

TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO

VIDA NUEVA

SEDE MATRIZ



TECNOLOGÍA SUPERIOR EN TURISMO

TEMA

**PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA EN LA PARROQUIA ORIANGA DEL CANTÓN
PALTAS DE LA PROVINCIA DE LOJA, PARA LA REACTIVACIÓN TURÍSTICA**

PRESENTADO POR

DIAZ AGILA JULIANA STEFANIA

TUTOR

ING. SEGOVIA MEJÍA VICTORIA ESTEFANIA

FECHA

MARZO 2023

QUITO – ECUADOR

Tecnología Superior en Turismo

Certificación del Tutor

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Aplicación Práctica con el tema: “Plan de promoción turística en la parroquia Orianga del cantón Paltas de la provincia de Loja , para la reactivación turística”, presentado por la ciudadana Dia Agila Juliana Stefania, para optar por el título de Tecnóloga Superior en Turismo, certifico que dicho proyecto ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito, del mes de marzo de 2023.

Tutor: Ing. Segovia Mejía Victoria Estefanía

C.I.: 1722050695

Tecnología Superior en Turismo

Aprobación del Tribunal

Los miembros del tribunal aprueban el Proyecto de Aplicación Práctica, con el tema: “Plan de promoción turística en la parroquia Orianga del cantón Paltas de la parroquia de Loja, para la reactivación turística”, presentado por la ciudadana Diaz Agila Juliana Stefania, facultada en la carrera Tecnología Superior en Turismo.

Para constancia firman:

C.I.:

DOCENTE TUVN

C.I.:

DOCENTE TUVN

C.I.:

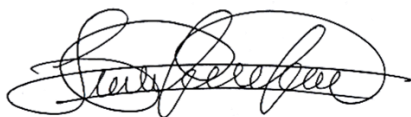
DOCENTE TUVN

Tecnología Superior en Turismo

Cesión de Derechos de Autor

Yo, Diaz Agila Juliana Stefania portadora de la cédula de ciudadanía 1726529447, facultada en la carrera Tecnología Superior en Turismo, autora de esta obra, certifico y proveo al Tecnológico Universitario Vida Nueva usar plenamente el contenido de este Proyecto de Aplicación Práctica con el tema “Plan de promoción turística en la parroquia Orianga del cantón Paltas de la parroquia de Loja, para la reactivación Turística”, con el objeto de aportar y promover la cultura investigativa, autorizando la publicación de mi proyecto en la colección digital del repositorio institucional, bajo la licencia Creative Commons: Atribución-NoComercial-SinDerivadas.

En la ciudad de Quito, del mes de marzo de 2023.



Diaz Agila Juliana Stefania

C.I.: 1726529447

Dedicatoria

Gracias a todas las personas que he tenido la dicha de conocer, a mis padres que me han brindado su apoyo abnegado con sus: consejos, ánimo y acciones que han contribuido en mi crecimiento profesional, y a los ingenieros que me han ayudado en mi formación académica que se ve reflejado en este proyecto.

Agradecimiento

El más sincero agradecimiento a mis padres y hermanos que siempre me apoyaron para llegar a cumplir este sueño, también a mis compañeros por compartir sus conocimientos y sus buenos momentos que pasamos en clases. Además, agradezco a mis docentes que me brindaron sus conocimientos y sus consejos para ser un profesional de éxito.

Tabla de Contenido

Resumen	10
Abstract	11
Introducción	12
Antecedentes	14
Justificación	17
Objetivos	18
Objetivo General	18
Objetivos Específicos	18
Marco Teórico	19
Marco Legal	21
Fundamentación Teórica	23
Metodología y Desarrollo del Proyecto	27
Trayectoria Metodológica	27
Análisis del Macro y Micro entorno Turístico de Orianga de la Provincia de Loja	27
Análisis de la Macro localización de Orianga	27
Análisis de la Micro Localización de Orianga	30
Diagnostico por Componentes Biofísicos	32
Inventario de la Flora y Fauna de Orianga	36
Mercado Turístico de Orianga	44
Festividades de la Parroquia de Orianga	44
Patrimonio Tangible e Intangible	45
Sistema Turístico de Orianga	46
Atractivos Turísticos Naturales	48

	8
Atractivos Turísticos Culturales	50
Gastronomía	53
Planta Turística	55
Diseño Muestral	60
Variable y Definición Operacional	62
Técnicas de Recolección de Datos	63
Encuesta - Análisis de las Preguntas	63
Conclusión de la Encuesta	74
Propuesta	75
Tema	75
Desarrollo de la Investigación	76
Matriz de Priorización	77
FODA- Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Destrezas	78
Plan de Medios	79
Aplicación de Marketing Mix	80
Aplicación de la Matriz FODA- Visión y Misión	81
Misión y Visión de la Parroquia de Orianga	82
Diseño de estrategias a realizar	83
Marca Turística	83
Estudio Financiero	93
Conclusiones	95
Recomendaciones	96
Referencias	97

Resumen

El objetivo de la investigación es diseñar un plan de promoción turística para la parroquia de Orianga del cantón Paltas a través de herramientas que permitan mejorar su visibilidad en el mercado turístico en la provincia de Loja. Se realizará mediante la recolección de información de todas los lugares o puntos más destacados donde se encuentren los atractivos turísticos naturales y culturales más destacados, involucrando así a la población local, la cual nos brindará información del territorio y lograr conseguir el desarrollo turístico que se propone.

Este proyecto se basa de cuatro etapas y en cada uno de ellas se especificará la ubicación del territorio, como está conformado su población en el ámbito: social, económico y ambiental, se utilizara matrices, organigramas, mapas conceptuales para los diferentes temas a desarrollar, así mismo, la información recolectada será buscada en fuentes confiables que nos permitan sustentar nuestro trabajo para que sirva de soporte para que la investigación sea verídica y una guía para mejorar la actividad turística en el sector.

Como resultado, aprovechar la riqueza tangible e intangible significativa e importante en la localidad, realizando fichas de inventario de los atractivos potencialmente llamativos, conociendo la historia de la comunidad, las actividades turísticas que se pueden realizar, cual son los servicios turísticos que dispone actualmente y como ayudara en las necesidades de las personas que buscan un lugar tranquilo y seguro donde pasar un día de descanso. Además, modernizar el pueblo y su calidad de vida, por esta razón se pretende crear el plan de promoción en la parroquia, para promocionarla como un ícono turístico.

Palabras Clave: ATRACTICO TURISTICO, ÍCONO TURÍSTICO, ATRACTIVO TANGIBLE E INTANGIBLE, PROMOCIÓN TURISTICA, PARROQUIA DE ORIANGA.

Abstract

The objective of this research is to design a tourism promotion plan for the parish of Orianga in the canton of Paltas, using tools that will improve its visibility in the tourist market in the province of Loja. It will be done by collecting information from all the most important places or points where the most important natural and cultural tourist attractions are located, thus involving the local population, which will provide us with information of the territory and achieve the proposed tourist development.

This project is based on four stages, each of which will specify the location of the territory, as its population is formed in the social, economic and environmental fields, using matrices, flowcharts, conceptual maps for the different themes to be developed, The information collected will be sought from reliable sources that allow us to support our work so that it can serve as a basis for research to be truthful and a guide to improve tourism activity in the sector.

As a result, take advantage of the significant and important tangible and intangible wealth in the locality by making inventory sheets of potentially eye-catching attractions, knowing the history of the community, the tourist activities that can be carried out, what tourist services are currently available and how it will help in the needs of people looking for a quiet and safe place to spend a day of rest. Also, modernize the village and its quality of life, for this reason it intends to create the promotion plan in the parish, to promote it as a tourist icon.

Keywords: TOURIST ATTRACTION, TOURIST ICON, TANGIBLE AND INTANGIBLE ATTRACTION, PROMOCIÓN TURÍSTICA, PARROQUIA DE ORIANGA.

Introducción

El turismo es una actividad que se ha desarrollado en el país con gran interés por los beneficios económicos que provee, ya que constituye uno de los rubros de generación de divisas y empleo, y que desde 1950 se ha propuesto con el turismo internacional como un instrumento para el desarrollo del país, y durante 69 años ha estado impulsando el Turismo en las diferentes provincias.

En el Ecuador dada la pandemia, desde el 2019 el MINTUR comenzó la reactivación del sector turístico, pero solo con aquellos que eran considerados a nivel nacional e internacional como fue: Las Islas Galápagos, Otavalo, Quito y Guayaquil. Dado esto, algunos productos que estaban surgiendo desde el 2013 se fueron perdiendo, en cambio otros que querían surgir como un atractivo turístico no han podido, como es el caso de la provincia de Loja, que cuenta con atractivos turísticos con mucha afluencia: El Parque Nacional Podocarpus, Parque Nacional Jipiro, Basílica de la Virgen El Cisne, etc. Pero hay otros poco conocidos como es el caso del: Centro Recreativo Eliseo Arias Carrión, Bosque Seco Tambo Negro, Parroquia urbana Lourdes, Parroquia Urbana Orianga, y que el turismo en la Provincia de Loja presenta un gran desconocimiento de estos lugares que se encuentran en el cantón Paltas con su: naturaleza, gastronomía, historia, es decir cuenta con diversos lugares turísticos en la mente de quién visita este cantón, pero que presenta problemas en el sistema promocional y la falta de conocimiento en la aplicación correcta del mercado turístico.

Y a pesar que el cantón Plantas existen 16 atractivos turísticos en diferentes parroquias, la parroquia de Orianga no ha tenido la oportunidad de ser reconocida como un atractivo turístico por falta de infraestructura: calles con muy poca accesibilidad, faltas de hoteles y poca visibilidad a los atractivos que contiene. En cuanto a la superestructura, tiene su GAD

parroquial, pero no se ha conocido ningún informe donde la provincia de Loja hable sobre sus festividades y su comunidad.

Gracias a su sitio web se puede conocer la historia, gastronomía, producción y turismo, pero necesita una apropiada difusión para poder ser visitadas, no solo por un sitio web, peor aún sin ayuda de una entidad que les asesore, esto puede ser un detonante para que los productos turísticos en cualquier parte del Ecuador no se aprovechen correctamente y nunca puedan llegar a ser visibilizados. Y si esto continúa gradualmente con el mal uso de sus recursos, es posible que la gente no los conozca ni los visite, lo cual conduciría a un lento conocimiento turístico y en algunos de los casos a la pérdida de su historia y su cultura. Por lo tanto, su difusión debe basarse en criterios de sostenibilidad que permita una gestión global de sus recursos, para garantizar la viabilidad económica del turismo en el futuro.

Orianga a primera vista su actividad turística es muy limitada, pero los ciudadanos de Orianga han creado talleres participativos para que otras comunidades aledañas puedan visitarlo como: Los talleres de diagnóstico turístico; donde se da a conocer los atractivos turísticos, las fiestas más importantes y las comidas típicas. Impulsar ferias comerciales, donde llegan negociantes de Balsas, Santa Rufina y Marcabelí, en estas actividades es evidente la identidad de los pueblos, sus costumbres y tradiciones.

Por lo tanto, el plan de promoción turística, pretende visibilizar los productos turísticos dentro de la parroquia Orianga, además de elegir y plantear estrategias de marketing en base al producto, el mercado y las necesidades de los clientes; seleccionando los canales de distribución y las técnicas de comunicación más adecuadas para presentar un destino turístico que abarque los requerimientos y exigencias de un servicio, dando a conocer como la sustentabilidad será el beneficiara de esta parroquia.

Antecedentes

Los trabajos encontrados en diferentes proyectos académicas de este estudio, permiten visualizar los siguientes registros relacionados con la investigación:

De acuerdo a Plumed Lasarte et al. (2018) presento una tesis titulada: Planificación turística, promoción y sostenibilidad ambiental: el caso de España, donde menciona que:

En los últimos años el concepto de sostenibilidad se ha ido implantando en casi todas las áreas de conocimiento y en relación con el turismo, numerosos congresos, libros y estudios científicos han analizado el turismo sostenible y su importancia para los destinos. Aunque el turismo sostenible implica no sólo la protección del medio ambiente sino también la viabilidad socioeconómica a largo plazo, el primer aspecto es el que normalmente recibe más atención y a él se dedica principalmente el presente trabajo y en ocasiones, en el ámbito turístico surge la controversia sobre el daño que el turismo puede provocar en el medio ambiente, sin embargo, esto ocurre cuando existe una falta de planificación. Donde el desarrollo turístico y la sostenibilidad pueden coexistir siempre que haya una adecuada estrategia para proteger el medio ambiente. De hecho, el turismo puede incluso motivar la protección de los recursos. Aplicar la sostenibilidad a la planificación turística es fundamental, y en un destino turístico como es España. (p. 1)

En el artículo de planificación turística, se puede analizar que, al desarrollar un producto turístico en la actualidad, lo que tenemos que tomar en cuenta es la sostenibilidad, ya que según Beriguete de Leon (2012) “el desarrollo sostenible es satisfacer las necesidades de las generaciones actuales sin comprometer a las futuras” tomando principalmente este aspecto, el plan de promoción turística tendrá que ser analizada de forma: económica, social y ambiental, para tener una correcta visibilidad del atractivo, y cumplir con lo que se planea realizar.

De acuerdo a Heredia Mendoza (2020) en el proyecto: Análisis de la planeación y promoción turística, su influencia en el desarrollo local de Ciudad Juárez, Chihuahua, México, menciona que:

En Ciudad Juárez, se percibe una carencia de difusión de los atractivos turísticos, tanto en sus ciudadanos como en los visitantes, debido a una falta de promoción turística, que esto a su vez genera una falta de aprovechamiento de estos recursos. Por otra parte, se observa un deficiente conocimiento de los atractivos turísticos por parte de los residentes y de los turistas que visitan la ciudad, uno de los problemas que se distinguen es la falta de centros de información turística, ya que solo se ha encontrado uno, y no hay lugares donde se proporcionen folletos, mapas, boletines informativos o posters en diferentes puntos de la ciudad, de igual forma en los hoteles no se cuenta con esta información y cuando se pregunta acerca de actividades que puede realizar, no le proporcionan información a las turistas. Con base en lo anterior, se establece la existencia de una falta de coordinación y colaboración entre los moradores. (pp. 18-19)

En la planeación y promoción turística que se menciona en el informe, se puede analizar que en la comunidad donde se quiere crear un Producto Turístico, tiene que contar con la colaboración de la comunidad, ya que ellos son los únicos que saben la existencia de los diferentes atractivos a su alrededor, y son los que habitan en la localidad, y sin su colaboración no se podría realizar ningún proyecto, dada esta información lo que se debe realizar es una guía sobre el correcto uso de los recursos en su entorno y como prevenir el desgastamiento de sus alrededores.

De acuerdo a Gallio Porras (2019) en el proyecto: Estrategias de City Marketing para la Promoción Turística del Distrito de Chiclayo, menciona que:

En la actualidad, la globalización ha hecho que todas las actividades comerciales estén en constantes cambios y los escenarios económicos también, ya que no son estáticos, por lo contrario, cada vez se generan cambios muy bruscos, esto genera que las organizaciones tengan que adaptarse. Lo mismo ocurre con las diferentes ramas, como en este caso el marketing que con el tiempo fue abarcando nuevas áreas como el City Marketing que se enfoca en darle un realce, valor agregado o diferenciación a las ciudades que ponen en marcha esta estrategia. En la actualidad con estos conceptos que se fueron implementando las ciudades pasaron a ser vistas como una organización, la cual tenía que dar un buen servicio para poder captar la mayor cantidad de turistas (clientes) y así lograr que las diferentes actividades que están relacionadas con el turismo también generen mayores ingresos. (p. 19)

Dado el plan de aplicación práctica, se puede analizar en el informe que el turismo está en una constante actualización, y los involucrados en estas causas son la oferta, ya que, si no se busca la satisfacción del cliente en un proyecto de visibilidad, tienes un gran porcentaje de que tu atractivo nunca sea conocido, y a causa de eso, que nunca pueda llegar a considerarse como producto en tu ciudad o país.

Justificación

Con la estructura del diseño de un plan de promoción turística que se propone llevar a cabo en la parroquia de Orianga, cantón Paltas provincia de Loja, permitirá contribuir al conocimiento del atractivo a turistas nacionales, donde será indispensable la ayuda de fuentes bibliográficas que sustenten el proceso de investigación, y el sitio web del GAD Parroquial.

El proyecto está estructurado por cuatro aspectos que ayudan al desarrollo de sus objetivos:

Aspecto 1. Se realizó la investigación literaria de los conceptos básicos del turismo, desde lo macro hasta lo micro, que permita obtener información adecuado para desarrollar nuestro plan de promoción turística.

Aspecto 2. Se enfoca en realizar un levantamiento de información de la parroquia Orianga del cantón Paltas, conociendo los recursos tangibles e intangibles que se encuentran en la localidad.

Aspecto 3. Se basa en crear encuestas para obtener información clara y precisa de los atractivos más potenciales para el proyecto, y así poder crear fichas de inventario.

Aspecto 4. En esta etapa del proyecto, se elabora técnicas de marketing que nos ayude a la promoción como: redes sociales, medios de comunicación, publicidad por paga y souvenirs de la comunidad.

En base a lo antes mencionado, este será el enfoque que la investigación propuesta se sustentará, pues, permite el análisis desde la identificación del producto turísticos, su incidencia económica, social y cultura, además de la identificación de los recursos para su equilibrio sostenible, que permita la elaboración de un plan de promoción para posicionar la parroquia Orianga como un destino turístico.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un Plan de Promoción Turística en la Parroquia Orianga del Cantón Paltas de la Provincia de Loja para la reactivación turística.

Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente las condiciones del entorno turístico de la parroquia de Orianga.
- Diagnosticar mediante herramientas e instrumentos de investigación las características y las necesidades del sector.
- Realizar el estudio de mercado respectivamente a la zona turística de la parroquia de Orianga.
- Elaborar estrategias de promoción y difusión turística para la parroquia de Orianga.

Marco Teórico

El presente proyecto consiste en realizar un plan de promoción turística, para la Parroquia de Orianga, la cual pretende difundir y comunicar los recursos y destinos de este lugar, con la finalidad de potenciar el turismo histórico, natural y cultural promoviendo la economía y a su vez concientizar la importancia de la conservación de los recursos.

Los planes de promoción turística que se han venido desarrollando en varios cantones del Ecuador, se basan en estrategias de marketing turístico y digital que han optimizado el desarrollo turístico de estos lugares, fortaleciendo los recursos naturales y culturales que tiene cada cantón, así como la mejora de la oferta y la demanda turística. Según información publicada por la OMT (Organización Mundial del Turismo) en su Barómetro del Turismo Mundial, en el año 2022, la principal entrada de extranjeros corresponde a turismo, registrando 275.630 movimientos y se presentó un aumento de 7,5% con respecto al año 2020. En los últimos 10 años la tasa de crecimiento de las entradas de extranjeros por turismo fue negativa con un valor de -71,0%.

Figura 1

Registro de Entradas y Salidas Internacionales 2013-2024

Comportamiento mensual												
Mes	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
ene	134.833	158.093	172.916	149.400	155.967	205.534	187.875	147.100	30.063	64.564	122.833	95.753
feb	112.259	138.668	132.481	128.789	136.088	197.561	161.415	143.764	32.441	80.962	120.204	90.277
mar	122.212	123.528	135.306	129.086	126.883	205.437	150.206	51.947	35.348	87.828	113.091	95.356
abr	92.096	124.448	116.559	98.784	120.558	183.377	192.152	1.439	30.985	96.688	104.298	88.711
may	107.317	120.518	120.362	104.106	121.590	204.357	208.703	1.792	36.844	95.784	105.429	
jun	136.800	146.642	149.027	136.602	160.581	230.525	243.414	4.327	55.975	104.194	133.219	
jul	149.827	170.877	170.921	163.439	188.314	254.214	225.822	11.135	76.157	131.244	149.495	
ago	123.371	140.735	137.793	128.567	150.546	221.381	226.309	14.398	66.845	112.983	115.970	
sep	106.783	121.013	117.447	107.149	130.780	178.252	108.877	16.948	57.402	105.795	96.274	
oct	119.412	131.975	124.806	130.667	146.814	218.756	101.653	26.251	66.282	128.548	109.064	
nov	123.223	136.623	131.221	121.952	153.848	185.586	119.118	31.561	72.030	115.098	109.828	
dic	158.926	181.457	167.570	170.566	213.550	250.160	182.148	58.671	109.103	141.225	148.809	

Nota. El gráfico representa las entradas de los turistas desde el año 2013-2024, analizando que, en los años 2020,2021, hay una pérdida considerable de turistas en el Ecuador, comenzando una reactivación en el sector turístico desde el 2022. Reproducido del Ministerio de Turismo, 2024 (<https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/entradas-y-salidas-internacionales/>).

Para el Ecuador, según el Ministerio de Turismo indica que las cifras turísticas del país se incrementaron en el año 2017 y tuvo el punto más alto en el 2018, pero gracias a la pandemia, sufrió un declive de turistas en el año 2019, 2020 y 2021, comenzado un crecimiento en el 2022. Los extranjeros de nacionalidad estadounidenses son los que registran un mayor porcentaje de entradas al país con un 45,7% seguido de las personas de nacionalidad española y colombiana con un porcentaje de 12,2% y 9,6% respectivamente.

Figura 2

Entrada de Extranjeros según su Nacionalidad

Ord.	Mercado de Origen	Entrada de visitantes	% Participación
1	Estados Unidos de América	119.791	31,64%
2	Colombia	70.168	18,54%
3	España	28.621	7,56%
4	Perú	26.499	7,00%
5	China	14.756	3,90%
6	Venezuela	11.060	2,92%
7	Canadá	10.750	2,84%
8	Alemania	8.420	2,22%
9	Argentina	7.343	1,94%
10	México	7.241	1,91%
11	Chile	7.211	1,90%
12	Reino Unido	7.061	1,87%
13	Italia	6.459	1,71%
14	Brasil	4.769	1,26%

Nota. El gráfico representa los diferentes turistas que arriban al Ecuador y los extranjeros que visitan con más frecuencia nuestro país son los estadounidenses. Reproducido del INEC – Instituto Nacional de Estadística y Censo, entradas de extranjeros según su nacionalidad, 2024 (<https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/entradas-y-salidas-internacionales/>).

El turismo en Ecuador es verdaderamente sorprendente, puesto que tiene muchos sitios y lugares turísticos que se puede visitar en la: Costa, Sierra, Amazonia y Galápagos, regiones que cuentan con una gran diversidad natural, paisajística y multicultural. En base a todo esto, el propósito principal de este proyecto es conocer claramente sobre el desarrollo y aplicación de un plan de promoción turística, a fin de lograr una posición de los mercados y productos turísticos de forma competitiva y a su vez sostenible, que nos permitan mostrar a los destinos turísticos con una mejor presencia e imagen de impacto a nivel nacional.

Marco Legal

Para referir la parte legal del presente documento de investigación, se tomó como referencia, varios parámetros establecidos en la Constitución de la República del Ecuador, en la Organización Mundial del Turismo, en el Plan Nacional de Gobierno 2017 – 2021 Toda una vida, y en la Ley de Turismo, de acuerdo a la siguiente descripción:

En la Constitución de la Republica del Ecuador (2008) ciertos artículos vinculados con el desarrollo del Plan de Promoción de Turística de la Parroquia de Orianga detallan lo siguiente: En el Art. 14.- Sección segunda: Ambiente sano: indica que: “se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir” (p. 13).

INEC- Instituto Nacional de Estadística y Censo (2015) “se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios” (p. 13).

Art. 16.- Sección tercera: Comunicación e Información, indica que: Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

- “Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos”
- El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad”

De acuerdo a los parámetros ejecutados de la constitución de la República del Ecuador, la población de la Parroquia de Orianga puede promocionar sus atractivos turísticos, de forma individual como colectiva, visual, auditiva o sensorialmente.

En la Ley de Turismo (2014) hay varios artículos afines con el desarrollo del Plan de Promoción de Turística de la Parroquia de Orianga que detallan lo siguiente:

En el Art. 2 Definición de Turismo dice que: “es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos” (p. 1).

En el Art 3: Principios dice que: Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) “La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.”
- b) “La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización.”
- c) “La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.”
- d) “La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su 23 ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos

previstos en esta Ley y sus reglamentos.”

En la Ley de Gestión Ambiental (2004) para el desarrollo del Plan de Promoción de Turística de la Parroquia de Orianga Cantón Paltas indica lo siguiente:

Toda persona natural o jurídica al tener derecho a participar en proyectos ambientales, que estos a su vez estén dentro del parámetro establecido por el Ministerio de Ambiente debe cumplir con cada una de las exigencias dispuesta principalmente con la protección, conservación y manejo de las áreas naturales. (p. 6)

En el Plan Nacional de Desarrollo, Toda una vida (2021) para el desarrollo del Plan de Promoción de Turística de Promoción de Turística de la Parroquia de Orianga Cantón Paltas indica que:

Es el instrumento para que el Estado sea el garante de derechos, al servicio del bien común y además propone que el Estado este cerca de la gente, con servicios de calidad y calidez, eficiente y transparente. Este plan plasma a través de sus ejes, el garantizar la inclusión social y los derechos del ser humano a lo largo de su vida, y marcan la ruta hacia un desarrollo inclusivo y ciudadano. (p. 12)

Fundamentación Teórica

Turismo. – Según Matute y Asanza (2011) “es todo desplazamiento temporal determinado por causas ajenas al lucro; el conjunto de bienes, servicios y organización que en cada nación determinan y hacen posible esos desplazamientos las relaciones y hechos que entre éstos y los viajeros tienen lugar” (p.12).

Turista. – Según Recabarren (2018) es: “visitante temporal que permanece cuando menos 24 horas en el país visitado y cuyo propósito de viaje puede ser clasificado bajo uno de los siguientes rubros: Tiempo libre recreo, vacaciones, estudio, religión, deporte. Negocios: misiones

o reuniones” (p. 3).

Destino turístico. – Según Sánchez (2024) “es el lugar donde se dirige la demanda para consumir un producto turístico. Un producto turístico es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un Deseo o una necesidad” (p. 3).

Potencial turístico. – Según Aguilar y Aguilar (2015):

Toda zona que considere desarrollar o ampliar su turismo debe evaluar cuidadosamente sus recursos turísticos. Entre éstos figuran todos los tipos de atracciones y actividades actuales o posibles relacionadas con el medio ambiente natural, el patrimonio cultural y los rasgos específicos de la zona, como: actividades económicas, sitios urbanos, entorno rural, servicios de salud, lugares religiosos, y servicios turísticos ya en funcionamiento, infraestructura y disponibilidad de mano de obra calificada. (p. 3)

Afluencia Turística. – Según Preza (2018):

Se refiere al municipio, ciudad o pueblo, que por una o varias circunstancias se erige como el centro que capta la atención de todos los turistas que ingresan al país, es decir, todos querrán pasar por allí, aunque sea un día. (p. 22)

Atractivos Turísticos. – Según el Glosario de Términos Turísticos (2023) “cualquier elemento natural o cultural que pueda inducir un turista a que este visite un determinado lugar.”

Producto Turístico. - Según Pro-Producto Turístico (2024) “es una serie de atributos conjuntados de forma identificable. Todo producto se designa con un nombre descriptivo (o genérico) que entienda la gente, como entretenimiento” (p. 5).

Accesibilidad. – Según Donoso (2018) “implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas de los visitantes respecto al entorno, productos, servicios e información, considerando los factores de seguridad, higiene, accesibilidad, autenticidad, transparencia y

armonía con una actividad turística”

Anuncio Turístico. - Mensaje publicitario o comunicativo dirigido al público en forma oral, escrita audiovisual.

Actividad Turística. – Según el Glosario de Términos Turísticos (2023) lo define como: “conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleve a la prestación de servicios a un turista”

Bienes culturales. – Según la Universidad de Guadalajara (2024) lo define como: “todos aquellos bienes muebles materiales e inmateriales originales que reúnen valor estético, histórico o intelectual relevante como producto de la creatividad humana en cualquiera de las manifestaciones científicas, artísticas y literarias”

Bienes culturales intangibles. – Según la ILAM Patrimonio (2024) lo define como: “el conjunto de elementos sin sustancia física, o formas de conducta que procede de una cultura tradicional, popular o indígena, y a los que se les concede un valor excepcional”

Bienes culturales tangibles. – Según el Ministerio de Cultura y Deporte (2024) lo define como: “el conjunto de objetos arqueológicos, históricos, artísticos, etnográficos, tecnológicos, religiosos, objetos de origen artesanal y folklórico que constituyen la historia del arte y la conservación de la diversidad cultural del país. Ejemplos de este tipo de patrimonio son: libros, manuscritos, grabaciones”

Demanda turística. – Según Ilerna (2019) lo define como: “la cantidad de productos y/o servicios turísticos que pueden ser adquiridos o se han adquirido por parte de los turistas, motivados por intereses varios (cultural, ocio, relax, etc.)”

Inventario Turístico. – Según Chavero y Rodríguez (2024) “es un sistema dinámico que facilita la recogida de información con la finalidad de evaluar las potencialidades que posee un

territorio para emprender un proyecto de desarrollo turístico” (p. 3).

Oferta turística. – Según la CEUPE (2024) lo define como: “se presenta como objeto de turismo. Esto significa que la oferta turística incluye todo lo que se puede utilizar para satisfacer la demanda turística: clima, paisaje, hoteles, restaurantes, instalaciones de entretenimiento, etc.”

Planta Turística. – Según la Gestión de Destino Turísticos (2009) lo define como: “son aquellas empresas que facilitan al turista la permanencia en el lugar de destino (alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc.)”

Precio Turístico. – Según la Universidad de Santiago de Compostela (2024) “se entiende como todo gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante, para y durante su desplazamiento y su estancia en el lugar de destino” (p. 2).

Marketing Turístico. – Según Díaz (2019) lo define como: “se encarga de descubrir lo que los turistas quieren, desarrollar los servicios adecuados para ellos, suministrarles la información sobre la oferta existente y darles instrucciones sobre cómo pueden adquirir el servicio”

Marca Turística. – Según Lameiras (2022) “es un término, símbolo, o diseño que permite identificar los productos o servicios de un vendedor o grupo de vendedores y diferenciarlos de la competencia” (p. 2).

Metodología y Desarrollo del Proyecto

Trayectoria Metodológica

Según la página de Investigación Social (2020) “el diseño Metodológico se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información con el fin de responder al planteamiento del problema” (p. 3).

Tabla 1

Metodología de la Investigación

Metodología	Método de Recolección	Análisis de la Investigación
De campo	Revisión de bibliografía primaria y secundaria	Investigación de artículos e informes científicos y académicos
Cuantitativo	Encuestas	Cuestionarios Físicos

Nota. Enfoque metodológico que se asume en la investigación.

Enfoque cuantitativo. La encuesta es el otro de los enfoques metodológicos que se aplicará en diferentes barrios de la Parroquia de Orianga, utilizando como instrumento un banco de preguntas (cuestionario) a fin de obtener la información para el análisis de resultados de las encuestas, que faciliten el desarrollo de la campaña de promoción turística para la Parroquia de Orianga.

Muestra. Para este desarrollo se aplicará la muestra finita, que será la realización con encuestas dirigidas a personas nacionales; esto servirá de apoyo al momento de la elaboración del proyecto y conocer claramente los gustos de los turistas, obteniendo así un enfoque más claro de la promoción turística de la parroquia.

Análisis del Macro y Micro entorno Turístico de Orianga de la Provincia de Loja

Análisis de la Macro localización de Orianga

Ubicación general de la Parroquia de Orianga

País: Ecuador

Región: Interandina o Sierra

Ubicación: Provincia de Loja

Cantón: Paltas

Parroquia: Orianga

Figura 3

Ecuador- Provincia de Loja



Nota. El grafico representa la ubicación de la provincia de Loja. Adaptado de la Provincia de Loja, por J. Díaz, 2023 (https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Loja).

Figura 4

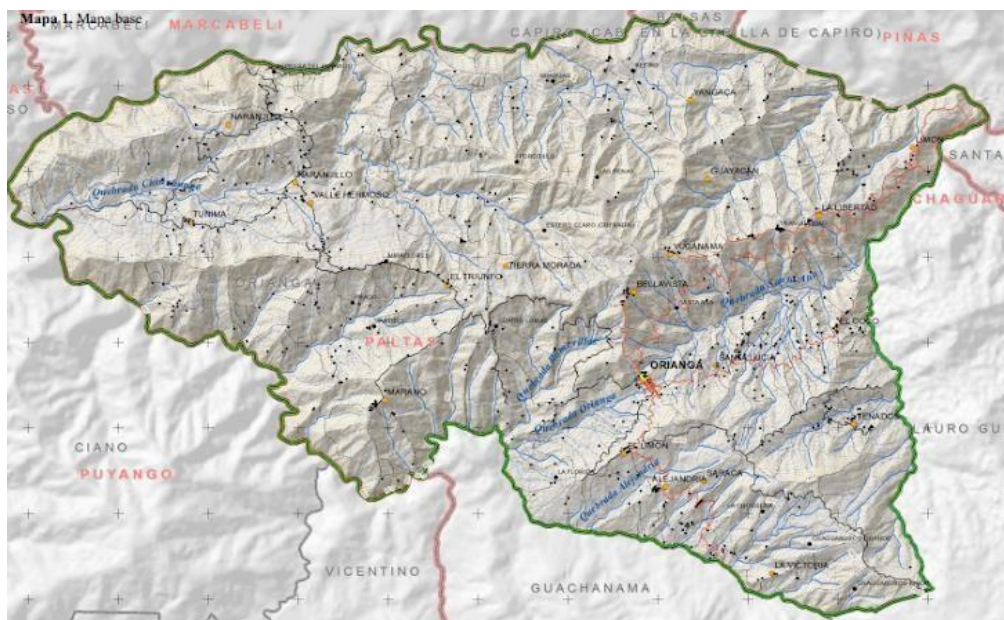
Provincia de Loja-Orianga



Nota. El grafico representa la provincia de Loja, señalando la parroquia de Orianga. Adaptado de la Provincia de Loja, por J. Diaz, 2023 (https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Loja).

Figura 5

Parroquia de Orianga



Nota. El grafico representa a la parroquia de Orianga. Adaptado de PDOT- Parroquia de Orianga, por J. Diaz, 2023 (<https://drive.google.com/file/d/1g2oNM4upIn73sjaimEHECjsNIOrljuew/view>).

Historia. - Se origina desde la Colonia y en el inicio de la República. El Congreso General de la Gran Colombia de 1824 estableció que el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial (sea está urbana o rural), constituye un organismo de base, o auxiliar de la administración municipalidad residente en la cabecera cantonal, posteriormente se vinculó a la Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Urbano como parte integrante del mismo Concejo Municipal, más no así al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural, que por su situación geográfica se la relacionó con las funciones que deben realizar los Consejos Provinciales, aspecto que se sigue sintetizando en el Art. 233 de la Carta Magna de 1998.

Así las juntas Parroquiales desde la constitución de 1998 pasaron a ser organismos seccionales autónomos, facultadas a ejercer el gobierno en su territorio según las disposiciones establecidas en la ley. Hasta la nueva constitución política de la república del Ecuador del 2008, las juntas Parroquiales rurales se guiaban por la Ley Orgánica de las Juntas Parroquiales Rurales, posteriormente las funciones de las Juntas Parroquiales se ajustan al nuevo ordenamiento jurídico del Ecuador.

Análisis de la Micro Localización de Orianga

Tabla 2

Análisis de la Micro Localización de la Parroquia de Orianga

Datos Geográficos	Descripción
Nombre del GAD	Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia de Orianga
Ubicación	Troncal de la Sierra /E50 – Calle Juan Servillo Córdova
Fecha de Creación de la Parroquia	5 de noviembre de 1948
Extensión	18.367,54 Ha.
Limites	NORTE: Con la provincia de El Oro. con las parroquias de El Paraíso, Marcabelí (parroquia urbana), Balsas (parroquia urbana) y Capiro de los cantones de Las Lajas, Marcabelí, Balsas y Piñas. SUR: Con la parroquia Lauro Guerrero, Guachanama y Ciano del cantón Puyango ESTE: Con la parroquia Lauro Guerrero y Santa Rufina del cantón Chaguarpamba OESTE: Con la parroquia Ciano del cantón Puyango y parte de El Paraíso de las Lajas.
Rango Altitudinal	1 200 msnm
Población Total	1658 habitantes de acuerdo a la proyección para el año 2022.

Accesibilidad. - El acceso a la parroquia de Orianga se lo puede realizar vía aérea desde el aeropuerto de la ciudad de Guayaquil o la ciudad de Quito, hasta el aeropuerto de la ciudad de Catamayo, aquí se hace el traslado vía terrestre a la cabecera parroquial de Orianga.

Figura 6

Ruta Loja-Orianga



Nota. La grafica muestra la Ruta desde la provincia de Loja hasta la parroquia de Orianga.

Adaptada de Google Maps, por J. Diaz, 2023. (<https://www.google.com/maps/dir/Loja/Orianga>).

Tabla 3

Distancia que se encuentra la parroquia de Orianga, con respecto a las principales ciudades de Loja

Ciudades	Distancia (km)	Tiempo (hor/min)
Catamayo-Orianga	152 km	2h 41 min.
Catacocha-Lauro Guerrero-Orianga	165 km	4h 16 min
Célica- Orianga	59 km	2h
Alamor- Orianga	46 km	1h 43 min
Chaguarpamba- Orianga	55 km	1h 26 min
Veracruz- Orianga	141 km	2h 53 min

Diagnostico por Componentes Biofísicos

El Componente Biofísico es la realidad natural donde se asienta la población para realizar sus actividades y está compuesta por los elementos naturales.

Tabla 4

Componentes Biofísicos de la Parroquia de Orianga

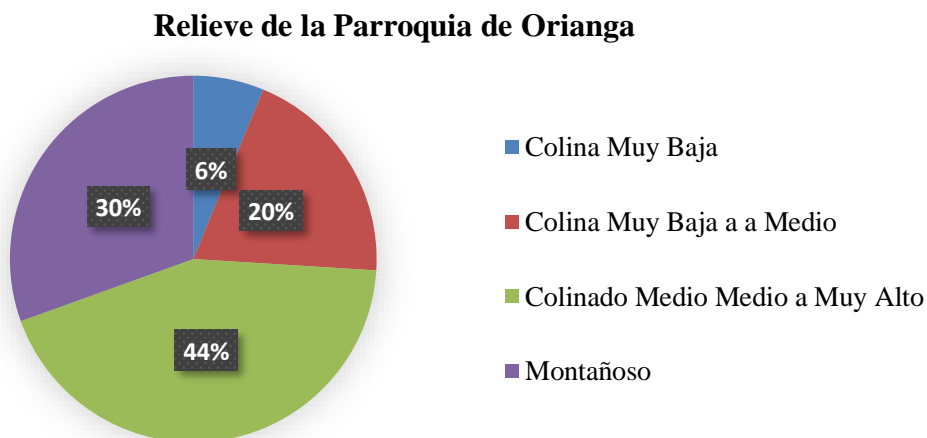
Topográficas de Orianga		
1. Relieve	3. Geología	5. Suelos
2. Clima	4. Temperatura	6. Áreas Protegidas

Relieve. - Según Campo (2024) “es una textura sobresaliente de una superficie que tiene diferentes variaciones. Entre los relieves más característicos de la superficie terrestre están las montañas, las mesetas y las llanuras”

La Parroquia de Orianga está considerada como una zona climada medio muy alto que tiene una superficie de 7,999.790 ha. Con un porcentaje de: relieve montañoso, colinado muy bajo a medio, colinado muy bajo y montañoso. Aquí se puede encontrar elevaciones como el Cerro Pila Pila y el Cerro Lauro Guerrero.

Figura 7

Grafica del Relieve de la Parroquia Orianga



Nota. La grafica representa el porcentaje de los diferentes relieves que existen en la parroquia de Orianga. Adaptado de PDOT de la parroquia de Orianga, por J. Diaz, 2023

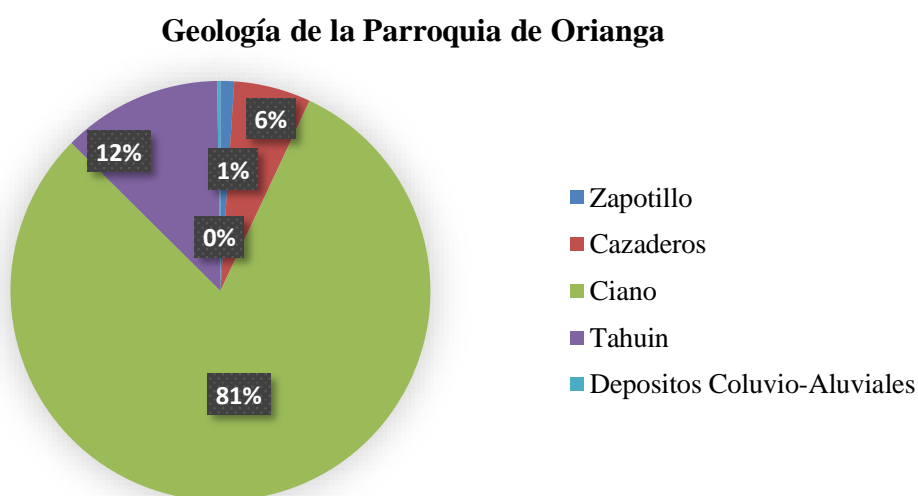
(https://orianga.gob.ec/images/PDOT_ORIANGA_2019-2023.pdf).

Geología. - Según Ramirez (2016) “es la ciencia que concierne a la Tierra y los materiales de los que está constituida, los procesos que los formaron durante el tiempo geológico y el modelado de su superficie en el pasado y en el presente”

La geología de la parroquia de Orianga está caracterizada por: ciano en el territorio, tahuin en la parte norte de la superficie del territorio, zapotillo, depósitos coluvio-aluviales y cazaderos.

Figura 8

Geología de la Parroquia de Orianga



Nota. En la gráfica podemos apreciar los diferentes suelos geológicos que existen, tomando en cuenta que el ciano forma la mayor parte del territorio. Adaptado de PDOT de la parroquia de Orianga, por J. Diaz, 2023 (https://orianga.gob.ec/images/PDOT_ORIANGA_2019-2023.pdf).

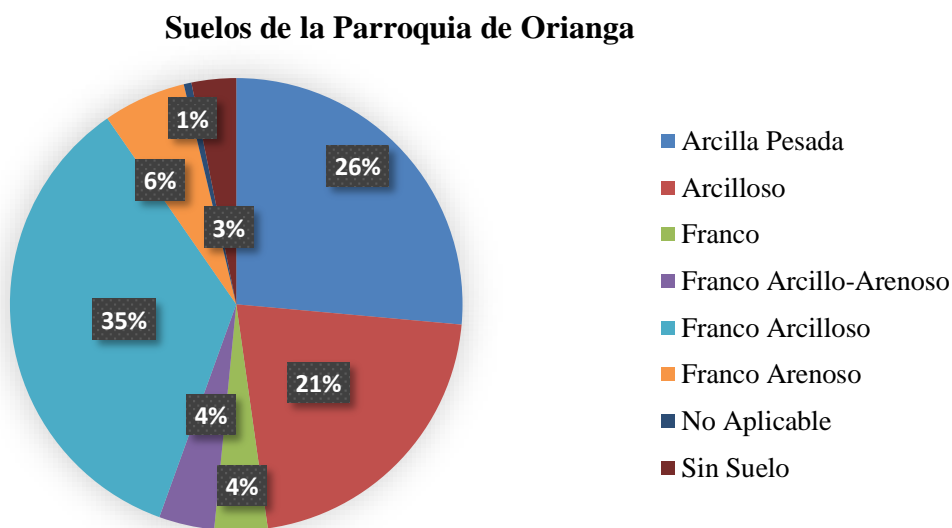
Suelos. - Según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (2023) “el suelo es el producto final de la influencia del tiempo y combinado con

el clima, topografía, organismos (flora, fauna y ser humano), de materiales parentales (rocas y minerales originarios)”

El tipo de suelo de la Parroquia de Orianga es mayormente de tipo franco arcilloso poco fértiles y generalmente ácidos; además de ellos se presenta en menor cantidad suelos de tipo franco, franco arcillo-arenoso, franco arenoso, arcilloso y arcilla pesada con ciertas estratificaciones y poca horizontación y formados prácticamente por sedimentos.

Figura 9

Suelos de la Parroquia de Orianga



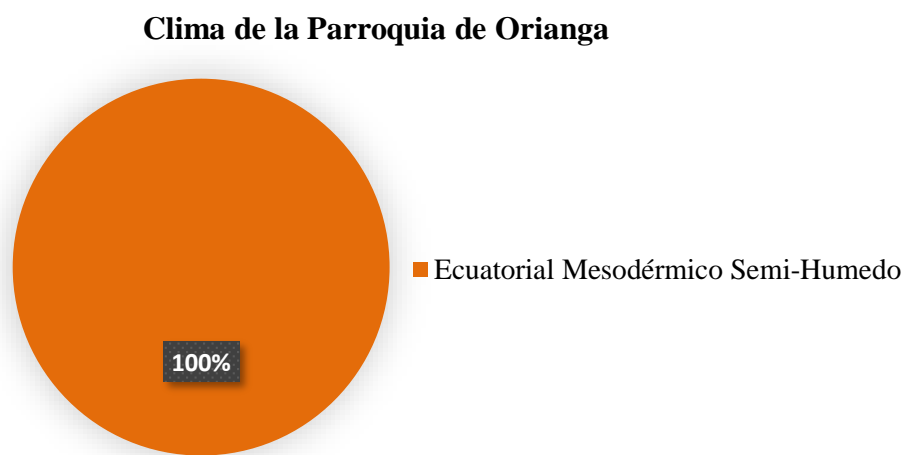
Nota. En la gráfica podemos analizar que el suelo que mayor predomina en la parroquia de Orianga es el arcilloso que es muy característico por ser muy áspero, no se desecan fácilmente y contienen buenas reservas de nutrientes. Adaptada de PDOT de la parroquia de Orianga, por J. Diaz, 2023 (https://orianga.gob.ec/images/PDOT_ORIANGA_2019-2023.pdf).

Clima. - Según el Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático (2023) “es el estado más frecuente de la atmósfera de un lugar de la superficie terrestre; es decir, una descripción estadística de las condiciones meteorológicas más frecuentes de una región en cierto periodo de tiempo”

La temperatura de Orianga fluctúa entre los 17 y 24°C siendo un poco más fuerte en la parte norte de la parroquia y con tendencia al frío desde el centro hacia el sur y este. La Victoria, parte de Saraca, El Limón y Chalanga, poseen las temperaturas más frías de la parroquia, con temperaturas que fluctúan entre los 17 y 19 °C; los más cálidos en cambio son: parte de Tunima, Naranjillo, Valle hermoso y Yangaca. Según estas características, el clima de Orianga se ubica en el tipo Ecuatorial Mesodérmico semi-húmedo, presentándose lluvias en promedio durante los meses de enero a junio.

Figura 10

Clima de la Parroquia de Orianga



Nota. En la gráfica podemos darnos cuenta que el clima de Orianga es favorable, ya que cuenta con un clima accesible para cualquier persona, ya que no es ni frío ni caliente si no templado.

Adaptada de PDOT de la parroquia de Orianga, por J. Diaz, 2023

(https://orianga.gob.ec/images/PDOT_ORIANGA_2019-2023.pdf).

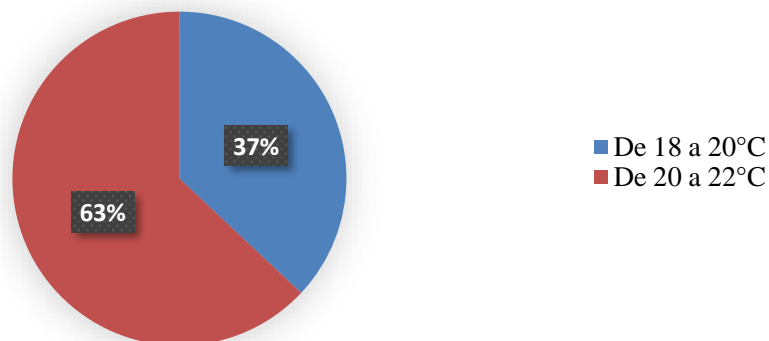
Temperatura. – Según Rhoton (2023) “es una magnitud física que indica la energía interna de un cuerpo, un objeto o del medio ambiente en general, medida por un termómetro cuya unidad en el sistema es el kelvin (k)”

La temperatura que se presenta en la parroquia de Orianga se encuentra en el rango de los 18-22 °C, por lo que el clima es bastante agradable en la zona.

Figura 11

Temperatura de la Parroquia de Orianga

Temperatura de la Parroquia de Orianga





Nota. La gráfica muestra las dos temperaturas que existen en la parroquia de Orianga, pero estos resultados son dados gracias a que el clima de la provincia de Loja es de 21°C, que permite que Orianga goce de una temperatura no tan calurosa durante el año.




Inventario de la Flora y Fauna de Orianga

Tabla 5





Inventario de la Flora de Orianga

N.º	Flora	Información	Imagen
1	Higuerón Blanco	<p>Nombre científico: Ficus Aurea. Familia Botánica: Moraceae. Es uno de los higüeros de gran tamaño y raíces poderosas que necesita mucho espacio para desarrollarse. Su grueso tronco está cubierto por una delgada corteza de color muy claro, de ahí que se le conozca como higuera blanca.</p>	

N.º	Flora	Información	Imagen
2	Guabo	<p>Nombre científico: <i>Inga Edulis</i> Familia Botánica: Fabaceae La guaba es un árbol de copa densa, aparasolada y ancha con ramificaciones, que alcanza hasta de 30 m de altura, con diámetros de 30 a 60 cm de tronco. Posee una corteza recta, cilíndrica y de color marrón claro.</p>	
3	Cascarilla	<p>Nombre científico: <i>Cinchona Pubescens</i> Familia Botánica: Euphobiaceae El tronco alcanza en promedio 10 m de altura y 30 cm de diámetro. Las hojas son ovaladas de 21 a 29 cm de largo y 12 a 13 cm de ancho, de color verde oscuro, con pecíolo de 3 a 7 cm de longitud; inflorescencia terminal, flores rojas con corola blanca o rosada y los lóbulos internamente amarillentos, agrupadas en panículas.</p>	
4	Cedro	<p>Nombre científico: <i>Cedrela Odorata</i> Familia Botánica: Meliaceae El cedro amargo tiene un tronco que puede alcanzar los 40 m de altura. El tronco es recto, naciendo sus ramas, van más arriba de la mitad de su altura y con diámetros en los árboles adultos de 1 a 2 m. A veces, en su parte baja presenta contrafuertes o aletones que ayudan a afianzar el árbol.</p>	



N.º	Flora	Información	Imagen
5	Guapala	<p>Nombre científico: <i>Simira Ecuadorensis</i></p> <p>Familia Botánica: Rubiaceae</p> <p>Arbusto de hasta 10 m de altura, con hojas de nervadura blanquecina, flores verde amarillentas que nacen en racimos terminales; la madera se usa para construcciones y para elaborar bahareque, cercas y postes.</p>	
6	Laurel	<p>Nombre científico: <i>Laurus Nobilis</i></p> <p>Familia Botánica: Magnoliidae</p> <p>El laurel común es un árbol dioico perennifolio de 5-10 m de altura, de tronco recto con la corteza gris y la copa densa, miden unos 3-9 cm de longitud y poseen corto peciolo.</p>	
7	Almendro	<p>Nombre científico: <i>Pronus Dulcis</i></p> <p>Familia Botánica: Rosidae</p> <p>Puede alcanzar hasta 10 m de altura, pero generalmente se mantiene entre los 5-8 m³ y es más bajo mediante poda. Tienen una copa ancha y casi redondeada. Sus hojas son verdes de un tono claro, lisas, estrechamente lanceoladas, el limbo mide entre 5 y 12 cm de largo, con un peciolo de 2,5 cm.</p>	





N.º	Flora	Información	Imagen
8	Yama	<p>Nombre científico: <i>Colocasia Esculenta</i></p> <p>Familia Botánica: Araceae</p> <p>Las hojas son peltadas, con la lámina de 32–36 cm de largo y 22–70 cm de ancho.</p> <p>Las inflorescencias son axilares, formando un espadice, protegidas por la espata, con aroma afrutado, tiene un pedúnculo de 9–80 cm de largo; y espata de hasta 43 cm de largo.</p>	
9	Amarillo	<p>Nombre científico: <i>Tecoma Stans</i></p> <p>Familia Botánica: Bignoniaceae</p> <p>Es un arbusto o árbol pequeño, perenne, hermafrodita, de madera dura y hojas compuestas y opuestas, de borde serrado. El fruto es una vaina alargada (7-21 cm) de color verde-marrón.</p>	
10	Guayacán	<p>Nombre científico: <i>Guaiacum Officinale</i></p> <p>Familia Botánica: Zygophyllaceae</p> <p>La madera de guayacán es resistente y duradera, y la más densa de las comercializadas lo que hace que se hunda fácilmente en el agua. El árbol es de crecimiento lento y de altura relativamente pequeña.</p>	
11	Orquídea	<p>Nombre científico: Orchidaceae</p> <p>Familia Botánica: Orchidaceae</p> <p>Las orquídeas son plantas herbáceas, terrestres o epífitas, ocasionalmente trepadoras. Unas pocas especies carecen de clorofila, y son micoheterotróficas.</p>	





N.º	Flora	Información	Imagen
12	Roblón	<p>Nombre científico: <i>Triplaris Cumingiana</i> Familia Botánica: Caryphyllales</p> <p>Un árbol de tamaño mediano a grande, caducifolio-seco, con hojas grandes y brillantes, flores de color crema, en el caso de los árboles masculinos y flores rosadas hasta rojo intenso en el caso de los árboles femeninos.</p>	
13	Coca	<p>Nombre científico: <i>Erythroxylum coca</i> Familia Botánica: Erythroxylaceae</p> <p>La planta de la coca es un arbusto que crece hasta los 2,5 m de altura, de tallos leñosos y hojas elipsoidales, medianas, muy fragantes y de color verde intenso.</p>	
14	Ubre de Vaca	<p>Nombre científico: <i>Solanum Mammosum</i> Familia Botánica: Solanaceae</p> <p>Son arbustos o hierbas que alcanzan un tamaño de hasta 1.5 m de alto, generalmente vellosos y armados; tallos pilosos con tricomas simples largos.</p>	
15	Romerillo	<p>Nombre científico: <i>Bidens Pilosa</i> Familia Botánica: Asteraceae</p> <p>Es una especie de hábito de crecimiento sub-arbustivo (1,5 a 2,0 m de altura), de sexualidad diclino-dioica con una dispersión de sus semillas de tipo anemócora.</p>	


Nota. La tabla muestra la principal flora que rodeada el territorio de la parroquia de Orianga.

Tabla 6*Inventario de la Fauna de Orianga*

N.º	Fauna	Información	Imagen
1	Venado	<p>Nombre científico: Cercidae</p> <p>Familia: Mammalia</p> <p>Tienen patas delgadas, pezuñas hendidas y largos cuellos con cabezas largas y finas, aptas para el ramoneo o el pastoreo. Son esbeltos herbívoros, si bien las especies más grandes tienen una configuración similar a un caballo.</p>	
2	Caballo	<p>Nombre científico: Equus Ferus Caballus</p> <p>Familia: Equidae</p> <p>Los caballos son animales que físicamente poseen un gran porte. Su cuello se caracteriza por ser largo, incluyendo cerdas de importante longitud y una cabeza sumamente alargada con dos orejas erguidas.</p>	
3	Sagino	<p>Nombre científico: Dicotyles Tajacu</p> <p>Familia: Tayassuidae</p> <p>Es una especie de mamífero de la familia Tayassuidae. Mide 50 cm en la cruz, de 70 a 110 cm de longitud y de 2 a 5 cm de cola. Posee pelaje de cerdas castaño-negruczas y una mancha blanca como collar.</p>	

N.º	Fauna	Información	Imagen
4	Guatuza	<p>Nombre científico: Agutí Centroamericano</p> <p>Familia: Dasyproctidae</p> <p>La longitud de su cuerpo va de 42 a 62 cm; su peso de 2 a 3 kg. El pelambre es castaño rojizo, más oscuro en las partes altas. Es diurno, pero adopta comportamiento nocturno si se siente amenazado.</p>	
5	Armadillo	<p>Nombre científico: Dasypodidae</p> <p>Familia: Dasypodidae</p> <p>Se caracterizan por poseer un caparazón dorsal formado por placas yuxtapuestas, ordenadas por lo general en filas transversales, con cola bastante larga y extremidades cortas</p>	
6	Ardilla	<p>Nombre científico: Sciurus aureogaster</p> <p>Familia: Sciuridae</p> <p>Las ardillas miden entre los 20 y 25 cm solamente de cuerpo, ya que contamos toda su longitud incluyendo hasta la cola habría que aumentarla las mismas medidas, o sea el doble unos 15 o 20 cm.</p>	
7	Guanta	<p>Nombre científico: Cuniculus Paca</p> <p>Familia: Cunivulidae</p> <p>Animal de tamaño grande, cuerpo pesado y robusto, tiene pelaje corto algo áspero; dorso de color marrón rojizo a marrón oscuro con abundantes manchas blancas desde el cuello hasta las ancas; de cabeza grande y mejillas abultadas.</p>	

N.º	Fauna	Información	Imagen
8	Tejón	<p>Nombre científico: Meles Meles</p> <p>Familia: Mustelidae</p> <p>El tejón tiene complexión robusta, cuerpo mucho más largo y ancho que alto, con patas cortas y cola también corta con el extremo romo. Su forma general es algo acuñada, con la cabeza alargada y triangular y proporcionalmente pequeña.</p>	
9	Mono	<p>Nombre científico: Hominoideos</p> <p>Familia: Haplorrinos</p> <p>Los monos varían en tamaño desde el tití pigmeo, que puede ser tan pequeño como 117 milímetros (4,6 plg) con una cola de 172 milímetros (6,8 plg) y poco más de 100 gramos (3,5 oz) de peso.</p>	
10	Serpiente	<p>Nombre científico: Serpentes</p> <p>Familia: Ophidia</p> <p>Son suborden de saurópsidos (reptil)</p> <p>Algunas realizan mordeduras venenosas, como las cobras (Elapidae) y las víboras, para matar a sus presas y posteriormente ingerirlas.</p>	
11	Oso Hormiguero	<p>Nombre científico: Vermilingua</p> <p>Familia: Mammalia</p> <p>El cuerpo es robusto. Puede medir de 1,20 a 1,30 m de largo y la cola de 75 a 85 cm, y puede llegar a pesar hasta 40 kg.</p> <p>La coloración del pelaje varía de diferentes tonos de grises. El cuello y el lomo pueden llegar a medir de 20 a 22.</p>	

N.º	Fauna	Información	Imagen
12	Burro	<p>Nombre científico: Equus Africanus</p> <p>Asinus</p> <p>Familia: Equidae</p> <p>Es un animal doméstico de la familia de los équidos. Los ancestros salvajes africanos de los burros fueron domesticados por primera vez a principios del VII milenio a. C.</p>	

Nota. La tabla muestra la principal fauna que se puede encontrar en la parroquia de Orianga.

Mercado Turístico de Orianga

Según datos registrados en el PDyOT 2014 -2019 del cantón Paltas, en la parroquia Orianga se encuentran 24 bienes tangibles, que corresponden al 3,41% del total de los bienes del Cantón. Los bienes inmuebles que son considerados patrimonio, se pueden agrupar en casas con aspecto arquitectónico patrimonial y el convento parroquial, tal como se aprecia en el mapa de bienes patrimoniales. Además de ello, se puede mencionar como parte del patrimonio intangible de la parroquia, la comida típica del lugar, con platos como: gallina criolla, fritada, sango, patacones, yuca, tamales con café y, las tradicionales pelas de chanco, que generalmente convocan a la unión familiar por fechas especiales. Otras tradiciones importantes de Orianga, son las festividades realizadas en homenaje a su Parroquialización, cada noviembre, en donde las autoridades del GAD, organizan algunos eventos artístico-culturales y productivos.

Festividades de la Parroquia de Orianga

Después de analizar la Parroquia de Orianga, se determinó que los atractivos más potenciales, de acuerdo a la preferencia de las personas son 14 y se detallan por barrio y atractivos.

Tabla 7*Festividades de los barrios de la Parroquia de Orianga*

Barrio	Festividad
El Limón	Festividades del Club Deportivo el 5 de junio. Celebración el 25 de diciembre por Navidad.
La Victoria	El 14 y 15 de agosto, celebración de la romería por la Virgen del Cisne. Novena en diciembre y mayo por Navidad y Virgen del Cisne. En junio, se organizan actividades para recolectar fondos.
Venados	Festividades del 25 de diciembre por Navidad.
El Coco	Festividad por el primer sábado de agosto.
Santa Lucía	Festividad de 10 de agosto.
Saraca	Festividad cívica del 18 de noviembre (juramento a la bandera). Fiestas religiosas en honor a San Vicente el 13 de noviembre y a San Antonio el 13 de junio.
El Triunfo	Festividades barriales el 16 de julio, 17 de septiembre y en octubre.
Valle Hermoso	Festividades barriales el 5 de septiembre.
Naranjillo	Festividades barriales el 8 de agosto. Festividades barriales el junio y octubre.
Tunima, El Prado y Marano	No realizan festividades.

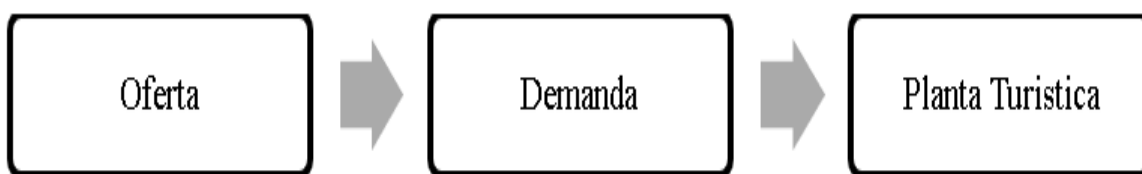
Nota. Esta tabla muestra las principales festividades que se encuentran en los diferentes barrios de la parroquia de Orianga.

Patrimonio Tangible e Intangible

Los principales patrimonios tangibles e intangibles se encuentran alrededor de la parroquia de Orianga, principalmente en el centro de la parroquia, donde podemos observar toda su infraestructura y degustar de su gastronomía.

Tabla 8*Patrimonio Tangible e Intangible de la Parroquia de Orianga*

Patrimonio	Localización	Características	Arquitectura	Lagunas
Tipo de Patrimonio Tangible	15 casas con cimentación de piedra, de arquitectura popular o vernácula	8 casas de mampostería de piedra.	1 convento parroquial de arquitectura religiosa.	Laguna Las Juntas Laguna Tumina Laguna La Victoria
Localización	Centro Parroquia	Centro Parroquia	Centro Parroquia	Cofradía
Tipo de Patrimonio Intangible	Comida típica: gallina criolla, fritada, sango, patacones, yuca, tamales con café, pelas de chancho	Fiestas Religiosas	Saberes ancestrales asistencia de parturientas y el cultivo y práctica de medicina tradicional	
Localización	Lugares Poblados	Centro Parroquial y lugares poblados	Lugares Poblados	

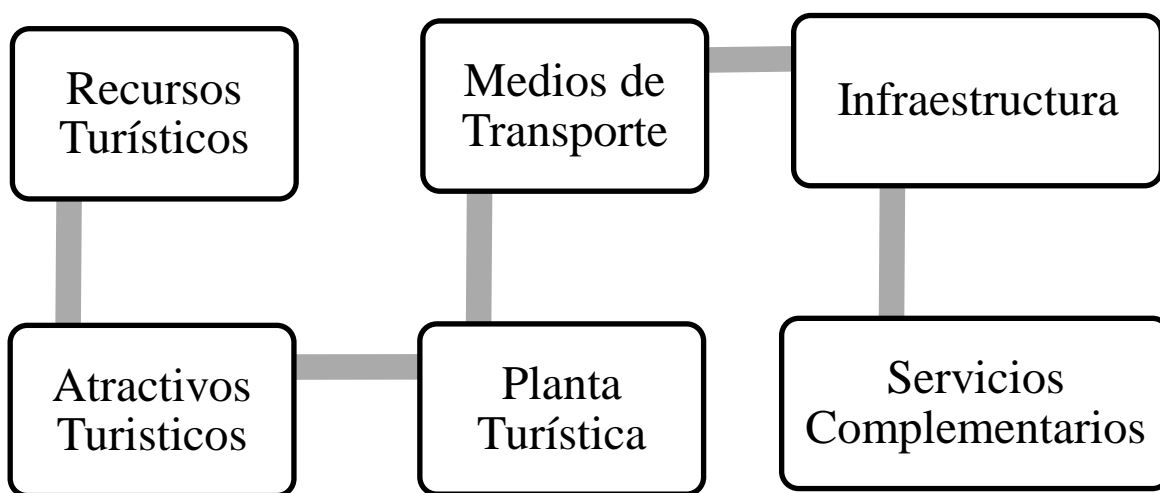
Sistema Turístico de Orianga**Figura 12***Sistema Turístico de la Parroquia de Orianga*

Nota. La figura que se presenta en la parte de arriba, son los principales componentes que se tomara en cuenta para especificar el sistema turístico de la Parroquia de Orianga.

Oferta. - Según Sancho (2006) lo define como: “conjunto de productos y servicio puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”

Figura 13

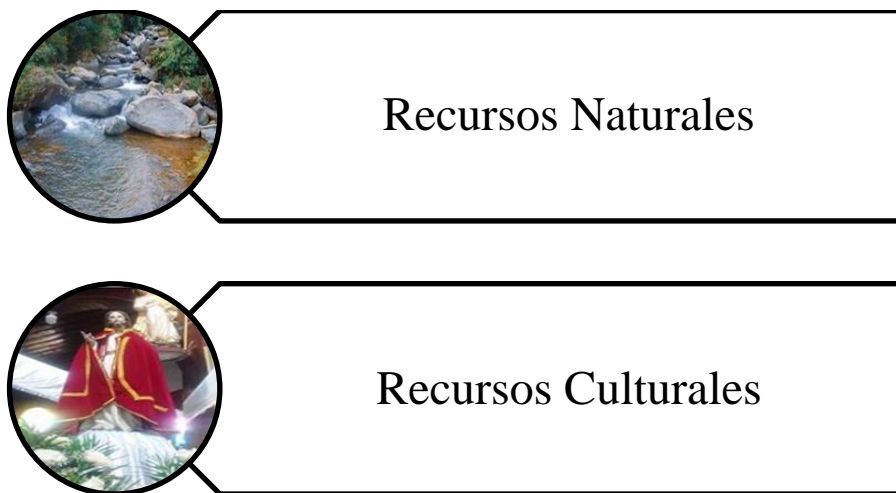
Oferta



Nota. La oferta turística se divide en diferentes temas, para este informe se tomó solo los principales 6, y cada uno contara con su respectiva información en las siguientes páginas.

Recursos Turísticos. - Según Navarro (2023) lo define como: “aquellos elementos que por sí mismo o en combinación con otros pueden despertar el interés para visitar una determinada zona o región. Es decir, todo elemento capaz de generar desplazamientos turísticos por un cierto tiempo”

En la parroquia de Orianga se puede encontrar durante todo el año diferentes actividades turísticas, entre ellos; recursos naturales y culturales que son capaces de motivar a los turistas a su visita.

Figura 14*Recursos Turísticos de la Parroquia de Orianga*


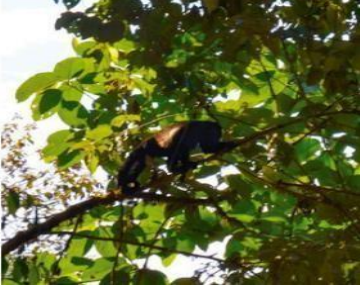

Atractivos Turísticos. - Según la CEUPE (2023) “es un sitio de interés para los turistas, el cual destaca por su particularidad cultural, histórica, artística, arquitectónica, natural, recreativa, gastronómica, lingüística, arqueológica o astronómica. A menudo, un destino tiene más de un valor turístico para ofrecer”



Bajo un previo análisis y estudio de los atractivos y destinos turísticos que tiene la Parroquia de Orianga, y que se encuentran dentro del inventario de atractivos turístico de la Provincia de Loja en el Ministerio de Turismo, se seleccionó los más relevantes para la realización del Plan de Promoción Turística para la Parroquia de Orianga, entre ellos existen diferentes atractivos turísticos que son acondicionados para generar interés y atraer a la mayoría de turistas como: atractivos turísticos naturales, atractivos turísticos culturales, atractivos turísticos gastronómicos.

Atractivos Turísticos Naturales

Según Navarro (2015) “son aquellos creados por la naturaleza, cuyas características propias hacen viable que sean visitados por turistas” (p. 15).

Tabla 9*Atractivos Turísticos Naturales de la Parroquia de Orianga*

N.º	Barrios	Atractivo Turístico Natural	Gráfico
1	Orianga	<p>Quebrada Shoa:</p> <p>Es un atractivo natural para realizar cuando vas de visita a la parroquia de Orianga o a Guachanamá, donde puedes hacer pesca o nadar, es apropiado para pasar en familia y disfrutar de su refrescante agua.</p>	
2	Orianga	<p>Bosque Protector Cofradía:</p> <p>Dentro del entorno natural del bosque Protector Cofradía, existe gran variedad de flora y fauna, con un ambiente agradable lleno de hermosos paisajes donde la naturales ha sido protegida. Además, es conocida como la orquídea de Paltas por su variedad de orquídeas, cuneta con un clima agradable, puedes realizar fotografía y senderismo.</p>	
3	Orianga	<p>Quebrada Tunima:</p> <p>Se encuentra a 27 km de la cabecera parroquial, se puede disfrutar de un paisaje y ambiente agradable como también de sus aguas cristalinas que forman una laguna encantadora que hacen que la estadía sea más acogedora y agradable, rodeada de flora y fauna propia del lugar, puedes realizar fotografía y nadar.</p>	


N.º	Barrios	Atractivo Turístico Natural	Gráfico
4	Orianga	<p>Balneario de las Juntas:</p> <p>La quebrada de las Juntas lleva ese nombre por la unión del agua tibia y fría que se juntan en el balneario, cuando lo visitas puedes realizar, pesca, fotografía y nadar. Cuenta con flora y fauna propia del lugar.</p>	
5	Cofradía	<p>Laguna la Victoria:</p> <p>Es una laguna rodeada de un bosque de coníferas y es alimentada por las aguas glaciares, es un lugar ideal para acampar, pescar y hacer fotografía.</p>	




Atractivos Turísticos Culturales




Según Navarro (2015) “lo define como aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar de rasgos y elementos distintivos, espirituales y mariales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico” (p. 5).



Tabla 10

Atractivos Turísticos Culturales

N.º	Barrios de la Parroquia	Atractivos Turísticos Culturales	Grafico
1	Parroquia Orianga	<p>Categoría Patrimonio Inmaterial</p> <p>Festividades del club deportivo 5 de junio:</p> <p>En la festividad deportiva que realiza la parroquia de Orianga, su objetivo es que los diferentes barrios sean participes en la actividad, dando así una unión solidaria para crear turismo deportivo de una semana.</p>	

N.º	Barrios de la Parroquia	Atractivos Turísticos Culturales	Grafico
2	La Victoria	<p>Categoría Patrimonio Inmaterial</p> <p>Romería de la Virgen del Cisne el 17 de agosto.</p> <p>En esta actividad los peregrinos que son católicos de la Virgen del Cisne, se reúnen para realizar largas caminatas hacia los diferentes puestos designados en cada una de las familias que solicito su vista, y se va rezando y haciendo alabanzas.</p>	
3	Venados	<p>Categoría Patrimonio Inmaterial</p> <p>Festividad del 25 de diciembre por Navidad.</p> <p>En el pueblo de Venados, el 25 de diciembre se realiza una caminata por todo el barrio para festejar la venida del niño Jesús, todos se preparan con sus mejores ropas para esta gran misa solemne por la noche, y al finalizar hay un baile y juegos pirotécnicos.</p>	
4	Saraca	<p>Categoría Patrimonio Inmaterial</p> <p>Fiesta religiosa en honor a San Vicente el 13 de noviembre:</p> <p>En Saraca, el 13 de noviembre se desarrollan actividades de carácter cultural y religiosos en honor a San Vicente, por la noche se efectúa un programa socio-cultural con presentación de danzas, fuegos pirotécnicos y artistas invitados.</p>	

N.º	Barrios de la Parroquia	Atractivos Turísticos Culturales	Grafico
5	El Triunfo	<p>Categoría Patrimonio Inmaterial</p> <p>Festividades barriales el 16 de julio el 17 de septiembre:</p> <p>En el pueblo del Triunfo, sus festividades llenan de alegría a los visitantes que asisten a estas festas, ya que hay danza de las diferentes comunidades aledañas desde la mañana, y por la tarde se realizan juegos para que participen niños y jóvenes, y conmemorar su aniversario.</p>	
6	Valle Hermoso	<p>Categoría Patrimonio Inmaterial</p> <p>Festividades barriales el 5 de septiembre:</p> <p>El pueblo de Valle Hermoso, para festejar y conmemorar su aniversario, los colegios realizan presentaciones desde la mañana con banda y cheerleaders por todo el barrio, dando por concluido por la tarde, un baile general con todos sus visitantes.</p>	
7	Naranjillo	<p>Categoría Patrimonio Inmaterial</p> <p>Festividades barriales en junio y octubre:</p> <p>En el barrio de Naranjillo, en sus festividades la comunidad se organiza días posteriores mingas de limpieza para recibir a los visitantes de los demás barrios, donde se realiza ciclo paseos, serenatas barriales, cabalgata por el barrio, y una fiesta por la noche, todo para consagrar su aniversario.</p>	

N.º	Barrios de la Parroquia	Atractivos Turísticos Culturales	Grafico
8	Orianga	<p>Categoría Patrimonio Inmaterial</p> <p>Fiesta comercial Virgen del Carmen el 20 de Julio:</p> <p>En la parroquia de Orianga el 20 de junio, se realiza una caminata desde la mañana hasta la tarde para dar gracias a la Virgen del Carmen por todos los favores recibidos, toda la comunidad participa en este espectáculo, donde se realiza canciones católicas y el santo rosario por todo el recorrido, para dar por concluido la misa solemne.</p>	
9	Orianga	<p>Categoría Patrimonio Inmaterial</p> <p>Fiesta en Honor a San Vicente de Ferrer el 30 de agosto:</p> <p>En la parroquia de Orianga en las festividades del Santo San Vicente, los moradores en días posteriores realizan mingas de limpieza para y el día de la festividad se realiza serenatas barriales, cabalgata por el barrio, y una fiesta por la noche.</p>	

Gastronomía

Las actividades que se presentan en el turismo culinario son: degustar nuevos alimentos y bebidas. Inscribirse a clases de cocina para preparar nuevos platillos. Visitar diferentes restaurantes, establecimientos y puestos de comidas para probar distintos platillos. En la parroquia de Orianga también existen platos que lo caracterizan a continuación se los presenta.

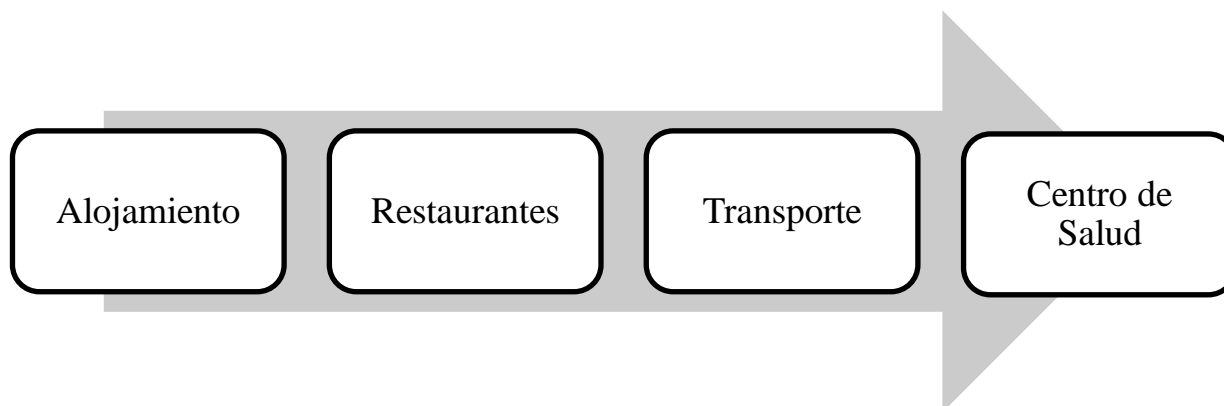
Tabla 11*Gastronomía de la Parroquia de Orianga*

N.º	Nombre del Plato	Grafico
1	<p>Gallina Criolla:</p> <p>Es un plato fuerte, consiste en un estofado de carne de gallina cocinada lentamente en los jugos de una bebida fermentada.</p>	
2	<p>Fritada:</p> <p>es un plato típico de la gastronomía Lojana y todo el Ecuador. Su componente principal es la carne de cerdo frita, que va acompañado de mote o choclo cocinado, tortillas de papa, plátano frito, ensalada y ají. Una delicia en el paladar de propios y extraños.</p>	
3	<p>Sango:</p> <p>el delicioso sango se lo puede preparar en apenas 20 minutos. El maíz, tan típico de nuestros indígenas y tan históricamente importante para la alimentación en nuestro país, además de ser delicioso es rico en carbohidratos, proteínas y no contiene gluten, lo que lo vuelve un alimento ideal para la alimentación de niños y adultos.</p>	
4	<p>Patacones y Yuca:</p> <p>Los patacones están hechos de "verde". El verde es un tipo de plátano muy importante en la gastronomía de los ecuatorianos. Los patacones son trozos de verde que se fríen y luego se aplastan para volverlos a freír.</p> <p>Sirven de acompañamientos en muchos platos como por ejemplo en los ceviches.</p>	

N.º	Nombre del Plato	Grafico
5	<p>Tamales con Café:</p> <p>la masa se hace con maíz molido, manteca de cerdo, caldo, huevos y hojas de achira (para envolverlo). El tamal lleva carne de cerdo, guisantes, zanahoria, pimiento y cebolla (aunque puede variar de un sitio a otro). Las hojas de achira le dan un sabor dulzón al tamal. Se trata de un plato muy rico.</p>	
6	<p>Pelas de Chanco:</p> <p>esta es una actividad que las familias de Orianga realizan cuando hay una festividad en el barrio o en la familia, y comúnmente se reúnen todos los familiares para matar el chanco y hacer una rica fritada, sopa, freír maduro, mientras se comenta las anécdotas que han pasado.</p>	
7	<p>Sambates:</p> <p>La palabra Sambate se deriva del quichua y significa "envueltos", con ese nombre se originó una empresa familiar lojana que produce tamales, humitas y quimbolitos.</p>	
8	<p>Crema de Maní:</p> <p>Esta deliciosa salsa de maní o salsa de cacahuates es un importante acompañante para los famosos llapingachos o tortillas de papa ecuatorianas, pero también es muy sabrosa con yucas hervidas o fritas, y con papas hervidas.</p>	

Planta Turística

Son las instalaciones físicas de los servicios turísticos: hotel, restaurantes, agencias de viajes, etc.

Figura 15*Planta Turística*

Alojamientos en la parroquia de Orianga: cuenta con dos alojamientos, donde los turistas pueden pernoctar, cada uno de ellos todavía no cuenta con servicios turísticos asignados, como transporte o guías turísticos.

Tabla 12*Alojamiento*

Hostel	Ubicación	Calles
Hostel Meya	Orianga	C. Leticia Jimbo y CI. 13 de octubre.
Hostel Patricia	Orianga	C. Ricardo Yanangomez y CI. 13 de octubre.

Restaurantes en la parroquia de Orianga: cuenta con 3 restaurantes donde el turista podrá disfrutar de la diferente gastronomía de Orianga.

Tabla 13*Restaurante*

Restaurante	Ubicación	Calles
Restaurante Doña Rosita	Orianga	C. Miguel Huanca – C. 5 de noviembre
Restaurante Orianga	Orianga	C. 5 de noviembre – C. Ricardo Yanangomez
Restaurante El Mar	Orianga	C. 13 de octubre

Transporte de la parroquia de Orianga: para poder llegar a Orianga cuenta con una sola cooperativa, pero los medios de transporte más utilizados por los habitantes de la parroquia son las denominadas rancheras y camionetas de uso particular, donde los llevaran a cualquier lugar que usted requiere.

Tabla 14

Transporte

Transporte	Ubicación	Calle
Cooperativa Marcabeli Of Orianga	Orianga	C. Miguel Huanca – C. 5 de noviembre

Centro de Salud: En la parroquia de Orianga encontramos dos centros de salud el centro de salud de Seguro Campesino ubicado en el barrio El Limón y el Sub-centro de Salud de Ministerio de Salud Pública ubicada en el centro de Orianga, estos dos centros de salud son de tipo A.

Tabla 15

Centro de Salud

Centro de Salud	Ubicación	Tipo
Centro de Salud de Seguro Campesino	Barrio Limón	Tipo A
Sub- centro de Salud de Ministerio de Salud Pública	Parroquia de Orianga	Tipo A

Medios de Transporte: las vías en la Parroquia Orianga están constantemente amenazadas por los factores ambientales y geográficos, como: deslaves e inundaciones (desbordes, represamientos, etc.), son las causas más frecuentes de los daños viales, además la falta de mantenimiento y de alcantarillas agrava estos problemas. Los puntos más importantes de acceso vehicular son la Cabecera Parroquial con conectividad a la Ciudad de Catacocha, es por la vía al cantón Chaguarpamba, Olmedo las Chinchas.

El servicio de transporte desde la cabera parroquia a sus barrios se realiza por medio de:

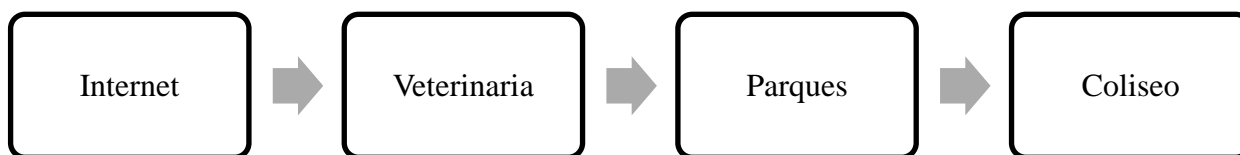
- Rancheras particulares
- Camionetas particulares

Además, todos los días existen un servicio de transporte estudiante desde Loja, Catamayo, Orianga a las 4:00 a.m. salida de Loja. Para el transporte en rancheras y camionetas no existen horarios definidos.

Infraestructura Básica: en la actualidad se cuenta con una limitada infraestructura a la producción, pues al menos en tema vial y acceso a servicios básicos, la atención que se le ha dado es mínima. El apoyo a la producción se centra en infraestructura de energía eléctrica en todas las parroquias del cantón Paltas, incluida Orianga por supuesto, sin embargo, el voltaje instalado es de 110 v, pero para el funcionamiento de equipos y maquinaria se requiere de 220 v. En el tema de energía eléctrica también es importante mencionar en algunas viviendas de los barrios no cuentan con el servicio-. Pero en el caso de la vialidad, solamente se cuentan con vías de segundo y tercer orden.

Figura 16

Servicios Complementarios



Demanda. - Lo constituye los visitantes que desean acceder a los diversos servicios que conforman la actividad turística. Es aquel grupo de personas que consumen o compran un servicio o producto turístico. La demanda en la Parroquia de Orianga, durante el transcurso del año se conoce que llegan personas nacionales con la finalidad de ver a sus familiares, en cambio en el ámbito turístico solo se registran 20 turistas.

Para la definición de nuestro público objetivo se realizó encuestas para determinar los gustos y preferencias del mercado, teniendo en cuenta los avances tecnológicos y la manera de cómo les gustaría informarse acerca de este atractivo a los siguientes grupos de mercado.

- Jóvenes
- Adultos
- Familias

Segmento Objetivo: La identificación del segmento objetivo se lo determino por medio de las encuestas de la tercera pregunta y la edad. (Anexo 1)

Tabla 16

Segmento Objetivo

Segmentación	Características
De entre 18 a 60 años, turistas nacionales	Viajar acompañado de familiares y amigos Buscar descanso y placer Disfrute del Aire Libre Turistas de paseo

Principales Productos del Territorio. - Los principales productos de Orianga, provienen de actividades agrícolas, pues es la tarea que se practica mayoritariamente en el lugar. Es así como la parroquia es productora de frutas como: la naranja, papaya, piña, además de hortalizas, fréjol, guineo, yuca, maní y café, aunque con ciertas limitaciones, especialmente en lo que respecta al manejo técnico del cultivo y uso de herramientas de avanzada tecnología.

Actualmente en la parroquia la producción de café es bastante escasa, pero lo poco que se produce se lo comercializa en la ciudad de Balsas.

Tabla 17*Principales productos de la Parroquia de Orianga*

Barrio/Sector	Producto
La Victoria, Saraca, Alejandría y El Limón	Pastizales, caña de azúcar y guineo.
Alejandría	Naranja, con fines comerciales.
Marano, El Triunfo, Valle Hermoso, Naranjillo, Naranjito, Tunima y El Prado.	Café, maíz, caña, plátano, guineo, yuca, maní, leche y derivados de la leche.
Venados, El Coco, Santa Lucia	Caña Guineo, Pasto, Ganadería, Naranja, Papaya, caña de azúcar.

Nota. Esta tabla muestra los principales productos de los barrios de la parroquia de Orianga.

Reproducido del PDOT de la parroquia de Orianga, por J. Diaz, 2023

(https://orianga.gob.ec/images/PDOT_ORIANGA_2019-2023.pdf).

Presencia de proyectos nacionales de carácter estratégico: No se registran proyectos nacionales estratégicos con incidencia en la parroquia Orianga. Sin embargo, existe el Proyecto de Forestación y Reforestación con fines de protección y conservación de cuencas hídricas” perteneciente al Programa de Restauración Forestal del Ministerio del Ambiente, ejecutándose desde el 2013 al 2016; que, aunque no es un proyecto catalogado por el gobierno nacional, como “estratégico”, tiene el rango de nacional y beneficia a la parroquia Orianga en el tema medioambiental.

Diseño Muestral

Según Gonzalo Tamayo (2023) lo define como: “un procedimiento para conocer algunas características de la población con base en una muestra extraída de ella. El objetivo de un diseño de muestreo es la extracción de una muestra que sea representativa de la población”

En esta investigación se ha tomado como muestra a la población de la Parroquia Orianga, que se conoce que hay 1.763 habitantes, de los cuales el 50,48% son de género Masculino

dándonos un total de 890 personas, y 873, es decir, 49,52% son de género femenino.

Para determinar la población y la muestra se investigó a las personas que integran las diferentes asociaciones de la parroquia Orianga, considerando lo siguiente: dirigente de la comunidad, turistas y prestadores de servicios turísticos. Cada una de esta información fue sacada del GAP parroquia de Orianga.

Tabla 18

Dirigentes de la Parroquia de Orianga

Organización	Población
Dirigentes de la comunidad	5
Turistas	60
Prestadores de servicios turísticos	30
Total	28

Nota. La tabla muestra a los dirigentes y personas que están a cargo de la actividad turística en la parroquia de Orianga.

Muestra dirigida a los turistas

Su fórmula es:

$$N = N (P \cdot Q)$$

$$(N - 1) \left(\frac{E}{K} \right)^2 + P * Q$$

$$N = 60 (0,5 * 0,5)$$

$$(60 - 1) (0,05 / 2)^2 + 0,5$$

$$N = 52$$

Significados:

N: es el tamaño de la muestra que deseamos determinar o saber.

P: La confianza que pongamos puede ser de un 90, 95, 96, 97%, etc.

Q: Seremos nosotros los que decidamos el grado de confianza.

$$N = 60$$

E = 5%, entonces, 5% entre 100 = 0.05.

P = 50%, entonces; 50% entre 100 = 0.5.

Q = 50%, entonces; 50% entre 100 = 0.5

Lo que implica que la muestra pirobalística sería de 52 turistas.

Variable y Definición Operacional

Variable Independiente: Es la organización comunitaria en la que se gestiona la oferta.

Tabla 19

Variable Independiente

Turismo	Tipo de Turismo	Formulación de Preguntas			
Turismo Cultural	Turismo Cultural: Se define como aquel viaje turístico una sociedad o grupo social de un destino específico.	Organización	Desarrollo de la oferta Turística	¿Cuál sería su interés en conocer la parroquia de Orianga?	Encuesta
			Autogestión	Necesidades del Turista	¿Cuál sería el interés en conocer la parroquia de Orianga?
	Turismo Natural: Es el tipo de viajes que tiene una estrecha relación con la naturaleza y que poseen la característica de envolver a los visitantes en los recursos naturales.	Prácticas Democráticas		Valores Conservación	¿Considera usted que la infraestructura de Orianga es buena?
			Prestación de servicios Alianzas	¿Califique la atención que le brinda el transporte a la hora de viajar a Orianga?	Encuesta
Turismo Natural				Observación	

Nota. La siguiente tabla muestra como se formuló las preguntas para realizar a las personas acerca de la parroquia de Orianga y sus servicios turísticos.

Técnicas de Recolección de Datos

Encuesta - Análisis de las Preguntas

Se realizó 52 encuestas, de las cuales 25 fueron aplicadas a familiares y 27 a personas fuera de mi círculo social. Para definir el potencial del mercado, las preferencias de los turistas y el perfil de nuestra demanda se realizó el siguiente análisis de la demanda y tendencias de la misma. (Anexo 1)

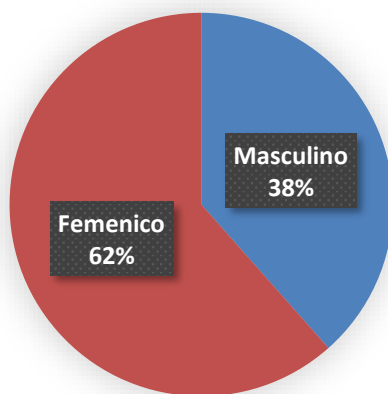
Tabla 20

Edad

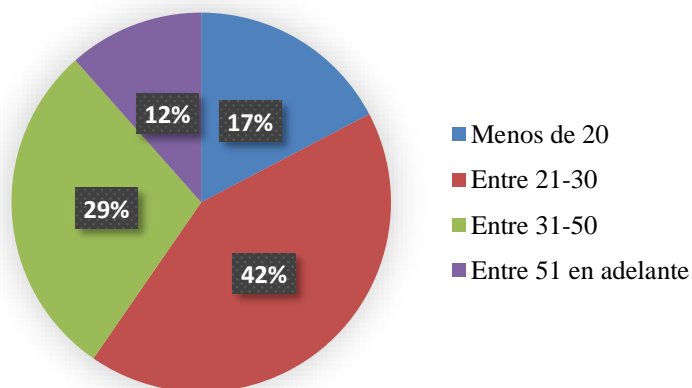
Edad	Encuesta
Menos de 20	9
Entre 21-30	22
Entre 31-50	15
Entre 51 en adelante	6
Total	25

Figura 17

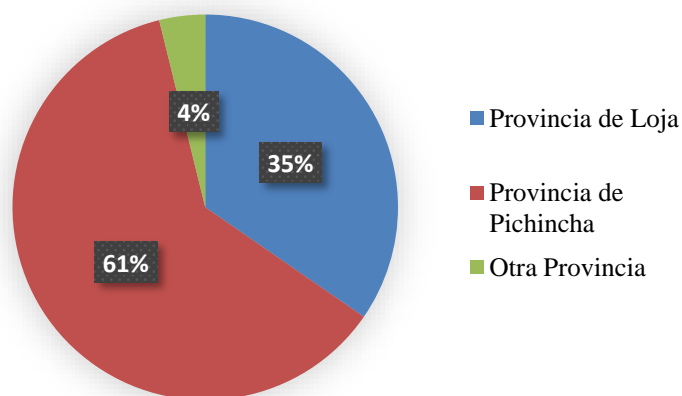
Género



Nota. En el gráfico podemos observar que el 38% de los encuestados es de sexo masculino, que resulta 20 personas, mientras que el 62% es de sexo femenino, que son 32 personas.

Figura 18*Edad*

Nota. En gráfica, se puede apreciar que mayoritariamente el 42% de las personas encuestadas, sus edades oscilan entre los 21-30 años, seguido del 29% están en un rango entre los 31-50 años, el 17% están entre los menos de 20 años y el 12% es entre los 51 en adelante.

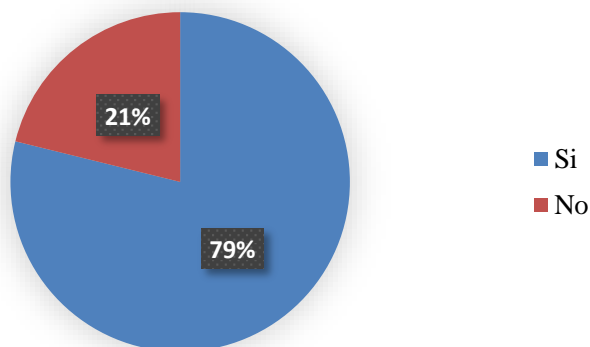
Figura 19*Lugar de Procedencia*

Nota. Luego de la realización de esta encuesta en la Provincia de Pichincha, se obtiene que mayoritariamente las personas proceden el 61% de ellos de la Provincia de Pichincha, el 35% indican que son la de la Provincia de Loja, mientras que el 4% son de otra Provincia.

Pregunta 1. ¿Conoce usted la parroquia de Orianga del cantón Paltas de la provincia de Loja?

Figura 20

Pregunta 1

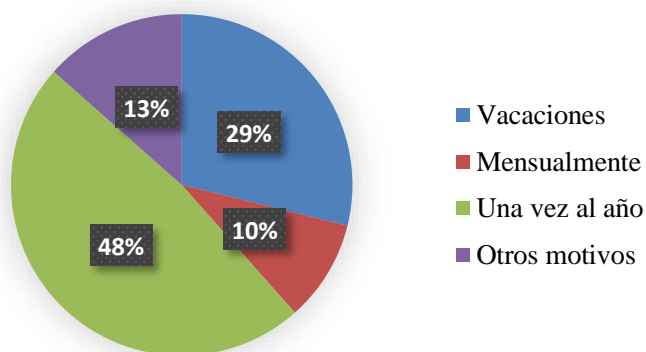


Nota. En la gráfica que antecede, el 79% de los encuestados afirman conocer la Parroquia de Orianga, mientras que la otra minoría del 21% indica no conocer la parroquia.

Pregunta 2. Si su respuesta es sí. ¿Con que frecuencia visita usted la parroquia de Orianga?

Figura 21

Pregunta 2

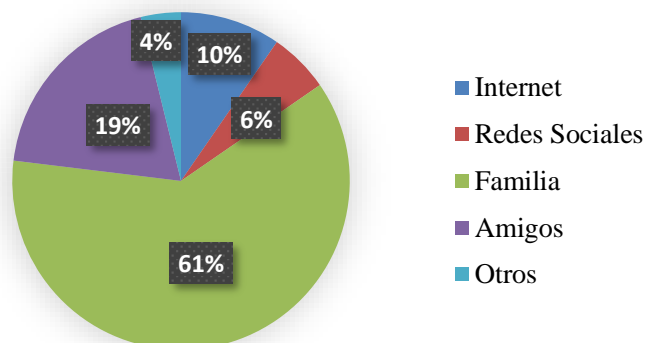


Nota. De acuerdo a la encuesta realizada, la mayoría de personas concluyo que una vez al año visitan frecuentemente la parroquia de Orianga con un porcentaje del 48% de los encuestados, el 29% indican que visitan la parroquia en vacaciones, el 13 % indican que viajan por otros motivos, y la minoría del 10% van a Orianga mensualmente.

Pregunta 3. ¿Por qué medios usted conoció a la Parroquia de Orianga?

Figura 22

Pregunta 3

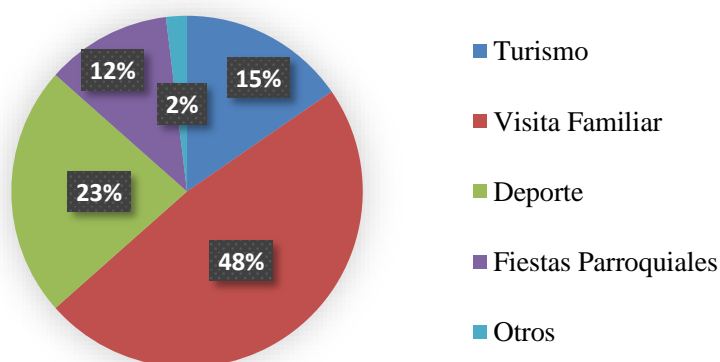


Nota. De acuerdo a la encuesta el 61% de las personas afirman conocer la Parroquia de Orianga a través de su familia, un 19% de las personas conocen la parroquia por amigos, el 10% a través del internet, el 6% por las redes sociales, y el 4% por otras formas.

Pregunta 4. ¿Cuál sería su interés por conocer la parroquia de Orianga?

Figura 23

Pregunta 4

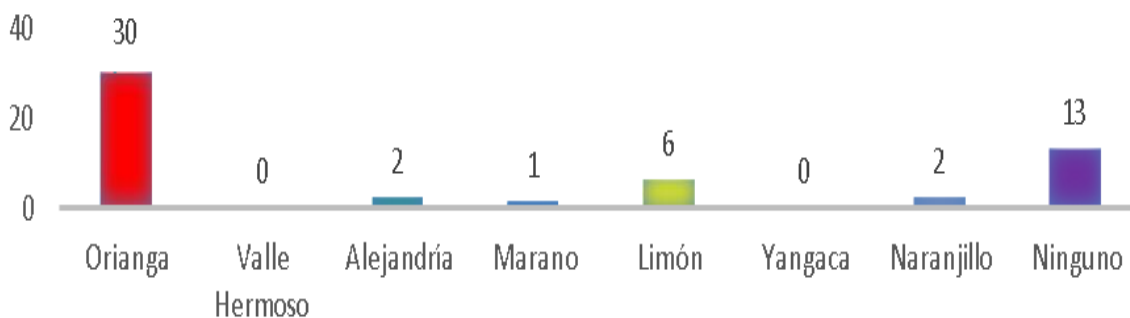


Nota. Podemos concluir que el 48% de encuestados indica que su interés por conocer la parroquia es por visita familiar, el 23% le gustaría conocer la parroquia por sus actividades deportivas, 15% por el turismo que ofrece, el 12% por las fiestas parroquiales, el 2% por otros motivos.

Pregunta 5. ¿Cuál de estos lugares usted ha visitado de la parroquia de Orianga?

Figura 24

Pregunta 5

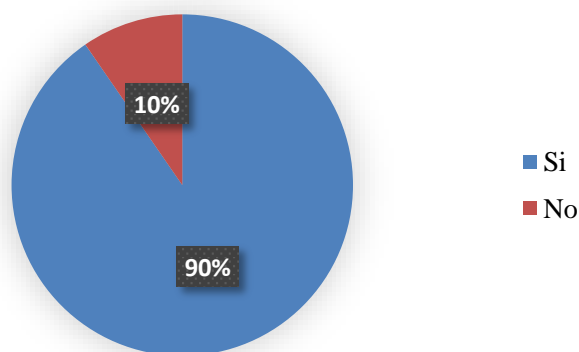


Nota. De acuerdo a los datos que se obtuvo de la encuesta, los lugares más visitados son: con el 30,55% el barrio de Orianga, con el 6,11% es el barrio de Limón, el 2,4 el barrio de Naranjillo, el 2,4 el barrio de Alejandría y con el 1,2% el barrio de Marano. El 13,24% de las personas encuestadas han respondido que no conocen ningún barrio de Orianga.

Pregunta 6: ¿Usted considera que la parroquia de Orianga puede ser un lugar turístico?

Figura 25

Pregunta 6



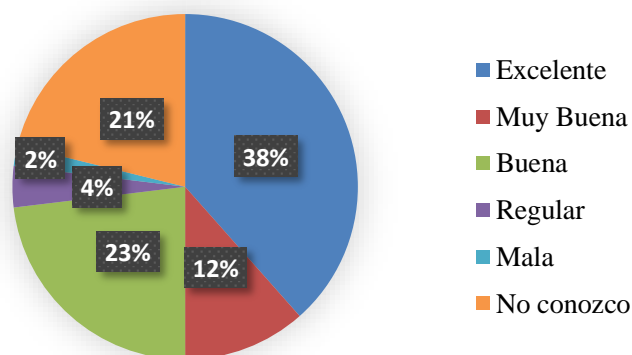
Nota. De acuerdo a la gráfica, 47 personas señalan que la parroquia de Orianga si puede considerarse como un atractivo turístico, ya que se encuentra rodeada de un paisaje natural,

festividades, su propia gastronomía y un acogedor clima, esto resultado corresponde al 90% del total de encuestados; mientras que la minoría del 10% indican no considerar turístico la parroquia por no conocerla y por falta de algunos servicios básicos para ser considerado un atractivo.

Pregunta 7. ¿Considera usted que la infraestructura de la parroquia de Orianga es muy buena?

Figura 26

Pregunta 7

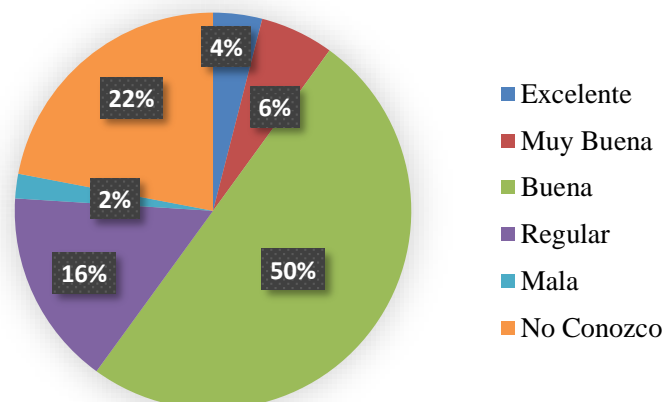


Nota. Observan la gráfica anterior podemos concluir que Un 38% de las personas encuestadas consideran que la infraestructura es excelente, el 12% considera que es muy buena, el 23% considera que es buena pero que falta mejorar algunas cosas, el 4% considera que es regular, el 2% considera que es mala ya que les falta muchas mejoras en su infraestructura y el 21% respondió que no conoce su infraestructura.

Pregunta 8. ¿Cómo calificaría la atención que le brindan el transporte de la parroquia de Orianga?

Figura 27

Pregunta 8

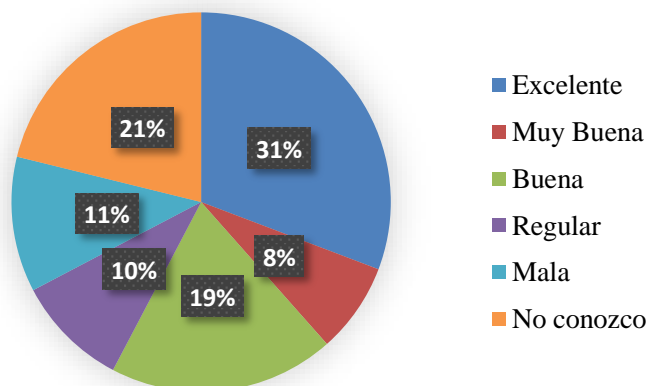


Nota. De acuerdo a las encuestas realizados, el 50% de las personas respondieron que es buena la atención que les brinda el transporte de la Parroquia de Orianga, el 6% considero muy buena, el 4% considera excelente, el otro 16% lo considera regular, el 2% lo considera mala y el 22% respondió que no conoce el transporte de la parroquia.

Pregunta 9. ¿Cómo calificaría la atención que le brinda en los establecimientos gastronómicos de la parroquia de Orianga?

Figura 28

Pregunta 9

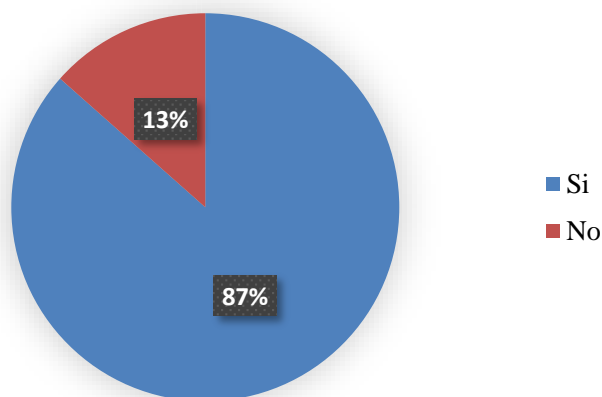


Nota. De acuerdo con la gráfica anterior podemos concluir que el 31% de las personas consideran los establecimientos gastronómicos de Orianga con un excelente servicio, el 8% lo considera muy bueno, el 19% lo considera bueno, el 10% lo considera un servicio regular, el 11% lo considera malo y el 21% no conoce los locales gastronómicos de la parroquia.

Pregunta 10. ¿Considera usted que las personas que visitan la parroquia de Orianga se sienten interesadas por conocer el sector de una forma turística?

Figura 29

Pregunta 10

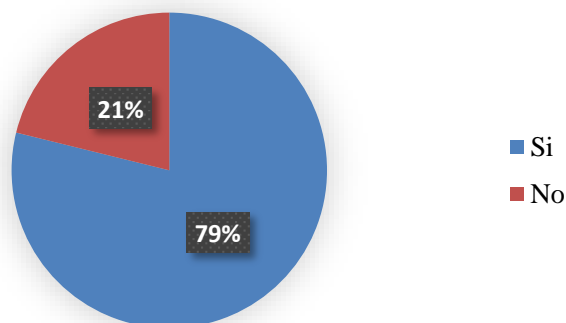


Nota. En la gráfica que antecede, el 87% de las personas respondieron que, si les gustaría conocer a la parroquia de una forma turística, mientras que la minoría, el 13% no lo considera.

Pregunta 11. ¿Considera usted que existe la infraestructura necesaria para el desarrollo del atractivo turístico?

Figura 30

Pregunta 11

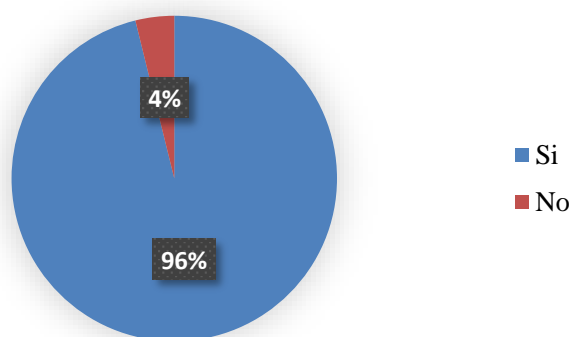


Nota. En la gráfica que antecede, el 79% de las personas respondieron que, si les gustaría conocer a la parroquia de una forma turística, mientras que la minoría, el 21% considera que le falta muchos recurso e infraestructuras.

Pregunta 12. ¿Considera usted que le impulso turístico proporciona a la población un desarrollo económico?

Figura 31

Pregunta 12



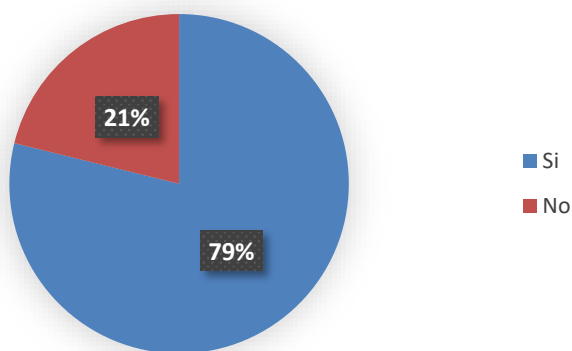
Nota. De acuerdo con la encuesta realizada en la pregunta 12, el 96% considera que la actividad turismo es el impulso para el desarrollo económico de una población, mientras que la minoría, el 4% considera que no es necesario el impulso turístico en una población, ya que se puede perder

su cultura y sus creencias si no se maneja de una forma adecuada donde participe: el pueblo y las empresas turísticas.

Pregunta 13. ¿Considera usted que la parroquia de Orianga tiene servicios turísticos para la actividad turística?

Figura 32

Pregunta 13

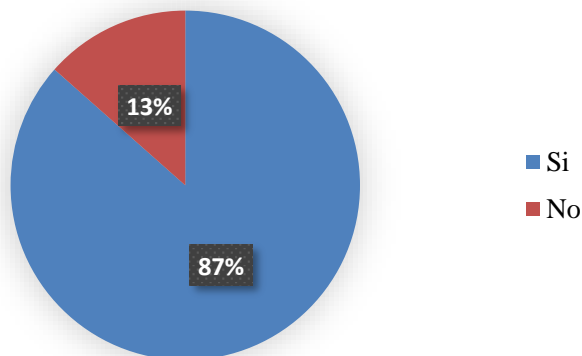


Nota. De acuerdo con la encuesta realizada, el 79% considera que la parroquia de Orianga tiene servicios turísticos para satisfacer a la demanda, pero el 21% considera que no tiene los servicios suficientes para su desarrollo.

Pregunta 14. ¿Identificas usted la marca turística de la parroquia de Orianga?

Figura 33

Pregunta 14

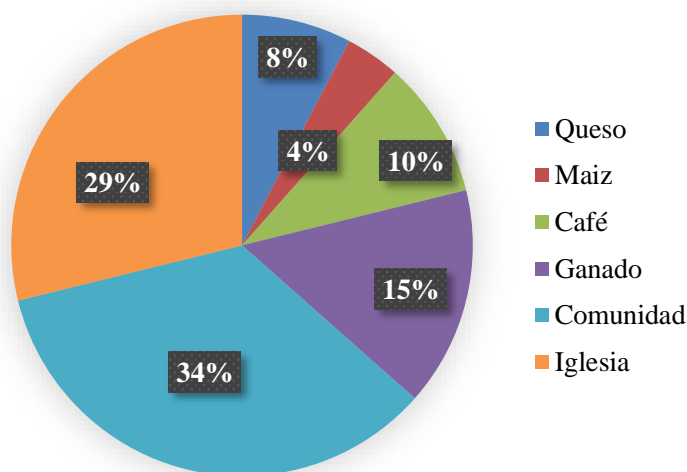


Nota. En la gráfica que antecede, el 87% de las personas encuestadas respondieron que no conocen la Marca Turística de la parroquia de Orianga, la minoría, el 13% contesto que si reconocen su marca turística.

Pregunta 15. ¿Con que imagen le gustaría que se identifique la marca turística de la parroquia de Orianga?

Figura 34

Pregunta 15

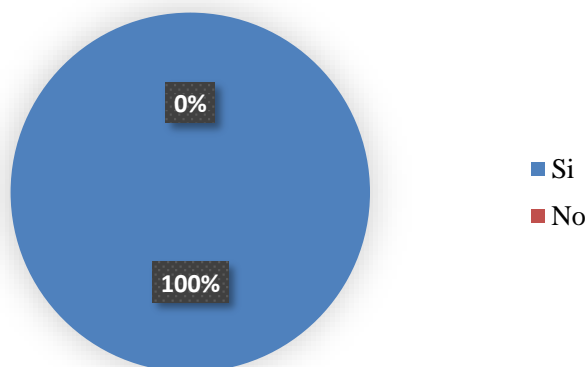


Nota. En la gráfica que antecede, podemos conocer con cual imágenes les gustaría que este representa la Marca Turística de Orianga: el 29% de personas nos dieron a conocer que con la Iglesia-Eclesiástica Hermano Miguel si sienten identificados los moradores de la parroquia, el 34% respondió con la comunidad, el 15% con el ganado, el 10% con el café, el 8% con el queso y el 4% con el maíz.

Pregunta 16. ¿Está usted de acuerdo que se elabore un Plan de Promoción Turística para el desarrollo del turismo natural y cultural en la Parroquia de Orianga?

Figura 35

Pregunta 16



Nota. De acuerdo a la encuesta realizada a las 52 personas, el 100% está de acuerdo que se elabore un Plan de Promoción Turística en el Parroquia de Orianga.

Conclusión de la Encuesta

Con las encuestas realizadas a las 52 personas, se concluyó que la Parroquia de Orianga le hace falta una mayor publicidad para poder atraer el interés de los turistas, y de esta manera hacer que no solo sean conocidos por las comunidades aledañas a la parroquia, sino también por los turistas nacionales. La parroquia de Orianga requiere de un mayor movimiento en la actividad turística y económica, que, a más de generar empleos, se vea reflejada en obras de infraestructura, mejoras en los establecimientos gastronómicos y hoteleros, que los servicios que ofrezcan a sus visitantes se de primera. Concluyendo así, que los entrevistados dan a conocer que con el trabajo de su población se puede crear mejoras, y así los visitantes puedan disfruten de la parroquia, creando más posibilidades para que los turistas disfruten de este entorno y que mejor, que sea a través de la elaboración de un plan de promoción turística que le permita a la parroquia posicionarse como uno de los destinos llamativos del país y con nuevas alternativas a la provincia.

Propuesta

Tema

Plan de Promoción Turística en la parroquia Orianga del cantón Paltas de la provincia de Loja, para la Reactivación Turística.

La presente investigación tiene como base principal el diseño de un Plan de Promoción Turística para la Parroquia de Orianga del Cantón Paltas Principal de Loja, donde se desarrollará una campaña gráfica y digital; debido a que esta parroquia puede considerarse como un potencial turístico que tiene la Provincia de Loja y la realización del plan permitirá mostrar la diversidad turística, natural y cultural con que cuenta este atractivo. Además de que con esta propuesta se apoya y se promueve en la población Oranguña el desarrollo económico – turístico del lugar.

Orianga es una pequeña ciudad, grande en costumbres, leyendas, tradiciones, historia, cultura y naturaleza, poseedor de grandes haciendas, ganadería y agricultura; cuenta con 16 barrios y dentro de cada una ellas recursos naturales y culturales que pretenden mostrar sus saberes y desarrollar al máximo la identidad de sus raíces y el potencial turístico en base al legado histórico con que cuenta este pequeño rincón de Loja.

Y para el desarrollo de esta propuesta, se planea contar con la misma población, y sobre todo el Gobierno Autónomo Descentralizado de Orianga, ya que toda la información para realizar este proyecto fue gracias a los documentos actuales y verídicos de la parroquia, donde se nos facilitó la información necesaria, también el poder crear una Campaña de Promoción Turística para el fortalecimiento no solo a la región de forma generalizada, sino también para que la identidad de su pueblo sea reconocida a nivel nacional, puesto que Orianga se caracteriza por ser un espacio natural que cuenta con una variedad de atractivos turísticos que llaman la atención de propios y extraños.

Figura 36

Parroquia de Orianga



Desarrollo de la Investigación

El desarrollo del Plan de Promoción Turística para la Parroquia de Orianga se crea por lo importante que es el turismo para el desarrollo social y económico de un país. Esta propuesta pretende promover la promoción de la parroquia para que el crecimiento económico y social pueda posicionar a Orianga como uno de los lugares turísticos con mayor concurrencia a través de la aplicación de estrategias que se crean en el desarrollo del marketing turístico.


Durante la investigación, el proyecto conto con documentos y referencias de proyectos que se han creado y se han aprobado en los últimos 5 años en relación a Orianga , así mismo ayudados con la página web del Gad parroquial y las redes sociales de la parroquia, para tener información más clara y precisa de cómo está el turismo y como ayudaría un proyecto de promoción turística a la comunidad, deseando así que en un futuro el GAD parroquia de Orianga, pueda tomarlo como referencia para la promoción turística de los deferentes servicios y actividades que se puede encontrar y ofrece, y en 15 años se convierta en un atractivo potencialmente llamativo en la provincia de Loja.

Matriz de Priorización**Tabla 21***Aplicación de la Matriz de priorización de problemas y potencialidades*

Componente	Problema	Potencialidades
Biofísico	Tala continua de árboles.	Abundante flora y fauna. Ecosistemas para conservación.
	Deslizamientos en varias zonas.	
	Disminución del caudal de cauces de Quebradas.	
Socio-cultural	Infraestructura deportiva educativa deficiente.	Gobierno del Gad Parroquia, está tomando en cuenta las mejoras de las vías.
	Necesidad de transporte escolar.	
	Brechas económicas y sociales.	
	Inseguridad en comunidades. Migración por desempleo.	
Económico	Falta de agua para riego.	Ríos cerca de las comunidades más pobladas de la parroquia.
	Canales de riego rudimentarios.	
	Actividades agropecuarias no tecnificadas.	
	Plagas en los cultivos y necesidad de fertilización de la tierra.	
	Necesidad de mercado para expender productos.	
Asentamiento Humano	Barrios con agua no tratada	Se realizan mingas comunitarias.
	Baja cobertura del sistema de alcantarillado sanitario	
	Algunos sectores sin energía eléctrica	
	Necesidad de Unidades de Baterías Sanitarias Inadecuado sistema de desechos sólidos	
Movilidad, Energía y Conectividad	Limitado desempeño de organizaciones.	Mejora de los cableados de la parroquia para tener electricidad e internet, mejora de la carretera principal
	Calles destruidas.	
	Asociaciones de hecho.	
	Escaso apoyo institucional. Débil trabajo comunitario.	

FODA- Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Destrezas**Tabla 22**

Desarrollo de Estrategias-FODA

	Fortalezas	Debilidades
	<p>Zona potencial de recursos turísticos.</p> <p>Variedad de oferta turística.</p> <p>Potencialidad de afluencia de visitas en festividades.</p> <p>Cuenta con accesibilidad a sitios y atractivos del cantón.</p>	<p>Pérdida de atractivos naturales y culturales a causa de los desastres naturales.</p> <p>Pérdida de infraestructura de instituciones públicas y municipales.</p> <p>Insuficiente promoción turística online y uso de internet en actividades turísticas que promocionan.</p> <p>Falta de señalética y de senderos hacia los diferentes atractivos naturales y culturales de la parroquia.</p>
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
<p>Apoyo e impulso local de entidades educativas y el GAD Municipal.</p> <p>Crecimiento turístico en el cantón.</p> <p>Ampliar el uso de medios de comunicación y difusión masiva en el turismo.</p> <p>Potencialidad para el desarrollar nuevos productos turísticos.</p>	<p>Generar estrategias para captar el segmento turístico potencial del cantón.</p> <p>Generar productos turísticos relacionados con la gastronomía típica del cantón.</p>	<p>Implementar señaléticas para indicar la dirección de los atractivos turísticos.</p>

Amenazas	Estrategias FO	Estrategias DA
Afectación por fenómenos naturales.		Generar planes de control de riesgos y prevención.
Falta de información y capacidad de anticiparse ante los riesgos.	Mejoramiento de la infraestructura turística del cantón	Implementar acciones para generar nuevas fuentes de trabajo y desarrollo de la actividad turística.
Restricción en el entorno económico del país.		

Nota. Esta tabla muestra estrategias para mejorar los diferentes aspectos negativos de la localidad de Orianga, dando propuestas para solucionar los problemas que más se han presentado en la parroquia.

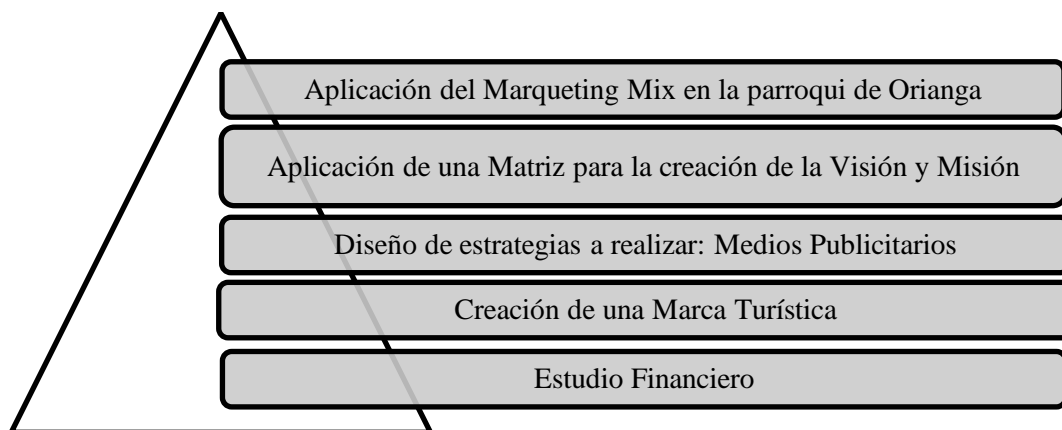
Plan de Medios

Para el desarrollo del plan de promoción turística es necesario determinar un plan de medios publicitario que faciliten la difusión de la Parroquia de Orianga a fin de persuadir a los visitantes en su decisión a la hora de elegir un destino en sus vacaciones.

Para su realización, contaremos con 5 aspectos necesarios:

Figura 37

Plan de Medios



Nota. Cada uno de estos elementos contara con la información necesario en las siguientes paginas

Aplicación de Marketing Mix

Tabla 23

Aplicación de Marketing Mix

Producto	Precio
<p>En la provincia de Loja existen más de 70 atractivos turísticos potenciales que compiten para atraer turistas nacionales y extranjeros, entre ellos están la Catedral de la ciudad de Loja, Santuario del El Cisne, los Valles de Vilcabamba y Malacatos, la comunidad de Saraguro, Parque Nacional Podocarpus entre otros, cada uno de ellos con sus respectivas ofertas turísticas que les ayudan a incrementar el interés de turistas nacionales y extranjeros. En la parroquia de Orianga existen atractivos naturales y culturales que el turista puede disfrutar y llegar a conocer, pero no cuentan con una infraestructura adecuada para poder realizarlo, también existe poco interés de la comunidad y del gobierno parroquial en dar visibilidad a la parroquia y no se ha logrado posicionar en el ámbito turístico como se desea. Solo existe una página web de la parroquia, pero no hay una correcta promoción de la localidad y la comunidad.</p>	<p>Para la promoción del atractivo turístico se ha realizado una investigación de los principales medios de comunicación que en la actualidad están dando ahogue para una mayor promoción hacia la demanda, entre ellos se escogió:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes Sociales • Pagina Interactiva • Revista Digita • Revista Física • Publicidad por Radio • Productos de Branding <p>En cada una de ellas se cotizo el precio y la cantidad que se desea adquirir para cada uno, la localización y como eso ayudara a incrementar la publicidad turística de la parroquia de Orianga en los próximos 5 años. <i>Revisar pág. 82</i></p>
Plaza	Promoción
<p>El lugar donde se está creando el plan de promoción turística es en la parroquia de Orianga, donde se pretende crear alternativas de marketing para poder llegar a los turistas,</p>	<p>Para la distribución de la Parroquia de Orianga como destino turístico se va hacer uso de las:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ferias

con los diferentes medios de promoción. Ya que Orianga cuenta con diferentes atractivos tangibles e intangibles que pueden satisfacer las necesidades del turista y no solo para turistas jóvenes, si no para turistas de la tercera edad y niños, donde se pueden despejar de la cotidianidad de la ciudad y vivir un turismo alternativo en la naturaleza.

- Publicidad en sitios web
- Folletos
- Revistas digitales

Se hará la promoción de Orianga como un turismo de naturaleza- cultural donde ellos se sientan identificados con cada uno de los paisajes y la cultura de las familias que viven en la parroquia, haciendo promoción de su día a día.

Nota. El objetivo de esta tabla es buscando soluciones a sus problemas con proyectos que puedan ser implementadas en el futuro.

Aplicación de la Matriz FODA- Visión y Misión

Tabla 24

Matriz de la Misión

Lugar Turístico	Clientes	Producto Servicios	Habilidades, destrezas, recursos
Atractivo Turístico Parroquia de Orianga.	Nacionales	Atractivos Naturales y Culturales Transporte provincial Alojamiento.	Flora Fauna Gastronomía Festividades
Precaución Rentabilidad	Concepto que se busca		Imagen Pública
Existen más de 32 atractivos turísticos en la provincia de Loja, se puede concluir que existe una gran competitividad con los otros atractivos del mercado.	Ser reconocido como un atractivo turístico para la provincia de Loja.		Logo Turístico de Orianga.

Nota. La presente tabla identifica el objetivo del mercado y los servicios que presenta la parroquia de Orianga.

Tabla 25*Matriz de la Visión*

Empresa	Enfocada	Futuros Negocios	Futuristas	Probabilidad de Éxito	¿Qué queremos llegar hacer?
Atractivo Turístico Parroquia de Orianga	Llegar a ser un atractivo turístico en la provincia de Loja.	Poder contar con servicios de calidad como: transporte, alojamientos, guías turísticos. Contar con el Ministerio del Turismo, para que nos ayuda a su promoción.	Ser un atractivo competitivo en los próximos 5 años, contando con todos los servicios requeridos para los turistas.	Con una buena promoción turística en redes sociales, ferias y exposiciones, se podrá llegar a lo que se plantea.	Ser un atractivo reconocido a nivel del país, donde no solo pueden llegar turistas naciones, sino que también extranjeros.

Nota. La tabla presenta la visión del plan de promoción turística de la parroquia de Orianga, donde definimos un camino claro para llegar a alcanzar las metas que se plante llegar.

Misión y Visión de la Parroquia de Orianga**Misión:**

Convertirse en un atractivo turístico esencial en la provincia de Loja para nuestros clientes nacionales, ofreciendo un servicio personalizado de calidad y confiabilidad, a través de la buena atención de la comunidad y los servicios que ofrece, creando así recuerdos únicos e inolvidables en sus memorias.

Visión:

Convertirse en uno de los mejores atractivos turísticos de la provincia de Loja, contando con servicios de calidad en el transporte, alojamiento y agencias de viajes. Creando así un mercado accesible en las diferentes plataformas de marketing para los turistas, ya no solo nacionales si no extranjeros en los próximos 5 años.

Diseño de estrategias a realizar

Tabla 26

Medio Publicitarios

Medios Publicitarios	Métodos de Promoción
Medios Principales	Creación de una Marca Turística
	Afiches Publicitarios
	Radio
Secundarios	Tríptico
Anuncios	Revista turística online
	Página Interactiva de la parroquia
Auxiliares	Vallas publicitarias
	Merchandising (branding parroquia)

Marca Turística

La marca turística es la representación e identificativo turístico que posee un entorno o región con varios componentes artísticos naturales/culturales incluyentes y cuya principal característica está en proveer de servicios de excelente calidad a los demandantes del sector.

Para la creación de la identidad gráfica de la parroquia, se realizó una investigación sobre los gustos y preferencias de los turistas, como los pobladores que son propios y conocedores de todo el acervo natural, cultural y patrimonial que guarda Orianga bajo estos resultados, se asoció la historia, la cultura, la naturaleza y las leyendas que tiene este cantón para crear la identidad

gráfica turística, con la cual se busca contribuir de forma importante al desarrollo de este espacio turístico y la de transmitir las potencialidades que tiene este destino y fundamentalmente la de crear un vínculo y un significado entre las personas con la Parroquia de Orianga cantón Paltas. Bajo este preámbulo se realizó la creación de la marca turística e identidad visual para la parroquia, tomando como enfoque la identidad de su pueblo, su historia y su cultura, para que sus habitantes puedan identificarse.

Figura 38

Boceto



Nota. La creación de la Marca Turística de la parroquia de Orianga a lápiz, utilizando la encuesta realizada a las 52 personas. (Anexo 1)

Figura 39*Marca Turística de Orianga***Tabla 27***Descripción Gráfica*




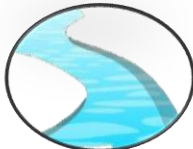
Grafico	Representación
	<p>Sol: es el que representa la calidez de su gente; gracias al buen clima del que siempre goza la parroquia, favorece sus bellos paisajes, matizando en amaneceres y atardece que brindan hospitalidad y abrigo a todo aquel que las tierras.</p>
	<p>Vaca: representa todas las actividades ganaderas que se realizan en la parroquia como: porcino, equino, cunicultura y avicultura.</p>
	<p>Iglesia: representa a todos las casas con cimientto de piedra y arquitectura popular que los turistas observaran cuando pasan por la parroquia de Orianga.</p>
	<p>Rio: representa todos loas atractivas naturales que ofrece la parroquia de Orianga, desde lagunas hasta ríos donde la comunidad sale a nadar o a pescar en familia.</p>



Grafico	Representación
	<p>Café: representa a todas las familias que realizan la actividad agrícola en Orianga como: cultivo de frutas, granos, invernaderos, floricultura.</p> <p>Dando por resultados los talleres participativos que realiza la Parroquia.</p>
	<p>Mano en forma de puño: es el elemento que representa la O del nombre de la parroquia; también representa la mano de las personas que con mucho esfuerzo trabajan en las diferentes actividades económicas: agricultura, ganadería y cría de animales.</p>
	<p>Nombre de la parroquia: es el elemento que representa el nombre de la Parroquia de Orianga. Por la tipografía nos da a entender cómo se está modernizando sin perder su cultura, y por las letras en mayúscula nos indica que están gritando por ser reconocidos en el país.</p>
Selección Cromática	
Amarillo	En su tono más puro, representa un reclamo de atención, por medio de la alegría y originalidad.
Azul	Representa la naturaleza, el agua y el aire, formando así sentimientos de paz y amistad.
Verde	Representa la calma y tranquilidad que la comunidad de Orianga a los visitantes.
Rojo	Representa la valentía y el crecimiento que durante muchos años la población de Orianga ha querido.
Negro	En el logo se muestra como la sencillez y la fuerza del pueblo.

Figura 40

Tríptico

ORIANGA PUEBLO PARA TODOS

DATOS GENERALES



La parroquia Orianga se encuentra en la parte Oeste de la provincia de Loja, forma parte del cantón Paltas en una extensión de 18 367,54 Ha, donde de acuerdo a la proyección realizada en base al último censo de población y vivienda, habitan 1658 personas.

La fecha de creación es el 5 Noviembre de 1948

Altitud: Oscilan entre los 400 y 2.800 msnm
Clima: Climático Ecuatoriano Semi-húmedo.
Población: 1.658 ha.

MAPA DE LA PARROQUIA DE ORIANGA



ACCESIBILIDAD

El acceso a la parroquia de Orianga se lo puede realizar vía aérea desde el aeropuerto de la ciudad de Guayaquil o la ciudad de Quito, hasta el aeropuerto de la ciudad de Catamayo, aquí se hace el traslado vía terrestre a la cabecera parroquial de Orianga.





CIUDAD	DISTANCIA	TIPO DE VÍA
Catamayo	17 km	Terrestre
Catamayo-Guayaquil	170 km	Aérea
Catamayo-Quito	310 km	Aérea
Guayaquil	410 km	Aérea
Quito	310 km	Aérea



Nota. El tríptico está dividido en tres partes, cada una con información clara e importante de los diferentes atractivos, gastronomía, flora y fauna de la Parroquia de Orianga.

Figura 40*Afiches*

Nota. Los afiches realizados serán impresos en A4 para mayor visibilidad, y como podemos observar en las gráficas superior, contarán con la Marca Turística que se creó de Orianga.

Figura 41

Revista Digital

HISTORIA
MAYO, 2023

Orianga



Su historia se origina desde la Colonia y en el inicio de la República. El Congreso General de la Gran Colombia de 1824 estableció que el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial (sea esta urbana o rural), constituye un organismo de base, o auxiliar de la administración municipal residente en la cabecera cantonal, posteriormente se vinculó a la Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Urbano como parte integrante del mismo Concejo Municipal, más no así al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural, que por su situación geográfica se la relacionó con las funciones que deben realizar los Consejos Provinciales, aspecto que se sigue sintetizando en el Art. 233 de la Carta Magna de 1998.

Así las juntas Parroquiales desde la constitución de 1998 pasaron a ser organismos seccionales autónomos, facultadas a ejercer el gobierno en su territorio según las disposiciones establecidas en la ley. Hasta la nueva constitución política de la república del Ecuador del 2008, las juntas Parroquiales rurales se guiaban por la Ley Orgánica de las Juntas Parroquiales Rurales, posteriormente las funciones de las Juntas Parroquiales se ajustan al nuevo ordenamiento jurídico del



FLORA





FLORA Y FAUNA

ZONAS DE VIDA

Según las zonas de vida de Holdridge, el territorio de la Parroquia Orianga se encuentra el 5,03 % en el ecosistema Bosque Húmedo Montano Bajo, el 38,61 % en el ecosistema Bosque Húmedo Montano, y el 56,36 % en el ecosistema Bosque Tropical.

Se halla entre los 1800 a 2000 m.s.n.m, en general esta zona es productiva, sin embargo en ella se ha destruido los bosques protectores y las cuencas de los ríos presentan muchos problemas en la época seca.

FLORA:
Los bosques de la parte alta del Cañón Palms y de la Parroquia Orianga se caracterizan por la vegetación de la zona es muy riza e importante porque es el cinturón de bosques que queda en el sector, en el área se puede ver árboles con cientos de años y madera de considerable valor. También se puede apreciar ñames, arquiñes, bromelias, anturios, etc.

FAUNA
La fauna presente en la zona es muy variada e importante, por encontrarse en este tipo de bosque nativo, que queda en el sector, en el área se puede observar algunas aves como palomas, colibrí, entre otras. También se puede apreciar algunos animales como venados, conejos, ardillas, y reptiles como la culebra y la caca.

ORIANGA | LOJA - ECUADOR

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia de Orianga

LIMITES
NORTE: Con la provincia de El Oro con las parroquias de El Pasoño, Macabelli (parroquia urbana), Balsa (parroquia urbana) y Capón de los cantones de Las Lajas, Macabelli, Balsa y Píjaro.
SUR: Con la parroquia Lauro Guerrero, Guachanama y Cano del cantón Puyoango.
ESTE: Con la parroquia Lauro Guerrero y Santa Rufina del cantón Chuquiribato.
OESTE: Con la parroquia Cano del cantón Puyoango y parte de El Pasoño de las Lajas.

POBLACIÓN TOTAL
1658 habitantes de acuerdo a la proyección para el año 2020, realizada en base a los datos del INEC 2010.

FECHA DE CREACIÓN DE LA PARROQUIA
5 de noviembre de 1948

EXTENSIÓN
18.367,54 Ha.





Nota. La revista digital fue creada en un sitio web donde se podrá encontrar información corta pero interesante de la parroquia de Orianga. Adaptado de Canva, por J. Diaz, 2023 (<https://www.canva.com/design/DAFd4pH4fxU/BBz56QjpRrZ1r2XOJlo8zQ/edit>).

Figura 42*Genially*

Nota. Otro sitio web donde se podrá encontrar información de una forma didáctica sobre la parroquia de Orianga es Genially, aquí se encontrará información más precisa de la Parroquia.

Adaptado de Genially, por J. Diaz, 2023.

(<https://view.genial.ly/641a888d003f7b001937debc/interactive-image-parroquia-de-orianga>).

Figura 43

Vallas Publicitarias

**Figura 44**

Merchandising (Branding Parroquial)



Estudio Financiero

Tabla 28

Propuesta

Descripción	Cantidad	V. Unitario	Valor Total
Medios Principales			
Creación de una Marca Turística	1	208. 00 \$	208. 00 \$
Centro de Quito			
Afiches Publicitarios	200	0,50 \$	100. 00 \$
Actualizaciones cada 6 meses			
Página Interactiva	1	10. 00 \$	10. 00 \$
Revista Digital	1	10. 00 \$	10. 00 \$
Subtotal			328. 00 \$
Ferias de Turismo			
Secundarios			
Trípticos	200	0, 10 \$	20. 00 \$
Subtotal			20. 00 \$
Anuncios	Publicaciones al año – Vacaciones y días festivos		
Revistas el Telégrafo – Físico	2	200. 00 \$	400. 00 \$
Periódico el Comercio- Físico	2	134, 00 \$	268, 00 \$
Revista la Familia- Físico	2	150. 00 \$	300. 00 \$
Publicidad en Radio	2	30. 00 \$	60. 00 \$
Panamericana/Troncal de la Sierra			
Vallas Publicitarias	6	116. 31 \$	697. 86 \$
Subtotal			1, 725.86 \$
Auxiliares			
Centro de Quito- VENTA			
Producción de Branding	150	5. 00\$	750 \$
Subtotal			750 \$

Total, de Inversión de Medios	2, 823. 86 \$
Subtotal	2, 823. 86 \$
12% IVA	338.86 \$
TOTAL, CAMPAÑA	3, 175. 72 \$

Conclusiones

La Parroquia de Orianga es un potencial turístico para la Provincia de Loja y para el país en general; por lo que el desarrollo de un plan de promoción turística donde se pretende mostrar toda la variedad histórica, cultural y natural de este destino es factible, puesto que las personas a pesar de no tener un conocimiento cierto de la existencia de la Parroquia de Orianga están interesadas en conocerlo en sus próximos viajes.

El plan de promoción turística fue diseñado y propuesto en base a datos recolectados de fuentes primarias, mediante trabajo de campo en sitio y fuentes secundarias de la Parroquia de Orianga, donde también se tomó en cuenta el perfil del turista nacional, que fue utilizado para el análisis de la investigación lo que muestra que el 100% de los turistas que viajan a la Parroquia de Orianga son lojanos y quiteños.

Se logró identificar catorce atractivos potenciales tanto naturales como culturales mediante la elaboración del presente inventario turístico entre los principales tenemos: Festividades del club deportivo de Limón, Romería de la Virgen del Cisne, Festividades por Navidad, Fiestas religiosa a San Vicente, Quebrada Tunima, Balneario de las Juntas, Laguna la Victoria, Festividades en Naranjito.

Mediante la encuesta realizada se logró identificar la necesidad de crear material promocional para para contribuir con el desarrollo turístico y socio económico de la parroquia, creando así una Marca Turística con la que se identifique su comunidad.

Para tener más visibilidad en el país, las estrategias de promoción realizadas fueron las siguientes: trípticos, afiches, página web, publicidad en revistas, vallas publicitarias y merchandising.

Recomendaciones

La Parroquia de Orianga es un potencial turístico que debe contar con el apoyo municipal de la provincia y del mismo cantón, y la población necesita un eje rector y a su vez directrices que les permita fortalecer su trabajo y mostrarse como una parroquia turística que esté a la altura de nuestro país y presto a recibir a cuanto turista desee conocerlo.

Se recomienda a los representantes del GAD Municipal de Orianga, implementar y ejecutar este plan de promoción turística para el cantón en un 100%, para poder evidenciar resultados.

Que el GAD Parroquial considere los medios diseñados para ser usados en la promoción turística en Orianga, ya que están en línea con las tendencias tecnológicas y los visitantes pueden verlos a través de sus medios digitales y móviles.

Recomendar a las universidades que suscriban convenios interinstitucionales para que los estudiantes tengan oportunidades de realizar sus prácticas preprofesionales en el ámbito del turismo.

Integrar a las comunidades locales al turismo, permitiéndoles beneficiarse responsablemente de la actividad de desarrollo.

Referencias

Acceso a la Diversidad del Patrimonio Latinoamericano. (2023). *Patrimonio Intangible*.

Obtenido de

<https://ilamdir.org/patrimonio/intangible#:~:text=El%20Patrimonio%20Intangible%20puede%20ser,les%20concede%20un%20valor%20excepcional.>

Aguilar Gaytán, N. I., & Aguilar Morales, J. E. (2015). *La evaluación del potencial turístico del patrimonio cultural*. Obtenido de

http://www.profesoresuniversitarios.org.mx/catedra_ciencia_international_journal/0015_evaluacion_del_potencial_turistico_del_patrimonio_cultural.pdf

Beriguete de Leon, A. C. (2012). *Reflexiones sobre la Sostenibilidad [Escuela de Organización Industrial]*. Obtenido de

<https://www.eoi.es/blogs/awildacarolinaberiguete/2012/05/19/reflexiones-sobre-la-sostenibilidad/>

Caicedo Gonzalez, I. (2023). *Diseño Metodológico de la Investigación*. Obtenido de

https://aulasvirtuales.uniquindio.edu.co/RecDigital/InvestigacionFormativa/recursos/unidad3/Descargable_EA1.pdf

Campo, N. (2024). *¿Qué es el relieve?* Obtenido de [https://tomi.digital/es/89179/el-](https://tomi.digital/es/89179/el-relieve?utm_source=google&utm_medium=seo)

[relieve?utm_source=google&utm_medium=seo](https://tomi.digital/es/89179/el-relieve?utm_source=google&utm_medium=seo)

CEUPE. (2023). *¿Qué es un Atractivo turístico? Tipos, ejemplos e importancia*. Obtenido de

<https://www.ceupe.com/blog/attractivo-turistico.html>

CEUPE. (2023). *Atractivo Turístico*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/attractivo-turistico.html>

CEUPE. (2024). *¿Qué es la Oferta Turística?* Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-oferta-turistica.html>

CEUPE Magazine. (2023). *¿Qué es oferta Turística?* Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-oferta-turistica.html>

Chavero Callejas, R. A., & Rodríguez Morán, R. C. (2024). *Aplicación de la Metodología*. Obtenido de [file:///C:/Users/Pc/Downloads/document+\(81\).pdf](file:///C:/Users/Pc/Downloads/document+(81).pdf)

Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador. (2011). *Sumay Kawsay*. Obtenido de <http://www.pueblosynacionalidades.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2023/03/sumakkawsay.pdf>

Constitución de la Republica del Ecuador. (20 de 10 de 2008). *Constitución* . Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

Constitución de la Republica del Ecuador. (2008). *Constitución de la Republica del Ecuador*. Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

Corporación Accesibilidad, Diseño Universal y Sustentabilidad . (2019). *Turismo Accesible*. Obtenido de <https://accesible.ec/el-turismo-accesible/>

Cultura Ambiental. (2023). *El Relieve de la Tierra*. Obtenido de <https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/bogotanitos/biodiverciudad/el-relieve-de-la-tierra#:~:text=El%20relieve%20de%20la%20Tierra%20es%20lo%20que%20se%20conoce,como%20observado%20desde%20el%20espacio.>

Cultura y Patrimonio de la Edad Contemporánea. (2023). *Bienes Culturales Tangibles* . Obtenido de http://descargas.pntic.mec.es/recursos_educativos/It_didac/CCSS/6/11/06_patrimonio_ed

ad_contemporanea/patrimonio_cultural_tangible.html#:~:text=Tangible%20es%20todo%20aquello%20que,y%20el%20patrimonio%20cultural%20intangibile.

Díaz , M. (2019). *Marketing Turístico*. Obtenido de <https://www.mabelcajal.com/2019/06/que-es-marketing-turistico-definicion-caracteristicas-tipos.html#:~:text=%C2%ABEEl%20marketing%20tur%C3%ADstico%20se%20encarga,como%20pueden%20adquirir%20el%20servicio.%C2%BB>

Díaz. (2023). *Google Maps - Ruta de Loja a Orianga*. Obtenido de <https://www.google.com/maps/dir/Loja/Orianga/@-3.9380158,-79.5006674,11z/data=!4m13!4m12!1m5!1m1!1s0x91cb480661b91d2d:0x8e12137cdc1ee09!2m2!1d-79.2022123!2d-3.9952065!1m5!1m1!1s0x90349108b187de7d:0x174aa78e8350ccc7!2m2!1d-79.8709837!2d-3.897635?entry=ttu>

Díaz Agila, J. (2023). *Genially* . Obtenido de <https://view.genial.ly/641a888d003f7b001937debc/interactive-image-parroquia-de-orianga>

Díaz Agila, J. (2023). *Revista Digital*. Obtenido de https://www.canva.com/design/DAFd4pH4fxU/BBz56QjpRrZ1r2XOJlo8zQ/edit?utm_content=DAFd4pH4fxU&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Díaz Martín, A. M. (2020). *¿Qué es el marketing turístico?* Obtenido de <https://www.cettdigitalmarketingstories.com/blogs-marketing-turistico/#:~:text=El%20marketing%20tur%C3%ADstico%20se%20encarga,como%20pueden%20adquirir%20el%20servicio.>

- Diaz, M. (2023). *Marketing en turismo* . Obtenido de <https://www.mabelcajal.com/2019/06/que-es-marketing-turistico-definicion-caracteristicas-tipos.html/>
- Diaz, M. M., & Rivas García , J. (2009). *Planificación turística y desarrollo sostenible*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/321748998_Planificacion_turistica_y_desarrollo_sostenible
- Donoso , M. T. (2018). *Turismo Accesible*. Obtenido de <https://accesible.ec/el-turismo-accesible/#:~:text=En%20conclusi%C3%B3n%20el%20turismo%20accesible,accesibilidad%20autenticidad%20transparencia%20y%20armon%C3%ADa>
- Entorno Turístico. (2023). *Recursos Turísticos Naturales*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/los-recursos-turisticos-se-clasifican/#:~:text=Son%20aquellos%20creados%20por%20la,%3A%20geomorfol%C3%B3gicos%20biogeogr%C3%A1ficos%20y%20Mixtos.>
- GAD Parroquia de Orianga. (2023). *Podructos de la Parroquia de Orianga*. Obtenido de https://orianga.gob.ec/images/PDOT_ORIANGA_2019-2023.pdf
- Gallio Porras, J. A. (2019). *Estrategias de city marketing para la promoción turística del distrito de Chiclayo-2018*. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12802/6184>
- Gallo Porras, J. A. (2018). *ESTRATEGIAS DE CITY MARKETING PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DISTRITO DE CHICLAYO*. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/6184>
- Gallo Porras, J. A. (2019). *Estrategias de city marketing para la promoción turística del distrito de Chiclayo – 2018*. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/6184>

Gestión de Destino Turísticos. (2009). *El sistema turístico: definición, composición*. Obtenido de <http://cloudtourism.pbworks.com/w/page/16041347/1->

8%20E1%20Sistema%20Tur%3%ADstico:%20Definici%3%B3n,%20composici%3%B3n,%20interacciones#:~:text=La%20planta%20tur%3%ADstica%3A%20son%20todas,%2C%20esparcimiento%2C%20desplazamiento%2C%20etc.

Glosario de Términos Turísticos. (2023). *Actividad Turística*. Obtenido de

<https://claudiaeva4.files.wordpress.com/2015/01/glosario-de-tc3a3e280b0rminos-turc3a3-sticos.pdf>

Glosario de Términos Turísticos. (2024). Obtenido de

<https://eduturismo.tripod.com/glosario.htm#:~:text=Atractivo%20tur%3%ADstico%3A%20Cualquier%20elemento%20que,este%20visite%20un%20determinado%20lugar.>

Gonzalo Tamayo. (2023). *Diseño Muestrales en la Investigación*. Obtenido de

<https://revistas.udem.edu.co/index.php/economico/article/download/1410/1467?inline=1>

Gonzalo, T. (2023). *Diseños Muestrales de la investigación*. Obtenido de

<https://revistas.udem.edu.co/index.php/economico/article/view/1410/1467#:~:text=Muestreo%3A%20Es%20un%20procedimiento%20para,sea%20representativa%20de%20la%20poblaci%3%B3n.>

Gurría Di-Bella, M. (1991). *Introducción al Turismo*. Obtenido de

<https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-Manuel-G.-Di-Bella-PDF.pdf>

Heredía Mendoza, M. E. (2020). *Análisis de la planeación y promoción turística, su influencia en el desarrollo local de Ciudad Juárez, Chihuahua, México*. Obtenido de

<https://erecursos.uacj.mx/items/7dbe96c5-a3ac-4883-92d0-95f37fb656d2>

Heredia Mendoza, M. E. (2020). *Análisis de la planeación y promoción turística, su influencia en el desarrollo local de Ciudad Juárez, Chihuahua, México [Instituto de Ciencias Sociales y Administración]*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.11961/5814>

ILAM Patrimonio. (2024). *Patrimonio Tangible*. Obtenido de <https://ilamdir.org/patrimonio/intangible#:~:text=El%20Patrimonio%20Intangible%20puede%20ser,les%20concede%20un%20valor%20excepcional.>

Ilerna. (2019). *¿Qué es la Demanda Turística?* Obtenido de <https://www.ilerna.es/blog/la-demanda-turistica#:~:text=tur%C3%ADsticos%2C%20en%20auge-,Qu%C3%A9%20es%20la%20demanda%20tur%C3%ADstica,%2C%20relax%2C%20etc.>

ILERNA. (s.f.). *La Demanda Turística*. Obtenido de <https://www.ilerna.es/blog/aprende-con-ilerna-online/hosteleria-turismo/la-demanda-turistica/#:~:text=La%20demanda%20tur%C3%ADstica%20es%20la,se%20conocen%20como%20temporada%20alta.>

Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático. (2023). *¿Qué es el clima?* Obtenido de <https://www.gob.mx/inecc/acciones-y-programas/que-es-el-clima>

Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2015). *Buen Vivir en el Ecuador-Del concepto a la medición*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/10/Buen-Vivir-en-el-Ecuador.pdf>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2022). *Entrada de Extranjeros según nacionalidad [Fotografía]*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Migracion/2022/Principales_Resultados_ESI2022.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2022). *Registro Estadístico de Entradas y Salidas Internacionales [Fotografía]*. Obtenido de

https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Migracion/2022/Principales_Resultados_ESI2022.pdf

Investigación Social. (2020). Obtenido de <https://aprendizaje.mec.edu.py/dw->

[recursos/system/materiales_academicos/materiales/000/009/431/original/Investigaci%C3%B3n_Social_2do._curso_Plan_Espec%ADfco.pdf](https://aprendizaje.mec.edu.py/dw-recursos/system/materiales_academicos/materiales/000/009/431/original/Investigaci%C3%B3n_Social_2do._curso_Plan_Espec%ADfco.pdf)

Jaramillo, B. (2018). *Importancia y funciones de una marca*. Obtenido de

<https://es.linkedin.com/pulse/importancia-de-una-marca-bladimir-jaramillo-escobar#:~:text=%E2%80%9CUna%20marca%20es%20un%20nombre,y%20diferenciar%20de%20la%20competencia%E2%80%9D>.

Kapferer. (1994). *Marca Turística*. Obtenido de <https://escafandra.news/que-es-la-marca-turistica/>

Lameiras, A. A. (2022). *Conceptos de Marca. Tipologías*. Obtenido de

https://www.uc3m.es/igualdad/media/igualdad/doc/archivo/doc_temario-marcas/temas_gestion-de-marca-y-reputacion-online.pdf

Ley de Gestión Ambiental. (10 de 09 de 2004). Obtenido de [https://www.ambiente.gob.ec/wp-](https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf)

[content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf](https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf)

Ley de Gestión Ambiental. (2004). *Ley de Gestión Ambiental*. Obtenido de

<https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>

Ley de Turismo. (2014). *Ley de Turismo*. Obtenido de [https://www.turismo.gob.ec/wp-](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf)

[content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf)

Ley de Turismo. (22 de 06 de 2020). *Turismo*. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2022/05/ECLEX-PRO-MERCANTI-LEY_DE_TURISMO.pdf

Manuel de la Colina, J. (2023). *Concepto del Producto Turístico*. Obtenido de https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.2._Concepto_de_Producto_Turistico.pdf

Matute, M., & Asanza, P. (2011). *Aaspectos sociopsicológicos del turismo*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

Ministerio de Cultura y Deporte. (2024). *Patrimonio Tangible*. Obtenido de <https://mcd.gob.gt/824/#:~:text=El%20patrimonio%20tangible%20mueble%20comprende,la%20diversidad%20cultural%20del%20pa%C3%ADs.>

Ministerio de Turismo. (2022). *Turista*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/>

Ministerio de Turismo. (2024). *Entradas y Salidas Internacionales*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/entradas-y-salidas-internacionales/>

Ministerio de Turismo. (2024). *Entradas y Salidas Internacionales*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/entradas-y-salidas-internacionales/>

Navarro. (2015). *Ciencia Latina*. Obtenido de <file:///C:/Users/Pc/Downloads/98-Texto%20del%20art%C3%ADculo-300-3-10-20201103.pdf>

Navarro. (2023). *Recursos Turísticos y Atractivos Turísticos: conceptualización, clasificación y valoración*.

Navarro, D. (2014). *Recursos Turísticos y Atractivos Turísticos: conceptualización, clasificación y valoración*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701014.pdf>

Navarro, D. (2023). *Recursos Turísticos y Atractivos Turísticos: conceptualización, clasificación y valoración*.

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (2023). *El Clima*.

Obtenido de https://www.fao.org/3/w1309s/w1309s05.htm#P5_56

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2023). *¿Definición*

del Suelo? Obtenido de <https://www.fao.org/soils-portal/about/definiciones/es/>

Organizacion Mundial de Turismo. (2023). *Recursos Turisticos*. Obtenido de

<https://www.unwto.org/es>

PDOT - Parroquia de Orianga. (2022). *Localización de Orianga*. Obtenido de

https://orianga.gob.ec/images/PDOT_ORIANGA_2019-2023.pdf

PDOT - Parroquia de Orianga. (2023). *Población de Orianga*. Obtenido de

https://orianga.gob.ec/images/PDOT_ORIANGA_2019-2023.pdf

PDOT de la Parroquia de Orianga. (2022). *Clima de Orianga [Foto]*. Obtenido de

https://orianga.gob.ec/images/PDOT_ORIANGA_2019-2023.pdf

PDOT- de la Parroquia de Orianga. (2022). *Geología de la parroquia de Orianga [Foto]*.

Obtenido de https://orianga.gob.ec/images/PDOT_ORIANGA_2019-2023.pdf

PDOT- de la Parroquia de Orianga. (2022). *Tipo de Suelo [Foto]*. Obtenido de

https://orianga.gob.ec/images/PDOT_ORIANGA_2019-2023.pdf

PDOT de la Parroquia de Orianga. (2022). *Ubicación Orianga [Foto]*. Obtenido de

https://orianga.gob.ec/images/PDOT_ORIANGA_2019-2023.pdf

PDOT- Plan de Desarrollo de Orianga. (2022). *Relieve de Orianga [Foto]*. Obtenido de

https://orianga.gob.ec/images/PDOT_ORIANGA_2019-2023.pdf

PDOT- Plan de Desarrollo de Orianga. (2022). *Temperatura de Orianga [Foto]* . Obtenido de https://orianga.gob.ec/images/PDOT_ORIANGA_2019-2023.pdf

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Orianga. (2023). *Poblacion de Orianga*. Obtenido de https://orianga.gob.ec/images/PDOT_ORIANGA_2019-2023.pdf

Plan Nacional de Desarrollo. (2017-2021). Obtenido de <https://observatorioplanificacion.cepal.org/sites/default/files/plan/files/EcuandorPlanNacionalTodaUnaVida20172021.pdf>

Plan Nacional de Desarrollo. (2021). *"Todo una Vida"*. Obtenido de <https://observatorioplanificacion.cepal.org/sites/default/files/plan/files/EcuandorPlanNacionalTodaUnaVida20172021.pdf>

Plumed , Gomez , y Duque. (2018). *Planificaión turística promoción y sostenibilidad ambiental: el cado de España*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5045/504554927001/504554927001.pdf>

Plumed Lasarte, M., Gómez Bruna , D., & Martín Duque, C. (2018). *Planificación turística, promoción y sostenibilidad ambiental: el caso de España*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5045/504554927001/504554927001.pdf>

Plumed Lasarte, M., Gómez Bruna, D., & Martín Duque, C. (2018). *Planificación turística, promoción y sostenibilidad ambiental: el caso de España*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5045/504554927001/504554927001.pdf>

Plumed Lasarte, M., Gómez Bruna, D., & Martín Duque, C. (2018). *Planificación turística, promoción y sostenibilidad ambiental: el caso de España*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5045/504554927001/html/>

Preza Ortíz, M. J. (2018). *Evaluación de factores que inciden en la afluencia turística en el Municipio de San Martín para su potencialización como destino*. Obtenido de <https://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/tesis/941001197.pdf>

Producto Turístico. (2024). Obtenido de https://gc.scalahed.com/recursos/files/r157r/w12731w/Merca%205a_Unidad6.pdf

Ramírez Blanco, M. (1992). *Teoría General de Turismo*. Obtenido de <https://psicologiayturismo.blogspot.com/2007/07/conceptualizacion-definicion-turismo.html>

Ramírez, C. (2016). *Apunte de Geología General*. Obtenido de <https://issuu.com/ciliramirezballesteros/docs/apuntes-de-geologia-general/4>

Ramón Terry, J. (2023). *Inventario Turístico*. Obtenido de <https://es.linkedin.com/pulse/el-inventario-de-recursos-tur%C3%ADsticos-moda-o-necesidad-terry-gregorio#:~:text=El%20inventario%20de%20recursos%20tur%C3%ADsticos%20es%20un%20sistema%20din%C3%A1mico%20que,garantiza%20la%20toma%20de%20decisiones>.

Rhoton, S. (2023). *Temperatura*. Obtenido de <https://www.significados.com/temperatura/#:~:text=La%20temperatura%20es%20una%20magnitud,m%C3%A1s%20alta%20ser%C3%A1%20la%20temperatura>.

Sánchez Gómez, F. (2024). *Producto y Distribución*. Obtenido de <https://www.fadu.edu.uy/marke>

Sancho, A. (2006). *Valor de la Oferta Turística del destino Turístico*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8146193.pdf>

Santander Universidad. (2022). *Sustentabilidad y Sostenibilidad (cuál es la diferencia)*. Obtenido de <https://www.santanderopenacademy.com/es/blog/sustentabilidad-y-sostenibilidad.html>

Secretaria de Turismo. (2023). *Afluencia Turística Nacional*. Obtenido de <https://mide.jalisco.gob.mx/mide/panelCiudadano/detalleIndicador/146#:~:text=La%20afluencia%20tur%C3%ADstica%20nacional%20es,destinos%20tur%C3%ADsticos%20de%20la%20entidad.>

Turísticos, G. d. (2023). *Atractivo Turístico*. Obtenido de <https://eduturismo.tripod.com/glosario.htm>

Universidad de Guadalajara . (2023). *Bienes Culturales*. Obtenido de <http://www.patrimonio.udg.mx/bienes-culturales>

Universidad de Guadalajara. (2024). *Bienes Culturales*. Obtenido de <https://patrimonio.udg.mx/bienes-culturales#:~:text=Todos%20aquellos%20bienes%20muebles%20materiales,manifestaciones%20cient%C3%ADficas%2C%20art%C3%ADsticas%20y%20culturales.>

Universidad de Santiago de Compostela. (2024). *Conceptos Básicos de Turismo*. Obtenido de <https://www.usc.gal/economet/Guia-tema3-turismo.pdf>

Universidad del País Vasco. (2023). *¿Qué es la Geología?* Obtenido de <https://www.ehu.eus/es/web/geologia/zer-da-geologia>

Vargas Vásquez, O. I. (2020). *La Planificación turística en áreas urbanas: Un aporte al desarrollo de la planeación del turismo en Ciudad Juárez durante el periodo 2008-2018*. Obtenido de <https://erecursos.uacj.mx/items/eabf1e3f-db10-4159-bbce-ceb8dcd5e17c>

Anexos

Anexo 1

Modelo de la Encuesta

El objetivo de esta encuesta es determinar cómo desea que la Parroquia de Orianga se promocio-
ne turísticamente

Información Personal

Edad.....

Género.....

Lugar de Procedencia:

Provincia de Loja

Provincia de Pichincha

Otra Provincia

1. ¿Conoce usted la parroquia de Orianga del cantón Paltas de la Provincia de Loja?

Sí No

2. Si su respuesta es sí. ¿Con que frecuencia visita usted la parroquia de Orianga?

Vacaciones Mensualmente

Una vez al año Otros

3. ¿Por qué medios usted conoció o conoce la parroquia de Orianga?

Internet Familia

Redes Sociales Amigos Otros

4. ¿Cuál sería su interés en conocer la parroquia de Orianga?

Turismo Deporte

Visita Familiar Fiestas de la parroquia Otros

5. ¿Cuál de estos lugares usted ha visitado de la parroquia de Orianga?
- | | | | | | |
|---------------|--------------------------|-------------|--------------------------|------------|--------------------------|
| Orianga | <input type="checkbox"/> | Marano | <input type="checkbox"/> | Yangaca | <input type="checkbox"/> |
| Valle Hermoso | <input type="checkbox"/> | Limón | <input type="checkbox"/> | Naranjillo | <input type="checkbox"/> |
| Alejandría | <input type="checkbox"/> | La Victoria | <input type="checkbox"/> | Otros | <input type="checkbox"/> |
6. ¿Usted considera que la parroquia de Orianga pueda llegar hacer un atractivo turístico?
- Sí No
7. ¿Considera usted que la infraestructura de la parroquia de Orianga es buena?
- | | | | | | |
|-----------|--------------------------|---------|--------------------------|------|--------------------------|
| Excelente | <input type="checkbox"/> | Buena | <input type="checkbox"/> | | |
| Muy Buena | <input type="checkbox"/> | Regular | <input type="checkbox"/> | Mala | <input type="checkbox"/> |
8. Como califique la atención que la brinda el transporte de la parroquia de Orianga.
- | | | | | | |
|-----------|--------------------------|---------|--------------------------|------|--------------------------|
| Excelente | <input type="checkbox"/> | Buena | <input type="checkbox"/> | | |
| Muy Buena | <input type="checkbox"/> | Regular | <input type="checkbox"/> | Mala | <input type="checkbox"/> |
9. Como califique la atención que le brindan los establecimientos gastronómicos de la parroquia de Orianga.
- | | | | | | |
|-----------|--------------------------|---------|--------------------------|------|--------------------------|
| Excelente | <input type="checkbox"/> | Buena | <input type="checkbox"/> | | |
| Muy Buena | <input type="checkbox"/> | Regular | <input type="checkbox"/> | Mala | <input type="checkbox"/> |
10. ¿Considera usted que las personas que visitan la parroquia de Orianga si siente interesadas por conocer el atractivo de una forma turística?
- Si No
11. ¿Considera usted que existe la infraestructura necesaria para el desarrollo del atractivo turismo?
- Si No

12. ¿Considera usted que el impulso turístico proporciona a la población un desarrollo económico?

Si No

13. ¿Cree usted que la parroquia de Orianga tiene servicios turísticos para la actividad turística?

Si No

14. Identifica usted la Marca Turística de la parroquia de Orianga.

Si No

15. ¿Con que imagen le gustaría que se identifique la marca turística de la parroquia Orianga?

.....

.....

16. Esta usted de acuerdo que se elabore un Plan de Promoción Turística para el desarrollo del turismo natural y cultural en la parroquia de Orianga.

Si No

Anexo 2

Iglesia Santo Miguel de Orianga



Anexo 3

Iglesia Santo Miguel de Orianga



Anexo 4

Quebrada Shoa



Anexo 5

Quebrada Shoa



Anexo 6

Balneario de las Juntas



Anexo 7

Balneario de las Juntas

