



DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Verónica Geoconda Quezada Cañizares

CC 172458265-3



CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Verónica Geoconda Quezada Cañizares alumna de la Escuela de Administración Turística y Hotelera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

CC 172458265-3



AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, porque gracias a él he podido terminar una etapa más en mi vida.

Gracias a su protección, fortaleza y amor que me ha brindado para levantarme en los momentos difíciles y me ha enseñado que nada es imposible, que con esfuerzo y valentía todo se puede lograr. A mis PADRES, que siempre han estado con su ayuda oportuna y me han enseñado el verdadero valor de la generosidad, solidaridad y amor, gracias a todos los principios y valores que me han enseñado es que he podido siempre seguir el camino correcto.

A mis amigos con los cuales compartí muchos momentos agradables e inolvidables, tristezas, alegrías triunfos y fracasos gracias por toda esa paciencia que han tenido hacia mí nunca los voy a olvidar ya que con ellos he aprendido cosas buenas y malas y sé que contare con su amistad para siempre.

Una amistad que se consiguió en unas aulas pero que perdurara toda una vida.

GRACIAS AMIGUIS!!!!



DEDICATORIA

Al haber culminado mis estudios universitarios, aunque ha sido fuerte lo he logrado y hoy estoy dando un paso muy importante en mi vida, con empeño, dedicación, confianza, honradez y esfuerzo, estos principios me han ayudado para todo lo que he podido obtener hasta este momento y lo tendré presente en lo que me falta por conseguir a lo largo del tiempo ya que será satisfactorio en mi vida.

Por este motivo el presente proyecto va dedicado a mis padres los cuales fueron el motor principal en mi vida, gracias a su presencia he podido llegar a culminar mis estudios con éxito puesto que depositaron su confianza en mí, gracias por sus consejos, sus palabras de aliento, por levantarme si un día llegue a caer sin ustedes PAPITOS no hubiese llegado a estar donde estoy.

GRACIAS



INDICE GENERAL	PAG
• PORTADA	
• CARATULA	
• DECLARACION DE APROBACION DE TUTOR Y LECTOR.....	ii
• DECLARATORIA.....	iii
• CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
• AGRADECIMIENTO.....	v
• DEDICATORIA.....	vi
• INDICE GENERAL.....	vii
• INDICE DE FIGURAS.....	ix
• INDICE DE TABLAS.....	xi
• RESUMEN EJECUTIVO.....	xiii
• ABSTRACT.....	xiv
CAPITULO I.....	1
1. Introducción.....	1
1.1 Antecedentes.....	2
1.2 Contexto.....	3
1.2.1 Historia de la Provincia de Loja.....	3
1.2.2 Generalidades Provincia de Loja.....	4
1.2.3 Atractivos Turísticos de la Provincia de Loja.....	5
1.2.4 Historia de la Ciudad de Loja.....	5
1.2.5 Generalidades de la Ciudad de Loja.....	6
1.3 Justificación.....	7
1.4 Definición del Problema Central.....	9
CAPÍTULO II.....	11
2. Análisis de involucrados.....	11
2.1 Mapeo de Involucrados.....	11



2.2 Matriz de Análisis de Involucrados.....	12
CAPÍTULO III.....	14
3. Problemas y objetivos	14
3.1 Árbol de Problemas.....	14
3.2 Árbol de Objetivos.....	15
CAPÍTULO IV	16
4. Análisis de alternativas	16
4.1 Matriz de Análisis de Impacto de Objetivos.....	16
4.2 Diagrama de estrategias.....	19
4.4 Marco Lógico.....	20
CAPÍTULO V.....	21
5. Propuesta.....	21
5.1 Antecedentes	21
5.1.1 Difusión.....	21
5.1.2 Video.....	22
5.1.2.1 Tipos de videos	23
5.2 DESCRIPCIÓN	25
5.2.1 Contenido.....	27
5.2.2 Atractivos turísticos de la ciudad de Loja.....	28
5.3 Formulación del Proceso de Aplicación de la Propuesta	31
CAPÍTULO VI.....	40
6. Aspectos económicos.....	40
6.1 Recursos	40
6.2 Presupuesto	41
6.3 Cronograma.....	43
CAPÍTULO VII	44
7. Conclusiones y Recomendaciones	44
7.1 Conclusiones	44
7.2 Recomendaciones	45



• BIBLIOGRAFÍA.....	48
• ANEXOS.....	50
FIGURAS	52

INDICE DE FIGURAS

Figura Nª 1

Definición del Problema Central.....	9
--------------------------------------	---

Figura Nª 2

Mapeo de Involucrados	11
-----------------------------	----

Figura Nª 3

Árbol de Problemas.....	14
-------------------------	----

Figura Nª 4

Árbol de Objetivos.....	15
-------------------------	----

Figura Nª 5

Diagrama de Estrategias.....	19
------------------------------	----

Figura Nª 6

Rio del Parque Jipiro.....	52
----------------------------	----

Figura Nª 7



Parque Jipiro52

Figura Nª 8

Puerta de la Ciudad.....53

Figura Nª 9

Laguna de la Daniel Álvarez.....53

Figura Nª 10

Estatuas del parque Jipiro.....54

Figura Nª 11

Iglesia del Valle.....54

Figura Nª 12

Reloj de San Sebastian55

Figura Nª 13

La Catedral55

Figura Nª 14

Romeria de la Virgen del Cisne.....56

Figura Nª 15

Caminata de la Virgen Del Cisne hacia la ciudad de Loja.....56

Figura Nª 16



Estatuas de Saraguro.....	57
Figura N° 17	
Preparación del Guarapo.....	57
Figura N° 18	
La ciudad de Loja en la noche.....	58

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1

Generalidades Provincia de Loja.....	4
--------------------------------------	---

Tabla N° 2

Generalidades de la Ciudad de Loja.....	6
---	---

Tabla N° 3

Matriz de Análisis de Involucrados.....	16
---	----

Tabla N° 4

Marco Lógico.....	20
-------------------	----

Tabla N° 5

Atractivos Turísticos Ciudad de Loja.....	28
---	----

Tabla N° 6



Talento Humano.....40

Tabla N° 8

Recursos Técnicos.....40

Tabla N° 9

Recursos Materiales.....41

Tabla N° 10

Presupuesto.....41



RESUMEN EJECUTIVO

En el presente proyecto los antecedentes descritos en la primera parte son obtenidos de otras tesis realizadas por estudiantes de distintas Universidades del país y que son consideradas al presente tema del proyecto realizado con la finalidad que la ciudad de Loja sea reconocida como un lugar turístico más del país por turistas nacionales y extranjeros donde pueden disfrutar de una hermosa estancia rodeados de belleza natural y cultural, sus parques, monumentos, plazas y su gente son la mejor alternativa para pasar unos excelentes días de descanso, la gastronomía típica del lugar es perfecta para cualquier paladar que lo quiera probar y así quedaran encantados con el sabor que lo ponen al momento de prepararlos, fue realizado por medio de una investigación de campo física donde se detectó todos los inconvenientes que presenta como por ejemplo la infraestructura de los atractivos turísticos están deteriorados, sus parques abandonados, etc. A la vez también se realizó encuestas donde arrojaron que la mayoría de habitantes de la ciudad de Quito no conocen la ciudad de Loja como un lugar turístico más, por esta razón es la mayor demanda para la ciudad

Los resultados que se espera es la afluencia de turistas hacia la ciudad así se incrementara las fuentes de trabajo y una mayor economía para los pobladores y que también sea reconocida a nivel mundial

En conclusión se llega que la ciudad de Loja tiene mucho por ofrecer a turistas nacionales y extranjeros con la ayuda de los habitantes y Autoridades se podrá promocionar para que tenga un mayor reconocimiento a nivel turístico.



ABSTRACT

In this project the background described in the first part are obtained from other theses by students from different universities in the country and are considered to present project topic made in order that the city of Loja be recognized as more of a tourist spot country for domestic and foreign tourists where they can enjoy a beautiful room surrounded by natural beauty and culture , parks , monuments, squares and its people are the best alternative for a few great days of rest, the typical gastronomy of the place is perfect for any palate who wants to try and so will be delighted with the taste that put the time to prepare , was conducted by a physical field research which detect all the drawbacks such as the infrastructure of the tourist attractions are impaired , abandoned parks , etc. . While also conducted surveys which showed that the majority of inhabitants of the city of Quito not know the city of Loja as a tourist but for this reason is the increased demand for city.

The results expected is the influx of tourists to the city and will increase the jobs and greater economy for the people and is also recognized world wide.

In conclusion you come to the city of Loja has much to offer to domestic and foreign tourists with the help of residents and authorities may promote to have a greater recognition at the resor



CAPITULO I

1. Introducción

Loja siendo una ciudad, muy rica en recursos naturales y culturales ofreciendo a todo turista una estancias acogedora.

Se realizó una propuesta que consiste en elaborar un video interactivo de atractivos turísticos y gastronómicos, con el propósito de brindar una herramienta eficaz y sencilla, lo cual permitirá que el turista nacional y extranjero se familiarice con los principales atractivos turísticos, tradiciones, celebraciones, lugares de hospedaje, alimentación entre otras.

La propuesta tiene como finalidad mostrar la riqueza natural y cultural de la ciudad, además de aportar al desarrollo del turismo de la zona y contribuir a mejorar el nivel de vida de su población.

El proyecto consta de siete componentes desarrollados a manera de capítulos, en el primero se encuentra la justificación, problema de investigación, es decir la problemática que se pretende resolver, en el segundo se halla el análisis de involucrados donde se expone que son los turistas, habitantes y autoridades que fortalecen el desarrollo del proyecto, en el tercer capítulo se expone el árbol de problemas y el árbol de objetivos, en el cuarto capítulo se encuentra el análisis de alternativas, diagrama de estrategias y el marco lógico, en el capítulo quinto se plantea la propuesta alternativa fundamentada en la investigación en donde se desarrolla el CD Interactivo, descripción y formulación del proceso, en el capítulo seis se propone los recursos, presupuesto y cronograma y por último el capítulo siete plantean las conclusiones y recomendaciones de la parte investigativa.



1.1 Antecedentes

Autoras: Janina Tatiana Ramón Bravo, Neivy María Solano Sarango

Tema: Corredor Turístico Virtual de la Provincia de Loja

Año: 2009

Institución: Universidad Particular de Loja.

Conclusiones: Loja es poseedora de lugares turísticos, los cuales son un punto de atracción e importancia que favorece a los pobladores.

Autor: Gualán Chalán María Ester

Tema: Investigación y Puesta en Valor de los Recursos Gastronómicos del Ecuador, del Cantón Yacuambi, Provincia de Zamora Chinchipe

Año: 2010

Institución: Universidad Técnica Particular de Loja.

Conclusiones: Los diferentes lugares turísticos que existen en el Ecuador tienen mucho por ofrecer y conocer, tanto como sus costumbres, tradiciones y demás variedades inigualables lo que lo convierte en un país multiétnico.

Autoras: Martha Camacho Duran, Maritza Landázuri Ordeñes

Tema: Investigación y puesta en valor cultural de los recursos Gastronómicos de la ciudad de Loja

Año: 2010



Institución: Universidad Técnica Particular de Loja.

Conclusiones: La Gastronomía es inconfundible, propia de su lugar de origen al momento de la preparación la gente le añade ese toque mágico que lo hace único y preferencial para el turista Nacional y Extranjero.

Autoras: Rojas Landacay Diana Esperanza, Gonzales Cecilia de los Ángeles

Tema: Propuesta de Adecuación y Señalización del Sendero Turístico Intervalles de las Parroquias Surorientales de Malacatos, San Pedro de Vilcabamba y Vilcabamba del Cantón Loja, Provincia de Loja

Año: 2011

Institución: Universidad Particular de Loja.

Conclusiones: La señalización en las carreteras es muy importante puesto que ayuda al turista a orientarse de mejor manera y llegar a los atractivos turísticos que ofrece el Ecuador.

1.2 Contexto

1.2.1 Historia de la Provincia de Loja

Según documentos que revelan con autenticidad la historia de la provincia de Loja, se sabe que tuvo dos fundaciones, ambas realizadas por el Capitán Alonso de Mercadillo, quien fundó también Zaruma y Zamora. La primera fundación fue en 1546, en el valle de Garrochamba hoy Catamayo; la segunda en el valle de Cuxibamba con el nombre de La Inmaculada Concepción de Loja, el ocho de diciembre de 1548. El virrey don Andrés Hurtado de Mendoza dice en su memoria al Rey de España: El Capitán Alonso de Mercadillo acompañado de Hernando de



Benavente, nacido en Zamora (España), por encargo de Don Pedro de la Gasca fundó la provincia de Loja, por ser la costumbre de los conquistadores de dar el nombre de su tierra nativa a las ciudades que fundaban. En el año de 1548 y como queda dicho en el valle de Cuxibamba donde ahora está, primero se había poblado en otro asiento y valle de es Cangochamba y Garrochamba (hoy Valle de Catamayo), pero por ser tierra caliente y no tan fértil como el valle donde ahora ésta se mudó y reedificó Historia de Loja y su Provincia de Pío Jaramillo Alvarado. [Pablo Palacios, 2005]

1.2.2 Generalidades Provincia de Loja

Tabla No. 1

Capital: Loja	Habitantes: 384.698 (Censo 2010)	Superficie: 11.300 km
Límites: al Norte con la provincia del Azuay, al Sur está con la República del Perú, al Este con la Provincia de Zamora Chinchipe y al Oeste con la Provincia del Oro.	Cantones: Calvas, Catamayo, Celica, Chaguarpamba, Espindola, Gonzanama, Loja, Macara, Olmedo, Paltas Pindal, Puyango, Quilanga, Saraguro, Sozoranga, Sapolillo	Clima: Tropical seco se sitúa entre los 15° y 25° de latitud
Hidrografía: está regado por numerosos ríos como Alamor, Malacatos, Macará, Calvas y Zamora.	Topografía: irregular donde predominan fuertes pendientes, situación que influye sobre la aptitud de los suelos y constituye uno de los principales limitantes para el desarrollo agropecuario.	Orografía: se destacan el volcán Fierro-Urcu (3.788 m), el volcán Villonaco (2.950 m) y el Coposo (2.600 m).

Fuente: Custodio Antonio Ángel, 2002

Investigación de Campo por: Verónica Quezada



1.2.3 Atractivos Turísticos de la Provincia de Loja

Entre los atractivos turísticos más destacados de la Provincia de Loja están:

El Cisne: los lojanos en su mayoría son devotos de la Virgen de El Cisne, y en su honor se realiza la más importante fiesta Religiosa y Comercial del Sur de Ecuador. La Imagen de la Virgen María se encuentra en una pequeña población la belleza de la majestuosa iglesia contrasta con las pequeñas casas de estilo colonial que la rodean.

Célica: Brinda al visitante la oportunidad de conocer el pasado a través de los restos de culturas preincaicas en el Conjunto Arqueológico de Quillusara, uno de los más importantes y representativos de la provincia de Loja.

Saraguro: La comunidad indígena más importante del sur del Ecuador mantiene vivas las tradiciones y cultura ancestral. Ahora brinda al turista nacional y extranjero la oportunidad de compartir con ellos de su estilo de vida.

Vilcabamba: Esta área es considerada como un centro ornitológico a nivel mundial, por la gran cantidad de aves que se puede observar, algunas de ellas endémicas es considerado el descubrimiento más representativo en los últimos años, sus habitantes llegan a edades mayores.

1.2.4 Historia de la Ciudad de Loja

La ciudad de Loja fue fundada en el valle de Garrochamba (Valle de Catamayo) en 1546, con el nombre de La Zarza, bajo orden del General Gonzalo Pizarro el 8 de diciembre del mismo año el General Pizarro mandó fundar Loja con la intención de tener una ciudad fortaleza equidistante de las poblaciones en las que se había encontrado oro durante su época de llegó a tener tanta



importancia como Quito o Guayaquil al ser la ciudad donde iban los recursos de las minas de oro que la rodeaban y al ser el eje económico de su área de influencia.

Esta ciudad es nombrada como LOJA. Se asentó presumiblemente sobre una ciudad de los nativos americanos preexistentes. Los pobladores de este valle se denominaban "Paltas" o al menos con esa denominación les reconocieron los conquistadores españoles.

Loja fue un punto de partida para la cuenca del Amazonas y la región del Dorado para los conquistadores españoles. Declaró su independencia de España el 18 de noviembre de 1820. Es la primera ciudad del Ecuador en contar con energía eléctrica en el año de 1897. Durante la Guerra peruano-ecuatoriana fue un punto clave, sin embargo terminó siendo bombardeada por la fuerza aérea peruana. Después Loja tuvo un gran crecimiento, respecto a otras ciudades de Ecuador. [Esther Galera, 2000]

1.2.5 Generalidades de la Ciudad de Loja

Tabla No. 2

Habitantes: 384.698 (Censo 2010)	Superficie: 2.968km	Clima: Templado
Límites: al Norte Cantón Saraguro, al Sur está la provincia de Zamora Chinchipe, al Este está de igual manera la provincia de Zamora Chinchipe y Oeste el Oro, cantones de Catamayo, Gonzanama,	Economía: La ciudad de Loja es la séptima mayor contribuyente al fisco según recaudación de impuesto a la renta con 8.637 miles de dólares para las arcas del estado.	Flora: Está representada por coníferas, helechos, orquídeas, sauces, la cascarilla. Fauna: Es muy diversa, existe ganado vacuno, lanar, porcino, equino.



<p>Hidrografía: La red hidrográfica es numerosa, representada por cursos de agua sencillos: Al sur-este de la carta se hallan los ríos Zamora, Malacatos San Francisco, Trapichillo, Tambo Blanco, de los Corazones, La Merced, Peñas Encantadas.</p>	<p>Topografía: La difícil topografía de la ciudad determina que las tierras aptas para la agricultura se sitúen en los pequeños valles que posee la ciudad de Loja, 110.000 se han destinado a cultivos.</p>	<p>Orografía: Forma parte del volcanismo antiguo, atravesado de Norte a Sur, por la Cordillera Oriental, que lo convierte a la provincia en el relieve más irregular del País, da lugar al apareamiento de mesetas, colinas con predominancia de las primeras.</p>
--	---	---

Fuente: Cordovez Carlos, 2002

Investigación de Campo por: Verónica Quezada

1.3 Justificación

Loja la castellana ciudad es el principal centro urbano, histórico y cultural de la Región Sur, está ubicada entre los ríos Zamora y Malacatos, conocida también como “Capital Musical del país”, ha sido cuna de grandes artistas, poetas y escritores que han cantado, descrito y mimado sus encantadores paisajes.

Es una ciudad modelo para todos, donde se puede realizar todo tipo de turismo desde el urbano, cultural, religioso, de aventura, ecoturismo, gastronómico hasta de salud, por lo que se propone realizar un video interactivo que resalte y promocióne los atractivos naturales y culturales de esta

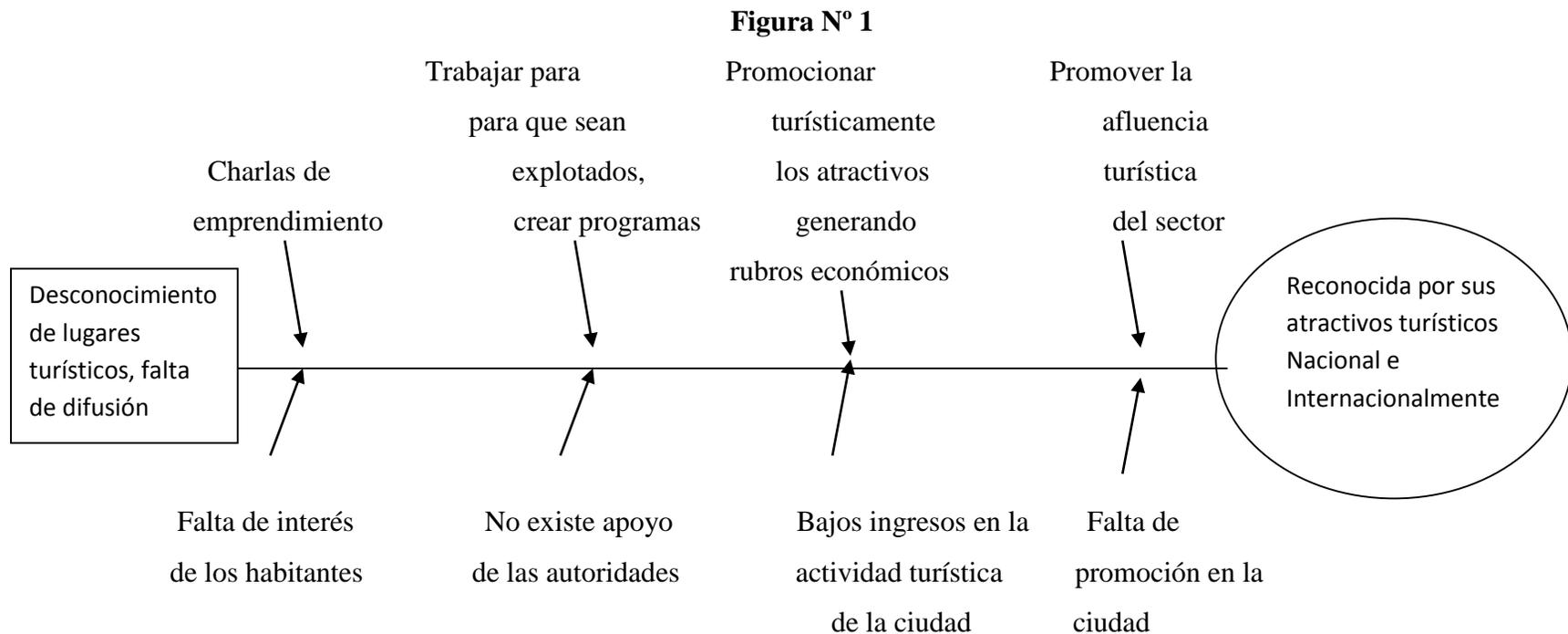


espléndida ciudad, captando el interés, admiración y motivación de futuros turistas por conocerla.

También, se pretende fomentar el turismo en el lugar, logrando ingresos adicionales a beneficio de sus habitantes, de igual manera para los propietarios de hoteles, discotecas y restaurantes.

La presente propuesta pretende valorar e incentivar a la población sobre los recursos naturales y culturales de su ciudad, con conocimientos de cada atractivo turístico que posee.

1.4 Definición del Problema Central



Investigación de Campo por: Verónica Quezada



Loja conocida como la “ciudad de la música” es un esbelto lugar para unos maravillosos días rodeados de naturaleza, patrimonio y cultura, también donde se puede disfrutar de una gran variedad gastronómica.

Existe la falta de interés de los habitantes, esto ocasiona que los turistas Nacionales y Extranjeros no conozcan el verdadero significado de cada uno de los atractivos turísticos, para que los pobladores tomen conciencia se necesita charlas de emprendimiento hacia ellos para que tomen en cuenta las maravillas que poseen.

No existe el apoyo de Autoridades y lo que se necesita es trabajar en conjunto para que sean explotados los atractivos turísticos creando programas de turismo y así todos se puedan informar de los lugares que cuenta.

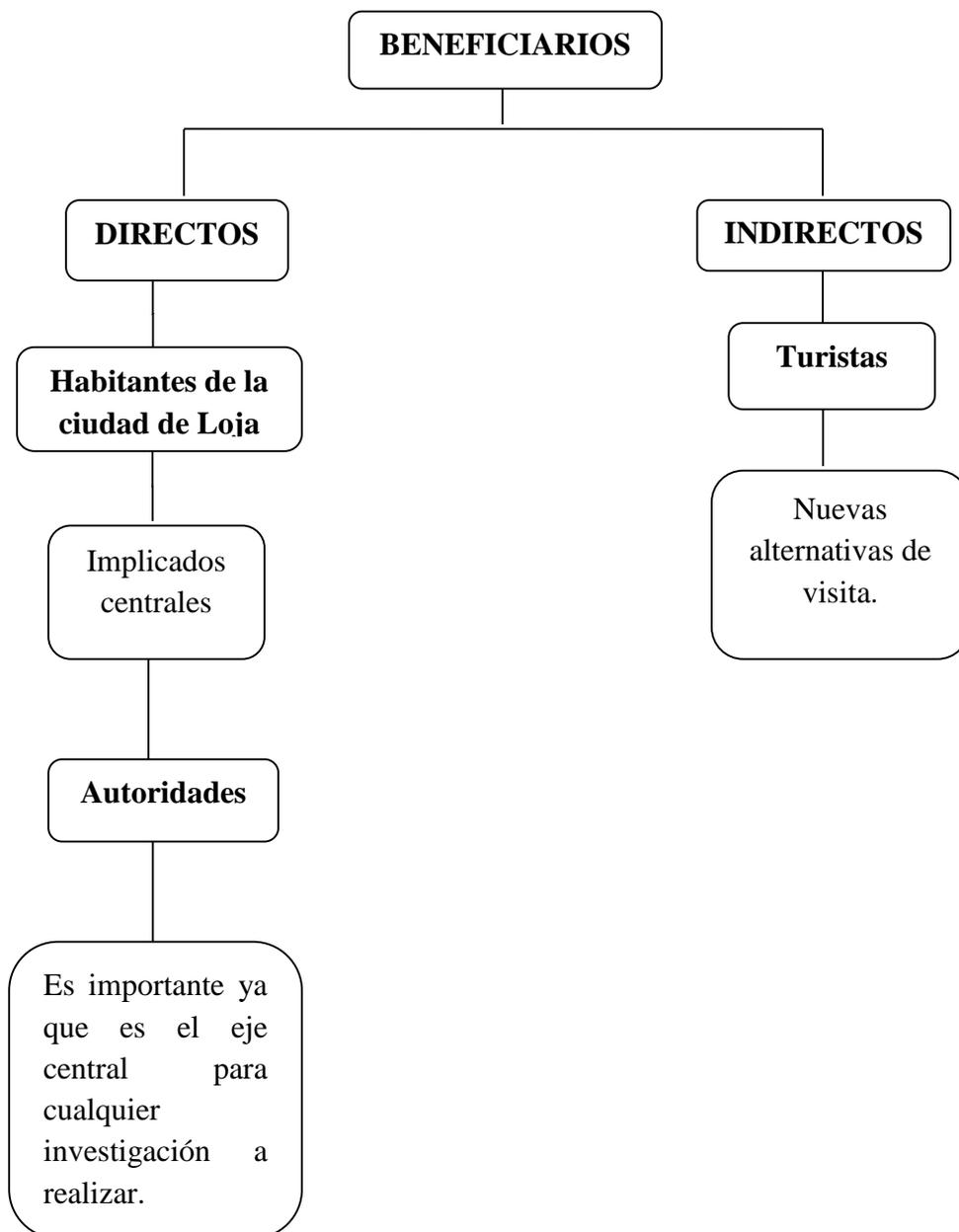
En el lugar mencionado existen bajos ingresos hacia la ciudad debido a que no hay una correcta explotación de los lugares turísticos de la cual se podría obtener mayores rubros económicos

La falta de promoción turista hace que los habitantes y turistas tengan una visión espontanea del lugar, para que esto no exista se deberá promover la afluencia turística en el sector.

CAPÍTULO II

2. Análisis de involucrados

2.1 Mapeo de Involucrados



Investigación de Campo por: Verónica Quezada



2.2 Matriz de Análisis de Involucrados

Autores Involucrados	Interés sobre el Problema Central	Problemas Percibidos	Recursos Mandatos y Capacidades	Interés sobre el Proyecto	Conflictos Potenciales
Habitantes de la ciudad de Loja	Motivación	Falta de interés	Social Económico	Mayores ingresos para los habitantes	desorganización
Autoridades	Nuevas alternativas de ingresos	No existe apoyo	Político	Concientizar a las autoridades	Falta de promoción turística
Turistas	Mayores ingresos económicos	Desconocen de los atractivos turísticos	Financiero	Mejores destinos	No encuentran nuevas rutas

Investigación de Campo por: Verónica Quezada

Los habitantes de la ciudad de Loja no aprovechan sus bienes Naturales y Culturales no cuentan con una motivación sobre como explotar sus riquezas por la falta de interés de ellos, si esto no existiera tendrían relación social y económico generando mayores ingresos para los habitantes y minimizando la desorganización.

Las Autoridades no cuentan con nuevas alternativas de ingresos ya que no existe apoyo para crear programas de turismo y trabajar en conjunto con los habitantes y que se pueda crear un



avance político, concientizando que su ciudad tiene que ser difundida, minimizando la falta de promoción turística.

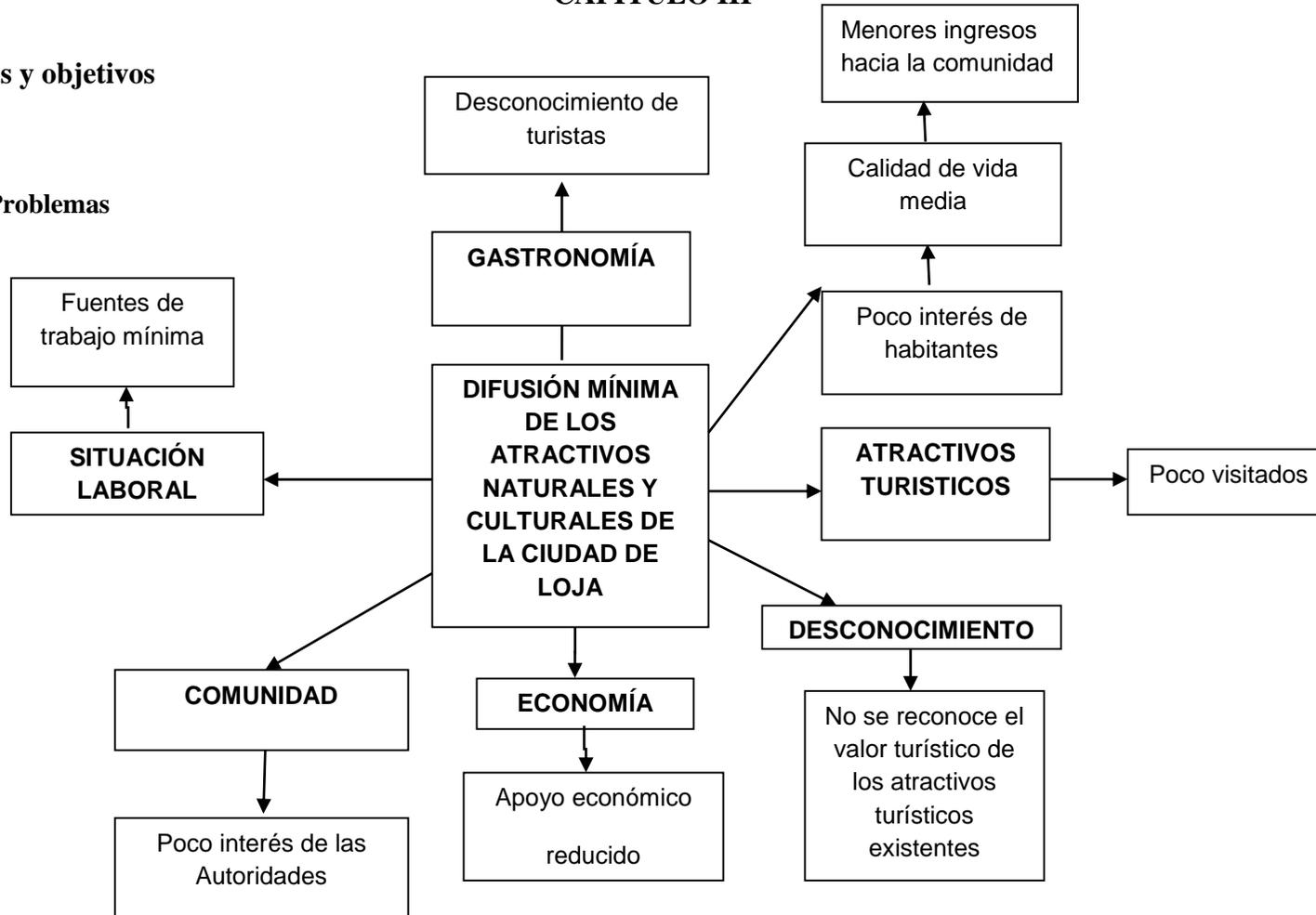
Con las nuevas alternativas de vista de turistas se generan mayores ingresos económicos, pero lamentablemente desconocen de todos los atractivos turísticos y esto hace que haya menor financiamiento para la ciudad, de igual manera podrán tener mejores rutas.

Los turistas Nacionales y Extranjeros desconocen de la gran variedad de gastronomía y atractivos turísticos por esta razón no encuentran nuevas rutas de destino

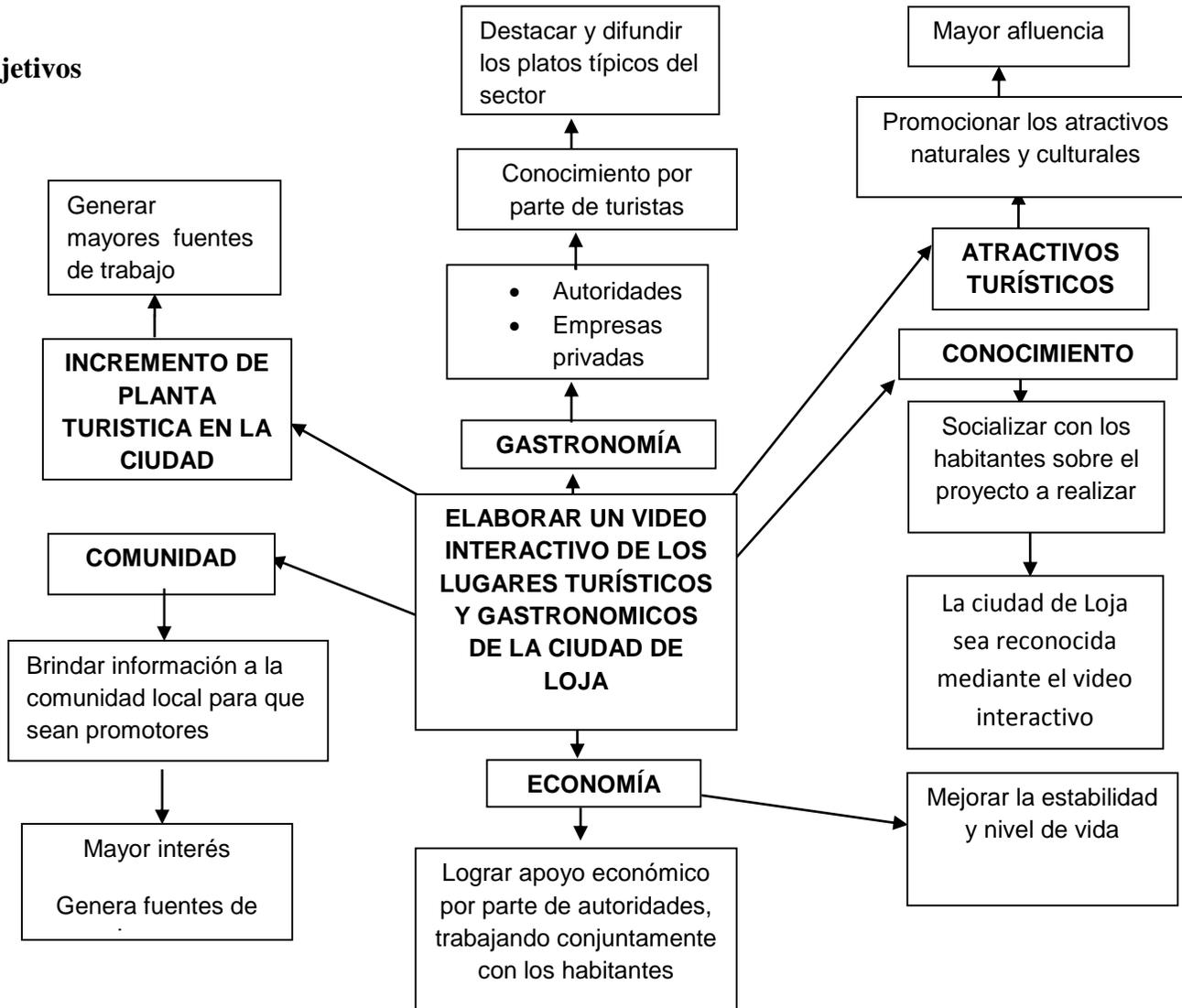
CAPÍTULO III

3. Problemas y objetivos

3.1 Árbol de Problemas



3.2 Árbol de Objetivos





CAPÍTULO IV

4. Análisis de alternativas

4.1 Matriz de Análisis de Impacto de Objetivos

Tabla No. 3

OBJETIVO	IMPACTO PROPÓSITO	IMPACTO TECNICO	IMPACTO FINANCIERO	IMPACTO SOCIAL	IMPACTO POLÍTICO	TOTAL	CATEGORIA
Difusión de los atractivos turísticos naturales y culturales	Afluencia de turistas a la ciudad de Loja 4	Mejorar la Infraestructura 2	Maximizar la economía 3	Verdadero significado de cada atractivo turístico 4	Despertar el interés de las Autoridades 4	17	ALTA
Orientar al turista para aumentar el flujo de los atractivos turísticos de dicha ciudad	Habitantes reconozcan y valoren sus riquezas turísticas 4	Desarrollo turístico 3	Desarrollo económico 3	Correcto uso de cada atractivo turístico 4	oportunidades de desarrollo para autoridades 3	17	ALTA



Involucrar a la ciudad en el desarrollo turístico	Llegar a ser reconocida a nivel Nacional e Internacional 5	Variedad sitios de distracción 4	Ingresos extras hacia los habitantes de la ciudad 4	Parte de un país mega diverso 3	Socializar gobierno y habitantes en mejoras para la comunidad 3	17	ALTA
Brindar al turista nuevas alternativas de turismo	Satisfacción de turistas con una variedad de servicios turísticos 5	Buenas carreteras para llegar a la ciudad 2	Nuevas fuentes de trabajo 2	Interacción cultural 3	Mejorar el desarrollo urbanístico 4	16	ALTA
TOTAL	18	12	10	14	13	67	

Investigación de Campo por: Verónica Quezada



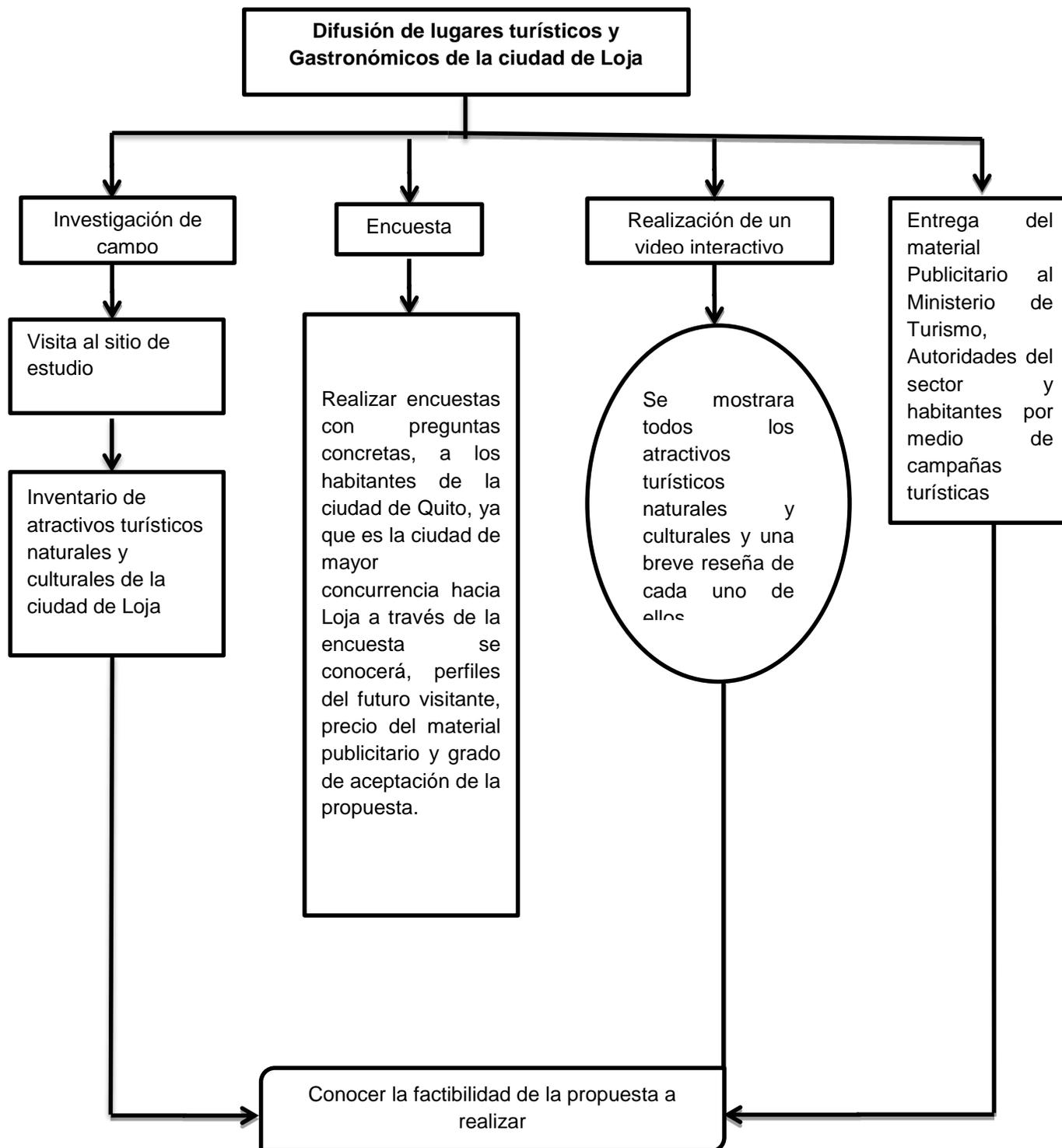
La difusión de los atractivos turísticos naturales y culturales provoca mayor afluencia de turistas a la ciudad mejorando la infraestructura de cada uno de ellos, permitiendo maximizar la economía, y también que sea una de las preferidas por turistas que conozcan el verdadero significado y que despierte el interés de las autoridades

Orientar al turista para aumentar el flujo de los atractivos turísticos de dicha ciudad con el valor que le darán los habitantes por sus riquezas turísticas, de esta forma se obtendrá desarrollo turístico y económico con el correcto uso y conociendo su verdadero significado, y de igual forma las autoridades tengan mayores oportunidades de desarrollo.

La ciudad de Loja está involucrada en el desarrollo turístico, y de esta forma llegar a ser reconocida Nacional e Internacionalmente con una infraestructura moderna para que haya ingresos extras hacia la ciudad y que la misma se parte de un país multiturístico socializando habitantes con turistas para la mejora de la comunidad

Brindando nuevas alternativas de turismo los visitantes se sentirán satisfechos manifestando una gran variedad de servicios turísticos con buenas carreteras a la accesibilidad a la ciudad, con la afluencia de turistas se abrirá nuevas fuentes de trabajo y de igual manera habrá una socialización entre turistas y habitantes mejorando el desarrollo urbanístico

4.2 Diagrama de estrategias.





4.4 Marco Lógico

Tabla No. 4

FINALIDAD Dar a conocer los atractivos turísticos Naturales y Culturales de la ciudad de Loja	INDICADORES Incremento en la economía turística en desarrollo de aéreas protegidas zoológicos plazas, parques	MEDIOS EN VERIFICACIÓN Desarrollo socio-económico	SUPUESTOS Apoyo mínimo en turismo
PROPÓSITO Con la finalidad de ser una ciudad reconocida Nacional e Internacionalmente	Conocimiento para turistas, habitantes y autoridades del lugar	Incremento de afluencia turística	Una ciudad menos visitada
COMPONENTES <ul style="list-style-type: none"> • Apoyo de Autoridades • Charlas de emprendimiento • Información actualizada 	Permitan la ejecución del proyecto a realizar y confirmar la factibilidad	Promocionar al lugar mediante la grabación de un video interactivo, con el fin que sea reconocida como un atractivo turístico del Ecuador por medio del Ministerio de Turismo y Autoridades	Financiamiento
ACTIVIDADES <ul style="list-style-type: none"> • Visitar el sector indicado (ciudad de Loja) • Involucrar a los habitantes • recopilación de información • Grabación del video promocional • Edición del video 	Recopilación de información que respalde el proyecto a realizar	<ul style="list-style-type: none"> • Resultados positivos • Compromiso laboral 	Convenios

Elaborado por: Verónica Quezada



CAPITULO V

5. Propuesta.

5.1 Antecedentes

Para desarrollar el proyecto de difusión de atractivos turísticos de la ciudad de Loja, se realizará un video interactivo donde se presenten los atractivos naturales y culturales que ofrece, por lo que en este punto se dará a conocer la difusión turística de cada uno de ellos, mediante un video interactivo

5.1.1 Difusión

Dentro del turismo cultural y natural uno de los aspectos más importantes es la difusión ya que de nada vale contar con proyectos turísticos de interés si éstos no se promocionan de forma adecuada. El desarrollo del turismo puede convertirse en un importante aliado para la promoción del patrimonio y concientizar a la sociedad de la importancia que tiene su conservación.

La difusión es una tarea de gran complejidad y de carácter multidisciplinario no se trata de ofrecer una formación de concientizar a las personas del turismo que tiene importancia dentro de la difusión tiene el respeto hacia el patrimonio

Continuar con los esfuerzos de Mercadeo y Publicidad masivos en los diferentes mercados la Autoridad de turismo, (ATP), presentó como estrategia de mercadeo la difusión del Turismo a nivel internacional en los últimos años.

Se presentó la difusión del turismo, mediante una campaña con nuevas herramientas, pretendiendo ayudar a dar continuidad al crecimiento turístico que registra, según las



estadísticas de turismo. La estrategia de mercadeo por medio de la campaña publicitaria, presenta una serie de comerciales que se utilizarán para la difusión

Turismo Tv, promueve destinos turísticos, informa con noticias y novedades del sector y fomenta la integración de los pueblos a través del conocimiento de diferentes culturas y sitios de interés llega con sus producciones a múltiples receptores a través de diferentes canales de difusión: Portal web, redes Web (Youtube, Facebook, Twitter) y televisión.

También diseña y produce planes de difusión a medida, participando con sus productos en otras emisoras, adecuándolos a diferentes formas de comunicación.

5.1.2 Video

Es la tecnología de la captación, grabación, procesamiento, almacenamiento, transmisión y reconstrucción por medios electrónicos digitales o analógicos de una secuencia de imágenes que representan escenas en movimiento. Conocido en la actualidad por casi todo el mundo, consiste en la captura de una serie de fotografías (en este contexto llamadas “fotogramas”) que luego se muestran en secuencia y a gran velocidad para reconstruir la escena original. Etimológicamente la palabra video proviene del verbo latino video, vides, videre, que se traduce como el verbo ‘ver’. Se suele aplicar este término a la señal de vídeo a modo de abreviatura del nombre completo de la misma. La tecnología de vídeo fue desarrollada por primera vez para los sistemas de televisión, pero ha derivado en muchos formatos para permitir



la grabación de vídeo de los consumidores y que además pueda ser visto a través de Internet. En algunos países se llama así también a una grabación de imágenes y sonido en

cinta magnética o en disco de láser (DVD), aunque con la aparición de estos últimos dicho término se identifica generalmente con las grabaciones anteriores

Inicialmente la señal de vídeo está formada por un número de líneas agrupadas en varios cuadros y estos a la vez divididos en dos campos portan la información de luz y color de la imagen. El número de líneas, de cuadros y la forma de portar la información del color depende del estándar de televisión concreto. La amplitud de la señal de vídeo es de 1Vpp

(1 voltio de pico a pico) estando la parte de la señal que porta la información de la imagen por encima de 0V y la de sincronismos por debajo el nivel de 0V. La parte positiva puede llegar hasta 0,7V para el nivel de blanco, correspondiendo a 0V el negro y los sincronismos son pulsos que llegan hasta -0,3V. En la actualidad hay multitud de estándares diferentes, especialmente en el ámbito informático

5.1.2.1 Tipos de videos

Existe una gran variedad de vídeos según su contenido, su medio de difusión y el público al que van dirigidos.

Video Interactivo. Un video interactivo es una herramienta de marketing y ventas diseñada para informar y atraer a los consumidores sobre un producto, un servicio o una organización. Por norma general, el video interactivo ha de ser directo, preciso y se recomienda que no dure más de



cinco minutos. Cuanto más breve y claro sea el mensaje mejor se mantendrá en la mente del consumidor.

En muchas ocasiones las empresas regalan el vídeo a los potenciales clientes con perspectivas de negocio. Hasta hace poco el DVD era el medio más utilizado para su distribución pero con el desarrollo de internet es la última tendencia. Muchas empresas abren cuentas en páginas como youtube para promocionarse o cuelgan los vídeos en sus propias páginas web.

El impacto que tienen en las páginas es muy positivo puesto que la posibilidad de compartir el enlace permite que llegue a mucha gente, sin costes adicionales para la empresa. Además, es de gran utilidad a la hora de dar conferencias o en exhibiciones, captando la atención de los asistentes con la ayuda de la imagen y el sonido.

El impacto que genera un buen vídeo interactivo es innegable, por un bajo coste se obtiene un instrumento que da un buen servicio y puede exhibirse a través de diferentes canales según las necesidades de la empresa en cada momento. En la actualidad, las empresas con reducidos presupuestos de marketing pueden solicitar un vídeo de calidad y que genere interés en el público objetivo gracias a los avances tecnológicos.

Vídeo de empresa o institucional. Pieza explicativa o promocional que da a conocer la Identidad Corporativa de la empresa o institución: su actividad y el modo en que la ejerce, sus valores, instalaciones, sus elementos diferenciadores y sus aspectos más destacables.



Vídeo de producto o servicio. Informa, ilustra o promociona las características y especificidades de un determinado producto, servicio, proceso o método.

Vídeo de actos, acciones, celebraciones o eventos. Relata un suceso corporativo, institucional o de carácter personal en forma de pieza auto conclusivo. Puede servir como testimonio gráfico, como material de archivo o de divulgación o como vídeo promocional.

Reportaje. Cercano al género documental, relata una noticia, crónica o suceso con rigurosidad informativa y una clara intención divulgativa.

De todos los tipos de videos descritos se utilizará el video interactivo ya que es acorde con la propuesta a presentar con el objetivo de captar el interés de los consumidores de un producto o servicio, el cual no tiene más de 7 minutos y es perfecto para el proyecto a presentar.

5.2 DESCRIPCIÓN

Como se ha mencionado antes se realizará un video interactivo de atractivos turísticos naturales y culturales para que los turistas y habitantes conozcan y reconozcan los sitios turísticos que posee la hermosa ciudad de Loja.



Portada

Logotipo y slogan



Elaborado por: Verónica Quezada

Colores

La paleta de colores de Logotipo y el Slogan contiene 2 colores. Se tomó como base la gama del Pantone P102 -8C y Pantone P17-7C el cual contiene los colores .

Pantones



C: 97 M: 81 Y: 0 K: 0
R: 26 G: 71 B: 149



C: 6,64 M: 36,33 Y: 83,98 K: 0
R: 220 G: 175 B: 76



Medidas



5.2.1 Contenido

Loja una ciudad de encanto perfecta para acoger a turistas nacionales y extranjeros con la calidez de su gente el aroma de sus comidas típicas con ese sazón que le ponen aquellas personas que la preparan al gusto del paladar de quien la desee probar y quedaran encantados que la volverán a visitar.

Este video tendrá una duración de no más de 5 minutos en el cual se describirá los sitios turísticos, para esto se realizó un inventario de atractivos naturales y culturales y gastronómicos, a través de la información otorgada por el Ministerio de Turismo e investigación de campo y también por medio de encuestas realizadas en la ciudad de Quito ya que es la de mayor demanda de turistas que arrojo que los habitantes desconoce de los atractivos turísticos de la ciudad de Loja sus costumbres, tradiciones y demás.

Muestra una breve introducción de cada uno de ellos.



5.2.2 Atractivos turísticos de la ciudad de Loja

TABLA N° 5

Atractivos turísticos de la ciudad de Loja

PROVINCIA	CANTON	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	DESCRIPCIÓN
Loja	Loja	Parque Nacional Podocarpus	Sitios Naturales	Sistema de Áreas Protegidas	Parque Nacional	Bosque húmedo, conservación de flora y fauna
Loja	Loja	Iglesia de Santo Domingo	Manifestaciones Culturales	Lugares Históricos	Arquitectura Religiosa	Iglesia de estilo romano, en su interior se encuentra Cristo Crucificado
Loja	Loja	Iglesia Catedral	Manifestaciones Culturales	Lugares Históricos	Arquitectura Religiosa	Iglesia principal que recibe a la Virgen del Cisne
Loja	Loja	Romería de la Virgen del Cisne	Manifestaciones Culturales	Etnográfico	Manifestación Religiosa	Una de las más grandes tradiciones, sale desde El Cisne hasta llegar a Loja en hombros de sus hijos
Loja	Loja	Parque Recreacional Jipiro	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Artísticas Contemporáneas	Obra Técnica	Sobresale por tener replicas de construcciones famosas, con lagunas, bares.



Loja	Loja	Puerta de la Ciudad	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Artísticas Contemporáneas	Obra Técnica	Modelo del Escudo de Armas de la ciudad cuenta con un museo donde se exhibe galerías.
Loja	Loja	Gastronomía de la Ciudad de Loja	Manifestaciones Culturales	Etnográfico	Comidas y Bebidas Típicas	Repe, Tamal, Chanfaina todos al gusto del paladar
Loja	Loja	Parque Ecológico Orillas del Zamora	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Artísticas Contemporáneas	Obra Técnica	Alberga especies de fauna amenazadas en peligro de extinción,
Loja	Loja	Parque Lineal la Tebaida	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Artísticas Contemporáneas	Obra Técnica	Disfrutar de una caminata por los senderos, paseo en botes a pedal, canchas y juegos
Loja	Loja	Parque Daniel Álvarez	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Artísticas Contemporáneas	Obra Técnica	Encontrará cabañas donde se degusta la deliciosa y variada comida típica de Loja. Los animales también tienen su espacio son admirados por grandes y chicos.

Fuente: Inventario de atractivos turísticos Mintur (Ministerio de Turismo) e investigación de campo

Elaborado por: Verónica Quezada



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

Autora:
Verónica Quezada

Tutor:
Ing. Mayra Jiménez

Tema: Importancia Socioeconómica de la ciudad de Loja, elaboración de un video interactivo de los atractivos turísticos y gastronómicos de la ciudad de Loja.

2013



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

Tema: Importancia Socioeconómica de la ciudad de Loja, elaboración de un video interactivo de los atractivos turísticos y gastronómicos de la ciudad de Loja.



Autora:
Verónica Quezada

Tutor:
Ing. Mayra Jiménez

2013



5.3 Formulación del Proceso de Aplicación de la Propuesta

El presente proyecto a realizar llegara en el futuro a turistas mediante el apoyo económico de Autoridades, por el Ministerio de Turismo y agencias de viaje para que así el video interactivo de atractivos turísticos y gastronómicos llegue al turista y sea la ciudad de Loja reconocida turísticamente a nivel nacional e internacional

POBLACIÓN DE QUITO

Población del DM. De Quito 2010	NÚMERO
	2'239.191
TOTAL	2'239.191

Fuente: INEC 2010

INVESTIGACION DE Campo por: Verónica Quezada

Fórmula para el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{N}{(E)^2(N - 1) + 1}$$

N = Tamaño de la población o universo

E = Coeficiente de error

n = muestra

$$n = \frac{2239.191}{(0,0081)(2239.190) + 1}$$

$$n = \frac{2239.191}{18138,439} = 123.$$



	Universo	Muestra	Porcentaje
Quito	2'239.191	123	9%
Total De Muestra		123	9%

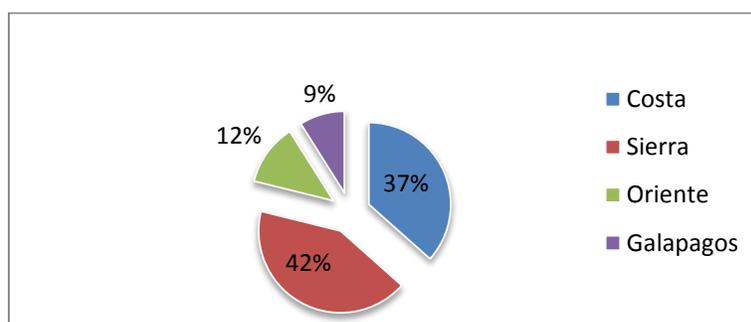
Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Verónica Quezada

El tamaño de la muestra fue calculada con el 9% de margen de error.

1.- ¿En sus últimas vacaciones o feriado cual fue su destino de viaje?

		Porcentaje
Costa	45	37%
Sierra	52	42%
Oriente	15	12%
Galapagos	11	9%
	123	100%



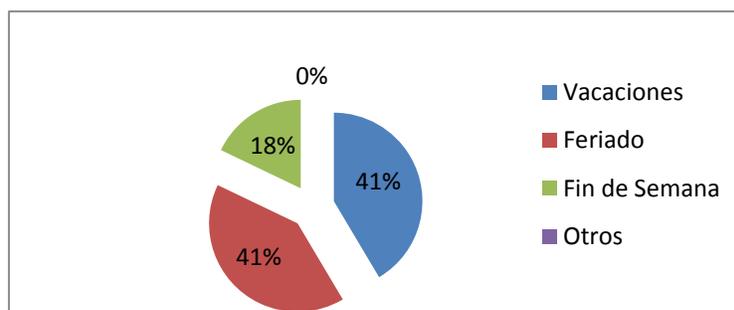
Conclusión:

Se concluye que la mayoría de las personas prefieren salir a la Región Sierra por cuestión del clima



2.- ¿En qué temporada prefiere salir de la ciudad?

		Porcentaje
Vacaciones	51	41%
Feriado	50	41%
Fin de Semana	22	
Otros	0	

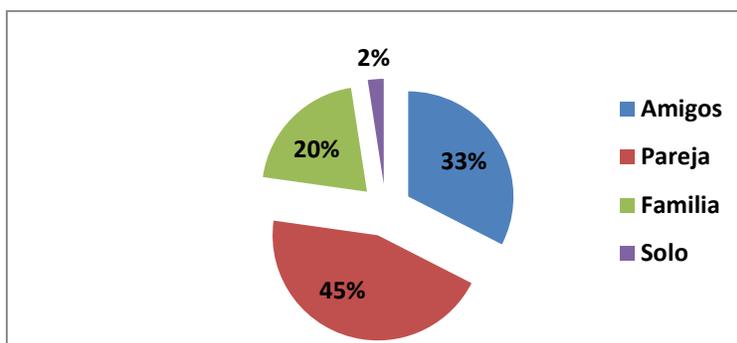


Conclusión:

En este grafico nos muestra que prefieren salir en feriados y vacaciones es la mejor oportunidad para una mejor estadía en el destino indicado

3.- ¿Generalmente cuando viaja lo hace con?

		Porcentaje
Amigos	40	33%
Pareja	55	45%
Familia	25	20%
Solo	3	2%

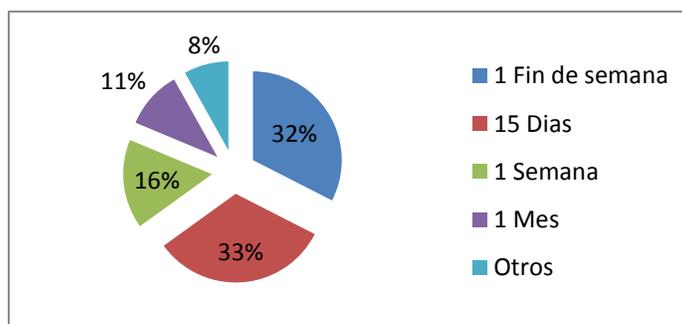


Conclusión:

Los habitantes de la ciudad de Quito prefieren salir con su pareja ya que nos supieron manifestar que es la mejor manera de disfrutar y pasar unos buenos días de descanso

4.- ¿Por cuánto tiempo permanece en el lugar que visita?

		Porcentaje
1 Fin de semana	40	32%
15 Dias	40	33%
1 Semana	20	16%
1 Mes	13	11%
Otros	10	8%



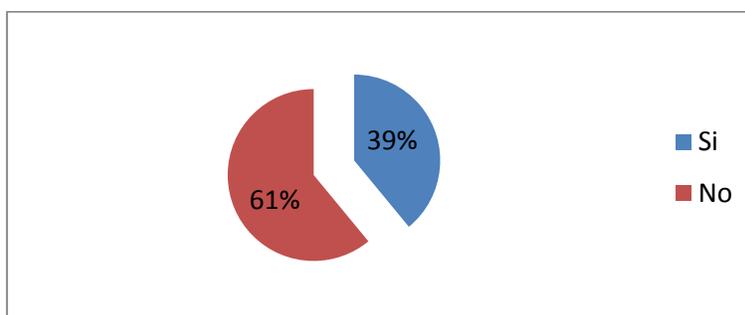


Conclusión:

Las personas permanecen un fin de semana por cuestión de trabajo

5.- ¿Ha visitado la ciudad de Loja?

		Porcentaje
Si	48	39%
No	75	61%

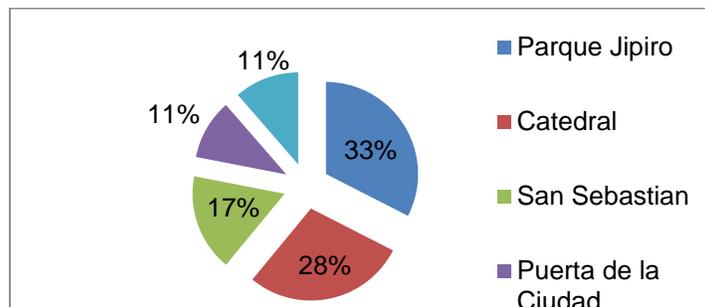


Conclusión:

Los habitantes de la ciudad de Quito no conocen la ciudad de Loja

6.- ¿De los siguientes atractivos turísticos de la ciudad de Loja cuales le gustaría conocer?

		Porcentaje
Parque Jipiro	40	33%
Catedral	35	28%
San Sebastian	21	
Puerta de la Ciudad	13	11%
Otros	14	11%

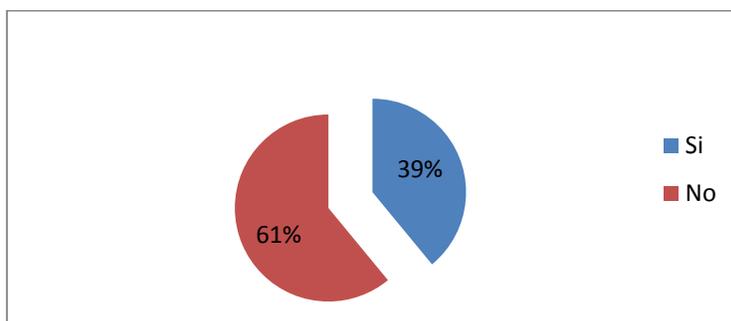


Conclusión:

Los habitantes manifiestan que desearían conocer el parque recreacional jipiro por ser un lugar donde se pueden relajar y respirar aire puro disfrutando de su flora y fauna

7.- ¿Ha degustado los platos típicos de la ciudad de Loja?

		Porcentaje
Si	48	
No	75	61%



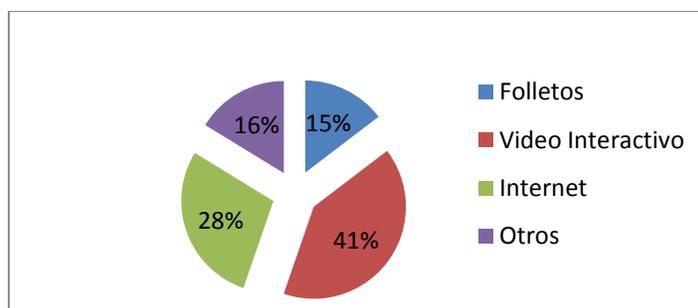


Conclusión:

Las personas no conocen tampoco han probado los platos típicos de la ciudad quiere decir que la gastronomía sería muy acogida por los turistas

8.- ¿Por qué medios de difusión le gustaría conocer los atractivos turísticos de la ciudad de Loja?

		Porcentaje
Folletos	18	15%
Video Interactivo	50	41%
Internet	35	28%
Otros	20	16%



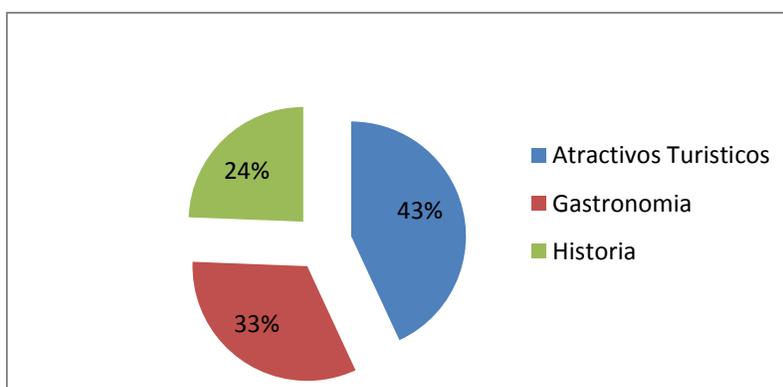
Conclusión:

Las personas prefieren conocer a través de un video interactivo ya que es la mejor manera de informarse y aprender mucho mejor



9.- ¿Quisiera que exista un video interactivo de la ciudad de Loja sobre?

		Porcentaje
Atractivos Turísticos	53	43%
Gastronomía	40	33%
Historia	30	24%



Conclusión:

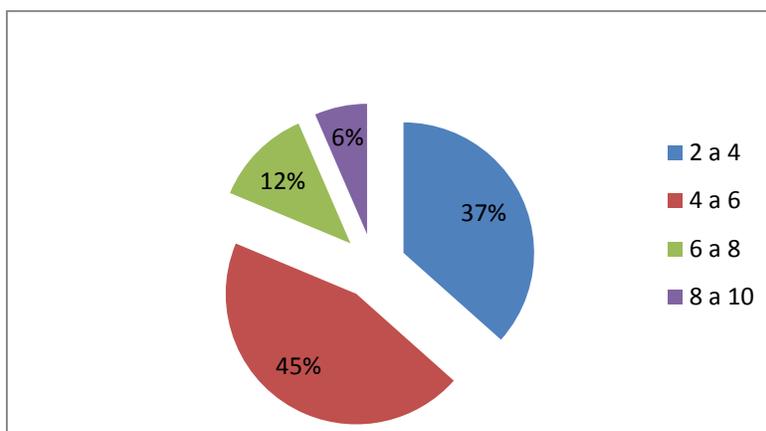
Si prefieren que haya un video interactivo donde muestre todo acerca de la ciudad los atractivos turísticos, gastronómicos y demás.

10.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un video interactivo de la ciudad de Loja?

Entre: 2-4 4-6 6-8

8-10

		Porcentaje
2 a 4	45	37%
4 a 6	55	45%
6 a 8	15	12%
8 a 10	8	6%



Conclusión:

El video interactivo tendría un costo de 4 a 6 dólares ya que el presupuesto no les alcanza para pagar más

El video interactivo se socializará y difundirá a través del Departamento de Turismo de la ciudad de Loja, también por medio del Ministerio de Turismo de Quito, ya que es el ente central del país.

También por medio de las Autoridades se lograra que el presente video llegue hacia los mismos habitantes y turistas de las demás ciudades y se llegara a los países extranjeros, ya una vez los habitantes tengas la motivación de enseñar a los turistas sus atractivos turísticos y ellos se sientan interesados por la información que los habitantes les brinden se sentirán satisfechos de conocerla y saber el verdadero significado de cada atractivo Natural y Cultural.

Por todo esto la ciudad será reconocida como un lugar turístico agradable para la acogida de turistas Nacionales y Extranjeros.

CAPÍTULO VI

6. Aspectos económicos.

6.1 Recursos

La presente investigación ha considerado los recursos humanos y tecnológicos y materiales los cuales se describen en las siguientes tablas:

Tabla N° 6

Talento humano

Investigador
Encuestados
Habitantes
Tutor
Lector
Editor
Diseñador

Elaborado por: Verónica Quezada

Tabla N° 7

Recursos Técnicos

EQUIPO	DESCRIPCIÓN	VALOR
Cámara	Marca lumix de 12 mega píxeles	\$ 200.00
Computadora	Marca hacer	\$300.00
Alambre USB	Color negro, marca lumix	\$ 20.00
Flash memory	Kinngston	\$30.00
TOTAL		\$550

Elaborado por: Verónica Quezada

Tabla N° 8**Recursos Materiales**

MATERIALES	CANTIDAD
Papel boom	\$3.00
Esferos	\$2.00
Internet	\$50.00
Impresiones	\$60.00
TOTAL	\$115

Elaborado por: Verónica Quezada

6.2 Presupuesto

Tabla N° 9**Tabla N° 7**

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Gastos Investigación Proyecto			
Seminario de Grado	4 días	\$ 500.00	\$ 500.00
Tutoría	20 horas	\$ 200.00	\$ 200.00
Internet	30 horas	\$ 0.80	\$ 24.00
Impresiones		10 ctvs.	\$ 60.00
Transporte		\$ 60.00 \$ 10.00 \$ 20.00	\$ 90.00
Snack	colas, paquetes de galletas, papas, etc.	\$ 20.00	\$ 20.00
Gastos Elaboración y difusión Propuesta			



Edición del Video	2	2	\$ 60.00
Cd	2	\$ 2.00 c/u	\$ 4.00
Transporte		\$ 5.00	\$ 5.00
Gastos presentación Proyecto			
Copias de Cd	6	\$ 8.00	\$ 48.00
Diseño de portada	1	\$ 25.00	\$ 25.00
Computadora	1	\$ 20.00	\$ 20.00
Infocus	1	\$ 20.00	\$ 20.00
Bocaditos	7	\$ 1.50	\$ 10.50
Licor	1	\$ 6.00	\$ 6.00
TOTAL			\$ 397.50

Elaborado por: Verónica Quezada

6.3 Cronograma

Tabla N° 10

Actividades	Fechas			
	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Antecedentes				
Análisis de Involucrados				
1. Problemas y Objetivos				
2. Análisis de Alternativas				
3. Propuesta				
4. Aspectos Administrativos				
5. Conclusiones y Recomendaciones				
6. Corrección Final General				
7. Entrega de Anillados y Empastados				

Elaborado por: Verónica Quezada



CAPITULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.1 Conclusiones

- Se concluye que no existe apoyo por parte de las autoridades para la difusión de los diferentes atractivos turísticos que existe en la ciudad de Loja, es por esto que no hay mayores rubros económicos hacia la ciudad y de igual manera hace que los turistas tengan una visión espontanea de la ciudad indicada.
- Los habitantes no aprovechan los atractivos turísticos naturales y culturales que poseen ya que no tienen un emprendimiento de como explotar cada uno de ellos, y esto hace que no haya afluencia de turistas hacia la ciudad.
- La situación laboral que enfrentan los habitantes no es estable porque existe mínimas fuentes de trabajo por el turismo, hay poca visita de turistas.
- En el árbol de objetivos se requiere el apoyo de autoridades que mejoraría la economía y de igual manera despertar el interés de los habitantes generando fuentes de trabajo.



- Se concluye que las estrategias que se utilizara es la investigación de campo y encuesta las cuales se utilizara para saber las preferencias de las personas.
- Cada atractivo turístico que posee la ciudad de Loja es único por su riqueza, significado de cada uno de ellos del cual se puede aprender mucho mediante el video interactivo a realizar el cual se mostrara toda su historia y que llegue a turistas y habitantes para que se maravillen con su riqueza turística.
- Por último se concluye que el presupuesto que se gastara para realizar el video interactivo es cómodo al bolsillo de cualquier persona pero con la finalidad de que la ciudad de Loja sea reconocida como un lugar turístico más.

7.2 Recomendaciones

- Con el apoyo de autoridades de mejorar la infraestructura se logrará mayor difusión de los atractivos turísticos naturales y culturales y así se llegara a que haya un mayor incremento de economía para la ciudad.



- Los habitantes pongan un poco más de interés para sacar a flote sus atractivos turísticos teniendo charlas de motivación donde les explique la importancia que tiene dicho lugar, y también mejorara su calidad de vida por la visita de turistas.
- En la ciudad de Loja existen problemas como: la poca afluencia de turistas, pocas fuentes de trabajo, comunidad desorganizada, etc. Esto conlleva a que no sea reconocida turísticamente por esta razón se recomienda que haya unión de Autoridades y habitantes para organizarse y saber cómo desaparecer dichos problemas.
- Hacer mayor investigación de campo al Ministerio de Turismo de la ciudad para conocer a fondo lo que necesita y con la ayuda de autoridades y pobladores llegar a ser una de las primeras en turismo.
- Investigar a fondo cada uno de los atractivos turísticos con información actualizada y verídica para que el turista lo tenga al alcance de sus manos y pueda informarse de cada uno de ellos y no una visión espontanea como la mayoría de personas lo tienen.



- Que los recursos naturales y culturales se involucren mas afondo con la ayuda de los habitantes promocionando dentro y fuera de la ciudad y así ser reconocida por turistas Nacionales e Internacionales.



BIBLIOGRAFÍA

Promoción de Atractivos Turísticos Custodio Antonio Angel, 2002

Turismo Lojano, Esther Galera, 2002.

Comida Nacional, Cordovez Carlos, 2002.

Conservación de la biodiversidad de importancia mundial del turismo, Nancy Arellano, 2009 El medio ambiente en la opinión pública, Ernesto Medina, 2008

Promoción Turística, Jaime Rueda, 2000

REFERENCIAS ELECTRONICAS

www.viajandox.com/loja/loja-atractivos-turisticos.htm

www.utpl.edu.ec/xcnh/InformaciónGeneral/LOJA.aspx

www.visitecuador.travel/contenidos.php?menu=4...32&id.

www.gpl.gob.ec/?cat=48

www.slideshare.net/kathyta28/lugares-turisticos-de-loja

www.minube.com/mapa/ecuador/loja/loja

alhea.com/Atractivos+Turisticos+En+Loja

www.slideshare.net/.../presentacin-tesis-el-patrimonio-gastronomico-atractivos

www.mincetur.gob.pe/turismo/Producto_turistico/fit/fit/.../Amazonas.pdf



<https://www.eae-publishing.com/.../inventario-de-atractivos-turísticos>

www.naya.org.ar › TURISMO

www.eoi.es/portal/.../turismo-cultural-patrimonio-museos-y-empleabilidad.

repositorio.utn.edu.ec/.../FECYT%20951%20TESIS%20COMPLETA.pdf.

www.sectur.gob.mx/work/.../LEY_GENERAL_DE_TURISMO

www.conaculta.gob.mx/turismocultural/documentos/.../pat_inmaterial

www.produccion.gob.ec/wp-content/.../Informe-Rend-Ctas-MINTUR

www.cienaniosdeturismo.gov.ar/detect.asp?IdSeccion

www.alhea.com/Atractivos+Turisticos



ANEXOS ENCUESTA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR “CORDILLERA” ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

Objetivo: Recopilar información a través de la aplicación de encuestas a los habitantes de algunos determinados sectores de Quito, para conocer el grado de aceptación de la propuesta para la realización de un video interactivo de lugares turísticos y gastronómicos de la ciudad de Loja.

Instrucciones:

- 1.- Marque con una X
- 2.- Utilice esferográfico

1.- ¿En sus últimas vacaciones o feriado cual fue su destino de viaje?

Costa Sierra Oriente

Galápagos

2.- ¿En qué temporada prefiere salir de la ciudad?

Vacaciones Feriado Fin de Semana

Otros.....

3.- ¿Generalmente cuando viaja lo hace con?

Amigos Pareja Familia

Solo

4.- ¿Por cuánto tiempo permanece en el lugar que visita?

1 Fin de Semana 15 Días 1 Semana

1 Mes Otros.....

FIGURAS

Figura N° 1
Río del Parque Jipiro



Figura N° 2
Parque Jipiro



Figura N° 3
Puerta de la Ciudad



Figura N° 4
Laguna de la Daniel Alvarez



Figura N° 5
Estatuas del parque Jipiro



Figura N° 6
Iglesia del Valle

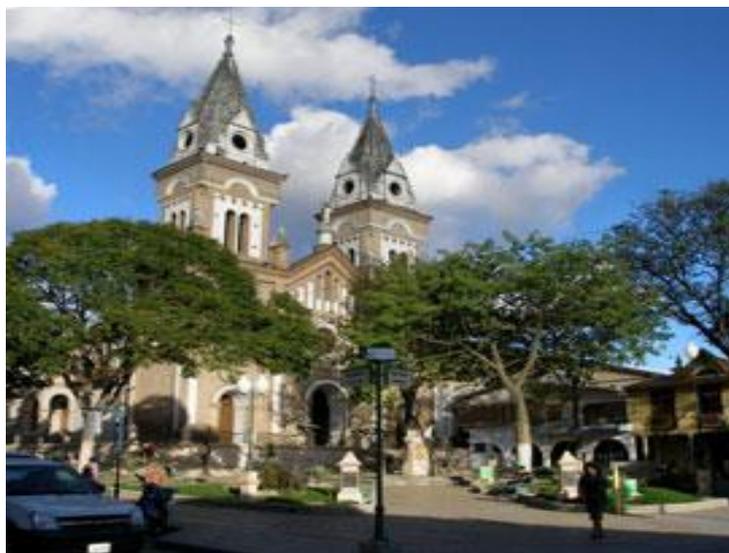


Figura N° 7
El reloj de San Sebastian



Figura N° 8
La Catedral



Figura N° 9
Romería de la Virgen del Cisne



Figura N° 10
Caminata de la Virgen Del Cisne hacia la ciudad de Loja



Figura N° 11
Estatuas de Saraguro



Figura N° 12
Preparación del Guarapo



Figura N° 13

La ciudad de Loja en la noche

