotación de minas y canteras	337	40	377	0,4%
Industrias manufactureras	4.958	2.136	7.094	7,7%
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	259	62	321	0,3%
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	152	40	192	0,2%
Construcción	8.710	271	8.981	9,8%
Comercio al por mayor y menor	8.029	9.154	17.183	18,7%
Transporte y almacenamiento	4.890	323	5.213	5,7%
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	1.173	2.313	3.486	3,8%
Información y comunicación	617	509	1.126	1,2%
Actividades financieras y de seguros	491	716	1.207	1,3%
Actividades inmobiliarias	63	55	118	0,1%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1.458	735	2.193	2,4%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	1.029	554	1.583	1,7%
Administración pública y defensa	4.529	1.872	6.401	7,0%
Enseñanza	3.306	5.491	8.797	9,6%
Actividades de la atención de la salud humana	1.002	2.287	3.289	3,6%
Artes, entretenimiento y recreación	361	153	514	0,6%
Otras actividades de servicios	869	1.157	2.026	2,2%
Actividades de los hogares como empleadores	100	2.595	2.695	2,9%
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	43	34	77	0,1%
No declarado	2.125	2.440	4.565	5,0%
Trabajador nuevo	1.645	1.687	3.332	3,6%
<b>Total</b>	<b>53.929</b>	<b>38.049</b>	<b>91.978</b>	<b>100%</b>

Fuente: INEC, 2010

Elaboración: Las Autoras

En la Tabla No 15 muestra la población económicamente activa según las ramas de la actividades, detallando que la PEA del cantón Loja se encuentra concentrada en primer lugar en el comercio al por mayor y al por menor con el 18.7%, seguida por la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con el 12.2%. Las actividades inmobiliarias y de organizaciones y órganos extraterritoriales se encuentran en el último lugar de la PEA con el 1%.

### 1.3.1.1 Estructura Productiva.

Son pocos los productores que se han organizado para formar asociaciones, por eso la cultura organizacional de Loja es débil. Las asociaciones agrícolas identificadas en el cantón son las siguientes:

**Tabla 16. Asociaciones Productivas, Cantón Loja**

Asociación	Nº de Socios
Asociación Agroartesanal de Productores Ecológicos de Café Especial de Cantón Loja (APECAEL) Los productores provienen de las parroquias de San Pedro de Vilcabamba, Vilcabamba, Yangana, Malacatos y Quinara	s/r
Asociación de Productoras Agroecológicas “Zhucos”	10
Asociación de Apicultores de San Pedro de Vilcabamba	
Asociación de Productores Agropecuarios Agroecológicos “H-H Nutripac”	10
Familias Productoras Agroecológicas “Zhucos”	6
Red Agroecológica (aglutina a 41 asociaciones.) Corporación de Organizaciones de San Lucas, (ACOS); Federación Interprovincial de Indígenas Saraguros, (FIIS); Federación Provincial de Comunas de San Lucas, (Feprocol); Asociación de Apicultores de Vilcabamba; Unión Cantonal de Organizaciones Campesinas de Paltas (Ucocp), entre otras.	110

**Fuente:** (Dpto. Promoción Popular del Municipio de Loja. Fundación Colinas Lojanas)

**Elaboración:** Las Autoras

En la Tabla No 16 muestra datos de las Asociaciones productivas del cantón Loja detallando el número de socios, siendo la Red Agroecológica la que posee mayor número de socios (110).

### 1.3.2 Sector Productivo primario.

#### 1.3.2.1 Agricultura.

El cantón Loja tiene una variedad de productos agrícolas, de acuerdo al número de hectáreas cultivadas, los principales cultivos son: la caña de azúcar, maíz duro seco, café y otros (arveja, fréjol, yuca). (Ilustre Municipio del Cantón Loja, 2011)

**Tabla 17. Cultivos Solos, Cantón Loja**

<b>CULTIVOS SOLOS</b>	<b>UPAs</b>	<b>Has.</b>
Maíz duro seco	1260	594
Maíz suave choclo	722	193
Maíz suave seco	1886	817
Caña azúcar/otros usos	1401	1516
Café	688	298
Otros (arveja, fréjol, etc)	1758	679
<b>Total</b>	<b>7715</b>	<b>4097</b>

**Fuente:** (MAGAP, III Censo Nacional Agropecuario-Loja)

**Elaboración:** Las Autoras

En la Tabla No 17 se muestra el número de hectáreas de los monocultivos en el cantón. Loja cultiva caña por excelencia, ocupa el primer lugar por utilizar la mayor cantidad de hectáreas (1516) para su producción. Y en menores proporciones está la arveja, fréjol, entre otros con 679 has.

**Tabla 18. Cultivos Asociados, Cantón Loja**

<b>CULTIVO ASOCIADO</b>	<b>UPAs</b>	<b>Has.</b>
Fréjol seco	5.254	2.984
Fréjol tierno	2.731	1.203
Maíz duro seco	777	533
Maíz suave choclo	1.649	609
Maíz suave seco	5.585	3.146
Banano	917	610
Café	906	625
Otros	504	224
<b>Total</b>	<b>18.323</b>	<b>9.934</b>

**Fuente:** (MAGAP, III Censo Nacional Agropecuario-Loja)

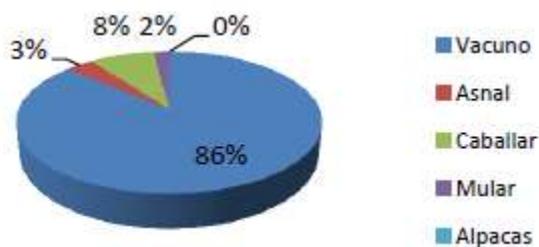
**Elaboración:** Las Autoras

En la Tabla No 18 muestra los Cultivos asociados en el cantón Loja, donde los productos más destacados son: el maíz suave seco (3.146 has), el fréjol seco (2.984 has) y el fréjol tierno (1.203 has).

La provincia de Loja aporta con un alto porcentaje para la exportación nacional de estos productos, principalmente en el café, que es conocido y premiado mundialmente por su calidad. El clima es un factor predominante para el cultivo y cosecha de estos productos, y los trabajadores siempre lo deben de tomar en cuenta antes de decidir invertir en la agricultura.

### **1.3.2.2 Ganadería.**

El sector pecuario es otro importante componente de la economía nacional y base de una adecuada seguridad y soberanía alimentaria. Los recursos zoo genéticos, se encuentran entre los bienes más valiosos y estratégicamente más importantes que posee un país, por tal razón su fortalecimiento debe constituir uno de los aspectos más relevantes a la hora de generar políticas públicas en el ámbito económico productivo. (Ilustre Municipio del Cantón Loja, 2011)

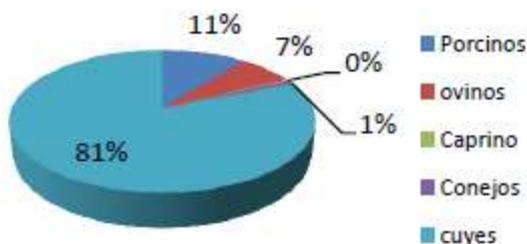


**Gráfico 2. Producción de Ganado Mayor, Cantón Loja**

Fuente: (MAGAP, III Censo Nacional Agropecuario-Loja)

Elaboración: Las Autoras

En el Gráfico No 2 se muestra la producción de ganado mayor en el cantón Loja, siendo el ganado vacuno el de mayor proporción con un 86%.



**Gráfico 3. Producción de Ganado Menor, Cantón Loja**

Fuente: (MAGAP, III Censo Nacional Agropecuario-Loja)

Elaboración: Las Autoras

En el Gráfico No 3 se muestra la producción de ganado menor en el cantón Loja. La producción de cuyes ocupa el primer lugar con el 81% seguido del ganado porcino (11%) y ovinos (7%).

### **1.3.2.3 Producción Pecuaria.**

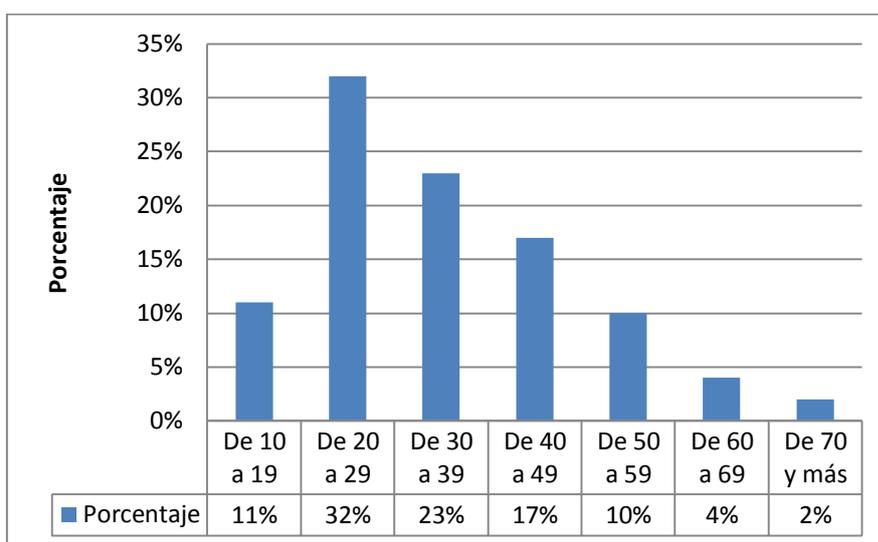
La producción diaria de leche en el cantón es de 100,924 litros, representando el 53% de la provincia. El promedio diario de leche producido en el cantón por vaca es de 4,98 litros, superior al de la provincia que es de 3,7 litros. (MAGAP, 2011)

En el cantón Loja, la producción semanal de huevos de campo es de 243.235 unidades, lo que representa el 28% de la producción provincial; mientras que la producción semanal de huevos de planteles avícolas es de 5.708 unidades, lo que representa el 27% del total provincial. (Ilustre Municipio del Cantón Loja, 2011)

### 1.3.3 Sector Productivo secundario.

#### 1.3.3.1 Industria.

La PEA de la industria manufacturera en el cantón Loja es de 7.094 personas, correspondiente al 7.7% de la PEA cantonal. (Ilustre Municipio del Cantón Loja, 2011).



**Gráfico 4. PEA en la Industria Manufacturera, según grupos de edad. Cantón Loja. 2010**

Fuente: (INEC, 2010)

Elaboración: Las Autoras

En el Gráfico No 4 se muestra la Población Económicamente Activa en la Industria Manufacturera según grupos de edad del cantón Loja en el 2010. Como podemos observar este sector se compone en su mayoría de población joven con un 32% de gente entre 20 y 29 años, seguido del 23% con edades que van de 30 a 39 años.

**Tabla 19. Principales Actividades de transformación en la Industria manufacturera del Cantón Loja**

<b>Principales actividades</b>	<b>No.</b>	<b>%</b>
Elaboración de productos de panadería	148	13%
Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel.	201	18%
Fabricación de productos metálicos para uso estructural.	198	17%
Fabricación de muebles.	175	15%
Otros	416	37%
<b>TOTAL</b>	<b>1138</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** (INEC, 2010)

**Elaboración:** Las Autoras

En la Tabla No 19 se muestra las Principales Actividades de transformación en la Industria manufacturera del cantón. En Loja existen 1138 establecimientos económicos dedicados a esta as actividades de las cuales la fabricación de prendas de vestir es la principal con el 18%. Igualmente, existe un gran número de pequeños establecimientos artesanales que representan el 37%.

**Tabla 20. Principales Productos elaborados**

<b>Principales Productos Elaborados</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Productos metálicos fabricados, excepto maquinaria y equipo	320	19%
Tejido de punto o ganchillo; prendas de vestir	310	18%
Productos de molinería y almidones y sus productos; otros productos alimenticios	266	16%
Muebles; otros bienes transportables	279	16%
Vidrio y productos de vidrio y otros productos no metálicos	175	10%
Productos de madera, corcho, paja y materiales trenzables	126	7%
Productos de la agricultura, la horticultura y la jardinería comercial	59	3%
Otros	181	11%
<b>Total</b>	<b>1716</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** (INEC, 2010)

**Elaboración:** Las Autoras

Los principales productos elaborados son los productos metálicos con un 19%, seguido de los tejidos y prendas de vestir con un 18%. Así mismo podemos observar que los productos de agricultura, horticultura y jardinería comercial son los de menor porcentaje (3%).

### **1.3.3.2 Artesanía.**

A pocos minutos de la ciudad de Loja se encuentra la población llamada “Cera”, aquí podemos apreciar que la mayoría de las familias se dedican a la alfarería, es decir a la elaboración de piezas de arcilla.

Estas artesanías las trabajan con material del lugar, las moldean y luego las llevan a los hornos de leña hasta que obtenga un acabado terracota. Se puede apreciar que la mayoría de la población domina este arte, niños, jóvenes, mujeres y hombres.

Aquí mismo se venden sus artículos, como ollas, pozuelos, maseteros, jarrones, entre otros, su valor depende del tamaño y la dificultad con la que fueron elaborados.

El cantón de Saraguro, al norte de Loja, también se fabrica artesanías como bisutería de todo tipo, recuerdos, cuadros, alfombras, bufandas, gorros y ropa tejida en máquinas de madera.

### 1.3.4 Sector Productivo técnico.

#### 1.3.4.1 Comercio.

**Tabla 21. Actividades de Comercio y Servicios en el Cantón Loja**

<b>Actividades de Comercio y Servicios</b>	<b>Numero</b>	<b>%</b>
Mantenimiento y reparación de vehículos automotores	459	4%
Venta al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco.	1935	17%
Venta al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en comercios especializados	252	2%
Venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados.	394	3%
Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en puestos de venta y mercados	852	7%
Venta al por menor de productos textiles, prendas de vestir y calzado en puestos de venta y mercados.	364	3%
Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas.	931	8%
Otras actividades de telecomunicaciones	384	3%
Actividades jurídicas	430	4%
Actividades de médicos y odontólogos	278	2%
Actividades de peluquería y otros tratamientos de belleza	299	3%
Otros servicios		44%
<b>Total</b>		<b>100%</b>

**Fuente:** (INEC, 2010)

**Elaboración:** Las Autoras

En la Tabla No 21 según el Censo Económico 2010, las actividades de comercio que se destacan más en Loja son: venta al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabacos (17%).

**Tabla 22. Ramas de Actividades Comerciales en el Cantón Loja**

<b>RAMAS DE ACTIVIDAD</b>	<b>MICRO</b>	<b>%</b>	<b>PEQUEÑA</b>	<b>%</b>	<b>MEDIANA</b>	<b>%</b>	<b>GRANDE</b>	<b>%</b>
Comercio al por mayor y al por menor	5.064	53	391	78	68	86	12	86
Intermediación financiera	95	1	4	1	1	1	2	14
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	2.312	24	39	8	3	4		
Actividades de servicios sociales y de salud	1.091	11	28	6	1	1		
Hoteles y restaurantes	709	7	28	6	1	1		
Administración pública y defensa	246	3	8	2	5	6		
Suministros de electricidad, gas y agua	4	0	3	1		0		
<b>Total</b>	<b>9.521</b>	<b>100</b>	<b>501</b>	<b>100</b>	<b>79</b>	<b>100</b>	<b>14</b>	<b>10</b>

Fuente: (SRI, 2010)

Elaboración: Las Autoras

En la Tabla No 22 se muestra las Ramas de actividades comerciales en el cantón Loja. El comercio al por mayor y al por menor es el que más representatividad tiene, tanto en micro (53%), pequeñas (78%), medianas (86%) y grandes empresas (86%).

#### **1.3.4.2 Transporte.**

Según el Plan de Ordenamiento Urbano de Loja (2008), el medio de transporte más utilizado es el bus, con un promedio de usuarios del 80%, viajando aproximadamente 2,56 veces diarias, tanto en días laborales como en fines de semana. El 12% de ciudadanos se movilizan en vehículo particular y el 8% restante en taxi.

**Tabla 23. Transporte Público, por tipo y número de unidades**

<b>Tipos de Transporte Público</b>	<b>Número de unidades vehiculares</b>	<b>Total de empleos generados</b>
Bus	229	458
Transporte escolar	143	286
Taxi	1.668	1.668
Transporte de carga	321	321
Transporte de volquetas	113	113
<b>Total</b>	<b>2.474</b>	<b>2.846</b>

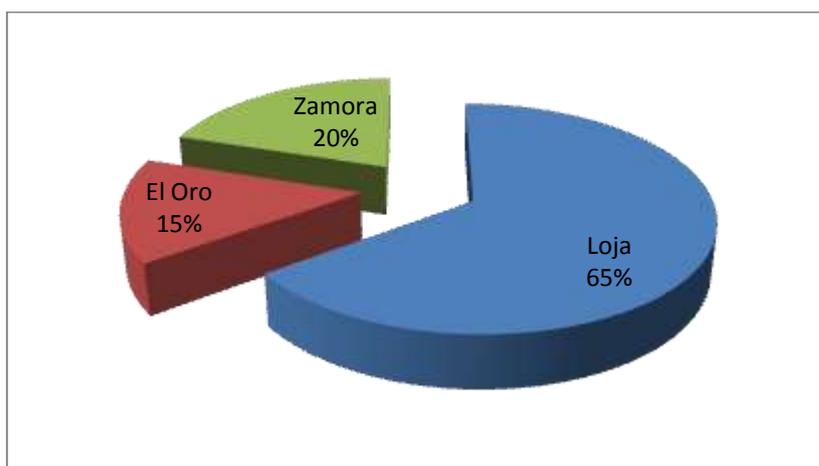
**Fuente:** (Sistema Integrado de Transporte Urbano, 2011)

**Elaboración:** Las Autoras

En la Tabla No 23 se muestra el Transporte público por tipo y número de unidades del cantón Loja, siendo los taxis los que generan la mayoría de plazas de trabajo (1.668)

### **1.3.4.3 Turismo.**

El turismo es la industria más grande del mundo, de acuerdo a las Cuentas Satélite de Turismo se estima que en el 2005 esta actividad representó el 3,8 del Producto Interno Bruto a nivel mundial, en el Ecuador esta actividad va en crecimiento, representando al año 2010 el 4,1% del PIB (Comunidad Andina (CAN), 2010)

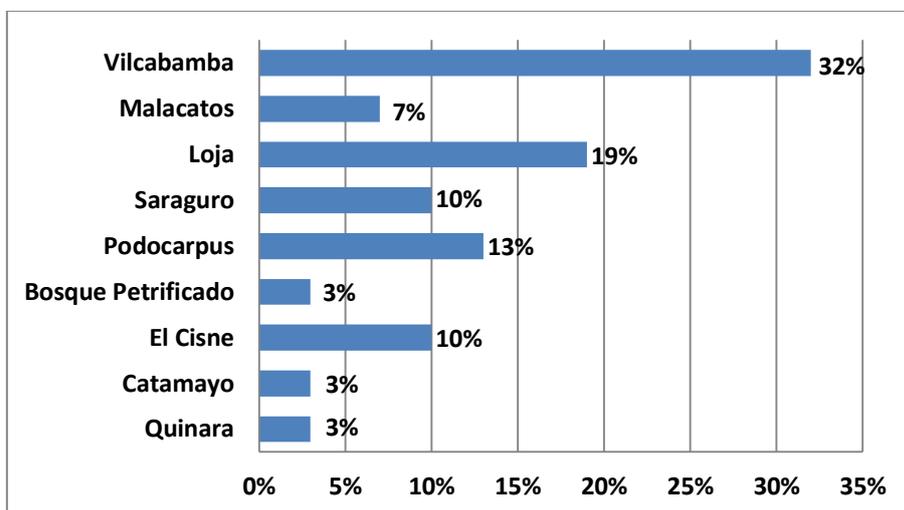


**Gráfico 5. Lugares con Mayor Operación Turística**

**Fuente:** (Ilustre Municipio del Cantón Loja, 2011)

**Elaboración:** Las Autoras

En el Gráfico No 5 se muestra los lugares con mayor operación turística de la Zona 7, describiendo a Loja como la provincia que tiene mayores visitas en la Región 7 (65%), seguido de Zamora Chinchipe con un 20% y el Oro con un 15%. (Ilustre Municipio del Cantón Loja, 2011)



**Gráfico 6. Lugares de preferencia en Loja**

Fuente: (Ilustre Municipio del Cantón Loja, 2011)

Elaboración: Las Autoras

En el Gráfico No 6 se muestra los lugares de preferencia en Loja. Vilcabamba es el más visitado con un 32%, ciudad de Loja con un 19%, Parque Nacional Podocarpus con un 13% y Saraguro y el Cisne con el 10% cada uno, los demás lugares como Catamayo, Malacatos, Bosque Petrificado del Puyando tienen una mínima preferencia.

**Tabla 24. Atractivos Turísticos del cantón Loja**

No.	Atractivo	Tipo	Parroquia
1	Parque Nacional Podocarpus	Natural	Loja, Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Vilcabamba
2	Centro Histórico Ciudad de Loja	Cultural	Loja
3	Jardín Botánico Reinaldo Espinoza	Cultural	Loja
4	Moliendas de Malacatos	Cultural	Malacatos
5	Universidad Técnica Particular de Loja	Cultural	Loja
6	Puerta de la ciudad	Cultural	Loja
7	Centro Comercial Reina del Cisne	Cultural	Loja
8	Principales Monumentos de la ciudad	Cultural	Loja
9	Santuario Eucarístico San Sebastián	Cultural	Loja
10	Iglesia San Juan del Valle	Cultural	Loja
11	Iglesia Catedral	Cultural	Loja
12	Iglesia de Malacatos	Cultural	Malacatos
13	Iglesia de Santo Domingo	Cultural	Loja
14	Iglesia de San Francisco	Cultural	Loja
15	Museo del Banco Central	Cultural	Loja
16	Museo Matilde Hidalgo de Procel	Cultural	Loja
17	Parque Recreacional Jipiro	Cultural	Loja
18	Parque Ecológico Orillas del Zamora	Cultural	Loja
19	Parque Pucará	Cultural	Loja
20	Valle de Vilcabamba	Cultural	Vilcabamba

**Fuente:** (Plan de Ordenamiento Turístico Territorial de la Zona 7 (POTT-Z7), 2011)

**Elaboración:** Las Autoras

En la Tabla No 24 se muestra los Atractivos turísticos del cantón. Loja cuenta con 19 atractivos culturales y solamente 1 atractivo natural como lo es el Parque Nacional Podocarpus, el que es compartido con la provincia de Zamora Chinchipe.

**Tabla 25. Infraestructura Turística**

<b>Tipo de Servicio</b>	<b>Nro. Establecimientos</b>	<b>Nro. De Plazas</b>
Hoteles	12	3538
Hotel residencia	7	499
Hostal residencia	19	559
Pensión	9	174
Apartamentos	1	10
Parador	1	49
Hostal	15	397
Hostería	9	365
Refugios	1	9
Cabañas	2	27
Motel	9	190
<b>Total Alojamiento</b>	<b>85</b>	<b>5817</b>
Restaurantes	124	3257
Fuentes de Soda	30	1932
Cafeterías	26	1786
<b>Total A&amp;B</b>	<b>180</b>	<b>6975</b>
Discotecas	15	2468
Sala de recepciones y banquetes	6	3048
Casinos	1	62
Bares	32	4612
<b>Total esparcimiento</b>	<b>54</b>	<b>10190</b>
<b>TOTAL</b>	<b>319</b>	<b>22982</b>

**Fuente:** (Plan de Ordenamiento Turístico Territorial de la Zona 7 (POTT-Z7), 2011)

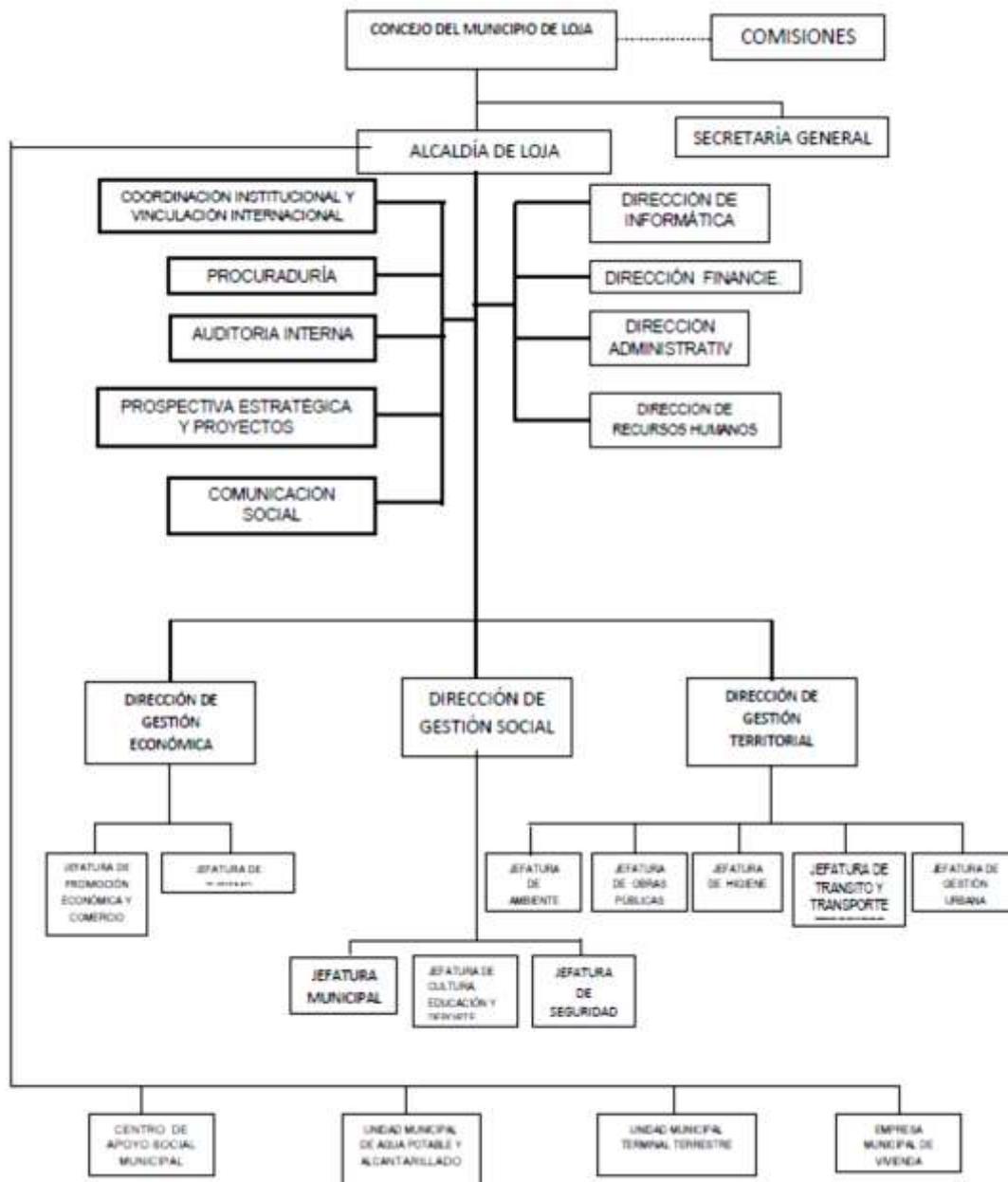
**Elaboración:** Las Autoras

En la Tabla No 25 se muestra la infraestructura turística que está conformada en su mayoría por establecimientos de alimentos y bebidas (180) con 6.975 plazas, seguidos por 85 establecimientos de alojamiento con 5.817 plazas, y 54 establecimientos de esparcimiento con 10.190 plazas.

### 1.3 Político Administrativo

#### 1.4.1 Estructura Política administrativa de la institución pública

Según el Orgánico Funcional del Municipio de Loja (2005), las políticas de la institución constituyen instrumentos de conducción, por medio de las cuales se plantean una serie de normas, orientaciones y regulaciones de los procesos económicos, políticos, sociales, culturales, técnicos o ambientales, en función de los objetivos a ser alcanzados por la municipalidad en un determinado tiempo.



**Gráfico 7. Estructura Orgánica del Municipio de Loja**

Fuente: (Ilustre Municipio del Cantón Loja, 2011)

Elaboración: (Ilustre Municipio del Cantón Loja, 2011)

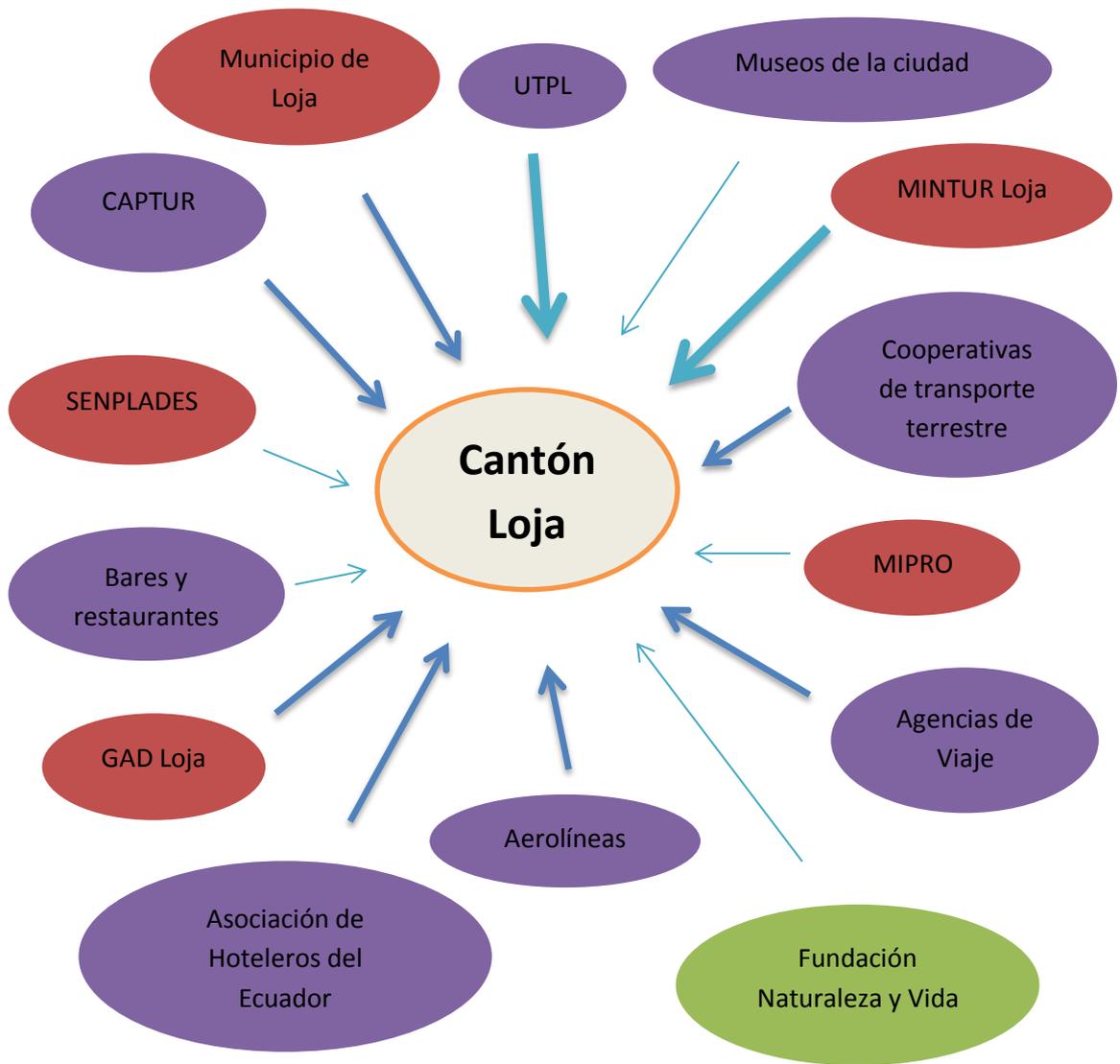
En el Gráfico No 7 se muestra la Estructura orgánica del Municipio de Loja, la que está precedida por el Concejo del Municipio de Loja, seguida por la Alcaldía y sus diferentes departamentos, siendo las Direcciones de Gestión las que prosiguen y finalmente las Jefaturas.

#### **1.4.2 Actores de la cadena de Valor Turística del Cantón Loja.**

El Ministerio de Turismo es parte importante dentro del turismo ya que gracias a sus programas para promover el turismo hemos logrado incrementar el número de turistas que visitan la ciudad.

Así mismo La Universidad Técnica Particular de Loja tiene una actuación directa ya que es organizadora de varios eventos que atraen a turistas tanto nacionales como extranjeros.

El Municipio de Loja debería trabajar en conjunto con las demás instituciones en la ciudad como lo son los restaurantes, museos, agencias de viaje, aerolíneas, cooperativas de transporte entre otras para así mediante convenios poder ofrecer más opciones al turista de una forma más eficaz y económica.



SIMBOLOGÍA		ORGANIZACIONES	
ALTA		INSTITUCIÓN PÚBLICA	
MEDIA		INSTITUCIÓN PRIVADA	
BAJA		ONG	

**Gráfico 8. Mapeo de Actores que conforman la cadena de Valor Turístico en Loja**

Fuente: Las Autoras

Elaboración: Las Autoras

En el Gráfico No 8 se muestra el Mapeo de Actores de Turismo en el cantón Loja, detallando una mayor actuación en el turismo por parte de las instituciones privadas, con pocas instituciones públicas y solamente una Organización no Gubernamental.

**Tabla 26. Clasificación de los Actores de Turismo en el Cantón Loja**

<b>INSTITUCIONES / ORGANIZACIONES</b>	<b>Actores Favorables</b>	<b>Actores Neutros</b>	<b>Actores críticos</b>
GAD del Cantón Loja	X		
UTPL	X		
Fundación Naturaleza y Cultura		X	
Cooperativas de Transporte terrestre	X		
Museos de la ciudad		X	
Municipio de Loja	X		
Mintur Loja	X		
Bares y restaurantes		X	
Agencias de viaje	X		
Asociación de Hoteleros del Ecuador	X		
Aerolíneas	X		
CAPTUR	X		
SENPLADES		X	
MIPRO		X	

**Fuente:** Las Autoras

**Elaboración:** Las Autoras

En la Tabla No 26 se muestra una clasificación de los actores del turismo en Loja, siendo favorables la mayoría de instituciones tanto públicas como privadas como lo son: El Gobierno Autónomo Descentralizado de Loja, La Universidad Técnica Particular de Loja, El Ministerio de Turismo, Asociación de Hoteleros entre otros. Y en los neutros encontramos las ONG's y algunos de los restaurantes y bares de la ciudad que no causan ningún efecto para el turismo de la ciudad. De los actores aquí mencionados ninguno es crítico ya que todos lo que buscan es mejorar el ingreso de turistas y por ende mejorar la economía de la ciudad.

## **METODOLOGIA**

## **2.1 Análisis de las Metodologías que existen para de determinar el Perfil del Turista**

La curiosidad innata del hombre y su necesidad de conocer el porqué de las cosas, ha dado origen a que la investigación sea una actividad permanente que ayude a solucionar los diversos problemas y dificultades que existen en la vida cotidiana.

Según La Real Academia de la Lengua Española la palabra INVESTIGAR proviene del latín “investigare”, “investigatio” que hace referencia a: inquirir, indagar, averiguar, descubrir algo desconocido.

Existe varias definiciones acerca de que es la investigación, aquí presentaremos la que consideramos más completa.

“La investigación es un procedimiento reflexivo, sistemático, controlado y crítico que tiene por finalidad descubrir o interpretar los hechos y fenómenos, relaciones y leyes de un determinado ámbito de la realidad” (Ander-Egg,E., 1987, p.57).

La investigación siempre ha sido importante para que la sociedad pueda evolucionar, no solo nos da respuestas de un problema, sino que también nos permite pronosticar el comportamiento de las personas y la posibilidad de influir en ellos con el desarrollo de nuevas teorías.

La investigación en Turismo también es muy importante, especialmente si se dan las pautas necesarias para determinar la mejor metodología para todos los estudios desarrollados en este campo. El concepto de investigación turística según la OMT (2001), se define como: “La formulación de preguntas, la sistemática colección de información para responder esas preguntas y análisis de los datos con el fin de obtener pautas de comportamiento, relaciones y tendencias que ayuden al entendimiento del sistema, a la toma de decisiones o a la construcción de predicciones bajo el abanico de varios escenarios alternativos del futuro”.

Existen diversos métodos que podrían utilizarse en los aspectos operativos del proceso investigativo de un proyecto, siendo indispensables en la realización de un estudio, ya que son la concepción más conocida en el ambiente académico en general.

Para Bernal, C. (2010) de la Universidad de La Sabana en la actualidad los métodos investigativos se han complementado y es frecuente reconocer, entre otros, métodos como los siguientes:

**-Método deductivo.-** consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. Inicia con el análisis de los postulados de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares.

**-Método inductivo.-** se utiliza el razonamiento para obtener conclusión es que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general. Inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes de una teoría.

**-Método inductivo-deductivo.-** Se basa en la lógica y estudia hechos particulares, aunque es deductivo en un sentido e inductivo en sentido contrario.

**-Método hipotético-deductivo.-** consiste en plantear hipótesis y busca refutarlas o falsearlas, deduciendo de ellas conclusiones que deben confrontarse con los hechos.

**-Método analítico.-** consiste en descomponer un objeto de estudio, separando cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual.

**-Método sintético.-** integra los componentes dispersos de un objeto de estudio para estudiarlos en su totalidad.

**-Método analítico-sintético.-** estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual y luego se integran esas partes para estudiarlas de manera holística e integral.

**-Método histórico-comparativo.-** consiste en establecer la semejanza de fenómenos culturales, infiriendo una conclusión acerca de su parentesco genético, es decir, de su origen común.

**-Métodos de investigación cualitativa y cuantitativa.-** **Método cuantitativo o método tradicional:** este método tiende a generalizar y normalizar resultados, y se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, deriva de un marco conceptual acorde al problema analizado, una serie de postulados que expresan relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva. **Método cualitativo o método no tradicional:** se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar. Su prioridad no es medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada.

Según Cerda, H. (1995), en la actualidad solo es posible señalar algunas tendencias tipológicas, ya que es muy difícil hablar de “Tipos de Investigación” químicamente puras. Entre las más usadas, describe las siguientes:

**-Método cuantitativo.-** se refiere a una investigación tradicional que se reduce a medir variables en función de una magnitud, extensión o cantidad determinada. Donde la “magnitud” se refiere a toda propiedad que puede ser medida y la “extensión”, una parte del espacio que ocupa una cosa.

**-Método cualitativo.-** a diferencia del método cuantitativo hacen parte del grupo de investigaciones “no tradicionales”. Aquí la “cualidad” se revela por medio de las propiedades de un objeto o un fenómeno.

**-Método experimental.-** consiste en someter un objeto en estudio a la influencia de ciertas variables, en condiciones controladas y conocidas por el investigador, para observar los resultados que la variable produce en el objeto.

**-Método histórico.-** este método es más que un conjunto de procedimientos técnicos y metodológicos para recoger datos del pasado. La investigación histórica significa estudiar y examinar los fenómenos desde el punto de vista como han aparecido, evolucionado y llegado al estado actual.

**-Método descriptivo.-** es una de las modalidades más populares y utilizadas por los investigadores. Su objetivo es describir las partes, categorías o clases que componen un objeto de estudio, o en su defecto, describir las relaciones que se dan entre el objeto de estudio con otros objetos.

**-Método explicativo.-** cuando hacemos alusión al término “explicar”, lo asociamos con el acto de hablar sobre algo para hacerlo comprender a los otros. Este método consiste en poner de manifiesto el contenido de alguna unidad cuyas partes adquieren independencia y pueden diferenciarse entre sí.

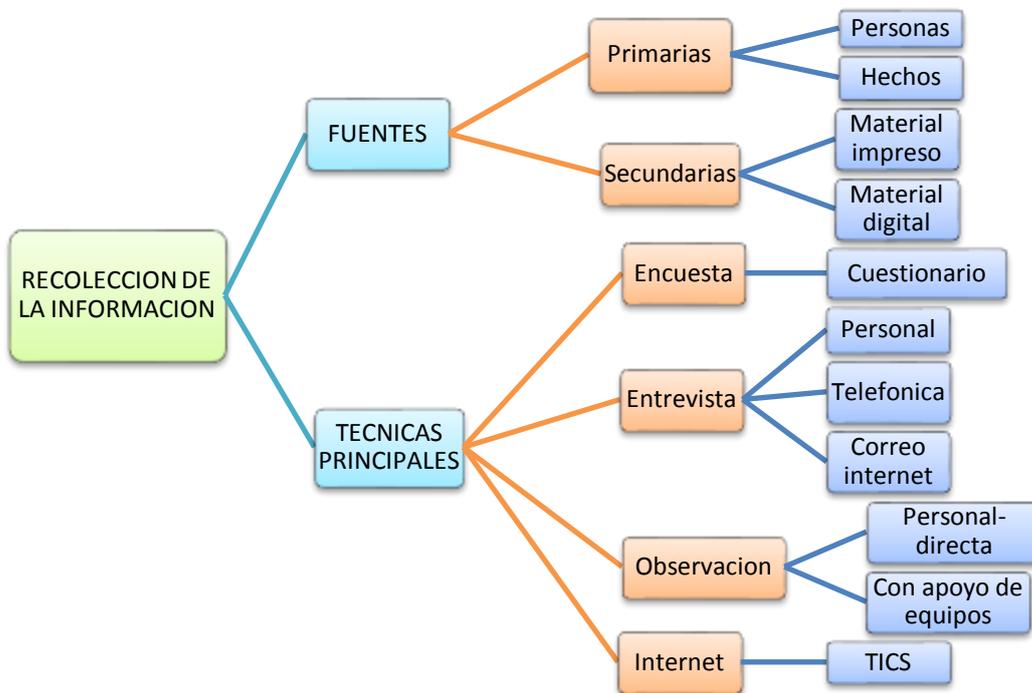
Luego de describir los diferentes métodos de investigación, en la opinión de dos autores, es importante mencionar como vamos a obtener la información, ya que existen diferentes maneras de recopilarla.

De acuerdo con Cerda (1995), usualmente se habla de dos tipos de fuentes de recolección de información:

**Fuentes primarias.-** son todas aquellas de las cuales se obtiene información directa, es decir, de donde se origina la información. Es también conocida como información de primera mano o desde el lugar de los hechos. Estas fuentes son las personas, organizaciones, los acontecimientos, el ambiente natural, etc.

**Fuentes secundarias.-** son todas aquellas que ofrecen información sobre el tema que se va a investigar, pero que no son la fuente original de los hechos o las situaciones, sino que solo los referencian. Las principales fuentes secundarias para la obtención de la información son los libros, las revistas, los documentos escritos, los documentales, los noticieros y los medios de información.

A continuación ilustraremos brevemente la relación entre la recopilación de la información y otros aspectos del proceso de investigación científica.



**Gráfico 9. Recopilación de la Información**

**Fuente:** "Metodología de la Investigación". (Bernal, C. 2010)

**Elaboración:** Las Autoras

## 2.2 Determinación de la Metodología a utilizar

Conforme a todas estas metodologías se determinó que varias de las mismas pueden ser aplicadas en el presente trabajo investigativo, y de estos dos autores que se tomó como referencia, ambos describen y coinciden en que los siguientes métodos son los más acertados y los que nos permitirán alcanzar los objetivos propuestos en el presente proyecto:

- ✓ *Método deductivo:* a partir de principios genéricos o universales de información acerca de flujos y corrientes turísticas en el país vamos a deducir un hecho singular que nos permita determinar cuál es el perfil del turista que visita Loja.
- ✓ *Método histórico:* en este método vamos a hacer uso de información tomada del aeropuerto "Ciudad de Catamayo" y de la terminal terrestre "Reina del Cisne", ambos se encuentran dentro de la provincia de Loja; hechos del pasado que serán representados fielmente, referente a como es el flujo de personas en entrada y salida internacional, nacional y local.
- ✓ *Método analítico:* a la información histórica recopilada, la vamos a describir mediante gráficos estadísticos que nos 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 exacto de encuestas.

- ✓ *Método cuantitativo o método tradicional:* ya que nuestro proyecto se trata de una investigación sociológica en el cual tenemos que medir con exactitud las preferencias que tiene el turista al visitar la ciudad de Loja, hemos 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 ya que tiene un alto grado de precisión.

La investigación cuantitativa y cualitativa según Cerda (1995):

Por lo general lo "cuantitativo" se asocia con la medición, o sea, con el acto de asignar números de acuerdo con reglas, objetos, sucesos o fenómenos. Naturalmente esta asignación se hace sobre la base de la propiedad que se desea medir, los expertos nos hablan de que en sentido estricto lo que se mide no son las propiedades de los objetos, sucesos o fenómenos, sino los indicadores de estas propiedades, o sea, las propiedades manifiestas y observables de estas propiedades.

En el ámbito filosófico y epistemológico, la cantidad y la calidad son dos categorías inseparables, y en general ellas reflejan varios aspectos de la realidad objetiva. Para explicar de qué manera ocurren el movimiento y el desarrollo de la realidad, hay que entender que la acumulación de cambios cuantitativos graduales, determinados para cada proceso en particular, conduce de manera necesaria a cambios esenciales, radicales y cualitativos. Este principio lo podemos observar en todos los procesos de desarrollo de la naturaleza, de la sociedad y del pensamiento humano.

La cantidad es distinta de la cualidad porque singulariza el objeto bajo la consideración de su *grado* de desarrollo o de la *intensidad* de las propiedades que le son inherentes, junto a la determinación de su tamaño, volumen, etc. Por regla

general, la cantidad suele expresarse por el *número*, o sea una expresión de la cantidad en relación con una unidad determinada. Por medio de las expresiones numéricas son cuantificados las dimensiones, el peso y el volumen de los objetos, y la intensidad de sus colores o de la de los sonidos que emiten, etc. También los fenómenos sociales son determinados cuantitativamente, aunque la posibilidad, el uso o la necesidad de cuantificación en ciencias sociales han dado y siguen dando origen a una de las polémicas más largas de la historia.

Una investigación cuantitativa se caracteriza fundamentalmente por los siguientes aspectos:

- ✓ Permite la enumeración y la medición, que son consideradas como condición necesaria.
- ✓ La medición debe ser sometida a los criterios de confiabilidad y de validez.
- ✓ Permite el uso de las matemáticas y todas aquellas entidades que operan en torno a ella.
- ✓ Busca reproducir numéricamente las relaciones que se dan entre los objetos y los fenómenos.
- ✓ Se les relaciona con los diseños o investigaciones denominadas “tradicionales o convencionales” (encuestas).

A diferencia de los diseños o investigaciones cuantitativas, las cualitativas hacen parte del grupo de investigaciones “no tradicionales”. Aquí la “cualidad” se revela por medio de las propiedades de un objeto o de un fenómeno. La propiedad individualiza al objeto o al fenómeno por medio de una característica que le es exclusiva, mientras que la cualidad expresa un concepto global del objeto. En general, la calidad es la determinación esencial del objeto, gracias a la cual éste es el objeto dado y no otro, lo cual le permite distinguirse de otros objetos.

Por ende no decidimos usar el método cualitativo por qué los aspectos que este método nos ofrece no van a resolver lo que hemos planteado en los objetivos de este proyecto.

A juicio de Cerda en el presente método:

- ✓ La interpretación que se da a las cosas y fenómenos no pueden ser captados o expresados plenamente por la estadística o las matemáticas.
- ✓ Se utiliza preferentemente la inferencia inductiva y el análisis diacrónico de los datos.
- ✓ Se utiliza los criterios de credibilidad, transferibilidad y confirmabilidad como formas de hacer creíbles y confiables los resultados de un estudio.
- ✓ Se utiliza múltiples fuentes, métodos e investigadores para estudiar un solo problema o tema, los cuales convergen en torno a un punto central del estudio.
- ✓ Se utiliza preferentemente la observación y la entrevista abierta y no estandarizada como técnicas de la recolección de datos.
- ✓ Se centra el análisis en la descripción de los fenómenos y cosas observadas.

Para llevar a cabo el método cuantitativo hemos llevado a cabo la una encuesta con lo que vamos a medir las siguientes variables:

La encuesta está compuesta por 31 preguntas, distribuidas en dos partes.

La primera parte hace referencia a datos en general del encuestado, en donde se investigará acerca de las siguientes variables:

- Nacionalidad
- Genero
- Edad
- Estado civil
- Lugar de residencia
- Profesión
- Nivel de estudios
- Ingresos

En la segunda parte está relacionada con datos del viaje, como:

- Número de visitas a Loja
- Número de personas con las que viaja
- Motivo de viaje
- Lugares visitados
- Medios de transporte utilizados
- Tipo de alojamiento
- Gasto realizado

### **2.3 Proceso para la recolección de datos**

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

#### **1. Tener claros los objetivos propuestos en la investigación.**

Los objetivos de nuestra investigación son los siguientes:

##### ***Objetivo general:***

- Realizar un análisis estadístico del turismo receptor nacional e internacional en Loja en el año 2013.

##### ***Objetivos específicos:***

- Establecer el diagnóstico situacional de la ciudad de Loja.
- Analizar la metodología para general el perfil del turista.
- Determinar el perfil del turista.

#### **2. Haber seleccionado la población y muestra objeto del estudio.**

##### **a. Para Aeropuerto**

**Población objetivo:** Todas las personas que utilizan la aerolínea TAME para regresar a su destino desde la ciudad de Loja, desde el 12 de Agosto al 12 de Septiembre de 2013.

**Unidad de observación:** La persona.

**Marco Muestral:** Está constituido por el total de egreso de ecuatorianos y visitantes extranjeros, registrados en la única aerolínea que opera en la ciudad de Loja (TAME)

durante los años 2011 y 2012 tomando como año desde el mes de Mayo a Junio del siguiente año para los 2 períodos.

**Unidad Primaria de Muestreo (UPM):** Conglomerados de los vuelos en las diferentes rutas, proporcionalmente al número de personas registradas por vuelo.

**Diseño muestral:** De acuerdo a lo especificado por los objetivos, nos basamos en el segmento aéreo, teniendo en consideraciones 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 nuestra ciudad, ya que nos proporcionaron información del universo de las personas que ingresan a la ciudad con las diferentes visas de turistas, su nacionalidad y el puerto de ingreso, esto en relación con el total de personas que ingresan al país, nos permitió trabajar con la población, P y Q conocidos, (visitantes que ingresan a la ciudad bajo la modalidad de las diferentes visas de turismo 80000 personas y un P = 50% y un Q = 50%.)

**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 personas que viajan en grupos se debe tomar la información pertinente a una sola persona del grupo, definiéndose como grupo personas que comparten el presupuesto del viaje, para registrar el gasto a cada persona del grupo se dividirá por igual el presupuesto para todas las personas en el grupo.

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

**Tamaño de la muestra:** Debido a que no existe un estudio previo que permita estimar un tamaño de la muestra se realizará una estimación de un tamaño genérico mismo que servirá de estudio piloto para futuras investigaciones, mismo que es un tamaño mínimo que garantiza tanto representatividad como precisión en los parámetros a estimarse, con un nivel de significancia del 95% y un error de 0,05, en proporciones.

La fórmula para calcular el tamaño muestral es la siguiente:

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

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.

$$N = 80.000$$

**P:** Probabilidad de salir seleccionado

**Q:** 1-P

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

**e:** error relativo máximo esperado en la investigación (5%)

$$e = 0,05$$

En resumen, cada día de levantamiento se debe entrevistar 13 personas aproximadamente en el aeropuerto.

El levantamiento se realizará en 30 días seguidos lo que garantiza que se tomarán todos los días de la semana eliminándose así algún sesgo por días típicos.

**Tamaño de muestra por puerto para el segmento aéreo y distribución de las encuestas por ruta:**

**Tabla 27. Distribución Encuestas en el Aeropuerto**

<b>Aéreo</b>	<b>Promedio Diario</b>	<b>Promedio Anual</b>	<b>Peso</b>	<b>Número de Encuestas</b>
Quito	197	72000	0,90	346
Guayaquil	22	8000	0,10	38
<b>TOTAL</b>	<b>219</b>	<b>80000</b>	<b>1</b>	<b>384</b>

**Fuente:** Aerolínea TAME

**Elaboración:** Las Autoras

**Tipo de operación estadística:** La metodología de cuantificación que se manejó es una estimación promedio de totales, para lo cual se investigó en TAME sede en Loja, el promedio de personas que viajan diariamente por esta aerolínea.

**Total personas al año = (promedio de personas por día) x (365 días)**

**Aspectos logísticos:** Para un efectivo trabajo de campo, las dos tesis fueron a los lugares de levantamiento de información y trabajaron en diferentes jornadas de tal forma que todo el día esté cubierto, además gracias a que tienen conocimientos del idioma inglés y francés fue más fácil entrevistar a extranjeros anglosajones y francófono. Contaban con una cantidad suficiente de formularios para cada día, una tabla apoyamano y esferográficos.

#### **b. Para Terminal Terrestre**

**Población objetivo:** Todas las personas que utilizan las diferentes cooperativas de transporte terrestre (13 en total) que operan en la ciudad de Loja y que utilizan para regresar a su destino, desde el 12 de Agosto al 12 de Septiembre de 2013.

**Unidad de observación:** La persona.

**Marco Muestral:** Ya que no existen datos de egreso en el Terminal Terrestre, el marco muestral está constituido por el total de ingreso de ecuatorianos y visitantes extranjeros, que han comprado pasajes desde su destino hasta la ciudad de Loja, de los cuales sólo un porcentaje arriba finalmente a Loja, mientras que los demás se van quedando en el camino. De cada ruta que tienen las cooperativas, se fue preguntando a los choferes el promedio de pasajeros que llegaban diariamente en sí a la ciudad y tomando esos datos se armó un promedio diario por cooperativa.

**Unidad Primaria de Muestreo (UPM):** Conglomerados de las cooperativas en las diferentes rutas, proporcionalmente al número de personas registradas por viaje.

**Diseño muestral:** De acuerdo a lo especificado por los objetivos, se basó en el segmento terrestre, teniendo en consideraciones 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 con más promedio de visitantes que llegan a Loja y selección de las personas de cada ruta a ser encuestadas.
- De cada cooperativa se seleccionó las rutas con más llegada de turistas de diferente nacionalidad, trabajando con la población, P y Q conocidos, (visitantes que ingresan a la ciudad bajo la modalidad de las diferentes visas de turismo 4.342.040 personas y un P = 50% y un Q = 50%.)

**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 personas que viajan en grupos se debe tomar la información pertinente a una sola persona del grupo, definiéndose como grupo personas que comparten el presupuesto del viaje, para registrar el gasto a cada persona del grupo se dividirá por igual el presupuesto para todas las personas en el grupo.

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

**Tamaño de la muestra:** Debido a que no existe un estudio previo que permita estimar un tamaño de la muestra se realizará una estimación de un tamaño genérico mismo que servirá de estudio piloto para futuras investigaciones, mismo que es un tamaño mínimo que garantiza tanto representatividad como precisión en los parámetros a estimarse, con un nivel de significancia del 95% y un error de 0,05, en proporciones.

La fórmula para calcular el tamaño muestral es la siguiente:

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

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.

$$N = 4.342.040$$

**P:** Probabilidad de salir seleccionado

**Q:** 1-P

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

**e:** error relativo máximo esperado en la investigación (5%)

$$e = 0,05$$

En resumen, cada día de levantamiento se debe entrevistar 13 personas aproximadamente en el terminal terrestre.

El levantamiento se realizará en 30 días seguidos lo que garantiza que se tomarán todos los días de la semana eliminándose así algún sesgo por días típicos.

**Tamaño de muestra por cooperativa para el segmento terrestre:**

**Tabla 28. Distribución Encuestas en el Terminal Terrestre**

<b>COOPERATIVAS DE TRANSPORTE DEL TERMINAL REINA DEL CISNE</b>	<b>Promedio diario</b>	<b>Promedio anual</b>	<b>Peso</b>	<b>N° de encuestas por transporte</b>
COOPERATIVA DE TRANSPORTES "LOJA"	2015	735.475	0,17	65
COOPERATIVA DE TRANSPORTES "SUR ORIENTE"	1025	374.125	0,09	33
COOPERATIVA DE TRANSPORTES "UNION CARIAMANGA"	1275	465.375	0,11	41
COOPERATIVA DE TRANSPORTES "UNION YANZATZA"	1100	401.500	0,09	36
COOPERATIVA DE TRANSPORTES "NAMBIJA"	1305	476.325	0,11	42
COOPERATIVA DE TRANSPORTES "SANTA"	125	45.625	0,01	4
COOPERATIVA DE TRANSPORTES "VIAJEROS"	575	209.875	0,05	19
COOPERATIVA DE TRANSPORTES "TAC"	50	18.250	0,00	2
COOPERATIVA DE TRANSPORTES "CATAMAYO"	2190	799.350	0,18	71
COOPERATIVA DE TRANSPORTES "SAN LUIS"	125	45.625	0,01	4
COOPERATIVA DE TRANSPORTES "CIUDAD DE PIÑA"	66	24.090	0,01	2
COOPERATIVA DE TRANSPORTES "VILCABAMBATURIS"	1410	514.650	0,12	46
COOPERATIVA DE TRANSPORTES "PANAMERICANA"	635	231.775	0,05	21
<b>Total</b>		<b>4.342.040</b>	<b>1</b>	<b>384</b>

**Fuente:** (Terminal Terrestre "Reina del Cisne", 2013)

**Elaboración:** Las Autoras

Distribución de las encuestas por ruta en las 13 cooperativas de transporte terrestre:

Tabla 29. Distribución de encuestas por rutas en la Cooperativa de transportes “Unión Yanzatza”

COOPERATIVA DE TRANSPORTES "UNION YANZATZA"					
Ruta desde:	Rutas diarias	Promedio por ruta	Promedio pax diario	Peso	Nro Encuestas
Zamora	17	20	340	0,31	11
Yanzatza	14	20	280	0,25	9
Pangui	12	20	240	0,22	8
Gualaquiza	5	15	75	0,07	2
Huaquillas	1	25	25	0,02	1
Machala	2	25	50	0,05	2
Zumba	3	15	45	0,04	1
Yacuambi	1	15	15	0,01	0
Guaysimi	1	15	15	0,01	0
Chinapitza	1	15	15	0,01	0
<b>Total Diario</b>			<b>1100</b>	<b>1,00</b>	<b>36</b>

Fuente: (Cooperativa de transportes “Unión Yanzatza”, 2013)

Elaboración: Las Autoras

Tabla. 30. Distribución de encuestas por rutas en la Cooperativa de Transportes “Nambija”

COOPERATIVA DE TRANSPORTES "NAMBIJA"					
Ruta desde:	Rutas diarias	Promedio por ruta	Promedio pax diario	Peso	Nro Encuestas
Zamora	20	20	400	0,31	13
Yanzatza	17	20	340	0,26	11
San Carlos	1	15	15	0,01	0
Pangui	9	20	180	0,14	6
Zumba	2	15	30	0,02	1
Pachicutza	1	10	10	0,01	0
Machala	3	25	75	0,06	2
Huaquillas	3	25	75	0,06	2
Guayaquil	2	25	50	0,04	2
Gualaquiza	4	15	60	0,05	2
Chinapinza	3	10	30	0,02	1
Guaysimi	2	15	30	0,02	1
Chicaña	1	10	10	0,01	0
<b>Total Diario</b>			<b>1305</b>	<b>1</b>	<b>42</b>

Fuente: (Cooperativa de Transportes "Nambija", 2013)

Elaboración: Las Autoras

Tabla. 31. Distribución de encuestas por rutas en la Cooperativa de Transportes "Santa"

COOPERATIVA DE TRANSPORTES "SANTA"					
Ruta desde:	Rutas diarias	Promedio por ruta	Promedio pax diario	Peso	Nro Encuestas
Ambato	1	25	25	0,2	1
Quito	4	25	100	0,8	3
<b>Total Diario</b>			<b>125</b>	<b>1</b>	<b>4</b>

Fuente: (Cooperativa de Transportes "Santa", 2013)

Elaboración: Las autoras

Tabla. 32. Distribución de encuestas por rutas en la Cooperativa de Transportes "Viajeros"

COOPERATIVA DE TRANSPORTES "VIAJEROS"					
Ruta desde:	Rutas diarias	Promedio por ruta	Promedio pax diario	Peso	Nro Encuestas
Cuenca	20	25	500	0,87	16
Quito	3	25	75	0,13	3
<b>Total Diario</b>			<b>575</b>	<b>1</b>	<b>19</b>

Fuente: (Cooperativa de Transportes "Viajeros", 2013)

Elaboración: Las autoras

Tabla. 33. Distribución de encuestas por rutas en la Cooperativa de Transportes "TAC"

COOPERATIVA DE TRANSPORTES "TAC"					
Ruta desde:	Rutas diarias	Promedio pax diario	Promedio pax diario	Peso	Nro Encuestas
Piñas	2	25	50	1	2
<b>Total Diario</b>			<b>50</b>	<b>1</b>	<b>2</b>

Fuente: (Cooperativa de Transportes "TAC", 2013)

Elaboración: Las Autoras

Tabla. 34. Distribución de encuestas por rutas en la Cooperativa de Transportes "Ciudad de Piñas"

COOPERATIVA DE TRANSPORTES "CIUDAD DE PIÑA"					
Ruta desde:	Rutas diarias	Promedio por ruta	Promedio pax diario	Peso	Nro Encuestas
Piñas	3	22	66	1	2
<b>Total Diario</b>			<b>66</b>	<b>1</b>	<b>2</b>

Fuente: (Cooperativa de Transportes "Ciudad de piñas", 2013)

Elaboración: Las Autoras

**Tabla.35. Distribución de encuestas por rutas en la Cooperativa de Transportes "Panamericana"**

<b>COOPERATIVA DE TRANSPORTES "PANAMERICANA"</b>					
<b>Ruta desde:</b>	<b>Rutas diarias</b>	<b>Promedio por ruta</b>	<b>Promedio pax diario</b>	<b>Peso</b>	<b>Nro Encuestas</b>
Cuenca	20	25	500	0,79	16
Quito	3	25	75	0,12	3
Yanzatza	3	20	60	0,09	2
<b>Total Diario</b>			<b>635</b>	<b>1</b>	<b>21</b>

Fuente: (Cooperativa de Transportes "Panamericana", 2013)

Elaboración: Las Autoras

**Tabla.36. Distribución de encuestas por rutas en la Cooperativa de Transportes "Loja"**

<b>COOPERATIVA DE TRANSPORTES "LOJA"</b>					
<b>Ruta desde:</b>	<b>Rutas diarias</b>	<b>Promedio por ruta</b>	<b>Promedio pax diario</b>	<b>Peso</b>	<b>Nro Encuestas</b>
Cariamanga	5	25	125	0,06	4
Machala	11	30	330	0,16	11
Pangui	2	25	50	0,02	2
Zapotillo	4	25	100	0,05	3
Yanzatza	5	25	125	0,06	4
Guayaquil	8	30	240	0,12	8
Piura	3	30	90	0,04	3
Lago Agrio	2	25	50	0,02	2
Gualaquiza	4	20	80	0,04	3
Alamor	3	25	75	0,04	2
Macará	7	25	175	0,09	6
Amaluza	3	25	75	0,04	2
Catacocha	1	25	25	0,01	1
Cuenca	2	30	60	0,03	2
Quito	10	30	300	0,15	10
Zumba	1	25	25	0,01	1
Santo Domingo	1	30	30	0,01	1
Huaquillas	2	30	60	0,03	2
<b>Total Diario</b>			<b>2015</b>	<b>1</b>	<b>65</b>

Fuente: (Cooperativa de Transportes "Loja", 2013)

Elaboración: Las Autoras

**Tabla.37. Distribución de encuestas por rutas en la Cooperativa de Transportes "Sur Oriente"**

<b>COOPERATIVA DE TRANSPORTES "SUR ORIENTE"</b>					
<b>Ruta desde:</b>	<b>Rutas diarias</b>	<b>Promedio por ruta</b>	<b>Promedio pax diario</b>	<b>Peso</b>	<b>Nro Encuestas</b>
Saraguro	6	25	150	0,15	5
Zumba	5	25	125	0,12	4
Chuquiribamba	10	25	250	0,24	8
Quinara	3	25	75	0,07	2
Gualel	4	25	100	0,1	3
Vilcabamba	2	25	50	0,05	2
Manú	2	25	50	0,05	2
Palanda	1	25	25	0,02	1
Selva Alegre	1	25	25	0,02	1
Lluzhapa	1	25	25	0,02	1
Yangana	1	25	25	0,02	1
Taquil	1	25	25	0,02	1
Purunuma	1	25	25	0,02	1
Tumianuma	1	25	25	0,02	1
Cera	2	25	50	0,05	2
<b>Total Diario</b>			<b>1025</b>	<b>1</b>	<b>33</b>

**Fuente:** (Cooperativa de Transportes "Sur Oriente", 2013)

**Elaboración:** Las Autoras

**Tabla.38. Distribución de encuestas por rutas en la Cooperativa de Transportes “Unión Cariamanga”**

<b>COOPERATIVA DE TRANSPORTES "UNIÓN CARIAMANGA"</b>					
<b>Ruta desde:</b>	<b>Rutas diarias</b>	<b>Promedio por ruta</b>	<b>Promedio pax diario</b>	<b>Peso</b>	<b>Nro Encuestas</b>
Yacuambi	3	25	75	0,06	2
Macará	8	25	200	0,16	6
La Victoria	1	25	25	0,02	1
Machala	1	25	25	0,02	1
Alamor	1	25	25	0,02	1
Quilanga	2	25	50	0,04	2
Amaluza	8	25	200	0,16	6
Cariamanga	5	25	125	0,1	4
Pangui	5	25	125	0,1	4
Zumba	5	25	125	0,1	4
Piura	2	25	50	0,04	2
Zapotillo	4	25	100	0,08	3
Tacamoros	1	25	25	0,02	1
Guaysimi	1	25	25	0,02	1
Celica	1	25	25	0,02	1
Saraguro	1	25	25	0,02	1
Mangahurco	1	25	25	0,02	1
Huaquillas	1	25	25	0,02	1
<b>Total Diario</b>			<b>1275</b>	<b>1</b>	<b>41</b>

Fuente: (Cooperativa de Transportes "Unión Cariamanga", 2013)

Elaboración: Las autoras

**Tabla.39. Distribución de encuestas por rutas en la Cooperativa de Transportes “Catamayo”**

<b>COOPERATIVA DE TRANSPORTES "CATAMAYO"</b>					
<b>Ruta desde:</b>	<b>Rutas diarias</b>	<b>Promedio por ruta</b>	<b>Promedio pax diario</b>	<b>Peso</b>	<b>Nro Encuestas</b>
El Cisne	3	30	90	0,04	3
Catamayo	63	30	1890	0,86	61
Lauro Guerrero	1	30	30	0,01	0
Orianga	1	30	30	0,01	1
Sacapalca	1	30	30	0,01	1
Chaguarpamba	1	30	30	0,01	1
Quilanga	1	30	30	0,01	1
El Tambo	1	30	30	0,01	1
Catacocha	1	30	30	0,01	1
<b>Total Diario</b>			<b>2190</b>	<b>1</b>	<b>70</b>

Fuente: (Cooperativa de Transportes "Catamayo", 2013)

Elaboración: Las autoras

**Tabla.40. Distribución de encuestas por rutas en la Cooperativa de Transportes “San Luis”**

COOPERATIVA DE TRANSPORTES "SAN LUIS"					
Ruta desde:	Rutas diarias	Promedio por ruta	Promedio pax diario	Peso	Nro Encuestas
Cuenca	5	25	125	1	4
<b>Total Diario</b>			<b>125</b>	<b>1</b>	<b>4</b>

Fuente: (Cooperativa de Transportes "San Luis", 2013)

Elaboración: Las Autoras

**Tabla.41. Distribución de encuestas por rutas en la Cooperativa de Transportes “Vilcabambaturis”**

COOPERATIVA DE TRANSPORTES "VILCABAMBATURIS"					
Ruta desde:	Rutas diarias	Promedio por ruta	Promedio pax diario	Peso	Nro Encuestas
Vilcabamba	42	30	1260	0,89	41
Zahuayco	4	30	120	0,09	4
Taxiche	1	30	30	0,02	1
<b>Total Diario</b>			<b>1410</b>	<b>1</b>	<b>46</b>

Fuente: (Cooperativa de Transportes "Vilcabambaturis", 2013)

Elaboración: Las Autoras

**Tipo de operación estadística:** La metodología de cuantificación que se manejó es una estimación promedio de totales, para lo cual se investigó a cada chofer 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.

**Total personas al año = (promedio de personas por día) x (365 días)**

**Aspectos logísticos:** Para un efectivo trabajo de campo, las dos tesisistas se dirigieron a los lugares de levantamiento de información y trabajaron en diferentes jornadas de tal forma que todo el día esté cubierto, además gracias a que tienen conocimientos del idioma inglés y francés les fue más fácil entrevistar a extranjeros anglosajones y francófono.

Contaban con una cantidad suficiente de formularios para cada día, una tabla apoyamanos y esferográficos.

### c. Para Movilidad Propia

**Población objetivo:** Todas las personas que egresan de la ciudad de Loja utilizando su transporte propio para regresar a su destino desde la ciudad de Loja, desde el 12 de Agosto al 12 de Septiembre de 2013.

**Unidad de observación:** La persona.

**Marco Muestral:** Ni los organismos de control de tránsito, ni el Ministerio de Turismo en Loja, cuentan con datos acerca de turistas que ingresan en transporte propio a la ciudad. En base a esto se trabajó aplicando el Muestreo Aleatorio Simple que consiste en elegir en forma aleatoria "n" unidades muestrales (UM) del universo. El proceso debe otorgar la misma oportunidad de selección a todas las UM en una sola ocasión. La unidad muestral es entonces el estimado de huéspedes diarios que pernoctan en los principales hoteles de la ciudad.

**Unidad Primaria de Muestreo (UPM):** Conglomerados de los carros particulares en las diferentes rutas de salida de la ciudad a la costa, sierra y oriente.

**Diseño muestral:** De acuerdo a lo especificado por los objetivos, se basó en el segmento terrestre, teniendo en consideraciones 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 autos y hoteles (conglomerados) y selección de las personas de cada auto u hotel a ser encuestadas.
- El universo son las personas que ingresan a la ciudad, su nacionalidad y el puerto de ingreso, se trabajó en gasolineras y hoteles, donde P y Q conocidos, (visitantes que ingresan a la ciudad utilizando transporte propio).
- El estimado fue diario, que se describirá brevemente a continuación: Lunes: 15; Martes: 15; Miércoles: 20; Jueves: 20; Viernes: 10; Sábados y Domingos: 20. El total se multiplica por 365 y eso corresponde al año, donde P = 50% y un Q = 50.)

**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 personas que viajan en grupos se debe tomar la información pertinente a una sola persona del grupo, definiéndose como grupo personas que comparten el presupuesto del viaje, para registrar el gasto a cada persona del grupo se dividirá por igual el presupuesto para todas las personas en el grupo.

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

**Tamaño de la muestra:** Debido a que no existe un estudio previo que permita estimar un tamaño de la muestra se realizará una estimación de un tamaño genérico mismo que servirá de estudio piloto para futuras investigaciones, mismo que es un tamaño mínimo que garantiza tanto representatividad como precisión en los parámetros a estimarse, con un nivel de significancia del 95% y un error de 0,05, en proporciones.

La fórmula para calcular el tamaño muestral es la siguiente:

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

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.

$$N = 36.500$$

**P:** Probabilidad de salir seleccionado

**Q:** 1-P

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

**e:** error relativo máximo esperado en la investigación (5%)

$$e = 0,05$$

En resumen, cada día de levantamiento se debe entrevistar 13 personas aproximadamente en hoteles o gasolineras.

El levantamiento se realizará en 30 días seguidos lo que garantiza que se tomarán todos los días de la semana eliminándose así algún sesgo por días típicos.

**Tamaño de muestra por puerto para el segmento terrestre que utiliza movilidad propia:**

**Tabla 42. Distribución Encuestas Movilidad Propia**

<b>Movilidad Propia</b>	<b>Promedio Diario</b>	<b>Promedio Anual</b>	<b>Peso</b>	<b>Encuestas Septiembre</b>
Hoteles	50	18250	50	192
Gasolineras	50	18250	50	192
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>36500</b>	<b>100</b>	<b>384</b>

**Fuente:** Las Autoras

**Elaboración:** Las Autoras

**Tipo de operación estadística:** La metodología de cuantificación que se manejó es una estimación promedio de totales, para lo cual se investigó en las principales gasolineras y hoteles de la ciudad.

**Total personas al año = (promedio de personas por día) x (365 días)**

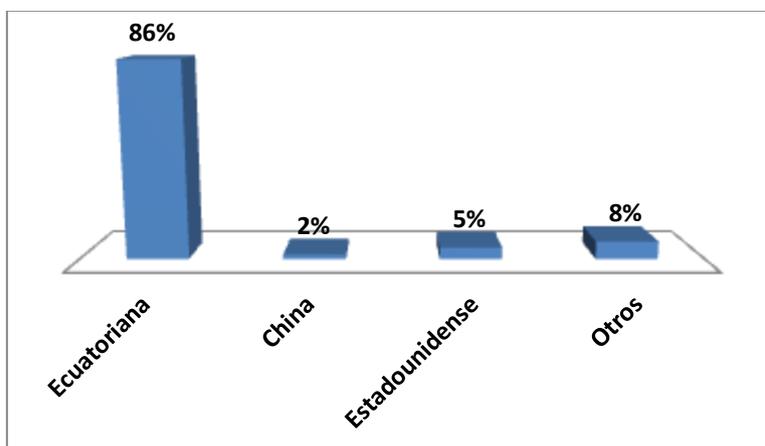
**Aspectos logísticos:** Para un efectivo trabajo de campo, las dos tesistas se dirigieron a los lugares de levantamiento de información y trabajaron en diferentes jornadas de tal forma que todo el día esté cubierto, además gracias a que tienen conocimientos del idioma inglés y francés les fue más fácil entrevistar a extranjeros anglosajones y francófono.

Contaban con una cantidad suficiente de formularios para cada día, una tabla apoyamanos y esferográficos.

## **PERFIL DEL TURISTA**

### 3.1 Análisis del Turismo Receptor Aeropuerto

#### 3.1.1 Países de Mayor Representatividad.



**Gráfico 10. Países de mayor representatividad**

**Fuente:** Análisis del estudio

**Elaboración:** Las Autoras

El estudio nos reveló que los países que principalmente visitan la ciudad de Loja son: Ecuador con un 86% de visitas y el segundo es Estados Unidos con un porcentaje de 5%. Siendo los dos países los principales representativos ya que el resto de los países que visitaron la ciudad de Loja tienen un bajísimo porcentaje, incluso por debajo del cero por ciento, en comparación a los dos principales.

### 3.1.2 Ocupación.



**Gráfico 11. Ocupación**

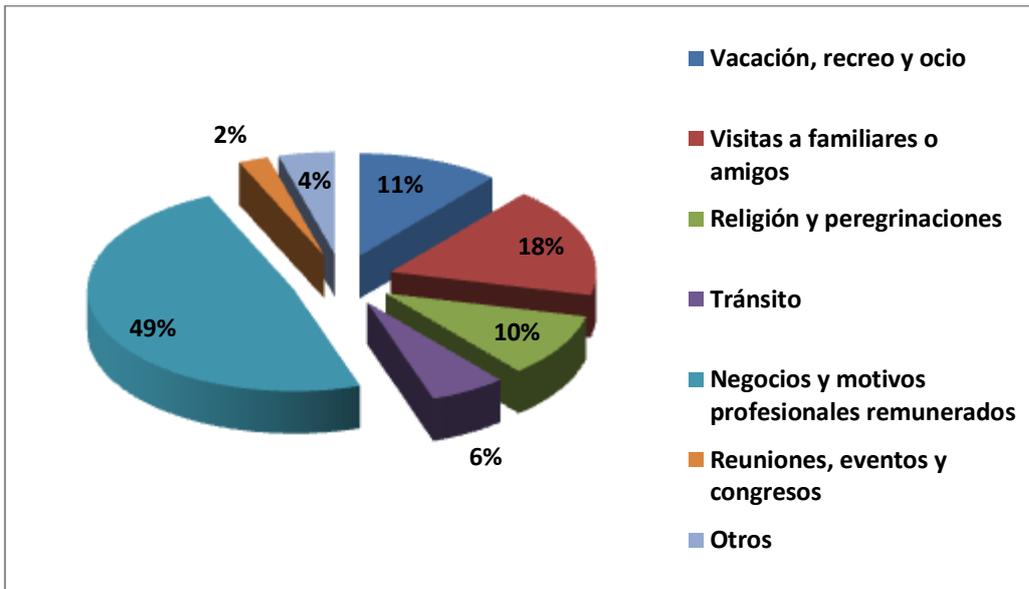
**Fuente:** Análisis del estudio

**Elaboración:** Las Autoras

La ocupación en administración pública y administración privada son las dos principales entidades de trabajo de los turistas, ya que representan el 29% y 38% respectivamente, siendo más alta la segunda entidad. Las personas de tercera edad, ya jubilados, son los que más visitan la ciudad con un 8%, seguido de los científicos y profesionales intelectuales con un 5% de representatividad.

Ningún tipo de ocupación se encuentra por debajo del cero por ciento. En el Aeropuerto hay más hombres y mujeres que por aprovechar el tiempo y por su tipo de trabajo prefieren viajar de la manera más rápida y esto es obviamente en avión.

### 3.1.3 Motivo Principal de la visita.



**Gráfico 12. Motivo principal de la visita**

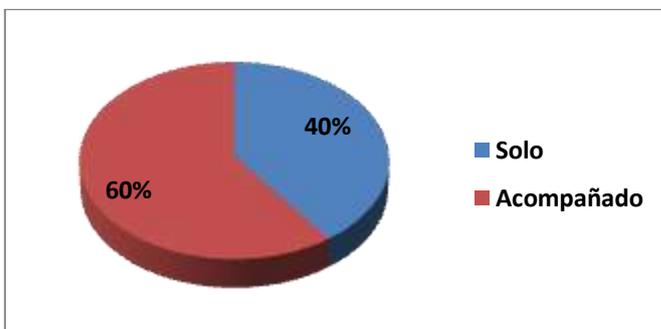
Fuente: Análisis del estudio

Elaboración: Las Autoras

En el aeropuerto es notable la cantidad de visitas que recibe la ciudad por cuestiones de trabajo. El 49% de los encuestados vienen a Loja por todo lo relacionado a los negocios y demás motivos profesionales remunerados. El segundo motivo de mayor importancia es visitar a familiares o amigos con un 18%. En tercer lugar con un 11% vienen en sí por turismo (vacación, recreo, ocio).

Por ser época de turismo religioso, el 10% de las visitas se dio con este motivo. Es un buen porcentaje ya que la peregrinación de la Virgen de El Cisne es a pié. Pero la gente que vive en ciudades más lejanas también se hace presente en la peregrinación.

### 3.1.4 Forma de Viajar



**Gráfico 13. Forma de viajar**

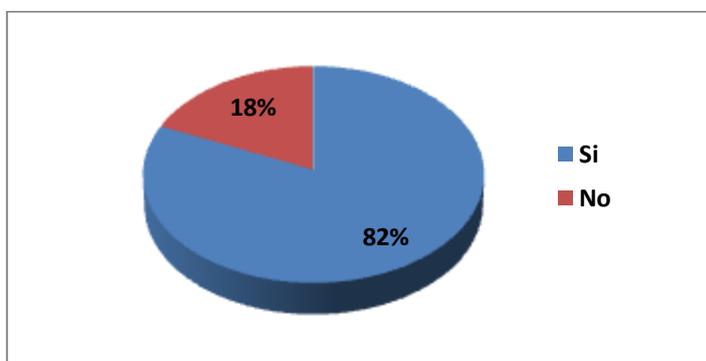
Fuente: Análisis del estudio

Elaboración: Las Autoras

Con facilidad nos podemos dar cuenta que más de la mitad de los turistas prefieren viajar acompañados (60%). Por otro lado los turistas que viajan solos representan el 40% de los encuestados.

Son diferentes razones por la cual un turista que llega a la ciudad de Loja por vía aérea llega solo. La mayor parte de extranjeros viajan solos, en especial los jóvenes. Los que viajan acompañados por otro lado son ya adultos mayores que disfrutan su jubilación, tanto los nacionales como los extranjeros; pero también los jóvenes viajan en grupo de su misma edad, pero lo hacen en menos frecuencia.

### 3.1.5 Loja, ¿Único Destino visitado?



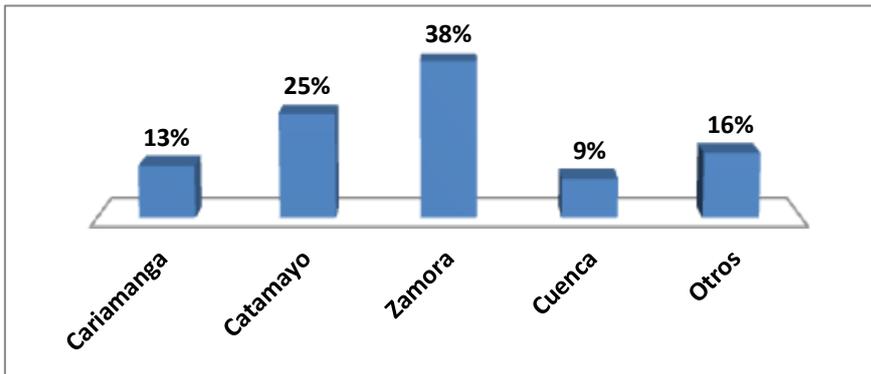
**Gráfico 14. Loja único destino visitado**

**Fuente:** Análisis del estudio

**Elaboración:** Las Autoras

Los turistas encuestados que han visitado la ciudad de Loja, representan en 82% del estudio. Mientras que el 18% de turistas visitaron además otras ciudades en su viaje. Loja es parte del pensamiento del turista al momento de viajar ya que como vemos en la gráfica, la mayoría de visitantes han visitado únicamente Loja.

### 3.1.6 Otros Destinos visitados.



**Gráfico 15. Otros destinos visitados**

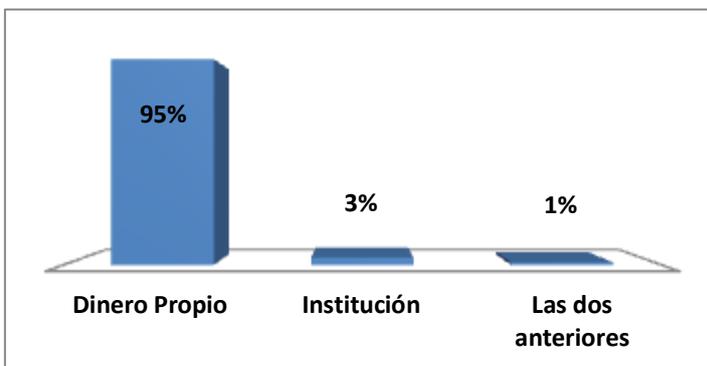
Fuente: Análisis del estudio

Elaboración: Las Autoras

La principal ciudad visitada después de Loja, según los datos que arrojaron las encuestas en el aeropuerto, fue la ciudad de Zamora con un 37,5% de representatividad. Seguido de Catamayo, Cariamanga y Cuenca con 25%, 12,5% y 9,4% respectivamente.

En cuanto a otros destinos visitados, alrededor del 16% de turistas viajaron a otras ciudades dentro de la Provincia de Loja, ya sea por cuestiones laborales o de turismo.

### 3.1.7 ¿Quién financió el viaje?



**Gráfico 16. Quién financió el viaje**

Fuente: Análisis del estudio

Elaboración: Las Autoras

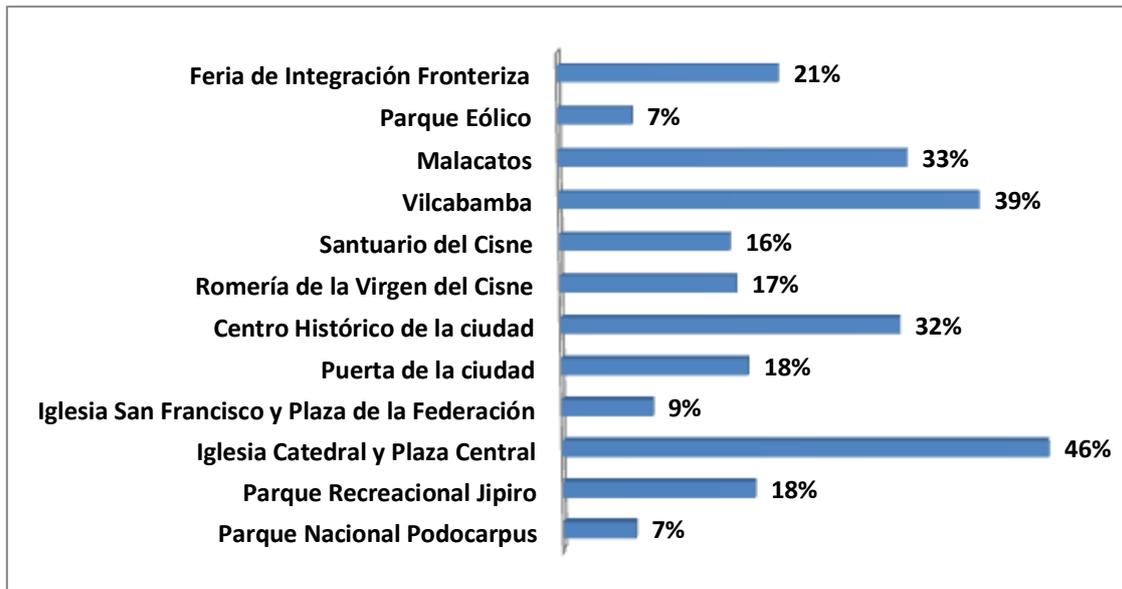
De las tres opciones que se les dio a los turistas encuestados, el 95% que es casi toda la población viaja con su propio dinero, ya sea de sus ahorros, o en el caso de estudiantes dinero de sus padres o del hogar donde reside.

En un bajísimo porcentaje el viaje es financiado por la institución pública o privada donde trabaja el turista (3%) y muy pocos requieren las dos opciones principales (1%)

### 3.1.8 Forma de Organizar el viaje

El 100% de los turistas organizaron su viaje por cuenta propia. Nadie tuvo la necesidad de contratar los servicios de una agencia de viajes u operadoras que venden paquetes turísticos para Loja.

### 3.1.9 Principales Destinos visitados



**Gráfico 17. Principales destinos visitados**

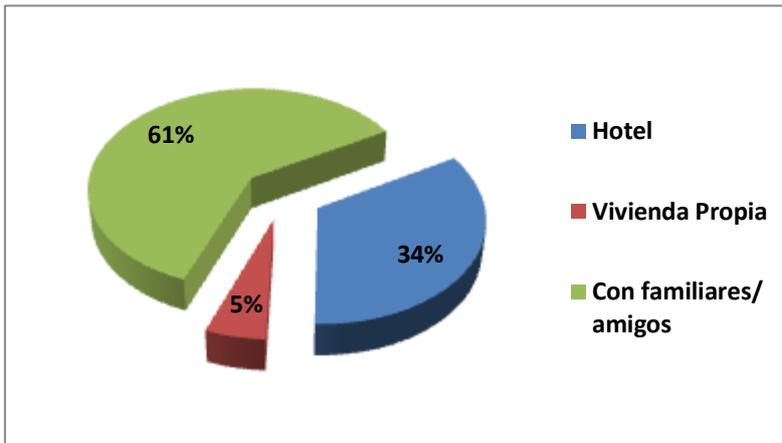
**Fuente:** Análisis del estudio

**Elaboración:** Las Autoras

Puesto que las encuestas se realizaron en meses de temporada alta para el turismo religioso en Loja, el destino más visitado por los turistas fue el Parque la Catedral y su respectiva Iglesia, con un 46% de visita. El siguiente destino según el análisis fue Vilcabamba con un 39% de visita; y Malacatos junto con el centro histórico de la ciudad de Loja están dentro del 32% de visita.

Los demás destinos no son menos importantes, ya que todos son muy frecuentados por los turistas, en este análisis los datos de la gráfica demuestran en qué porcentajes han sido visitados.

### 3.1.10 Tipos de Alojamiento



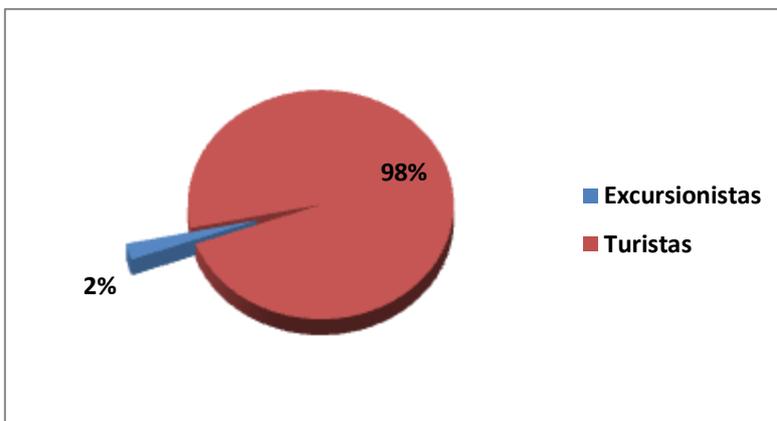
**Gráfico 18. Tipos de alojamiento**

Fuente: Análisis del estudio

Elaboración: Las Autoras

El alojamiento más característico que utilizan los turistas al llegar es la casa de familiares y/o amigos (61%), seguidos los que utilizan hoteles (34%) y en menor porcentaje los que se quedan en su propia vivienda (5%).

### 3.1.11 Estimación: Turista/ Excursionista



**Gráfico 19. Estimación: Turista / Excursionista**

Fuente: Análisis del estudio

Elaboración: Las Autoras

El número de noches que pernoctaron los turistas en la ciudad, nos permite distinguir si el visitante es Excursionista o Turista. En la ciudad de Loja contamos con un 2% y 98% respectivamente.

Esto nos da una idea de que la mayoría de visitantes por un sinnúmero de motivos, incluyendo el de hacer turismo en la ciudad, prefiere quedarse al menos una noche.

### 3.1.12 Estadía y Gasto Aeropuerto

Tabla 43. Estadía y Gasto

<b>Gasto promedio</b>	\$ 430,57
<b>Estadía promedio</b>	6

**Fuente:** Análisis del estudio

**Elaboración:** Las Autoras

El gasto promedio de un turista es de 430,57 USD, incluyendo diferentes rubros como alojamiento, comida, pasajes, etc.

Un turista pernocta en promedio 6 días en la ciudad, esto se debe a que el estudio fue realizado en temporada de vacaciones en dónde la gente puede permanecer más tiempo en nuestra ciudad. Lo que da al turismo en Loja una mejora en su economía en los diferentes tipos de comercio que existe en la localidad.

### 3.1.13 Estructura del Gasto

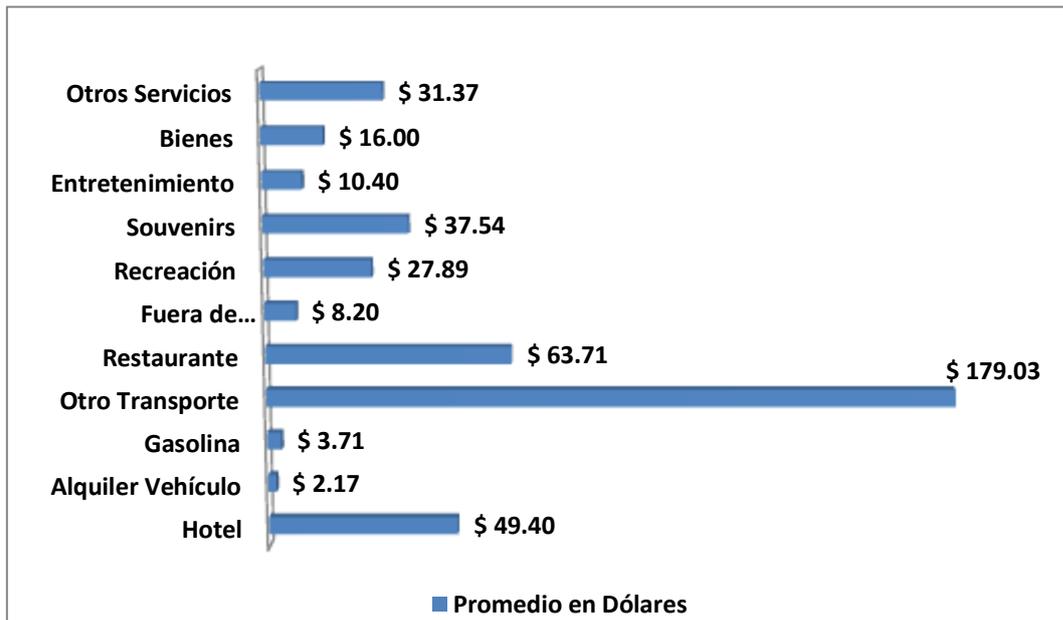


Gráfico 20. Estructura del Gasto

**Fuente:** Análisis del estudio

**Elaboración:** Las Autoras

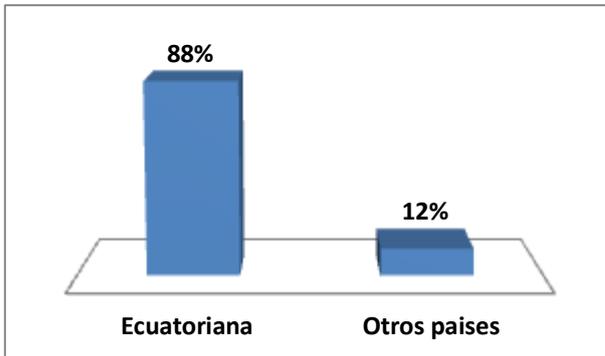
Los rubros necesarios en un viaje con pernoctación, requieren de una inversión por parte del turista, el cual depende de su posición económica y/o el tipo de servicio que ocupe. En esta investigación los rubros que más exigen gasto en promedio, son los siguientes: \$179,03 en Otros Transportes (pasajes) y Restaurante \$63,71.

Podemos notar que los rubros de transportación son los más altos ya que los pasajes aéreos a Loja tienen un alto valor, además necesitan trasladarse a la ciudad en taxi, y así mismo para movilizarse dentro de la ciudad.

El alojamiento es un poco bajo, con \$49. Se debe a que existen diferentes opciones donde un turista puede pernoctar. El principal es como describimos antes llegar a casa de familiares y/o amigos que se representan con el 61%.

### 3.2 Análisis del Turismo Receptor Terminal Terrestre

#### 3.2.1 Países de Mayor Representatividad.



**Gráfico 21. Países de mayor representatividad**

Fuente: Análisis del estudio

Elaboración: Las Autoras

Como se demuestra en el gráfico los ecuatorianos son los que generan un mayor número de visitas en Loja con el 88 %, en tanto que el porcentaje restante corresponde a la suma de varios países principalmente de Estados Unidos (4,17%) y Perú (2,8%). En general, estos resultados corroboran que en la ciudad se realiza mayormente un turismo local.

#### 3.2.2 Ocupación.



**Gráfico 22. Ocupación**

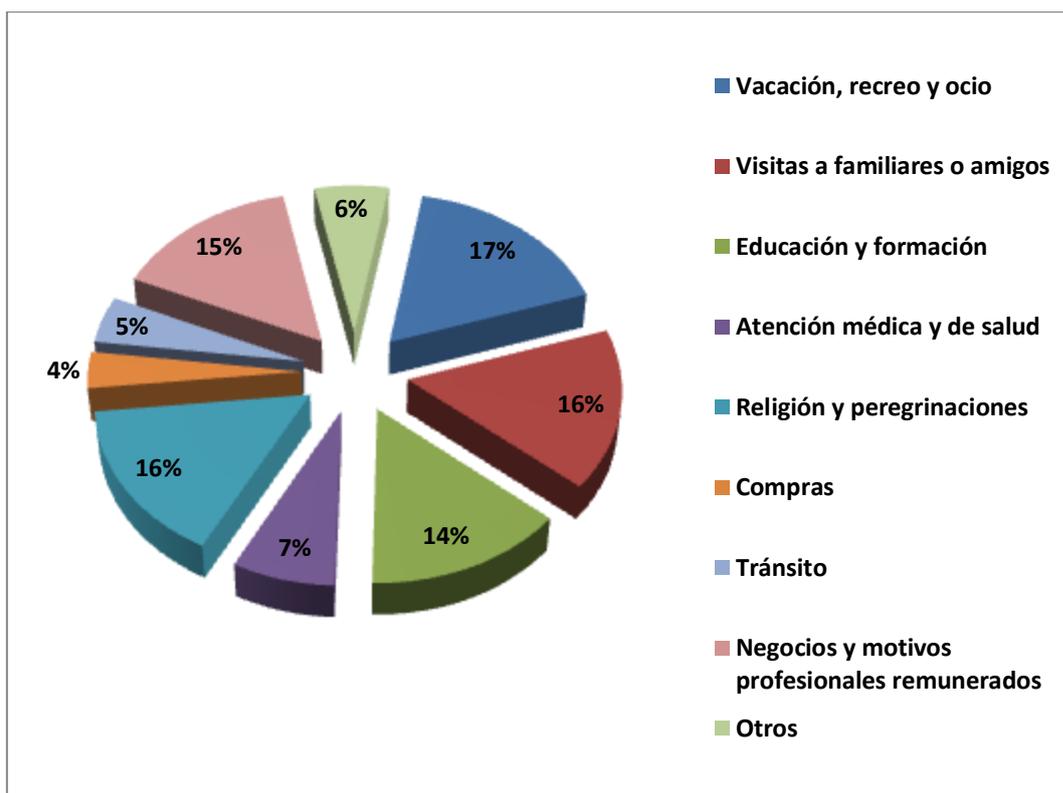
Fuente: Análisis del estudio

Elaboración: Las Autoras

Con respecto a la ocupación, el 23% son empleados de tipo administrativo, mientras que el 21% son estudiantes, y con una mínima diferencia se presentan aquellos que trabajan en el sector público con el 15%. Finalmente, el 10% representa a los trabajadores de servicios de restauración y comercio.

Esto demuestra que el Terminal Terrestre de Loja, acoge principalmente a personas con cargos administrativos, y a estudiantes provenientes de la provincia, para quienes el transporte público constituye uno de los medios más económicos y accesibles para visitar la ciudad.

### 3.2.3 Motivo Principal de la visita.



**Gráfico 23. Motivo de visita**

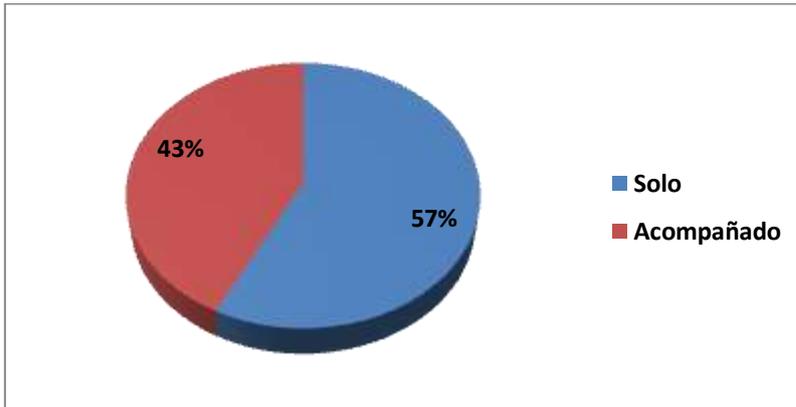
Fuente: Análisis del estudio

Elaboración: Las Autoras

Los principales motivos de viaje de los turistas que llegan a Loja por medio del transporte público son: el 17% por vacación, recreo y ocio, con un mismo porcentaje (16%) los que visitan a familiares o amigos y los que vienen por motivos religiosos y con una mínima diferencia se encuentran aquellos que viajan por negocios y motivos profesionales (15%).

Estos datos hacen referencia a que esta investigación se realizó en un periodo vacacional, y en época de fiestas de la ciudad de Loja, primordialmente por la reconocida peregrinación al Santuario de la Virgen del Cisne, cuyos feligreses viajan vía terrestre debido a que en su mayoría provienen de ciudades vecinas.

### 3.2.4 Forma de viajar.



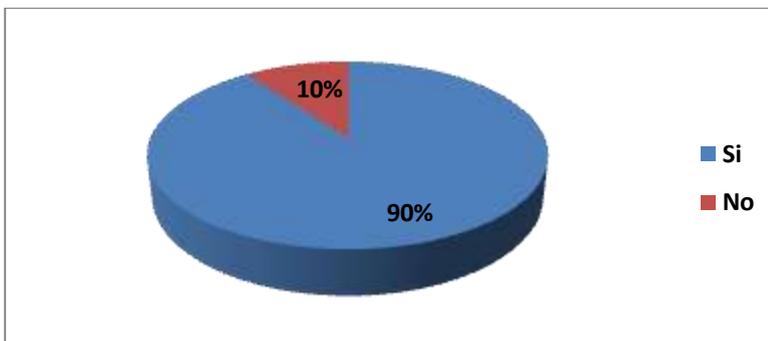
**Gráfico 24. Forma de viajar**

Fuente: Análisis del estudio

Elaboración: Las Autoras

En cuanto a la forma de viajar, el 57% de turistas viajan solos, sin embargo existe una mínima diferencia con aquellos que prefieren viajar acompañados. Estos resultados tienen estrecha relación con la situación laboral de los encuestados, quienes en su mayoría tienen cargos administrativos y son estudiantes que prefieren viajar solos para cumplir con sus actividades. Mientras que aquellos que viajan acompañados representan a grupos de familias o amigos que visitan la ciudad probablemente por vacación y por la peregrinación.

### 3.2.5 Loja, ¿Único Destino visitado?



**Gráfico 25. Loja único destino visitado**

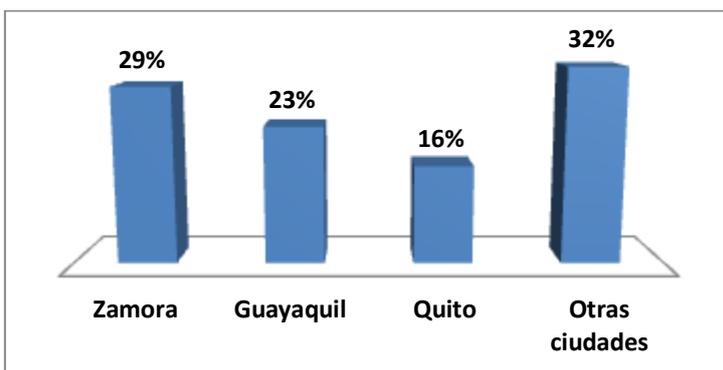
Fuente: Análisis del estudio

Elaboración: Las Autoras

El 90% de los turistas afirman que la ciudad de Loja fue el único destino visitado durante su estadía, mientras que el 10% de encuestados manifiestan que sí han recurrido a otros sitios.

Esto puede deberse a que la mayoría de turistas alegaron que llegan a la ciudad por vacación, para visitar a familiares o amigos y por motivos religiosos, actividades que se han efectuado principalmente en la ciudad.

### 3.2.6 Otros Destinos visitados.



**Gráfico 26. Otros destinos visitados**

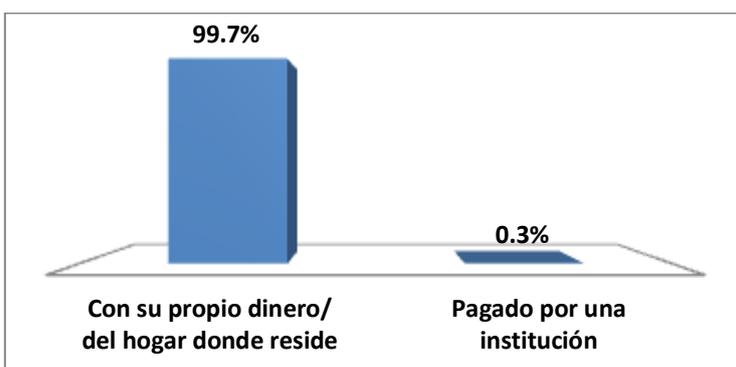
Fuente: Análisis del estudio

Elaboración: Las Autoras

El 29% de encuestados que se trasladaron a Zamora, finalmente el 23% visitó Guayaquil y el 16% se movilizó también a Quito. En torno a otros destinos visitados, el 32% de turistas viajaron a otras ciudades como: Cuenca(12,9%), Catamayo (6,5%) y con un mismo porcentaje (3,2%) Cariamanga, Gonzanamá y Yanzatza;

Esta información refleja que los turistas que llegan a la ciudad, anteriormente tuvieron la oportunidad de conocer otras ciudades, mientras que otros aprovecharon su estadía para visitar ciudades cercanas como Zamora.

### 3.2.7 ¿Quién Financió el viaje?



**Gráfico 27. Quién financió el viaje**

Fuente: Análisis del estudio

Elaboración: Las Autoras

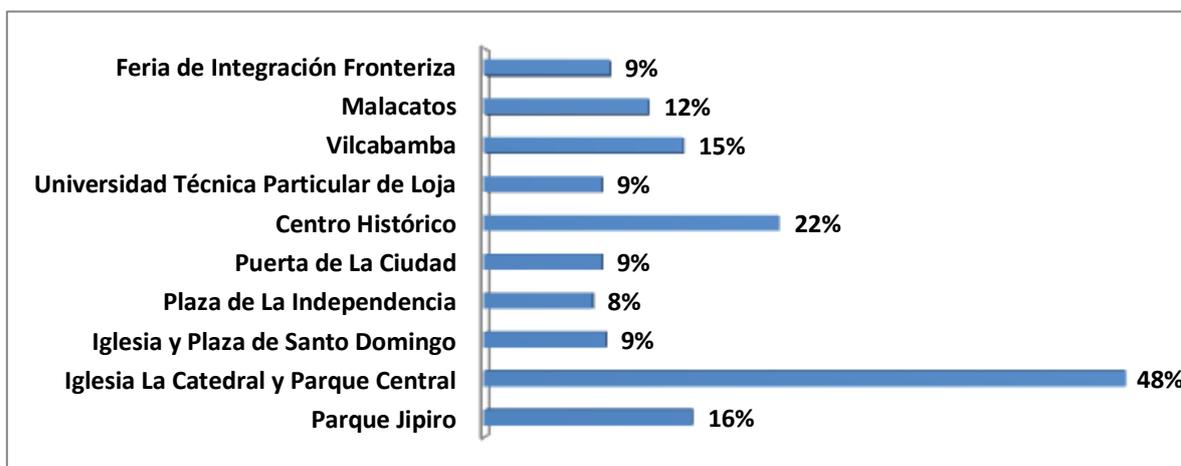
La mayoría de turistas que llegan a Loja representado por el 99,70%, cubren sus gastos de viaje con su propio dinero o del hogar donde residen, en tanto que el 0,30% de encuestados les ha financiado una institución.

Esto evidencia que en su mayoría las personas deciden trasladarse a la ciudad acorde a sus posibilidades económicas a fin de registrarse a su propio presupuesto establecido para su viaje.

### 3.2.8 Forma de Organizar el viaje.

El 100% de turistas manifiestan que organizaron su viaje por su propia cuenta, sin necesidad de adquirir un paquete turístico, quienes probablemente han visitado Loja varias veces, otros cuentan con sus familiares o amigos, y algunos simplemente prefieren recorrer la ciudad de forma independiente. Asimismo es de anotar que existen pocas agencias de viajes que ofertan a Loja entre sus principales destinos turísticos.

### 3.2.9 Principales Destinos visitados



**Gráfico 28. Principales destinos visitados**

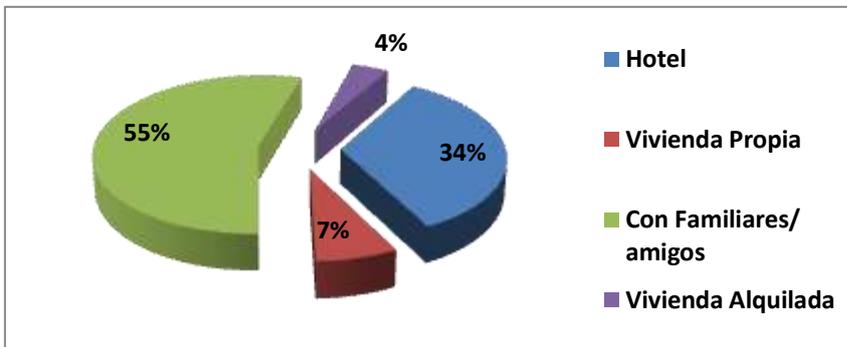
**Fuente:** Análisis del estudio

**Elaboración:** Las Autoras

Los principales destinos que despiertan mayor interés entre los turistas encuestados son: La Iglesia La Catedral y Parque Central con el 48%, seguido del Centro Histórico con el 22%, luego se encuentra el Parque Jipiro con un 16%, Vilcabamba con el 15% y Malacatos con el 12%.

Estos datos demuestran que en su mayoría los turistas prefieren recorrer por el casco histórico de la ciudad, principalmente a la Iglesia la Catedral, lugar donde reside la imagen de la Virgen del Cisne hasta el mes de noviembre, otros acuden al Parque Jipiro por ocio y recreación, mientras que algunos aprovechan su estadía para movilizarse al valle de Vilcabamba y a la parroquia de Malacatos, para aprovechar las excelentes condiciones climáticas que ofrecen.

### 3.2.10 Tipo de Alojamiento.



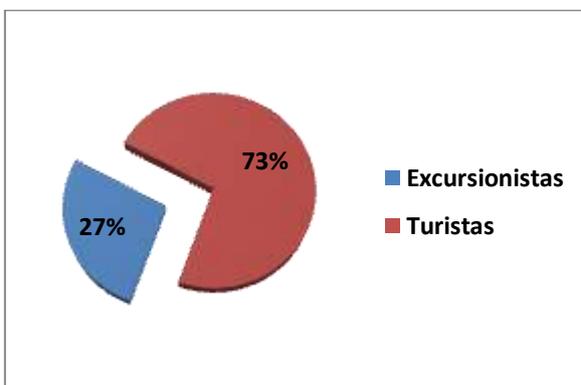
**Gráfico 29. Tipo de alojamiento**

Fuente: Análisis del estudio

Elaboración: Las Autoras

El 55% de turistas que visitan Loja se alojan en casa de familiares o amigos, así mismo existe un 34% que pernocta en establecimientos hoteleros, demostrando así que el turismo es local por lo que la mayoría de encuestados prefieren hospedarse con sus familiares o conocidos, mientras que algunos turistas optan por permanecer en hoteles y hostales acorde a su posibilidad económica.

### 3.2.11 Estimación: Excursionista/ Turista



**Gráfico 30. Estimación: Turista / Excursionista**

Fuente: Análisis del estudio

Elaboración: Las Autoras

El gráfico demuestra que el 73% de encuestados son turistas que llegan a Loja, lo cual se corrobora con el motivo de su visita, siendo ésta por vacación, religión, visita a familiares o amigos, y por situaciones de negocios, en tanto que el 27% son excursionistas que no pernoctan en la ciudad.

### 3.2.13 Estadía y Gasto promedio Terminal Terrestre

Tabla 44. Estadía y gasto promedio

<b>Gasto promedio</b>	127,56
<b>Estadía promedio</b>	3

Fuente: Análisis del estudio  
Elaboración: Las Autoras

El gasto promedio del turista que visita Loja por transporte terrestre es de \$ 127,56 mientras que su estadía promedio es de 3 días, lo cual específicamente responde a que esta investigación coincidió con las festividades de la ciudad especialmente con la peregrinación de la Virgen del Cisne, tendiendo a incurrir en diferentes tipos de gastos durante su permanencia.

### 3.2.13 Estructura del Gasto

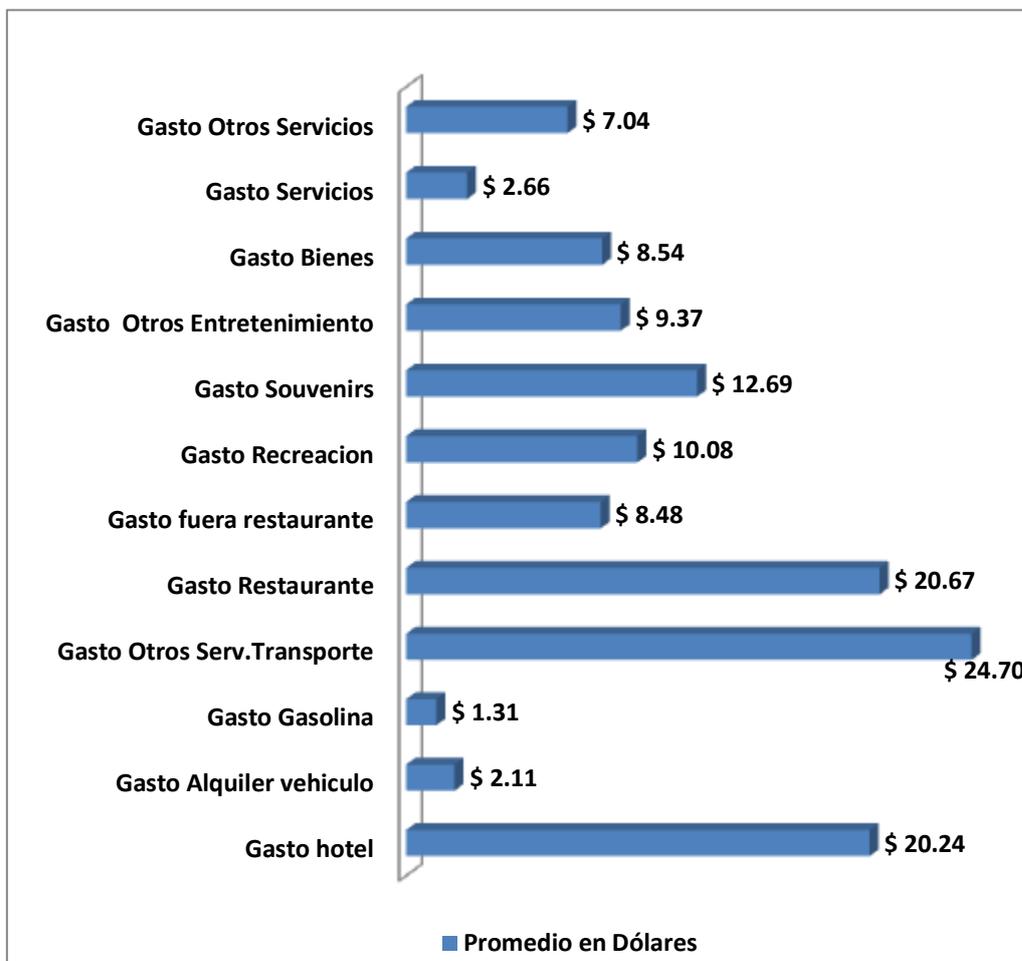


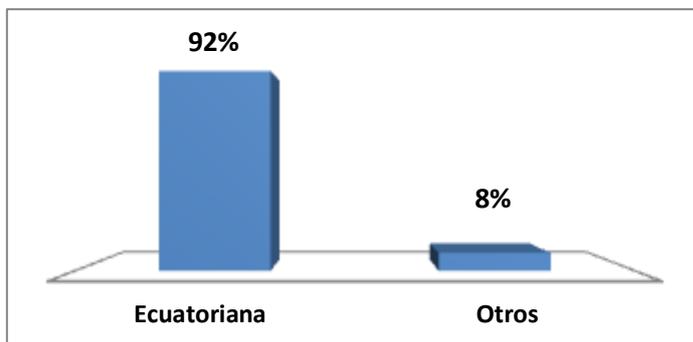
Gráfico 31. Estructura del gasto

FUENTE: Análisis del estudio  
Elaboración: Las Autoras

En cuanto a la estructura del gasto, al igual que en el aeropuerto los turistas gastan más en transporte (\$24,70 promedio), restaurantes (\$20,67 promedio) y hoteles (\$20,24 promedio), Estos datos reflejan que los turistas adquieren transporte público y taxis para movilizarse, asimismo deben cubrir gastos en alojamiento y alimentación.

### 3.3 Análisis del Turismo Receptor Movilidad Propia

#### 3.3.1 Países de Mayor Representatividad.



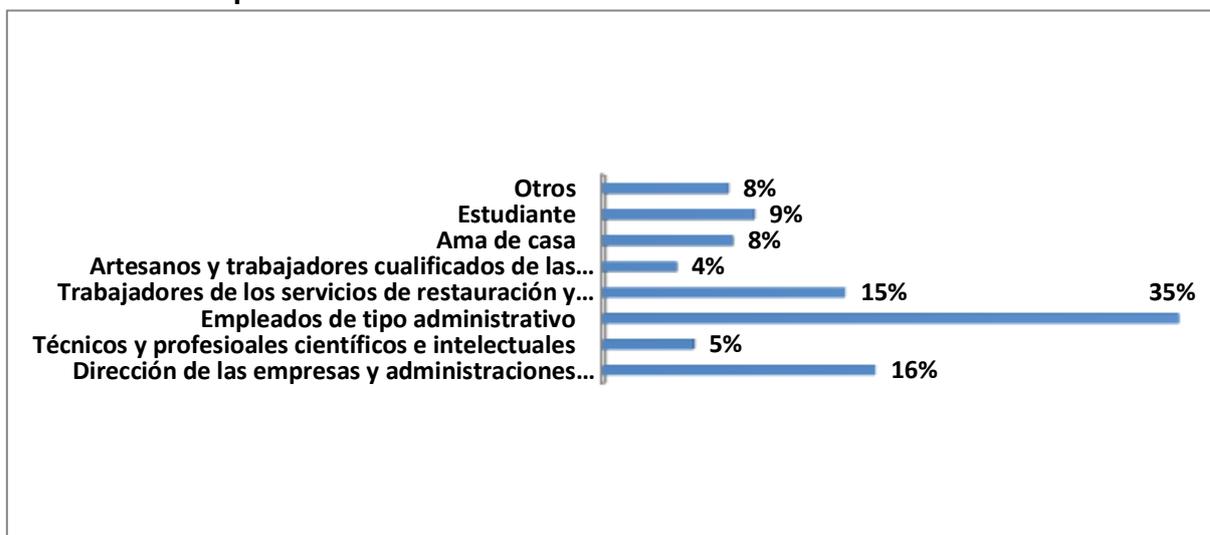
**Gráfico 32. Nacionalidad**

Fuente: Análisis del estudio

Elaboración: Las Autoras

Loja contabiliza un mayor número de ecuatorianos que visitan la ciudad por movilidad propia representado por el 92%, por otra parte son pocos los turistas que llegan de otros países a través de este medio. Estos resultados reflejan que los ecuatorianos prefieren trasladarse de un lugar a otro con vehículo propio para mayor comodidad.

#### 3.3.2 Ocupación.



**Gráfico 33. Ocupación**

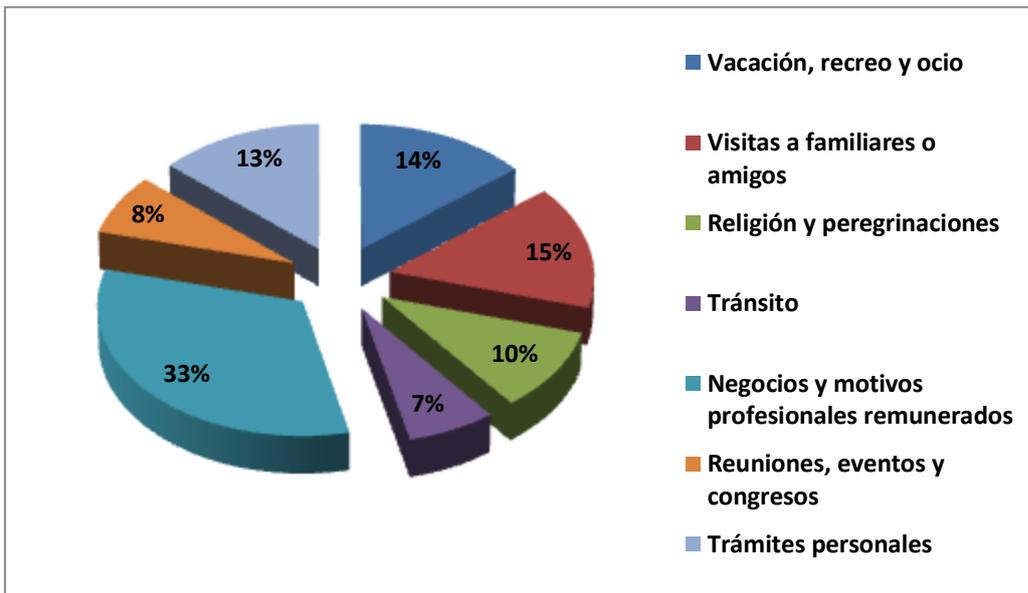
Fuente: Análisis del estudio

Elaboración: Las Autoras

En relación a la ocupación, el 35% corresponden a empleados de tipo administrativo, el 16% son encargados de la dirección y administraciones, asimismo existe un 15% que trabajan en los servicios de restauración y comercio. Esta información evidencia que en su mayoría las personas que ocupan cargos administrativos se movilizan con vehículo propio para cumplir

sus actividades laborales, mientras que quienes comercializan bienes también deben hacerlo por este medio.

### 3.3.3 Motivo Principal de la visita.



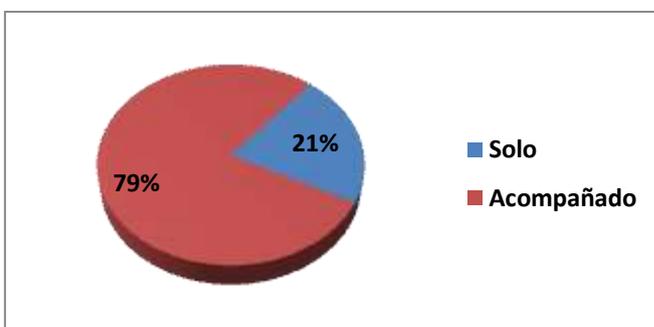
**Gráfico 34. Motivo de visita**

Fuente: Análisis del estudio

Elaboración: Las Autoras

Las principales razones que han motivado a los encuestados a visitar Loja son: el 33% por negocios y motivos profesionales remunerados, el 15% para visitar a familiares o amigos, y el 14% por vacación, recreo y ocio, demostrando así que un considerable número de turistas que llegan a la ciudad son profesionales cuyo propósito es cumplir con sus labores, luego se encuentran aquellos que viajan para disfrutar sus vacaciones, y también existen aquellos quienes visitan a sus seres queridos.

### 3.3.4 Forma de viajar.



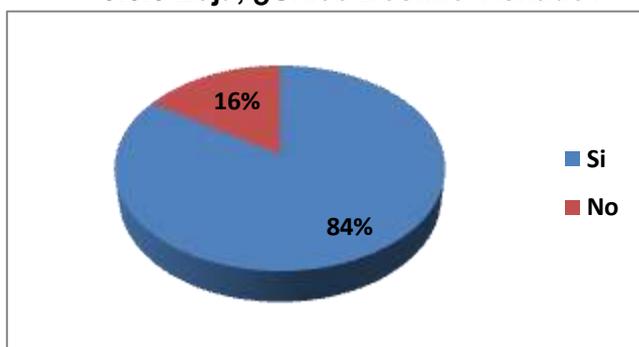
**Gráfico 35. Forma de viajar**

Fuente: Análisis del estudio

Elaboración: Las Autoras

El gráfico demuestra que el 79% de turistas prefieren viajar acompañados, en tanto que el 21% prefiere viajar solo. Estos datos hacen referencia a que la movilización propia especialmente por medio de un vehículo permite una mayor accesibilidad y comodidad para varias personas.

### 3.3.5 Loja, ¿Único Destino visitado?



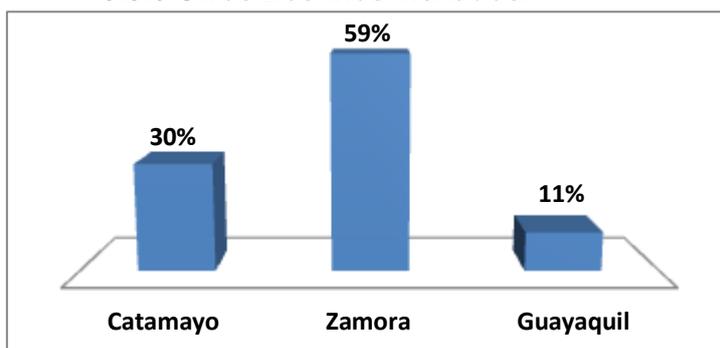
**Gráfico 36. Loja único destino visitado**

Fuente: Análisis del estudio

Elaboración: Las Autoras

Los turistas que han visitado únicamente la ciudad de Loja, representan en 84% del estudio. Mientras que el 16% de turistas visitaron además otras ciudades en su viaje. Loja es parte del pensamiento del turista al momento de viajar ya que como vemos en la gráfica, la mayoría de visitantes han visitado Loja.

### 3.3.6 Otros Destinos visitados.



**Gráfico 37. Otros destinos visitados**

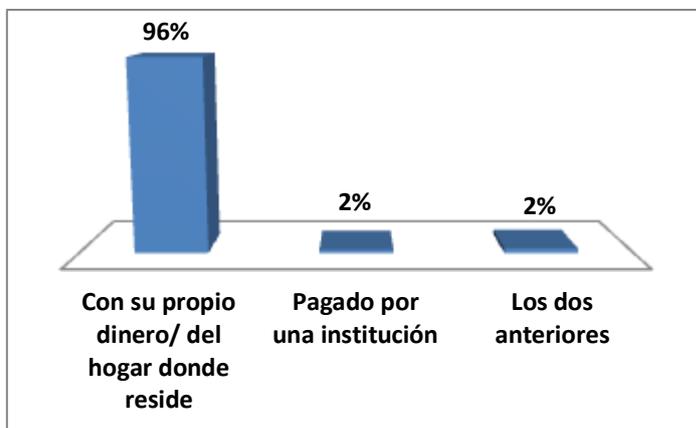
Fuente: Análisis del estudio

Elaboración: Las Autoras

La ciudad de Zamora constituye uno de los principales destinos que visitaron los turistas encuestados con el 59%, luego se encuentra el cantón Catamayo con el 30% y finalmente la ciudad de Guayaquil con el 11%.

Esta información se corrobora teniendo en cuenta que Zamora es un sitio cercano a la ciudad de Loja que se encuentra a dos horas, asimismo Catamayo está a 30 minutos, por lo que los turistas pueden movilizarse rápidamente a estos destinos.

### 3.3.7 ¿Quién financió el viaje?



**Gráfico 38. Quién financió el viaje**

**Fuente:** Análisis del estudio

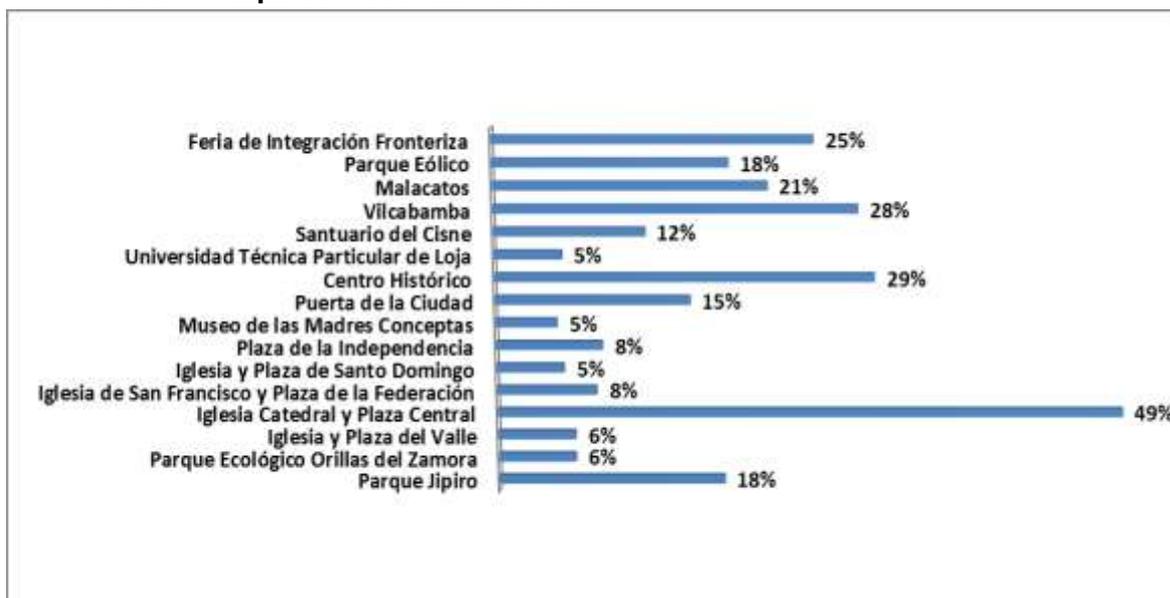
**Elaboración:** Las Autoras

En general, el 96% de turistas financiaron su viaje con su propio dinero o del hogar donde reside, y un mínimo porcentaje fue pagado por una institución. En efecto, los turistas al trasladarse con su vehículo tienen que cubrir sus propios gastos de viaje relacionados a gasolina, parqueadero, mantenimiento y otros que puedan incurrir.

### 3.3.8 Forma de Organizar el viaje.

El 100% de turistas que llegan a Loja por movilidad propia armaron su viaje por su cuenta sin usar ningún tipo de paquete turístico, para quienes les ha resultado factible organizar sus propias actividades acorde a su economía y tiempo de estadía.

### 3.3.9 Principales Destinos visitados.



**Gráfico 39. Principales destinos visitados**

**Fuente:** Análisis del estudio

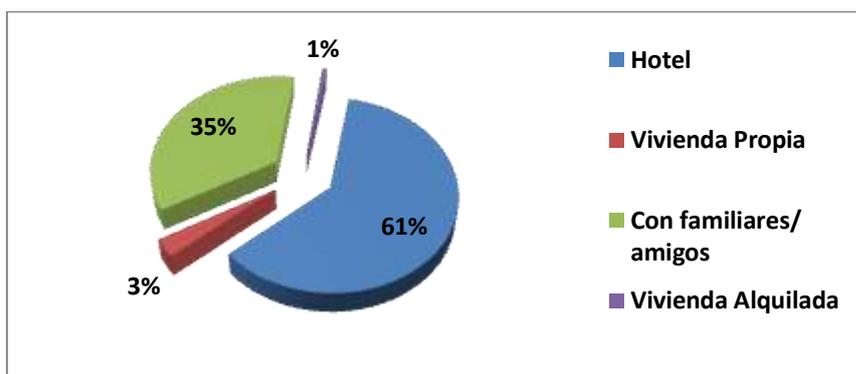
**Elaboración:** Las Autoras

Los sitios de principal interés de los encuestados son los siguientes: La Iglesia la Catedral y Plaza Central con el 49%, el Centro Histórico con el 29%, luego se encuentra Vilcabamba con el 28% y la Feria de Integración Fronteriza con el 25%.

Estos resultados reflejan que el centro de la ciudad constituye el principal atractivo de los turistas, mientras que otros prefieren trasladarse con su propio vehículo al cercano Valle de Vilcabamba y a la parroquia de Malacatos, sitios escogidos para disfrutar y recrearse.

La feria de Integración fronteriza que se lleva a cabo cada año también atrae un gran porcentaje de turistas en estas fechas, ya que ofrece varias opciones para el entretenimiento de la gente.

### 3.3.10 Tipo de Alojamiento.



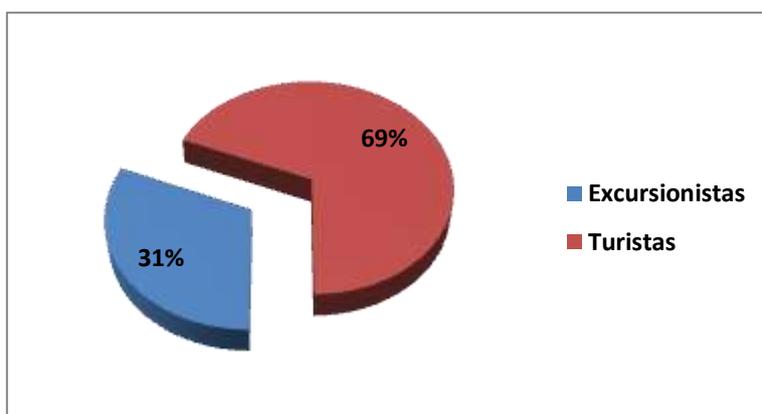
**Gráfico 40. Tipo de Alojamiento**

**Fuente:** Análisis del estudio

**Elaboración:** Las Autoras

Al analizar el gráfico anterior se obtiene que, el 61% de los turistas se hospedan en hoteles, en tanto que el 35% permanece en casa de familiares o amigos, de esta forma se evidencia que la mayoría de personas que se movilizan por su propia cuenta adquieren los servicios de establecimientos hoteleros, mientras que existen aquellos que prefieren quedarse con sus seres queridos.

### 3.3.11 Estimación Turista/ Excursionista.



**Gráfico 41. Estimación Turista / Excursionista**

**Fuente:** Análisis del estudio

**Elaboración:** Las Autoras

Esta investigación demuestra que el 69% de personas que visitan la ciudad de Loja son turistas, en tanto que el 31% son excursionistas. Estos datos indican que existe una mayor tendencia de turistas que se movilizan en vehículo por negocios, vacación o visita a familiares y amigos, mientras que otros llegan a la ciudad únicamente para descansar y continuar su viaje hacia otros destinos.

### 3.3.12 Estadía y Gasto promedio.

Tabla 45. Estadía y Gasto Promedio Movilidad Propia

<b>Gasto promedio</b>	<b>141,03</b>
<b>Estadía promedio</b>	<b>2</b>

Fuente: Análisis del estudio

Elaboración: Las Autoras

El gasto promedio de los turistas encuestados que se movilizan por su propia cuenta es de \$141,03 y su estadía promedio es de 2 días. Estos resultados hacen referencia a los gastos que deben cubrir acorde al tipo de transporte que utilizan, y los diferentes servicios que adquieren en la ciudad.

### 3.3.13. Estructura del Gasto.



Gráfico 42. Estructura del gasto

Fuente: Análisis del estudio

Elaboración: Las Autoras

En torno a la estructura del gasto, la mayoría de turistas incurren en gastos de alojamiento (\$35,17 promedio), seguido por el gasto de gasolina (\$28,67 promedio), y con una mínima diferencia se presenta el gasto de alimentación (\$27,38 promedio), finalmente se encuentra el gasto de otros servicios (\$16,07 promedio).

Esta información se corrobora con el gasto promedio, por lo que la mayoría de turistas se movilizan por su propia cuenta y deben cubrir los gastos en servicios hoteleros y de restauración, además deben adquirir gasolina y otros servicios necesarios para su viaje.

### **3.4 Perfil del Turista que visitó la ciudad de Loja en el 2013.**

#### **3.4.1 Perfil del Turista del Aeropuerto “Ciudad de Catamayo”**

El turista que visita la ciudad de Loja y que llega por vía aérea se caracteriza por el siguiente perfil: Los visitantes son en su mayoría de género masculino, de nacionalidad ecuatoriana, con un rango de edad de los 25 a los 32 años y de estado civil casado. Estos turistas trabajan en entidades privadas, siendo su principal motivo de visita los negocios remunerados en su lugar de residencia habitual. Habitualmente viajan acompañados, generalmente visitan la ciudad de Loja pero en su mayoría acuden por motivos de trabajo también a otras ciudades como Zamora. Por ser turismo de negocios, para organizar el viaje no ocupan los servicios de agencias de viaje sino que lo planifican por cuenta propia y el financiamiento lo hace la institución en la que trabajan. De todos los atractivos que posee la ciudad de Loja, La plaza central es la más visitada ya que es un punto comercial en la ciudad y la mayoría de empresas públicas y privadas se encuentran allí. El turista en su mayoría se aloja en casa de familiares y amigos, tiene un promedio de pernoctación de 6 noches en la ciudad y su gasto promedio es de 430,57 USD y lo gastan en su mayoría en Transporte y Restaurantes

#### **3.4.2 Perfil del Turista del Terminal Terrestre “Reina del Cisne”.**

El turista que visita la ciudad de Loja y que llega por vía terrestre en transporte público se caracteriza por el siguiente perfil: Los hombres en su mayoría visitan Loja, de nacionalidad ecuatoriana, con un rango de edad de los 18 a los 25 años y de estado civil Casado. Estos turistas trabajan en entidades privadas, siendo su principal motivo de visita la vacación, recreo y ocio. Generalmente viajan solos, visitan mayormente Loja pero también visitan otros destinos como Cuenca y varios cantones de la Provincia de Loja. Es el dinero propio el que les permite viajar y por sí mismos organizan y planifican su viaje. La plaza central es la más visitada ya que la Virgen del Cisne se encontraba en la ciudad y el turismo religioso afluía en Loja. El turista se aloja en casa de familiares y amigos, tiene un promedio de pernoctación de 3 noches en la ciudad y su gasto promedio es de 127,56 USD y lo gastan en su mayoría en Transporte y Restaurantes

### **3.4.3 Perfil del Turista por Movilidad propia del cantón Loja**

El turista que visita la ciudad de Loja y que llega por vía terrestre en movilidad propia se caracteriza por el siguiente perfil: Los hombres en su mayoría visitan Loja, de nacionalidad ecuatoriana, con un rango de edad de los 25 a los 32 años y de estado civil Casado. Estos turistas trabajan en entidades privadas, siendo su principal motivo de visita los negocios remunerados. Generalmente viajan acompañados, visitan mayormente Loja pero también acuden por motivos de trabajo a la ciudad de Zamora. Financian su viaje con dinero propio y el viaje lo organizan ellos mismos y se lo financia la institución donde pertenecen. La plaza central es la más visitada ya que es un punto comercial en la ciudad y la mayoría de empresas públicas y privadas se encuentran allí. El turista se aloja en hoteles, tiene un promedio de pernoctación de 2 noches en la ciudad y su gasto promedio es de 141,03 USD y lo gastan en su mayoría en Hospedaje, Gasolina y Restaurantes.

#### 3.4.4 Perfil General del Turista que visitó la ciudad de Loja en el 2013.

Gracias a las encuestas realizadas y una vez recopilada la información más relevante para definir el perfil del turista de la ciudad de Loja, vamos a tomar en cuenta cuatro parámetros básicos para definirlo al turista de una manera general y total, como son:

- **Características Socioeconómicas:** Los turistas que visitan la ciudad de Loja tienen entre 25 y 32 años, trabajan en el Sector Privado, con un nivel de gasto promedio de \$ 233.05, viajan en grupo. Loja como destino no lo conocen ya que no vienen esencialmente por turismo, sino por negocios.
- **Forma de organizar el viaje:** El turista viaja en grupo, el turista que más peso tiene es el nacional, que reside en Ecuador, siendo de la ciudad de Quito y Cuenca quienes nos visitan más. El destino más visitado es el Centro histórico de la ciudad de Loja, en donde se encuentra la Iglesia La Catedral y La Plaza Central.
- **Motivaciones del viaje y la percepción general de Loja como destino turístico:** El principal motivo de viaje es meramente negocio. Por ende el primer destino en ser visitado dentro de la ciudad es la Plaza Central, ya que es en sí el centro de la ciudad, donde se conectan y se encuentran las principales entidades bancarias, entidades políticas y en sí toda el área comercial de la ciudad.
- **Valoraciones de la experiencia turística:** Al momento de encuestar, todos los visitantes coinciden en que Loja es un gran destino para visitar. Los turistas de actividades comerciales, ven a Loja como una ciudad para invertir y para desarrollarse muchos tipos de actividades económicas. Por otro lado, el turista que viene por ocio, prefiere visitar los destinos que le rodean a Loja, es decir destinos naturales como Vilcabamba y Zamora, a donde acuden la mayoría de visitantes extranjeros encuestados.

## CONCLUSIONES

- El Turismo en Loja crece a cada instante, siempre formará parte de la economía de nuestra ciudad y, por lo que se demuestra en la investigación, se reciben en diferentes proporciones casi la mayoría de todos los tipos de turistas según la clasificación de la OMT; y cada entidad vinculada al turismo debe aprovechar para desarrollar turísticamente a la ciudad y encaminar paulatinamente al progreso de Loja.
- Según el análisis la mayoría de personas que visitan Loja son turistas nacionales que trabajan en empresas públicas o privadas que vienen a la ciudad por motivos de trabajo.
- Se puede observar como la ciudad de Zamora es otro de los destinos a los que se dirigen los turistas.
- El 100% de turistas organizan su viaje por cuenta propia sin ayuda de ninguna agencia de viajes.
- Entre los destinos más visitados están el Centro Histórico, Vilcabamba y Malacatos.
- Alrededor del 60% de los turistas se alojan en casa de familiares o amigos.
- El promedio de noches que pernotan los turistas es de 3 noches.
- En lo que más gastan los turistas al venir a la ciudad de Loja es en transportación y alimentación esto se debe a que la mayoría viene por trabajo.
- Loja en sí necesita de mucha inversión para mejorar sus destinos turísticos, nuestro principal visitante es el turista de negocios, quien en la mayoría de veces llega solo de paso, y no pernocta en la ciudad porque el destino no cuenta con una motivación suficientemente significativa como para preferir quedarse en Loja y practicar turismo.
- La investigación va a ayudar a muchas entidades públicas, entidades privadas y en sí a la sociedad a tener una idea clara, precisa y fundamentada de cómo se da el turismo en la ciudad de Loja.
- Los datos del proyecto pueden utilizarse para hacer proyecciones de cómo va a actuar el mercado turístico en el futuro, así también para compararnos con otros destinos y poder medir el impacto que cada uno causa en el visitante.
- La buena planificación de un destino turístico depende mucho de datos reales que se provean las diferentes empresas, la recolección de toda la información que nuestras fuentes de investigación nos proporcionaron, ayudarán a crear propuestas adecuadas para competir con los mejores destinos nacionales e internacionales.

## RECOMENDACIONES

- Para poder medir el desarrollo y progreso de la ciudad, el Ministerio de Turismo debería realizar estudios periódicos respecto a las necesidades del sector turístico y hotelero.
- Las entidades públicas y privadas deberían actuar conjuntamente para crear estrategias que atraigan a turistas extranjeros ya que ellos son los que nos generan más ingresos.
- Loja al igual que Zamora también tiene numerosos atractivos naturales que necesitan ser más promocionados por parte del Gobierno local.
- Como vimos en el análisis ningún turista llega a Loja usando los servicios de una agencia de viajes, las agencias de viaje debería promocionar los diversos atractivos de nuestra provincia a sus paquetes y así se conozcan más.
- Es necesario que el Municipio cree más actividades los fines de semana o feriados para atraer más turistas y hacer que los que vienen por negocios u otros motivos extiendan su estadía en nuestra ciudad.
- Se recomienda tomar medidas de control por parte de las entidades que administran el sector turístico para saber cómo proceder con la planificación, dependiendo del mercado al cual se dirigen.
- Para futuras investigaciones acerca del perfil del turista que visita la ciudad de Loja, es imprescindible realizar una planificación adecuada, tener bases de estudio sobre el tema, tener conocimiento de otros idiomas para encuestar a extranjeros anglosajones que son los que más visitan la ciudad, así como de más condiciones especiales para la buena marcha del proyecto.
- Determinar estrategias, por medio de las cuales se lleve a cabo todo lo que se ha propuesto.

## BIBLIOGRAFÍA

- Antón, S. (2005). *Planificación Territorial del turismo*. Editorial UOC.
- Banco del Estado. (17 de Abril de 2014). *Banco del Estado*. Obtenido de [http://consulta.bancoestado.com/paginas\\_e/Consultas/SocioEcono/mp\\_loja.asp](http://consulta.bancoestado.com/paginas_e/Consultas/SocioEcono/mp_loja.asp)
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Pearson Educación.
- Carrera, M. (2006). *Loja, Un sueño en vías de concretarse*. Lima: Print Press S.A.C.
- Censo Nacional de Educación. (2010).
- Comunidad Andina (CAN). (2010).
- Contreras, M. (2005). *Análisis de los Indicadores de Desarrollo y Pobreza Humana en la Provincia de Loja*.
- Cooperativa de Transportes "Catamayo". (2013).
- Cooperativa de Transportes "Ciudad de piñas". (2013).
- Cooperativa de Transportes "Loja". (2013).
- Cooperativa de Transportes "Nambija". (2013).
- Cooperativa de Transportes "Panamericana". (2013).
- Cooperativa de Transportes "San Luis". (2013).
- Cooperativa de Transportes "Santa". (2013). Loja.
- Cooperativa de Transportes "Sur Oriente". (2013).
- Cooperativa de Transportes "TAC". (2013).
- Cooperativa de Transportes "Unión Cariamanga". (2013).
- Cooperativa de Transportes "Viajeros". (2013).
- Cooperativa de Transportes "Vilcabambaturis". (2013).
- Cooperativa de transportes "Unión Yanzatza". (2013).
- Departamento de Estadísticas de la Dirección Provincial de Salud de Loja. (2011).
- Dpto. Promoción Popular del Municipio de Loja. Fundación Colinas Lojanas. (s.f.).
- Gobierno Provincial de Loja. (2009).
- Ilustre Municipio del Cantón Loja. (2011).
- Ilustre Municipio del Cantón Loja. (2011). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Loja*.
- INEC - Anuario Estadísticas Vitales. (2010). *Censo 2010*.
- INEC. (2010).
- MAGAP. (2011).
- MAGAP, III Censo Nacional Agropecuario-Loja. (s.f.). Loja.

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP). (s.f.).

Municipio de Loja. (2008). *Plan de Ordenamiento Urbano de la ciudad de Loja*.

Orgánico Funcional del Municipio de Loja. (2005).

Plan de Ordenamiento Turístico Territorial de la Zona 7 (POTT-Z7). (2011).

PREDESUR. (1984). *Guía Comercial y Turística de la Región Sur de Loja*. Quito: Editorial Cosmopolita.

Ramón Mendieta, M. (2012). *Dinámica Poblacional Comparativa de la Provincia de Loja*. Loja:  
Universidad Técnica Particular de Loja.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades). (s.f.).

Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE). (2008).

Sistema Integrado de Transporte Urbano. (2011).

SRI. (2010).

Terminal Terrestre "Reina del Cisne". (2013). Loja.

## ANEXOS

### A. ENCUESTA PARA DETERMINAR EL PERFIL DEL TURISTA QUE VISITÓ LOJA

Toda la información proporcionada por Usted es estrictamente confidencial; por lo tanto, no se difundirá en forma individual, ni tampoco podrá utilizarse para fines tributarios u otros que no sean estadísticos. Desde ya agradecemos su valiosa colaboración.

#### A. DATOS DE LA ENCUESTA

1. No. De Formulario: \_\_\_\_\_

2. Lugar de aplicación: \_\_\_\_\_

#### B. INFORMACIÓN GENERAL

3. Cúal es su edad: \_\_\_\_\_

4. Cúal es su Nacionalidad: \_\_\_\_\_

5. Cúal es su género:

Femenino  1                      Masculino  2

6. Estado Civil:

Soltero/a	1	Viudo/a	4
Casado/a	2	Unión libre	5
Divorciado/a	3		

7. Cuál es su país de residencia: \_\_\_\_\_

8. Día de arribo: \_\_\_\_\_

9. Día de salida: \_\_\_\_\_

10. Cúal es su situación ocupacional:

Dirección de las empresas y administraciones públicas	1	Fuerzas armadas	7
Técnicos y profesionales científicos e intelectuales	2	Desempleado	8
Empleados de tipo administrativo	3	Ama de Casa	9
Trabajadores de los servicios de restauración y comercio	4	Jubilado/Retirado/Pensionista	10
Artisanos y trabajadores cualificados de las industrias	5	Estudiante	11
Trabajadores no cualificados	6	Otros: _____	12

11. Cúal es su nivel de instrucción:

Ninguna	1
Primaria	2
Secundaria	3
Superior	4
Postgrado	5

12. Cuáles son sus ingresos brutos mensuales aproximados

De 318 a 500	1
De 501 a 800	2
De 801 a 1100	3
De 1101 a 1400	4
De 1400 a más	5

#### C. DATOS DEL VIAJE TURÍSTICO

13. Cuántas veces ha estado en Loja antes de esta visita: \_\_\_\_\_

14. Cuántas noches estuvo en Loja durante este viaje: \_\_\_\_\_

**15. Cuál fue el principal motivo de este viaje: (Marcar una sola respuesta)**

Vacación, recreo y ocio	1	Transito	7
Visitas a familiares o amigos	2	Negocios y motivos profesionales remunerados	8
Educación y formación	3	Negocios y motivos profesionales(no remunerados)	9
Atención médica y de salud	4	Reuniones, eventos y congresos	10
Religión y peregrinaciones	5	Otros motivos	11
Compras	6	Especificar: _____	

**16. Qué lugares turísticos de la ciudad de Loja visitó?:**

Parque Nacional Podocarpus	1	Museo de la Música	20
jardín Botánico Reinaldo Espinoza	2	Museo de Las Madres Conceptas	21
Parque Recreacional Jipiro	3	Museo de Arte Religioso San Juan del Valle	22
Parque Ecológico Orillas del Zamora	4	Museo de la Lojanidad	23
Parque Pucará Podocarpus	5	Museo de Arte Puerta de la Ciudad	24
Parque Lineal de la Tebaida	6	Puerta de la Ciudad	25
Parque Daniel Alvarez Burneo	7	Centro Histórico Ciudad de Loja	26
Parque Orillas del Zamora	8	Centro Comercial Reina del Cisne	27
Parque Zamora Huayco	9	Universidad Técnica Particular de Loja	28
Iglesia y Plaza de San Juan del Valle	10	Romería de la Virgen del Cisne	29
Iglesia Catedral y Plaza Central	11	Santuario del Cisne	30
Iglesia de San Francisco y Plaza de la			
Federación de Loja	12	Cerámicas del Barrio Cera	31
Iglesia y Plaza de Santo Domingo	13	San Lucas	32
Templo El Pedestal	14	Santiago	33
Santuario Eucarístico San Sebastián	15	Vilcabamba	34
Plaza de la Independencia	16	Malacatos	35
Principales Monumentos	17	Santuario Diocesano de Malacatos	36
Museo del Banco Central	18	Sendero Ecológico Caxarumi	37
Museo Matilde Hidalgo de Procel	19	Proyecto Eólico Villonaco	38

**17. Que medio de transporte utilizó para llegar a la ciudad**

Transporte público	1	Especificar: _____
Movilidad propia	2	
Movilidad alquilada	3	
Transporte aéreo	4	
Otros:	5	

**18. Con quién viajó:**

Solo

Acompañado

Nro. De pax: \_\_\_\_\_

Adultos

Niños

**19. Indique número de noches según el tipo de alojamiento en su visita a la ciudad:**

Alojamiento	Nro de noches
1. Hotel o similar	
2. Campamento	
3. Vivienda propia	
4. Con familiares/ amigos	
5. Vivienda alquilada	
6. Medio de transporte	
7. Otros (especifique):	

**20. En este viaje, fue Loja la única ciudad visitada:**

Si

No

(Pase a la 23)

**21. Indique los nombres de las otras ciudades que visitó:** \_\_\_\_\_**22.Cuál es el total de noches que se quedó incluyendo todas las ciudades** \_\_\_\_\_**23. Cuál fue el gasto total realizado en este viaje:** \_\_\_\_\_**24. Cómo finació este viaje:**

Con su propio dinero o del hogar donde reside

Desconoce quién lo financió

Pagado por una institución

Otros

Los dos anteriores

Especificar: \_\_\_\_\_

**25. Cómo organizó su viaje**

Paquete turístico comprado a una agencia de viajes

ciudad de residencia

ciudad de visita

El viaje lo organizó por cuenta propia sin usar paquete turístico

(pase a la 27)

**26. Qué tipo de servicios comprendió el paquete turístico comprado**

Alojamiento  
 Transporte de venida  
 Transporte de retorno  
 Alimentos y bebidas

1
2
3
4

Tours  
 Traslado dentro/ fuera  
 Seguro  
 Otros  
 Especificar:

5
6
7
8

**27. En este viaje Cuál fue el gasto en cada artículo/servicio?**

ARTICULOS/SERVICIOS	VALOR	COD.
<b>Paquete Turístico:</b>		10
<b>Alojamiento:</b>		20
Hotel o similar		21
Casa, apartamento o camping		22
Otro (especificar)		23
<b>Transporte interno:</b>		30
Alquiler de vehículo		31
Gasolina o combustible		32
Peajes		33
Otros servicios de transporte		34
<b>Alimentos y bebidas:</b>		40
En restaurantes		41
Fuera de restaurantes		42
<b>Servicios culturales:</b>		50
Servicios deportivos o recreacionales		51
Souvenirs, regalos y artesanías		52
Otros(lavandería, peluquería)		53
<b>Otros gastos previos al viaje</b>		60
Bienes		61
Servicios		62
Otros gastos relacionados al viaje		63
<b>total</b>		70

**GRACIAS POR SU COLABORACION**

## **B. MANUAL DEL ENCUESTADOR**

### **ENCUESTA PARA DETERMINAR EL PERFIL DEL TURISTA QUE VISITÓ LOJA**

Toda la información proporcionada por Usted es estrictamente confidencial; por lo tanto, no se difundirá en forma individual, ni tampoco podrá utilizarse para fines tributarios u otros que no sean estadísticos. Desde ya agradecemos su valiosa colaboración.

#### **a. DATOS DE LA ENCUESTA**

##### **1. No. De formulario**

Se colocará el número de encuesta.

##### **2. Lugar de aplicación**

1. Aeropuerto
2. Terminal terrestre
3. Movilidad Propia

#### **b. INFORMACIÓN GENERAL**

##### **3. Cuál es su edad:**

Se colocará la edad de los encuestados para tener mejores resultados

##### **4. Cuál es su Nacionalidad:**

- |                |                    |
|----------------|--------------------|
| 1. Ecuatoriana | 9. Colombiana      |
| 2. Alemana     | 10. Española       |
| 3. Argentina   | 11. Estadounidense |
| 4. Australiana | 12. Francesa       |
| 5. Belga       | 13. Inglesa        |
| 6. Canadiense  | 14. Italiana       |
| 7. Chilena     | 15. Koreana        |
| 8. China       | 16. Peruana        |

##### **5. Cuál es su género:**

- |             |              |
|-------------|--------------|
| 1. Femenino | 2. Masculino |
|-------------|--------------|

**6. Estado Civil:**

- |                 |                |
|-----------------|----------------|
| 1. Soltero/a    | 4. Viudo/a     |
| 2. Casado/a     | 5. Unión libre |
| 3. Divorciado/a |                |

**7. Cuál es su país de residencia:**

- |              |                    |
|--------------|--------------------|
| 1. Ecuador   | 9. China           |
| 2. Alemania  | 10. España         |
| 3. Argentina | 11. Estados Unidos |
| 4. Australia | 12. Francia        |
| 5. Bélgica   | 13. Inglaterra     |
| 6. Canadá    | 14. Italia         |
| 7. Colombia  | 15. Korea          |
| 8. Chile     | 16. Perú           |

**8. Cuál es su ciudad de residencia (sólo Ecuatorianos)**

- |                   |                |
|-------------------|----------------|
| 1. Alamor         | 24. Guaysimi   |
| 2. Amaluza        | 25. Huaquillas |
| 3. Ambato         | 26. Ibarra     |
| 4. Balsas         | 27. Lago Agrio |
| 5. Cariamanga     | 28. Landangui  |
| 6. Catacocha      | 29. Latacunga  |
| 7. Catamayo       | 30. Los Ríos   |
| 8. Celica         | 31. Lucero     |
| 9. Cera           | 32. Lujinuma   |
| 10. Chaguarpamba  | 33. Macará     |
| 11. Changaimina   | 34. Machachi   |
| 12. Chuquiribamba | 35. Machala    |
| 13. Cuenca        | 36. Malacatos  |
| 14. Durán         | 37. Mangahurco |
| 15. El Cisne      | 38. Manta      |
| 16. El Pangui     | 39. Manú       |
| 17. El Tambo      | 40. Nambacola  |
| 18. Gonzanamá     | 41. Orianga    |
| 19. Gualaceo      | 42. Otavalo    |
| 20. Gualaquiza    | 43. Palanda    |
| 21. Gualiel       | 44. Pindal     |
| 22. Guaranda      | 45. Piñas      |
| 23. Guayaquil     | 46. Potrerillo |

- |                             |                |
|-----------------------------|----------------|
| 47. Quevedo                 | 60. Tena       |
| 48. Quilanga                | 61. Vilcabamba |
| 49. Quinara                 | 62. Yacuambi   |
| 50. Quito                   | 63. Yangana    |
| 51. Riobamba                | 64. Yantzatza  |
| 52. San Pedro de la Bendita | 65. Zahuayco   |
| 53. Santa Rosa              | 66. Zamora     |
| 54. Santiago                | 67. Zapotillo  |
| 55. Santo Domingo           | 68. Zaruma     |
| 56. Salinas                 | 69. Zumba      |
| 57. Saraguro                | 70. El Coca    |
| 58. Sozoranga               | 71. Esmeraldas |
| 59. Taxiche                 | 72. Sacapalca  |

**9. Día de arribo:**

Se colocará la fecha exacta de llegada del turista, luego será medida conforme a los datos obtenidos.

**10. Día de salida:**

Se colocará la fecha exacta de salida del turista, luego será medida conforme a los datos obtenidos.

**11. Cuál es su situación ocupacional:**

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. Cuál es su nivel de instrucción:**

1. Ninguna
2. Primaria
3. Secundaria
4. Superior
5. Postgrado

**13. Cuáles son sus ingresos brutos mensuales aproximados**

- |                  |                   |
|------------------|-------------------|
| 1. De 318 a 500  | 4. De 1101 a 1400 |
| 2. De 501 a 800  | 5. De 1400 a más  |
| 3. De 801 a 1100 | 6. Menos de 318   |

**c. DATOS DEL VIAJE TURÍSTICO**

**14. Cuántas veces ha estado en Loja antes de esta visita:**

- |                   |              |
|-------------------|--------------|
| 1. Primera vez    | 15. c/3años  |
| 2. Diario         | 16. c/4años  |
| 3. Semanal        | 17. 1 vez    |
| 4. Quincenal      | 18. 2 veces  |
| 5. Mensual        | 19. 3 veces  |
| 6. Bimestral      | 20. 4 veces  |
| 7. Trimestral     | 21. 5 veces  |
| 8. Semestral      | 22. 6 veces  |
| 9. Anual          | 23. 7 veces  |
| 10. 2 a la semana | 24. 8 veces  |
| 11. 3 a la semana | 25. 10 veces |
| 12. 3 al año      | 26. 12 veces |
| 13. 5 al año      | 27. 15 veces |
| 14. c/2años       |              |

**15. Cuántas noches estuvo en Loja durante este viaje:**

Se colocará el número de noches exacto que pernoctó en la ciudad.

**16.Cuál fue el principal motivo de este viaje:**

1. Vacación, recreo y ocio
2. Visitas a familiares o amigos
3. Educación y formación
4. Atención médica y de salud
5. Religión y peregrinaciones
6. Compras
7. Tránsito
8. Negocios y motivos profesionales remunerados
9. Negocios y motivos profesionales (no remunerados)
10. Reuniones, eventos y congresos
11. Trámites Personales

**17. Qué lugares turísticos de la ciudad de Loja visitó:**

17.1. Parque Nacional Podocarpus

1. Si

2. No

17.2. Jardín Botánico Reinaldo Espinoza

1. Si

2. No

17.3. Parque Recreacional Jipiro

1. Si

2. No

17.4. Parque Ecológico Orillas del Zamora

1. Si

2. No

17.5. Parque Pucará Podocarpus

1. Si

2. No

17.6. Parque Lineal La Tebaida

1. Si

2. No

17.7. Parque Daniel Álvarez Burneo

1. Si

2. No

17.8. Parque Orillas del Zamora

1. Si

2. No

17.9. Parque Zamora Huayco

1. Si

2. No

17.10. Iglesia y Plaza de San Juan del Valle

1. Si

2. No

17.11. Iglesia Catedral y Plaza Central

1. Si

2. No

17.12. Iglesia de San Francisco y Plaza de la Federación de Loja

1. Si

- 2. No
- 17.13. Iglesia y Plaza de Santo Domingo
  - 1. Si
  - 2. No
- 17.14. Templo el Pedestal
  - 1. Si
  - 2. No
- 17.15. Santuario Eucarístico San Sebastián
  - 1. Si
  - 2. No
- 17.16. Plaza de la Independencia
  - 1. Si
  - 2. No
- 17.17. Principales Monumentos
  - 1. Si
  - 2. No
- 17.18. Museo del Banco Central
  - 1. Si
  - 2. No
- 17.19. Museo Matilde Hidalgo de Procel
  - 1. Si
  - 2. No
- 17.20. Museo de la Música
  - 1. Si
  - 2. No
- 17.21. Museo de las Madres Conceptas
  - 1. Si
  - 2. No
- 17.22. Museo de Arte Religioso San Juan del Valle
  - 1. Si
  - 2. No
- 17.23. Museo de la Lojanidad
  - 1. Si
  - 2. No
- 17.24. Museo de Arte Puerta de la Ciudad
  - 1. Si
  - 2. No

- 17.25. Puerta de la Ciudad
1. Si
  2. No
- 17.26. Centro Histórico Ciudad de Loja
1. Si
  2. No
- 17.27. Centro Comercial Reina del Cisne
1. Si
  2. No
- 17.28. Universidad Técnica Particular de Loja
1. Si
  2. No
- 17.29. Romería de la Virgen del Cisne
1. Si
  2. No
- 17.30. Santuario del Cisne
1. Si
  2. No
- 17.31. Cerámicas del Barrio Cera
1. Si
  2. No
- 17.32. San Lucas
1. Si
  2. No
- 17.33. Santiago
1. Si
  2. No
- 17.34. Vilcabamba
1. Si
  2. No
- 17.35. Malacatos
1. Si
  2. No
- 17.36. Santuario Diocesano de Malacatos
1. Si
  2. No
- 17.37. Sendero Ecológico Caxarumi

1. Si

2. No

17.38. Proyecto Eólico Villonaco

1. Si

2. No

17.39. Parque Bolívar

1. Si

2. No

17.40. Universidad Nacional de Loja

1. Si

2. No

17.41. Feria

1. Si

2. No

17.42. Castillos

1. Si

2. No

**18. Qué medio de transporte utilizó para llegar a la ciudad**

1. Transporte público

4. Transporte aéreo

2. Movilidad propia

5. Caminando

3. Movilidad alquilada

**19. Con quién viajó:**

1. Solo

2. Acompañado

Aquí se especifica la cantidad de adultos y niños

2.1. Adultos

2.2. Niños

**20. Indique el número de noches según el tipo de alojamiento que utilizó en su visita a la ciudad:**

Se colocará el número exacto de noches que pernoctó cuando haya utilizado el alojamiento respectivo.



**23. Cuál es el total de noches que se quedó incluyendo todas las ciudades visitadas:**

Se colocará el número de noches exacto que pernoctó en todas las ciudades incluyendo Loja.

**24. Cuál fue el gasto total realizado en este viaje:**

Se colocará el monto aproximado que gastó.

**25. Cómo financió este viaje:**

1. Con su propio dinero o del hogar donde reside
2. Pagado por una institución
3. Los dos anteriores
4. Desconoce quién lo financió

**26. Cómo organizó su viaje**

1. Paquete turístico comprado a una agencia de viajes en la ciudad de residencia.
2. Paquete turístico comprado a una agencia de viajes en la ciudad de visita
3. El viaje lo organizó por cuenta propia sin usar paquete turístico

**27. Qué tipo de servicios comprendió el paquete turístico comprado**

27.1. Alojamiento

1. Si
2. No

27.2. Transporte de venida

1. Si
2. No

27.3. Transporte de retorno

1. Si
2. No

27.4. Alimentos y Bebidas

1. Si
2. No

27.5. Tours

1. Si
2. No

27.6. Traslado dentro/fuera

1. Si
2. No

27.7. Seguro

1. Si

2. No

27.8. Otros

1. Si

2. No

**28. En este viaje Cuál fue el gasto en cada artículo/servicio?**

Se colocará el monto aproximado que gastó cuando haya utilizado el servicio respectivo.

**Paquete Turístico:**

**Alojamiento:**

28.1. Hotel o similar

1. Si

2. No

28.2. Casa, apartamento o camping

1. Si

2. No

28.3. Otro (especificar)

1. Si

2. No

**Transporte interno:**

28.4. Alquiler de vehículo

1. Si

2. No

28.5. Gasolina o combustible

1. Si

2. No

28.6. Peajes

1. Si

2. No

28.7. Otros servicios de transporte

1. Si

2. No

**Alimentos y bebidas:**

28.8. En restaurantes

1. Si

2. No

28.9. Fuera de restaurantes

1. Si

2. No

**Servicios culturales:**

28.10. Servicios deportivos o recreacionales

1. Si

2. No

28.11. Souvenirs, regalos y artesanías

1. Si

2. No

28.12. Otros (lavandería, peluquería)

1. Si

2. No

**Otros gastos previos al viaje**

28.13. Bienes

1. Si

2. No

28.14. Servicios

1. Si

2. No

28.15. Otros gastos relacionados al viaje

1. Si

2. No