



ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LOS
ATRATIVOS DE LA PARROQUIA DE SAN PEDRO DE VILCABAMBA,
PROVINCIA DE LOJA.

Autor

Andrés Alejandro Ruiz Jaramillo

Año
2019



ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LOS
ATRATIVOS DE LA PARROQUIA DE SAN PEDRO DE VILCABAMBA,
PROVINCIA DE LOJA.

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de Ingeniero en Administración de
Empresas Turísticas y Hoteleras.

Profesor Guía

Roberto Carlos Herrera Anangonó

Autor

Andrés Alejandro Ruiz Jaramillo

Año
2019

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo “Diseño de una página web para la promoción turística de los atractivos de la parroquia de San Pedro de Vilcabamba, provincia de Loja”, a través de reuniones periódicas con el estudiante Andrés Alejandro Ruiz Jaramillo, el semestre 2019-1, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

Roberto Carlos Herrera Anagonó
C.I.:1002516399

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado el trabajo, “Diseño de una página web para la promoción turística de los atractivos de la parroquia de San Pedro de Vilcabamba, provincia de Loja”, en el semestre 2019-1 dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

Rafael Fernando Carrera Zurita
C.I.: 1714727540

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

Andrés Alejandro Ruiz Jaramillo
C.I.: 1105909152

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a Dios y a mi familia por todo el apoyo incondicional que he recibido durante esta etapa universitaria, y de manera especial a mi profesor guía Roberto Herrera, por direccionarme de la mejor manera, ya que sin su ayuda no hubiera sido posible culminar con éxito este proyecto. Gracias de todo corazón.

DEDICATORIA

Este logro es para mis padres, que son un pilar fundamental y el motor de mi vida, ya que con su cariño y apoyo permanente me han alentado a seguir siempre adelante. A mis hermanos que son mi luz y mi guía, y a mis amigos que con su infinita confianza me han hecho creer más en mí.

RESUMEN

La presente propuesta tiene como objetivo el diseño de una página web que sirva como herramienta de promoción de los diferentes atractivos naturales y culturales de la parroquia de San Pedro de Vilcabamba, ubicada en la provincia de Loja.

Como introducción se encontrará información pertinente que justifique la realización de la página web. La investigación contará con cuatro capítulos, siendo el primer capítulo una recopilación de información teórica basado en fuentes bibliográficas que ayuden a sustentar la investigación, de cómo la tecnología ha ido evolucionando a lo largo de los años, y su importancia para el sector turístico.

En el segundo capítulo se analizará el diagnóstico situacional de la parroquia de San Pedro de Vilcabamba, donde se evalúan aspectos de caracterización de territorio como información general de la parroquia, su economía, uso del suelo, patrimonio, catastro; y por otro lado tenemos la caracterización del sistema turístico como la superestructura y los atractivos que se encuentran en la parroquia, sondeo de mercado, infraestructura y las facilidades de conectividad.

El tercer capítulo se enfoca en el análisis de las encuestas y entrevistas realizadas a las diferentes entidades locales, generando las bases creativas y de contenido de la página web; en el cuarto capítulo trataremos la estructura y diseño de la página web para su seguimiento y evaluación esperando tenga un funcionamiento a futuro administrado por el ITUR de la ciudad de Loja, el Gobierno de la parroquia, incluso el Gobierno municipal de la ciudad de Loja.

Finalmente, en la investigación se encontrará las conclusiones y recomendaciones para el desempeño óptimo de la página web como herramienta de promoción turística de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.

ABSTRACT

The purpose of this investigation is to design a web page that serves as a tool to promote the different natural and cultural attractions of the parish of San Pedro de Vilcabamba, located in the province of Loja.

As an introduction you will find pertinent information that justifies the completion of the web page. The research will have four chapters, the first chapter being a compilation of theoretical information based on bibliographic sources that help sustain the research, how technology has evolved over the years, being important for tourism, make people to get to know the different tourist destinations and how to reach the tourist.

In the second chapter the situational diagnosis of the parish of San Pedro de Vilcabamba will be analyzed, where aspects of territorial characterization are evaluated as general information of the parish, its economy, land use, patrimony, cadastre; and on the other hand we have the characterization of the tourist system as the superstructure and the attractions that are in the parish, market survey, infrastructure and the facilities that you have to get to the place.

The third chapter focuses on the analysis of the surveys and interviews conducted with the different local entities, generating the creative and content bases of the website; the fourth chapter the focus will be on the structure and design of the website for monitoring and evaluating expecting to have a future operation administered by the ITUR of the city of Loja, the parish government, including the municipal government of the city of Loja.

Finally, in the research you will find the conclusions and recommendations for the optimal performance of the website as a tourist promotion tool of the San Pedro de Vilcabamba parish.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
Enunciado del problema	3
Objetivos.....	3
General	3
Específicos	3
Justificación	4
Métodos, técnicas e instrumentos.....	4
Población y Muestra	6
Población.....	6
Muestra.....	6
1. CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO	7
1.1 Marketing en el Turismo	7
1.2 Enfoque del Marketing en destinos turísticos.....	8
1.3 El marketing Digital y las TIC'S.....	10
1.3.1 Las TIC'S	10
1.3.2 Marketing Digital	10
1.4 Marketing digital de destinos turísticos.	11
2. CAPÍTULO II. CARACTERIZACIÓN SITUACIONAL.....	13
2.1 Caracterización del territorio.....	13
2.1.1 Localización geográfica	13
2.1.2 Ecosistema	14
2.1.3 Climatología.....	15
2.1.5 Hidrografía	16
2.1.6 Cobertura y uso del suelo	17
2.1.7 Actividad económica	18
2.1.8 Sistema de aguas servidas.....	19
2.1.9 Movilidad.....	20

2.2 Caracterización del sistema turístico.....	21
2.2.1 Análisis de la oferta actual	21
2.2.2.1 Gastronomía típica de la parroquia	22
2.2.2.2 Festividades:	23
2.2.2 Análisis de la demanda actual	23
2.2.2.1 Perfiles de turistas.....	24
2.2.3 Análisis de la superestructura	25
3. CAPÍTULO III. ANÁLISIS DEL SISTEMA TURÍSTICO	
DE LA PARROQUIA DE VILCABAMBA EN LA	
PROVINCIA DE LOJA.....	29
3.1 Oferta	29
3.1.1 Atractivos turísticos.....	29
3.2 Planta turística	33
3.2.1 Alojamiento	33
3.2.2 Alimentos y bebidas.....	35
3.2.3 Bar o discotecas	36
3.2.4 Agencias de viaje tour operadoras.....	37
3.2.5 Rutas nacionales	37
3.2.6 Líneas de productos turísticos	39
3.4 Infraestructura	40
3.4.1 Señalética y vialidad	40
3.4.1 Información turística.....	41
4. CAPÍTULO IV. CREACIÓN DE UNA PROPUESTA DE	
INTERVENCIÓN DE UNA PÁGINA WEB PARA LA	
PARROQUIA DE VILCABAMBA.....	42
4.1 Ficha técnica de la página.....	45
4.2 Selección de contenido	45
4.3. Diseño estructural	46

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	65
5.1. Conclusiones.....	65
5.2. Recomendaciones	66
REFERENCIAS	67
ANEXOS	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tipos de ecosistemas de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba.	14
Tabla 2 Uso del agua en la Parroquia San Pedro de Vilcabamba.....	17
Tabla 3 Vías de acceso en la Parroquia San Pedro de Vilcabamba.	21
Tabla 4 Mapeo de Actores que intervienen en las distintas organizaciones de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.	26
Tabla 5 Establecimiento de alojamiento parroquia San Pedro de Vilcabamba.	33
Tabla 6 Alimentos y bebidas de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.	35
Tabla 7 Tour operadoras parroquia San Pedro de Vilcabamba.	37
Tabla 8 Ficha técnica del diseño de la página web	45
Tabla 9 Presupuesto para la implementación de una página web.	56
Tabla 10 Presupuesto para la página web dentro de un año.	57
Tabla 11 Componente 1.- Plan de seguimiento de la página web.	62
Tabla 12 Componente 2. Actualizar la información del mercado turístico de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.	63
Tabla 13 Fortalecer el sistema de gestión turística.	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ecuación cálculo de la muestra.....	6
Figura 2. Ubicación de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba. Adaptado de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2017	13
Figura 3. Temperatura media de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba. Adaptado de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2017.	16
Figura 4. Rutas Nacionales del Ecuador. Adaptada de MINTUR 2017	39
Figura 5. Logo de la página web El paraíso de la Longevidad.....	48
Figura 6. Inicio página web.....	49
Figura 7. Datos generales de la parroquia de San Pedro de Vilcabamba.....	49
Figura 8. Atractivos turísticos de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.....	50
Figura 9. Atractivos turísticos de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.....	50
Figura 10. Atractivos turísticos de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.....	51
Figura 11. Gastronomía de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.	51
Figura 12. Gastronomía de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.	52
Figura 13. Gastronomía de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.	52
Figura 14. Planta turística de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.	53
Figura 15. Planta turística de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.	53
Figura 16. <i>Festividades parroquia San pedro de Vilcabamba</i>	54
Figura 17. Festividades parroquia San pedro de Vilcabamba.....	54
Figura 18. Horario de transporte parroquia San Pedro de Vilcabamba.....	55
Figura 19. Consejos para los turistas que visiten la parroquia San Pedro de Vilcabamba.....	55

INTRODUCCIÓN

Las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC'S) se han dado a conocer como una herramienta de gran importancia para el turista actual, puesto que facilitan el acceso de información de los diferentes destinos turísticos desde cualquier lugar que la persona se encuentre. Las TIC'S han representado un gran avance para las empresas, ofreciendo sus servicios al público de una manera más didáctica y en el caso del turismo, entregando experiencia a sus clientes.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) el turista actual está habituado a las redes sociales y pasa conectado casi la mayoría de tiempo, por lo que es importante que los destinos y las empresas turísticas, no solo tengan presencia en Internet, sino que ofrezcan experiencias únicas a sus usuarios que permitan la interacción dentro de la plataforma. Esto ha generado que los viajeros se informen sobre los diferentes destinos a visitar, que coordinen directamente su itinerario, brindando seguridad y confianza previa al inicio de su recorrido (OMT,2018)

En el país, algunas ciudades incluyendo las más grandes como Quito, Guayaquil y Cuenca, presentan páginas de promoción turística donde se puede dar a conocer los diferentes atractivos y una información variada de la ciudad, donde el turista puede navegar y conocer un poco más sobre el destino, de tal manera que puede planificar adecuadamente su viaje solventando así la necesidad de información durante y después del viaje.

Actualmente, la parroquia de San Pedro de Vilcabamba en la provincia de Loja cuenta con una página web que pertenece al Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de la parroquia, pero no cuenta con una página oficial donde se mencione los diferentes atractivos, productos y servicios que se puede encontrar en la parroquia ubicada al sur del país. El GAD de la provincia de Loja describe a Vilcabamba como un valle sagrado donde sirve de base para la investigación de la longevidad, por parte de médicos, científicos y

naturalistas de todo el mundo (Municipio de Loja, s.f.). Pero la parroquia va más allá de la longevidad, ofreciendo atractivos naturales y culturales, como el cerro Mandango o el cerro del Dios acostado, este atractivo tiene la forma de una pirámide y fue considerado un lugar sagrado por los incas, donde se realizaban rituales y ofrendas a los dioses. Entre otros atractivos se pueden mencionar también a la cascada de Palto, el Complejo Turístico Yamburara, la Reserva Natural Rumi Wilco, el Sendero Caxarumi, y la zona céntrica de la parroquia, donde se realizan diferentes actividades en sus fiestas de fundación o en las fiestas de carnaval (Municipio de Loja. s.f.), tal es el caso de la presencia de emprendimientos que ofertan sus productos en la plaza central durante los feriados en San Pedro de Vilcabamba dirigido por el departamento de Gestión Económica y Social de la parroquia (El telégrafo, 2017).

Por tanto, la promoción de los diferentes atractivos de la parroquia por medios adecuados como el de una página web, es fundamental para que la visita tanto de turistas nacionales como extranjeros, esté motivada por todo lo que se oferta como destino, siendo una herramienta para la promoción turística de la parroquia, brindando información confiable y actualizada de Vilcabamba.

En la presente propuesta se describirá detalladamente la caracterización situacional de la zona, se hablará sobre clima, hidrografía, orografía, agua, temperatura, siendo estos datos relevantes para la presente investigación y obtener conocimientos más claros sobre cómo se maneja la parroquia, esto es algo que se debe dar a conocer al turista que visita la parroquia, para un conocimiento más general acerca de San Pedro de Vilcabamba.

Posteriormente se clasifica el sistema turístico de la parroquia, es decir por medio del catastro se identifican los distintos lugares en los que se puede acudir al momento de visitar la parroquia, ya sean restaurantes, lugares de alojamiento, lugares de recreación, entre otros; a sí mismo la descripción de los atractivos turísticos con los que cuenta la parroquia, ya sean culturales o naturales, festividades y demás festejos y emprendimientos, dando así a

conocer todo este tipo de información a través de una página web que sea completa y precisa, siendo esta una excelente vía de información y promoción de la parroquia como un destino turístico óptimo para su visita, desarrollando así el ámbito económico y social entre los pobladores de la parroquia.

Enunciado del problema

La parroquia de San Pedro de Vilcabamba en la provincia de Loja cuenta con una página web que está a cargo del GAD de la parroquia antes mencionada, donde se exponen noticias desactualizadas, acerca de mejoras o de las obras que se han realizado en el lugar, y de igual manera, existe una página web del Municipio de Loja que habla sobre la historia de la parroquia, pero ninguno se enfoca en las actividades y atractivos que se ofertan en San Pedro de Vilcabamba.

Al no tener una página web adecuada al turismo de la parroquia, se ha visto necesario el diseño de una, para el conocimiento de los turistas nacionales e internacionales que quieran visitar el lugar, aumentando así la economía de la parroquia y el desarrollo de sus comunidades.

Objetivos

General

Diseñar una página web para la promoción de los atractivos turísticos de la parroquia de San Pedro de Vilcabamba, provincia de Loja.

Específicos

- Definir la situación turística actual de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.
- Analizar el sistema turístico de la parroquia.

- Diseñar la propuesta de página web para la promoción turística de los atractivos.
- Desarrollar la propuesta de promoción turística de los atractivos de la parroquia.

Justificación

La presente investigación tiene como objetivo proponer el diseño de una página web como herramienta de promoción turística de la parroquia de San Pedro de Vilcabamba en la provincia de Loja, con la finalidad de difundir los atractivos con los que cuenta el destino para generar mayor visitación. La importancia de este proyecto radica, entonces, en el impacto turístico que puede tener a futuro, dando a conocer estos espacios a través de una manera más dinámica con una información precisa, ya que el turista moderno busca información antes de viajar a un destino (Buhalis & Law, 2008).

Por tanto, la promoción de los diferentes atractivos de la parroquia por medios adecuados como el digital, es fundamental para que la visita tanto de turistas nacionales como extranjeros esté motivada por todo lo que oferta como destino, esperando a futuro ponerlo en marcha junto con el GAD de la parroquia de San Pedro de Vilcabamba y el GAD de la provincia de Loja, para conocimiento del turista que desee visitar el destino turístico.

Métodos, técnicas e instrumentos

Para el presente trabajo se aplicará un método con enfoque mixto, siendo este enfoque un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). Según Sampieri, dentro de la investigación se aplica un análisis de información cuantitativo y cualitativo, puesto que se debe evidenciar datos numéricos, visuales y textuales, para poder obtener una mejor comprensión de la problemática del objeto de estudio (Hernandez & Fernandez, 2010). Por esta razón, se utilizarán el enfoque cuantitativo con el

método de observación semiestructurada y el enfoque cualitativo con el método sondeo de opinión y método muestral.

Para el método de observación será necesario aplicar entrevistas semiestructuradas, es decir se alterna preguntas estructuradas con preguntas espontáneas, a personas que sean expertos en marketing digital y en promoción de destinos, representantes de las instituciones que intervienen en Vilcabamba en la gestión turística, expertos académicos y propietarios de páginas que lideran en posicionamiento el mercado online de productos turísticos para Vilcabamba, Loja y Ecuador (Ejemplo: Minube, Ecuador Explorer, Visita Ecuador); todos éstos necesarios para contextualizar una investigación lo más cercana posible a la realidad.

Por otro lado, el método de muestreo sirve para determinar la población, donde por medio de una encuesta se selecciona una muestra y se enfoca en las necesidades del público objetivo (Benchmark, 2018) La herramienta mencionada servirá para recopilar información sobre qué se necesita para la realización de la página web y cuál puede ser su contenido para que tenga una mayor acogida por parte de los visitantes antes y durante su visita a Vilcabamba. Una vez realizado el análisis de los resultados se podrán exponer las conclusiones y concretar el diseño de la página web. Una vez realizada la investigación, se procederá a realizar encuestas basadas en la muestra antes determinada tomando en cuenta el 10% de la muestra total.

Finalmente, se realizará el árbol de problemas donde se podrá identificar el problema central que podría ser el inadecuado desarrollo del potencial turístico con el que cuenta la parroquia San Pedro de Vilcabamba, las causas esenciales y directas como la carencia de una herramienta de información, la escasa información del mercado turístico o el insuficiente conocimiento de su gestión turística, esto puede determinar o influir en la aparición del problema y los efectos o manifestaciones que son las consecuencias y el impacto que esto produce hacia los visitantes, incluso a los habitantes de la parroquia (UNESCO, 2017).

Población y Muestra

La población son todos los sujetos de estudio que poseen características similares y necesarias para aportar en la investigación. De esta población se extraen unidades de muestreo más específicas, que posteriormente serán analizadas y desarrolladas (Bernal, 2010).

Población

La población para la presente propuesta está compuesta por los turistas nacionales e internacionales que visitaron en el 2016 (como dato más actualizado) la parroquia de San Pedro de Vilcabamba, en la provincia de Loja de acuerdo a la información proporcionada por el GAD de la provincia de Loja, que corresponde a 14.500 turistas (Municipio de Loja, s.f.)

Muestra

Para realizar el cálculo de la muestra, se usó la fórmula del Departamento de Matemáticas UDLA, con un margen del 5% de error:

Por el tiempo del que se disponen para realizar la investigación, se aplicará un sondeo de opinión al 10% de la muestra que da un total de 38 encuestas a realizar.

$$n = \frac{N}{e^2(N-1)+1} = n = \frac{14.500}{0,05^2(14.500-1)+1} = n = \frac{14.500}{37.2475} = n = 389$$

Figura 1. Ecuación cálculo de la muestra.

1. CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

1.1 Marketing en el Turismo

La Organización Mundial del Turismo (OMT), define al turismo como un fenómeno cultural, social y económico relacionado con el movimiento de personas a diferentes lugares que se encuentran fuera de su lugar habitual ya sea por motivos personales o de negocios (OMT, s.f.)

Si bien es cierto el turismo es la industria de mayor crecimiento en todo el mundo, que genera una actividad económica refrendada por la comunidad internacional, promoviendo un cambio de mentalidad en la sociedad donde busca la riqueza cultural de los distintos sitios turísticos conservando el medio esencial para la promoción adecuada de los destinos.

Sin embargo, el turista actual busca experiencias propias y únicas que se adapten según sus necesidades. El turismo ha ido evolucionando desde un turismo en masas que buscaba productos sencillos sin complejidad alguna, a unos clientes exigentes que son bien informados de lo que sucede a su alrededor tratando de experimentar y sacar el máximo provecho de sus viajes, usando de manera obligatoria la tecnología, convirtiéndose en prescriptores de otros turistas en redes sociales (OPTITUR, s.f.).

Marketing es la gestión de relaciones redituables con los clientes (Kotler, 2013). Es decir, atraer a nuevos clientes brindándoles satisfacción al momento de usar o consumir un producto o servicio. Un marketing sólido es la clave para el éxito de toda organización ya sean grandes empresas como organizaciones sin fines de lucro. Muchas personas confunden marketing con vender y anunciar, pero en la actualidad es entendido con el significado de satisfacer las necesidades de los clientes, el mercadólogo debe comprender lo que el cliente busca en un producto o servicio, además de distribuir y promover lo que desea ofertar al público.

1.2 Enfoque del Marketing en destinos turísticos

“Los destinos son combinaciones de productos turísticos, que ofrecen una experiencia integrada en los turistas” (Bigné, 2000, p.30). Por lo general, los destinos se consideraban como destinos definidos geográficamente, pero con el paso del tiempo un destino es interpretado por el viajero según su formación cultural, motivo de visita, nivel de educación y experiencia previa. Un destino turístico es un área reconocida por los visitantes, donde genera una atracción a viajar hacia el lugar independientemente de los demás atractivos que se encuentren en la zona. El destino turístico puede ser de diferentes escalas, por ejemplo, puede ser un continente, un país, una región, un lugar o un sitio en particular, existiendo una conexión con otros destinos más grande, promoviendo su comercialización (Swisscontact, 2014, p.9). Existe cuatro tipos de destino turístico en función a la distribución de los recursos:

1. Destino único: El destino visitado tiene diversas actividades para realizar.
2. Destino como cede central y visita a los alrededores: El turista viaja a un destino en específico, y del cual se visitará por un periodo corto de tiempo otros lugares.
3. Circuito: El turista viaja a un destino turístico y no solo se queda en un solo lugar, sino se desplaza de un lugar a otro, pero no vuelve al lugar donde empezó su recorrido.
4. Viaje en ruta: Un viaje donde se tiene varias paradas, pero entre esos viajes se visita diferentes lugares que no se encuentran en el mismo destino específico (Bigné, 2000, p.32).

El destino turístico constituye una unidad de negocio cuya gestión debe enfocarse en ciertos criterios de competitividad a fin de generar beneficios económicos y sociales (Swisscontact, 2014, p.10)

El marketing de destinos turísticos tiene como finalidad incrementar el número de visitas de turistas, aunque en el sector público y privado han aplicado solo

parte del marketing mix al turismo que es la comunicación del destino hacia sus visitantes, tomando en cuenta que si el destino quiere sobrevivir debe generar una satisfacción entre los turistas y los residentes. Los destinos son productos difíciles de controlar y comercializar, porque se tiene una complejidad entre relaciones de la comunidad local, y la diversidad de intereses implicados en el desarrollo de la producción de los distintos productos turísticos. A medida que los consumidores den un alto valor a los recursos del entorno, estarán dispuestos a pagar precios más altos, así, los recursos locales serán un activo central para los destino y proveedores turísticos, y su sostenibilidad como un elemento esencial del marketing turístico (Bigné, 2000, p.33).

El marketing de destino debe ser una herramienta para satisfacer las necesidades y deseos de los turistas y la comunidad local, teniendo en claro sus objetivos estratégicos para dirigir el destino como: mejorar la prosperidad a largo plazo de la comunidad local; aumentar la rentabilidad de empresas locales, dinamizando su economía; optimizar los impactos del turismo donde asegure el equilibrio sostenible entre los costes socioculturales y medioambientales y maximizar la satisfacción de los visitantes.

Se debe eliminar el paradigma acerca de que el marketing de destino solo sirve para atraer más visitantes a una región o a un lugar en específico, sino que éste debe facilitar el desarrollo regional y racionalizar la provisión del turismo, asegurándose que los objetivos estratégicos del destino se cumplan, siendo útil como un mecanismo de coordinación con la planificación y gestión, es decir ser un canal de distribución de información del destino, más que una herramienta de ventas (Bigné, 2000, pp.34-35).

Los canales de marketing son los conjuntos de organizaciones implicadas en el proceso de hacer un producto o servicio disponible para su uso o consumo, siendo no solo el intermediario entre el proveedor y el cliente, sino, un asesor de viajes. Los canales de distribución permiten la diferenciación de destinos

turísticos, donde se añade valor y contribuye a mejorar la imagen global y proyectar imágenes donde se llame la atención del turista (Bigné, 2000, p.45). Los canales de distribución pueden ser múltiples tomando en cuenta los más importantes: wholesaler, centrales de reserva, mayoristas, minoristas, hoteles e inmobiliarios (Bigné, 2000, p.47).

Al igual existen diferentes métodos de marketing de la nueva era para la promoción y difusión de los atractivos turísticos como es el marketing digital.

1.3 El marketing Digital y las TIC'S

1.3.1 Las TIC'S

"Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, también conocidas como TIC'S, son el conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información y enviarla de un lugar a otro. Este tipo de tecnologías sirven para almacenar información, recuperarlas, enviar y recibir información de un sitio a otro, o procesar información para poder calcular resultados (Universidad de Antioquia, 2014).

Las TIC'S pueden ser cambiantes, dependiendo del ritmo de los continuos avances científicos y en un marco de globalización económica y cultural, donde provocan cambios en nuestras estructuras económicas, sociales y culturales, incidiendo en casi todos los aspectos de nuestra vida. El elemento más revolucionario que integran las TIC'S, es el Internet, que nos abre las puertas de una nueva era, la *Era Internet*, en la que se ubica la actual sociedad de la información (Universidad de Antioquia, 2014).

1.3.2 Marketing Digital

El uso de internet y de otros medios digitales para apoyar el marketing ha generado varias etiquetas por parte de profesionales como, marketing digital,

marketing por internet, e-marketing, y marketing web, pero tomando en cuenta cualquier término, la actividad que genera este tipo de marketing es el mismo, “lograr los objetivos del marketing mediante la aplicación de tecnologías” (Chaffey, 2015, p.10).

Los beneficios que conlleva el marketing digital hace notar que se puede utilizar para conocer los deseos y necesidades del cliente, para ello constituye un canal de información de fácil acceso, evaluando la satisfacción del consumidor, siendo el último, un factor clave para el éxito del marketing digital (Chaffey, 2015, p.14).

1.4 Marketing digital de destinos turísticos.

En la actualidad los desplazamientos internacionales aumentan de forma imparable, el marketing turístico en especial el marketing de destino, adquiere una gran importancia como potenciador del crecimiento económico del lugar. El marketing digital de destinos se centra en el estudio y promoción de destinos turísticos, analizando el valor y la motivación que tienen los turistas al momento de visitar un lugar, determinando el posicionamiento que se desearía obtener, desarrollando una estrategia de marca e implantándola a través de los sistemas de comunicación. La marca se debe asociar con el destino atribuyendo una simbología y valor al lugar, deben contar con identidad, una imagen y un posicionamiento, es decir, la marca le debe atribuir al territorio valores funcionales y emocionales, que se identifique la diferenciación de destinos turísticos entre sí (Huertas, 2006, p.10).

Las características principales que debe tener una página web para dar a conocer un destino debe cumplir lo siguiente: fácil localización en el buscador, velocidad, hacer el sitio atractivo, fácil de utilizar, y coherente gráficamente para mantener el interés del usuario, el contenido debe ser actualizado e interesante, debe proporcionar la posibilidad de interactuar con la página, facilitar reservas, contener los enlaces adecuados como un canal directo de

atención al cliente y darle la posibilidad de obtener respuestas inmediatas a sus requerimientos.

Una vez analizada la teoría tratada en el marco teórico, se busca diseñar una herramienta, que se base en las nuevas tecnologías de información, como una página web para promocionar y dar a conocer los atractivos que se encuentran en la parroquia de San Pedro de Vilcabamba, tomando en cuenta las tendencias de mercadeo, las preferencias y el perfil del turista actual al momento de elegir el destino como su próxima visita.

2. CAPÍTULO II. CARACTERIZACIÓN SITUACIONAL

2.1 Caracterización del territorio

2.1.1 Localización geográfica

San Pedro de Vilcabamba, se encuentra al sur oriente de la ciudad de Loja con una distancia aproximada de 40 km, tiene una altura de 1700 m.s.n.m. y su superficie es de 6.659,42 ha. Su temperatura oscila entre los 18 o 22 grados centígrados, con una precipitación promedio anual de 1.000 mm. San Pedro de Vilcabamba tiene una población de 4.500 habitantes, como se puede apreciar en la Figura 2 (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial, 2017, p.8).

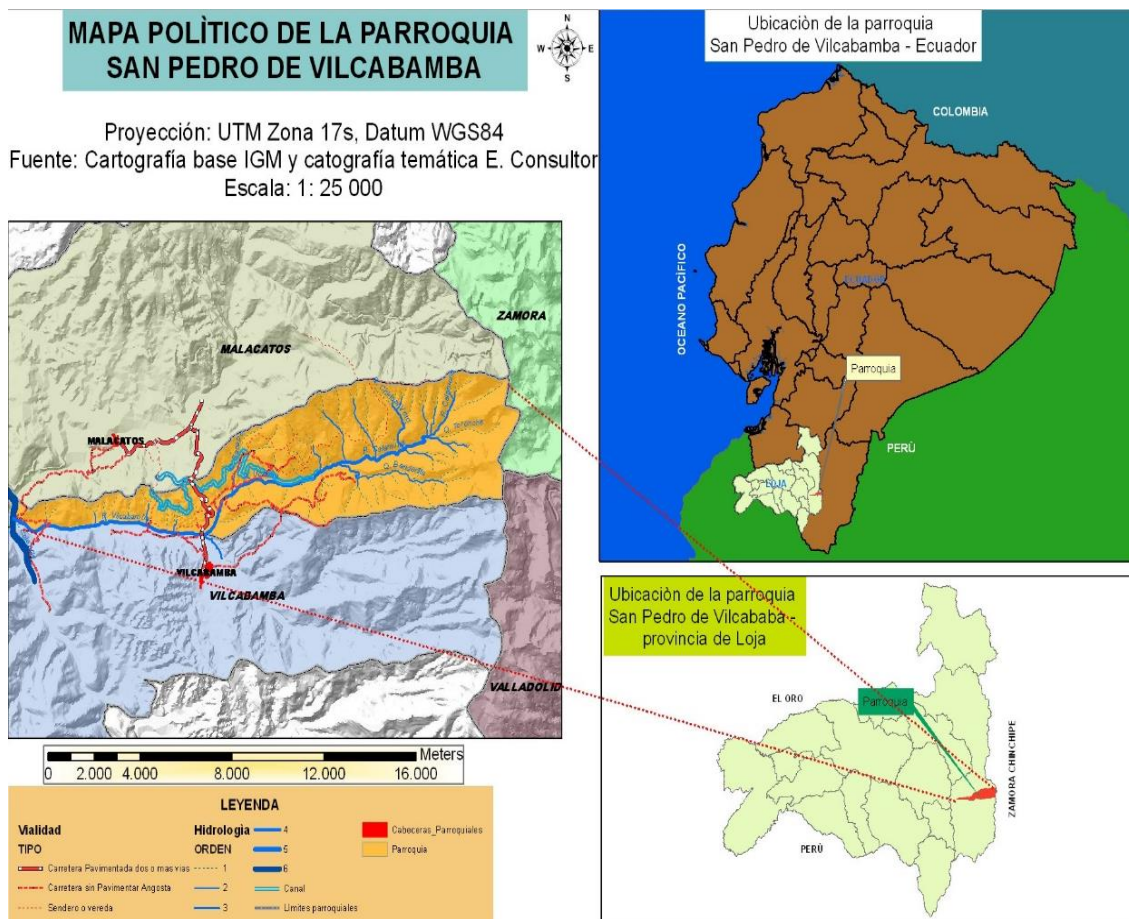


Figura 2. Ubicación de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba. Adaptado de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2017

2.1.2 Ecosistema

Existen varios tipos de ecosistemas en la parroquia de San Pedro de Vilcabamba, podemos destacar el Bosque siempre verde montano del Sur de la Cordillera de los Andes teniendo el 24,28% de territorio. En menor cantidad existe el ecosistema arbustal semiciduo del sur de los valles que representa el 16,48% de vegetación, formando matorrales que alcanzan alturas entre 6 – 8 m, y luego se encuentra otra vegetación denominada arbustal siempre verde y Herbazal de páramo que ocupa el 10,29% del área de la parroquia, y finalmente tiene el Bosque siempre verde montano alto del Sur de la Cordillera Oriental de los Andes en un 9,20% (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial, 2017, p.58). Ver en la Tabla 1.

Tabla 1

Tipos de ecosistemas de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba.

Ecosistema:	Servicios ambientales:	Destinados a:
Arbustal siempre verde y herbazal de páramo.	Captador de agua, recargas hídricas y de acuíferos.	Servicio de regulación hídrica de las cordilleras de los Andes.
Arbustal semidecuido del sur de los valles.	Protección de erosión, escorrentías fuertes.	Protección de los suelos.
Bosque siempre verde montano de Catamayo-Alamor	Protección de acuíferos.	Mantener y recaudar el caudal hídrico de provisión en las vertientes.
Bosque siempre verde montano del sur de la cordillera oriental de los Andes.	Protección de erosión en altas pendientes.	Protección de vegetación arbustiva, herbáceas, epífitas, son plantas de la zona.
Bosque y arbustal semidecuido del sur de los valles	Agricultura, pastoreo, obtención de materiales de construcción y leña.	Consumos para la subsistencia humana.

Adaptado de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2017

2.1.3 Climatología

La parroquia de San Pedro de Vilcabamba tiene un clima calificado como excelente, por parte de médicos y científicos, como se puede ver en la Figura 3, en el lugar no existen cambios bruscos, por lo general se mantiene entre los 18 y 22 grados centígrados, siendo un determinante importante para el funcionamiento normal del corazón, según los expertos. La estación de lluvias en la parroquia no se puede determinar ya que suele variar; pero generalmente estas comienzan en el mes de abril, agosto, octubre y noviembre. Se debe tomar en cuenta que en la cordillera son frecuentes las lloviznas, existiendo tierras húmedas, y frías (Municipio de Loja, s.f.).

El clima de la parroquia tiene una curiosidad mundial donde el porcentaje de la población saludables alcanza a vivir alrededor de los 100 años. Existen científicos que han llegado a la parroquia para realizar varias investigaciones sobre las causas que permiten que los ancianos del lugar estén en perfectas condiciones, por ejemplo, que toleren las enfermedades perfectamente, la retina de ancianos centenarios no tenga diferencia alguna con otra persona de menor edad, sus arterias permeables y su corazón completamente sano. El Dr. Samuel Goldestein, ha considerado que los diferentes factores como el clima que es estable sin mayores fluctuaciones térmicas, la actividad física, una dieta balanceada de pocas grasas con un alto contenido en fibras y magnesio, y el agua que se encuentra en la parroquia, estos factores son primordiales para que las habitantes puedan alcanzar sin ningún problema los 100 años de vida incluso un poco más (Castillo, 2017, p.53).

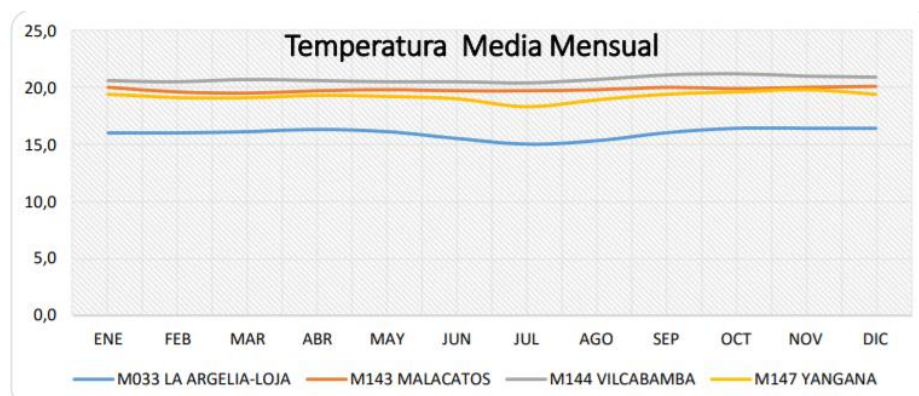


Figura 3. Temperatura media de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba. Adaptado de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2017.

2.1.5 Hidrografía

El principal sistema hidrográfico que tiene la parroquia de San Pedro de Vilcabamba es el río Uchima, que nace de las estribaciones de las Cordilleras de Banderillas, Colanuma, Chincal Verde, donde fluyen otras quebradas como Culebrillas, Alizal, Toronche y Colanuma, uniéndose con el río Chamba, formando así el río de Vilcabamba (San Pedro de Vilcabamba, 2018).

La parroquia de San Pedro de Vilcabamba cuenta con ocho canales de riego, sumado el canal alto de la parroquia que detalla el componente de movilidad, conectividad y energía. El caudal para riego es de 559,92 l/s, esto corresponde al 98% cubriendo 449 hectáreas de uso agrícola actual, otorgado para diversos usos entre los habitantes de la parroquia. Los canales existentes son administrados por comités de usuarios que son organizaciones cuya máxima autoridad son las asambleas, aquellas que asumen las decisiones y responsabilidades de la administración (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2017, p.131).

En la parroquia también existe una vertiente de agua con sabor a sal donde nace a la altura del sitio El Salado teniendo poderes curativos (San Pedro de Vilcabamba, 2018). Ver en la Tabla 2.

Tabla 2

Uso del agua en la Parroquia San Pedro de Vilcabamba.

Uso	Caudal (l/s)	%
Uso doméstico	10,01	1,75
Riego	559,92	98,12
Abrevadero	0,217	0,04
Aguas termales	0,5	0,09
TOTAL	570,65	100,00

Adaptado de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2017

El 98,12% del agua usa la población de la parroquia para realizar para sus actividades agrícolas y el 1,75% de agua se lo usa para el uso doméstico, siendo estos los más representativos (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2017,p.51).

2.1.6 Cobertura y uso del suelo

En la parroquia San Pedro de Vilcabamba se encuentra una variedad de suelos donde la mayor parte la ocupa la vegetación natural con 5.476,75 ha, esto representa el 82% de la parroquia. En menor cantidad la actividad agrícola está representada por cultivos de maíz, caña de azúcar artesanal y pasto cultivado. Lo demás de la parroquia comprende las zonas antrópicas (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2017, p.51). Sus productos, que son parte de su cosecha también constituyen a su dieta diaria, se tiene cereales tales como: maíz, fréjol, guineo verde, arveja, yuca, camote. Las frutas también cumplen un proceso importante en la alimentación de los habitantes ya que aportan vitaminas y minerales a su organismo, lo que más se consumen son la papaya, limones dulces, guayabas, aguacates, mandarinas, guabas, nísperos entre otros (Castillo, 2017, p.56).

2.1.7 Actividad económica

2.1.7.1 Agricultura

La agricultura constituye la principal actividad económica de los habitantes de la parroquia, habitualmente se prepara la tierra, se siembra, se deshiera y finalmente se cosecha. Los agricultores distribuyen su pequeña parcela en espacios que son destinados a la agricultura, que son conocidos como huertas, esta área es designada específicamente para diversos productos, principalmente para el cultivo de café, caña de azúcar, frutas cítricas, hortalizas, verduras, fréjol, maíz, yuca y plátano. El cultivo que ocupa una mayor área es el café con 127,38 ha, siendo el 1,91% del total del área de la parroquia (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2017, p.38). También este tipo de espacios se lo usa para socializar, transmitiendo conocimientos de la agricultura a las nuevas generaciones, dando responsabilidades en función de género y edad (San Pedro de Vilcabamba, 2018).

2.1.7.2 Ganadería

La cría de ganado vacuno predomina entre los pobladores de la parroquia, ya que según el Sistema de Identificación y Trazabilidad Animal (SITA) hay ganaderos que poseen hasta 60 cabezas de ganado, esto sirve para posteriormente vender entre los otros ganaderos o incluso a las empresas de cárnicos que suelen comprar al por mayor (San Pedro de Vilcabamba, 2018).

2.1.7.3 Artesanías

La Asociación autónoma “23 de Junio” es una organización de mujeres de negocios de la parroquia, donde se dedican a realizar artesanías con papel reciclado, indicando de esta manera su identidad cultural, la responsabilidad con el medio ambiente y su emprendimiento, estas artesanías se venden de manera nacional e internacional. Los productos que se ofrecen son: libros,

agendas, tarjetas, bolsos, cajas, paquetes y esquelas, siendo elaborado cada artículo a mano y con exclusividad (Wordpress, s.f.).

2.1.7.4 Apicultura

La Asociación de Apicultores de San Pedro de Vilcabamba (AASPV) reúne a 30 personas donde la finalidad es buscar mecanismos para controlar la migración de mano de obra joven y tener ingresos. Usando una tecnología innovadora ha permitido que los productores sean pioneros en la parroquia y en la región sur del país. Se realiza su comercialización de distinta manera, los productores se encargan de vender el producto de manera individual es decir comercializan el producto en los mercados de las parroquias de Vilcabamba, Malacatos y los cantones de Loja, mediante ferias o directamente al consumidor final (Wordpress, s.f.).

Los productores que se encuentren asociados con otras empresas como es el caso de la Asociación de Productores Ecológicos de Café y la Asociación “23 de Junio”, realizan su comercialización con bases de estrategias de comercialización y mercadeo, entregando el producto a dichas asociaciones quienes se encargan de comercializar el producto (Wordpress, s.f.).

2.1.8 Sistema de aguas servidas

El tratamiento de las aguas residuales previene la contaminación ambiental y del agua, protegiendo la salud pública, conduciendo las aguas residuales a su posterior depuración, los cuales se vuelven a dar en condiciones necesarias para el desarrollo de flora y fauna. Según el Plan Nacional del Buen Vivir es alcanzar el 95% de viviendas en el área rural que tenga un sistema adecuado en eliminación de excretas. En la parroquia existe una cobertura de viviendas que se conectan a la red pública de alcantarillado siendo el 36,38%; reflejando un déficit en el porcentaje de habitantes que faltan tener un adecuado sistema de eliminación de desechos (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2017, p.139).

2.1.9 Movilidad

El transporte en la parroquia de San Pedro de Vilcabamba es muy variado ya que cuenta con un tipo de servicio terrestre, con diferentes opciones entre cooperativas de transporte públicas y turísticas:

- Cooperativas de camionetas: Terminal terrestre (Loja), Vilcabamba.
- Cooperativa de Transporte Vilcabamba Turis (Micro buses)
- Cooperativas de transporte Sur Oriente, Unión Cariamanga, Unión Yanzatza y Nambija.
- Servicio de Taxis Ruta: Cooperativa "11 de mayo".

La disposición de este tipo de transporte es aproximadamente entre 30 a 40 minutos durante todos los días, además el servicio que prestan las cooperativas o empresas de camionetas y taxi ruta se los puede solicitar mediante una llamada telefónica (San Pedro de Vilcabamba, 2018).

El sistema vial cuenta con una carretera interprovincial de tercer orden que une a la ciudad de Loja con San Pedro de Vilcabamba, Yangana, Zumba. Al interior de la provincia existen vías de comunicación lastradas que conectan los barrios de Cararango, El Chaupi, Sacapo entre otros. La longitud total de vías de la parroquia es de aproximadamente 39,55 km; 12,30 corresponden a vías de revestimiento o una sola vía; 5,24 km de senderos; 3,87 km a vías pavimentadas de dos o más; 3,82 km asfaltado de una sola vía; 1,73 km corresponden a calles; 0,05 km pertenece a puentes (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2017, p.153) Ver en la Tabla 3.

Tabla 3

Vías de acceso en la Parroquia San Pedro de Vilcabamba.

Tipos de vías	Distancia (km)
Pavimentado o asfaltado, dos o más vías	3,87
Pavimentado o asfaltado, una sola vía	3,82
Revestimiento suelto o ligero, una sola vía	12,30
Camino de verano	11,09
Calle	1,73
Sendero	5,24
Herradura	1,45
Puente	0,05
TOTAL	39,55

Adaptado de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2017

2.2 Caracterización del sistema turístico.

2.2.1 Análisis de la oferta actual

La parroquia de San Pedro de Vilcabamba posee una gran variedad de atractivos tanto naturales como culturales, se puede decir que su principal atractivo es que se considera como el valle de la longevidad por los varios factores que están presentes en el lugar donde científicos e investigadores han visitado la parroquia para sus distintas observaciones de sus habitantes. Además de poseer un ambiente y paisajes óptimos para la relajación y visita de turistas, cuenta con una suficiente cantidad de agua que garantiza una diversidad de flora y fauna. Las diferentes potencialidades de la parroquia es el turismo ornitológico o más conocido como aviturismo, caminatas, excursiones, turismo de aventura, degustación de la gastronomía local y el turismo cultural (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2017, p.126).

2.2.2.1 Gastronomía típica de la parroquia

Los platos que representan a la parroquia de San Pedro de Vilcabamba son:

- Tamales: Mezcla de maíz seco remojado con manteca de chanco y aliños, envuelto en hoja de achira con relleno de carne o pollo (Municipio de Loja, s.f.).
- Humitas: Elaborado con el choclo tierno molido, donde se envuelve con hoja de maíz con un relleno de queso o quesillo (Municipio de Loja, s.f.).
- Bizcochuelos: Es un producto tradicional de la zona Sur-Oriental donde la elaboración tiene un alto costo por lo que no se puede conseguir en cualquier tienda, ya que es un proceso extenso el cual se debe seguir (Municipio de Loja, s.f.).
- Repe: Es base de guineo verde, quesillo y culantro, se le puede agregar papa, y esta variedad de guineo solo se encuentra en la parte sur del Ecuador (Municipio de Loja, s.f.).
- Cecina: Carne de cerdo finamente cortada, secada al sol y luego es asada a la brasa, acompañada con yuca y cebolla (Municipio de Loja, s.f.).
- Chicha: bebida no alcohólica, proviene de la destilación del jugo de maíz (Municipio de Loja, s.f.).
- Guarapo: bebida alcohólica proveniente del jugo de la caña de azúcar, siendo un fermentado (Municipio de Loja, s.f.).
- Horchata: Bebida medicinal que contiene una infusión de 22 hierbas y flores (Municipio de Loja, s.f.).
- Cuy asado: Se adoba el cuy aliñándolo el día anterior para que se sazone, se lo lleva a la brasa y se lo sirve con papas aliñadas, lechuga y se sirve con un ají de pepa (Municipio de Loja, s.f.).
- Caldo de gallina criolla: Este plato tiene como base las presas de una gallina de campo, que tiene mucho más sabor, se hace hervir en agua con especias, y este caldo se lo considera que tiene propiedades curativas (Municipio de Loja, s.f.).

2.2.2.2 Festividades:

- Carnaval: Se celebra en fechas donde inicia el carnaval, realizando varias intervenciones de artistas musicales en plena plaza central, en conjunto a juegos propios de la época donde se pasa un agradable momento entre amigos y familia (Municipio de Loja, s.f.).
- Fiestas de San Pedro 29 de junio: Es la celebración religiosa más grande donde se rinde honor al patrono de la parroquia, también es conocido como el Señor de la Agonía, Patrono de Jóvenes y el Señor de la Caída. Todos los moradores colaboran económicamente para que la fiesta se lleve a cabo siendo un festejo de gran magnitud (Municipio de Loja, s.f.).
- Fiesta en Honor a la Virgen del Cisne 8 de septiembre: Es una procesión religiosa donde se le rinde tributo a la imagen de la Virgen del Cisne, por lo que en esas fechas comienza su romería hacia la ciudad de Loja (Municipio de Loja, s.f.).
- Fiesta de la parroquia: San Pedro de Vilcabamba celebra su parroquialización el 29 de noviembre con bandas de pueblo y desfiles por parte de los entes educativos del lugar (Municipio de Loja, s.f.).

2.2.2 Análisis de la demanda actual

San Pedro de Vilcabamba perteneciente al cantón Loja, cuenta con 4500 habitantes aproximadamente, siendo el 30% extranjeros. Los visitantes de la parroquia de San Pedro de Vilcabamba varían entre los 35 a los 75 años de edad, por lo general son personas jubiladas que buscan un espacio donde descansar y estar en armonía con el medio ambiente, y la parroquia es un lugar donde los turistas acuden ya sea para su visita o tener una vida permanente (MINTUR, 2017).

Un turista extranjero permanece en la parroquia desde los 5 meses hasta los 20 o 30 años, existiendo al menos 17 nacionalidades que permanecen en el lugar, entre ellas se puede destacar las siguientes nacionalidades: Estados

Unidos, Alemania, Argentina, Canadá y Francia, teniendo un gasto que oscila entre los 900 y 1400 dólares, que con sus jubilaciones la mayoría de ellos significa retirarse a una buena vida (MINTUR, 2017).

2.2.2.1 Perfiles de turistas

- **Turista Estadounidense:** Durante el 2017 el ingreso del turista estadounidense al Ecuador ha sido de 220.613. En su gran mayoría ingresa al país con su estado civil casado o unión libre, en un rango de edad de 37 años con una instrucción superior. El motivo de viaje es por vacación u ocio en un 60%, para conocer la riqueza cultural del país y realizar ecoturismo. La fuente de información que usan los estadounidenses es la página *TripAdvisor* usando la página en un 43%, donde suelen obtener más información acerca de su lugar a visitar. La fuente principal para planear su viaje la buscan en una página web realizando esto el 75% de turistas (MINTUR, 2017).
- **Turista Alemán:** El ingreso de los turistas alemanes al Ecuador ha sido de 30.896 personas en el 2017. Su rango de edad es de 41 años, su estado civil es soltero y cuenta con una instrucción superior. El motivo de viajes de los alemanes son negocios en un 75% o motivos personales en un 8%, y entre eso se destaca el conocimiento cultural y turismo de aventura. La fuente de información que usan los turistas alemanes es la página *TripAdvisor* usando la misma un 49% para obtener más información del lugar que desean visitar, el 72% de turistas se basa en internet y consejos de amigos para planificar su viaje al país (MINTUR, 2017).
- **Turista Argentino:** Durante el 2017 ingresaron al Ecuador 39.682 turistas argentinos, siendo la mayoría de género masculino de unos 39 años de edad, soltero que cuenta con una instrucción superior. La razón principal por lo que viaja al Ecuador es por vacaciones u ocio con un 61,5%,

seguido de visita a familiares o amigos con un 17,2%. La información sobre su destino, incluso su reserva de vuelo y hospedaje la realizan desde la página web Despegar.com en un 36,1%. Tomando en cuenta diferentes páginas web y recomendaciones de amigos o familiares para visitar el país (MINTUR, 2017).

- **Turista Canadiense:** Son 26.503 turistas canadienses que ingresaron al país en el 2017, siendo en su mayoría mujeres en un promedio de edad de 43 años con una instrucción superior. El motivo principal de su visita es recreación y ocio con 78,1%, buscando estar en contacto con la cultura ecuatoriana. La herramienta de los turistas canadienses para encontrar información es la página *TripAdvisor* usada en un 47,9% y además de usar páginas web para planificar su viaje, toma en cuenta los consejos de familiares y amigos (MINTUR, 2017).
- **Turista Francés:** En el 2017 ingresaron al Ecuador 23.290 turistas franceses, teniendo un promedio de edad entre 20 a 30 años, con una instrucción superior. El motivo principal de su viaje es el ocio en un 76% buscando un turismo de aventura. El 72% de los turistas franceses usan cualquier página web para tener conocimientos de los diferentes lugares que desea visitar, usando *TripAdvisor* en un 50% y *Booking* en un 19% para una mayor información turística y reserva de hospedaje y boletos aéreos (MINTUR, 2017).

2.2.3 Análisis de la superestructura

Análisis de los actores con los que se ha vinculado el GAD de la parroquia de San Pedro de Vilcabamba. Ver en la Tabla 4.

Tabla 4

Mapeo de Actores que intervienen en las distintas organizaciones de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.

ACTOR	NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN/ORGANIZACIÓN	LA ACCIÓN VINCULANTE
Organizaciones Sociales	Asociación de Mujeres “23 de Junio”	Fortalecimiento, desarrollo económico – productivo, asuntos sociales, culturales y de festividades
	Asociación de Apicultores “San Pedro de Vilcabamba”	
	Caja de Ahorro y Crédito “Sociedad Ecológica San Pedro de Vilcabamba” CACSE	
	Asociación las Orquídeas	
	Iglesia Parroquial “San Pedro de la Puerta del Cielo2	
Instituciones de investigación cooperación internacional	Colinas verdes	Proyectos de conservación fortalecimiento organizativo y desarrollo productivo
	Cooperación Australia	
	Proyecto Catamayo Chira	Proyecto de capacitación y fortalecimiento organizativo
Gobiernos Parroquiales	Gobierno parroquial de Malacatos	Recurso agua, para riego y de consumo humano (3 barrios de Malacatos). Fuente de agua ubicada en SPV
	Gobierno parroquial de Vilcabamba	Alcantarillado: descarga de aguas servidas de SPV, en planta de tratamiento

		de Vilcabamba
Gobiernos cantonales	GAD Municipal de Loja	Proyectos de saneamiento, ordenanzas.
Gobiernos provinciales	GAD Municipal de Loja RIDRENSUR	Proyectos de vialidad, de riego, de infraestructura
Entidades Gubernamentales	Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) INFA	Proyecto
	Escuela "9 de Octubre"	Proyectos de mejoramiento en infraestructura
	Escuela Rosa Cevallos de Ludeña	
	Escuela Fiscal Mixta "Lucrecia Aldeán"	
	Colegio Nacional "San Pedro de Vilcabamba"	
	Tenencia Política	Seguridad ciudadana
	Unidad de Policía Comunitaria	
	Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES)	Acercamiento inicial para capacitación, no se ha concretado.
	ITUR	Proyectos turísticos de la provincia de Loja

Nota: acciones vinculantes es lo que cada organización aporta para el desarrollo turístico y organizacional de la parroquia.

Desde el 2015 se ha visto importante realizar un mapeo de actores para conocer que entidades manejan los diferentes espacios o áreas que la parroquia de San Pedro de Vilcabamba cuenta, para brindar un mejor servicio en cuanto a vivienda, turismo, servicios en general, entidades

gubernamentales, ofertando una mayor información al local o visitantes que se encuentre en la parroquia.

Lastimosamente en cuanto a la entidad turística ITUR, se puede notar un déficit de capacitación en cuanto a su personal ya que la encargada del mismo Ing. Ariana Ambuludi, suele recorrer toda la parroquia de San Pedro de Vilcabamba y no suele encontrarse en su oficina, pero las personas que se encuentran ahí suelen acudir a otros medios como internet o información antigua dando así una respuesta al turista, el cual no siempre suele ser una respuesta acertada.

El turismo en la parroquia es de gran importancia no solo para sus habitantes sino para la provincia de Loja y el país, ya que esto puede dinamizar la economía de los propios del lugar. Dar a conocer los diferentes atractivos que cuenta la parroquia es vital para que San Pedro de Vilcabamba llegue a ser un destino turístico donde exista variedad de actividades, lugares que conocer, ya que se debe brindar una información más específica y eficiente para que el turista tenga una grata experiencia.

3. CAPÍTULO III. ANÁLISIS DEL SISTEMA TURÍSTICO DE LA PARROQUIA DE VILCABAMBA EN LA PROVINCIA DE LOJA

3.1 Oferta

3.1.1 Atractivos turísticos

Los atractivos turísticos con los que cuenta la parroquia de San Pedro de Vilcabamba son de carácter natural en su mayoría, por lo que se ofrece ese espacio que el turista busca, la tranquilidad, contacto con la naturaleza y un lugar donde se puede respirar aire puro, además cuenta con festividades y gastronomía que muestran la identidad que San Pedro de Vilcabamba rescata de generación en generación, brindando un poco de su cultura a los visitantes del lugar.

- **Cerro Mandango y cascada de Palto**

El cerro Mandango o el cerro del Dios acostado, tiene la forma de una pirámide o de una persona que está acostada por eso su nombre, este atractivo fue considerado un lugar sagrado por los incas, donde se realizaban rituales y ofrendas a los dioses (Municipio de Loja, s.f.). El cerro Mandango ubicado en un punto clave donde se encuentran 5 valles que forman la cuenca suroriental del cantón Loja, se puede recorrer utilizando el sendero en caballos o caminatas auto guiadas, o con guías que resguarden la integridad de los turistas (Municipio de Loja, s.f.).

- **Reserva Rumi Wilco**

En la reserva Rumi Wilco es un proyecto que se inició en el 2000, donde el Ministerio de Turismo le concedió el status de “Bosque y Vegetación protectores” Acuerdo ministerial 49; este es un espacio de 40 hectáreas que alberga una de las especies de árboles más restringidos del Ecuador que es el

Wilco cuyo nombre científico es *Anadenanthera Colubrina*. La reserva tiene como objetivo mantener una ecología autosustentable, es decir mantener una convivencia entre el ser humano y la naturaleza (Rumi Wilco, 2017).

Esta reserva cuenta con alojamiento ecológicos o albergues ecológicos que son casas elaboradas con madera, adobe y teja, ubicadas en distintos puntos de la reserva, recibiendo un gran número de turistas todos los años, también cuenta con senderos auto guiados e interpretativos. El precio para acceder a la reserva es de \$2 adultos y su horario de atención es de lunes a domingo de 7:00 de la mañana hasta las 18:00 de la tarde (Rumiwilco, 2017).

- **Parque Nacional Podocarpus**

El parque nacional Podocarpus se encuentra en una zona de gran importancia para la conservación de la biodiversidad. Esta área alberga una gran extensión de 146.289 h. donde se puede encontrar páramos, bosques nublados y zonas de matorral, siendo importantes para la preservación de los ecosistemas del sur del Ecuador y norte de Perú (Ministerio del Ambiente, 2015). Para dirigirse al parque Podocarpus se toma la vía Loja – Vilcabamba recorriendo aproximadamente 15 km hasta llegar al puesto de control, para después tomar una vía de tercer orden hasta llegar al refugio. Los reconocimientos más importantes que tiene este atractivo natural son:

- El reconocimiento internacional de Reserva de Biósfera Podocarpus – El Cóndor (Declarada por la UNESCO en 2007)
- Sistema lacustre Lagunas del Compadre declarado como sitio Ramsar en 2012

El Parque es considerado como un inmenso jardín botánico donde se estima que en su interior existen entre 3.000 y 4.000 especies de plantas y con más de 622 especies registradas, destacándose por albergar una población importante de osos de anteojos (Ministerio del Ambiente, 2015).

- **Parque recreacional “Yamburara”**

El parque Yamburara cuenta con 32.530 km², brindando un espacio adecuado para el descanso y sana diversión de sus visitantes. El parque cuenta con una variedad de espacios de recreación como piscinas, mini zoológico, orquideario, y áreas verdes, donde existen espacios que facilitan preparar alimentos en hornillas de cemento (Municipio de Loja, s.f.). La entrada para los visitantes al complejo tiene un costo de \$1,50 adultos y \$1 niños, también el precio para acampar es de \$5; sus horarios de atención son de 6y30 de la mañana hasta las 18y30 de la tarde (Municipio de Loja, s.f.).

- **Rio Uchima**

El río Uchima nace en el bosque de los Romerillos, donde se encuentra el límite provincial entre Zamora Chinchipe y Loja. Su principal atracción son sus aguas cristalinas, mejor conocido por otorgar una vida longeva ya que los habitantes de la parroquia aseguran que sienten una mejor vitalidad al consumir el agua proveniente del río. Se encuentra a 1,822 metros sobre el nivel del mar (m.s.n.m.) (San Pedro de Vilcabamba, 2018).

- **El salado y agua soda**

Está localizado en la rivera derecha del río Uchima a 3 km de distancia aproximadamente del centro de la parroquia. Las piedras que componen el río están cubiertas con una ligera capa de sal, donde el ganado suele ir a lamer para aportar minerales a su organismo, así mismo en la parte baja junto a la orilla del río de lo más profundo surge un arroyo de agua salina que a criterio de los habitantes que han ido al lugar, dicen que contiene propiedades curativas (San Pedro de Vilcabamba, 2018).

- **Reserva privada “El Bosque”**

La Reserva El Bosque está ubicada en la franja occidental de la Cordillera Oriental de los Andes, donde se puede encontrar una variedad de especies como mamíferos, osos de anteojos, tapir de montaña, la chonta (venado enano) y el puma, en cuanto a aves se observan el tucán *pechigris*, pava barbada y el loro carirojo; en cuanto a su flora existe 4 especies de podocarpus, *palmeras ceroxylon*, orquídeas entre otras. Dentro de la reserva está la laguna Banderilla que provee éste líquido vital a más de 900 hogares y proporciona riego a los diferentes cultivos de la zona; aproximadamente el 75% de la reserva está dentro de los límites del Parque Nacional Podocarpus (El Bosque, 2018)

- **Plaza central**

La plaza central de Vilcabamba es conocida por la cantidad de adultos mayores que se encuentran en el lugar, descansando o platicando con algún colega, siendo reconocido como el valle de la eterna juventud, es impresionante ver y entablar una conversación con las personas que se encuentran ahí ya que son muy amigables y transmiten la calidad de gente que demuestran. Cerca de la plaza también se ubica la mayoría de negocios como, restaurantes, tiendas, centros de información, tour operadoras, y negocios sobre todo de artesanías.

- **Centro gerontológico INIGER**

El centro gerontológico de la parroquia es un espacio adecuado para investigaciones de científicos y especialistas en el cuidado de adultos mayores. Fue construido por el Municipio por medio del Patronato de Amparo Social Municipal. El centro se encuentra distribuido con 26 habitaciones, trece dedicadas para área de internado y las restantes para hospedaje, teniendo una capacidad para 120 personas, contando con las medidas de seguridad necesarias, existiendo áreas comunes como salas de terapia, capilla,

biblioteca, gimnasio, áreas húmedas, hall central y zona administrativa. Existen dos diferentes servicios en el centro, uno es para adultos mayores que deseen habitar de forma permanente, y está enfocado en personas que sufran de Alzheimer; y el servicio del día es para que la personas realice distintas terapias, talleres y ejercicio físico, retornando en la tarde nuevamente a sus hogares, es decir es un servicio estilo guardería.

3.2 Planta turística

3.2.1 Alojamiento

En cuanto al alojamiento en la parroquia se pueden destacar los lugares que cuentan con permisos adecuados de funcionamiento y brindan hospedaje y servicios complementarios para el disfrute de la estadía del huésped. Ver en la Tabla 5.

Tabla 5

Establecimiento de alojamiento parroquia San Pedro de Vilcabamba.

Nombre Comercial	Actividad	Clasificación	Categoría	Tipo Organización	Total Habitaciones	Total Camas	MES AS	PLAZAS_MESAS
HOSTERIA MADRE TIERRA	Alojamiento	Hostería	3 Estrellas	1	21	12	11	44
HOSTERIA EL DESCANSO DE RAMSES	Alojamiento	Hostería	3 Estrellas	1	19	43	9	36
RUMI WILCO	Alojamiento	Refugio	Categoría Única	1	9	10		
DE VILCABAMBA	Alojamiento	Hostería	4 Estrellas		23	46	15	60
HOSTERIA EL DESCANSO DEL TORO	Alojamiento	Hostería	5 Estrellas	9	19	43	11	44

VILLA BEATRIZ LODGE	Alojamiento	Hostería	3 Estrellas	1	6	9	14	56
HOSTERIA PARAISO 1	Alojamiento	Hostería	3 Estrellas	1	9	30	12	48
RUINAS DE QUINARA	Alojamiento	Hostería	SEGUNDA		47	77	0	0
GARDEN HOUSE	Alojamiento	Casa de Huéspedes	Categoría Única	1	10	12		
CABANA S RIO YAMBAL A	Alojamiento	Refugio	Categoría Única	1	5	9		
IZHCAYL UMA	Alojamiento	Hostería	3 Estrellas	9	23	43	16	64
MOLINO TROPICAL	Alojamiento	Hostería	3 Estrellas	1	8	16		
LE RENDEZ - VOUS GUESTHOUSE	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	1	14	20		
JARDIN ESCONDIDO	Alojamiento	Hostal	2 Estrellas		12	23	11	44

Adaptado de (MINTUR, 2018)

Nota: mesas se refiere a espacio físico donde se consume alimentos; plazas mesas asientos de cada mesa que puede ingresar cada comensal; categoría número de estrellas con las que cuenta cada establecimiento de alojamiento en la parroquia.

El hospedaje es un punto clave para un destino turístico ya que es el lugar donde el turista puede descansar y recargar energía para posteriormente retomar las diferentes actividades que ofrece el destino. Se sugiere la implementación de accesos en los establecimientos de la zona para que las personas con discapacidad física puedan acceder a ellas y disfrutar en igualdad de condiciones del destino.

3.2.2 Alimentos y bebidas

La gastronomía de la parroquia de San Pedro de Vilcabamba, es exquisita por excelencia, ya que las recetas de los antepasados se han ido conservando de generación en generación llegando hasta la generación actual, dando a conocer a los visitantes lo típico de la provincia y la parroquia, incluso se pueden encontrar plazas de comida que prepara platos extranjeros, pues como hemos mencionado anteriormente la parroquia también alberga a extranjeros que viven de manera permanente pues necesitan cuidar de su salud alejándose del caos de la ciudad. Ver en la Tabla 6.

Tabla 6

Alimentos y bebidas de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.

Nombre Comercial	Actividad	Clasificación	Categoría	MESAS	PLAZAS_MESAS
TRUCHAS DEL SALADO	Alimentos y Bebidas	RESTAURANTE	TERCERA	4	16
SHANTA'S	Alimentos y Bebidas	RESTAURANTE	TERCERA	6	24
UNITED FALAFEL CAFE	Alimentos y Bebidas	RESTAURANTE	TERCERA	10	40
ORQUIDEAS LAS	Alimentos y Bebidas	RESTAURANTE	TERCERA	4	16
CHARLITOS	Alimentos y Bebidas	FUENTE DE SODA	TERCERA	6	24
VILCABAMBA JUICE FACTORY	Alimentos y Bebidas	RESTAURANTE	TERCERA	4	16
LA TERRAZA DELICIOUS FOOD	Alimentos y Bebidas	RESTAURANTE	TERCERA	10	40
ESQUINA L.A	Alimentos y Bebidas	RESTAURANTE	CUARTA	6	24
MEXIBAMBA	Alimentos y Bebidas	RESTAURANTE	CUARTA	4	16

EL ATILLO	Alimentos y Bebidas	RESTAURANTE	CUARTA	6	24
LAYSECA'S	Alimentos y Bebidas	CAFETERÍA	SEGUNDA	7	28
AGAVE BLU	Alimentos y Bebidas	RESTAURANTE	TERCERA	8	32
MURANO	Alimentos y Bebidas	RESTAURANTE	TERCERA	6	24
TIMOTHY'S	Alimentos y Bebidas	CAFETERÍA	SEGUNDA	8	32
PEKING	Alimentos y Bebidas	RESTAURANTE	CUARTA	5	20
NATURAL YOGURT	Alimentos y Bebidas	CAFETERÍA	CUARTA	4	16
LA MENORQUINA	Alimentos y Bebidas	RESTAURANTE	TERCERA	8	32

Adaptado de (MINTUR, 2018)

Nota: mesas se refiere a espacio físico donde se consume alimentos; plazas mesas asientos de cada mesa que puede ingresar cada comensal.

3.2.3 Bar o discotecas

La parroquia de San Pedro de Vilcabamba es un lugar donde no cuenta con mucha infraestructura de origen de diversión nocturna, ya que es un lugar tranquilo donde se suele descansar y alejarse del ruido de la ciudad, pero para los jóvenes que están acostumbrados a frecuentar este tipo de lugares, existe un establecimiento que ofrece baile y bebidas alcohólicas y no alcohólicas para el disfrute de los visitantes ya sea con su pareja o amigos, este lugar se llama Breiky's, la categoría de este bar es una clasificación tres y su actividad principal es alimentos y bebidas. (MINTUR, 2018)

3.2.4 Agencias de viaje tour operadoras

Actualmente existen 6 tour operadoras que funcionan con regularidad en la parroquia, ofreciendo tanto paquetes turísticos dentro de la parroquia, como realizando circuitos donde se toma en cuenta los lugares más turísticos de la provincia de Loja. Este tipo de paquetes turísticos lo solicitan tanto extranjeros como propios del lugar. Ver en la Tabla 7.

Tabla 7 *Tour operadoras parroquia San Pedro de Vilcabamba.*

Tour operadoras parroquia San Pedro de Vilcabamba.

Nombre Comercial	Actividad	Clasificación	Categoría
TASCA TOURS LA	Operación Intermediación	e Operador turístico	Operador turístico
VILCATRIP	Operación Intermediación	e Operador turístico	Operador turístico
MONTA VIEJO LUIS	Operación Intermediación	e Agencia de viajes dual	Agencia de viajes dual
GAVILAN TOURS CIA LTDA	Operación Intermediación	e Operador turístico	Operador turístico
COMPAÑIA DE TURISMO H&CH VILCATOURIST CI	Operación Intermediación	e Operador turístico	Operador turístico
VILCABAMBAEXPLORINGVIEX PLO	Operación Intermediación	e Operador turístico	Operador turístico

Adaptado de (MINTUR, 2018)

3.2.5 Rutas nacionales

Ecuador cuenta con importantes rutas que llaman la atención del turista y le permiten conocer las diferentes culturas que posee el país. En el caso de la

parroquia de San Pedro de Vilcabamba lastimosamente no existe una ruta que pase por el destino turístico, pero si existen otro tipo de rutas que se encuentran cerca del sector que se pueden aprovechar para que posteriormente realicen los turistas una visita a la parroquia, las rutas más cercanas son la Ruta del Agua o Yaku Ñamby y la Ruta de Simón Bolívar, que se aprecia en la Figura 4.

La ruta del agua es un recorrido por diferentes balnearios, cascadas, miradores y valles de la selva tropical; esta ruta atraviesa 6 provincias de la Amazonía ecuatoriana, iniciando en Sucumbíos y terminando en Zamora Chinchipe (MINTUR, s.f.). Los turistas que elijan este tipo de ruta también podrían visitar la parroquia de San Pedro de Vilcabamba que se encuentra a una hora y media de la provincia de Zamora Chinchipe, donde encontrarán los atractivos naturales antes mencionados, una variedad de lugares como ríos y cascadas que la mayoría de turistas no conoce y se podrían aprovechar dentro de esta ruta turística para promocionar los atractivos del lugar.

La ruta de Simón Bolívar es una ruta entre Venezuela y Ecuador que rescata los lugares por donde pasó el libertador. En Ecuador esta ruta empieza desde Ibarra y termina en la provincia de Loja, pasando también por la costa ecuatoriana. Esta ruta describe historia y cultura de cada provincia del país representada en un monumento local, también existen museos o centros interpretativos que describen la vida de Bolívar. Como se mencionó anteriormente la ruta de Simón Bolívar finaliza en la ciudad de Loja, donde los turistas que asisten a este trayecto pueden conocer más a fondo la provincia y visitar la parroquia de San Pedro de Vilcabamba, promocionando su atractivo natural, brindando un espacio de relajación y encuentro con el medio ambiente.

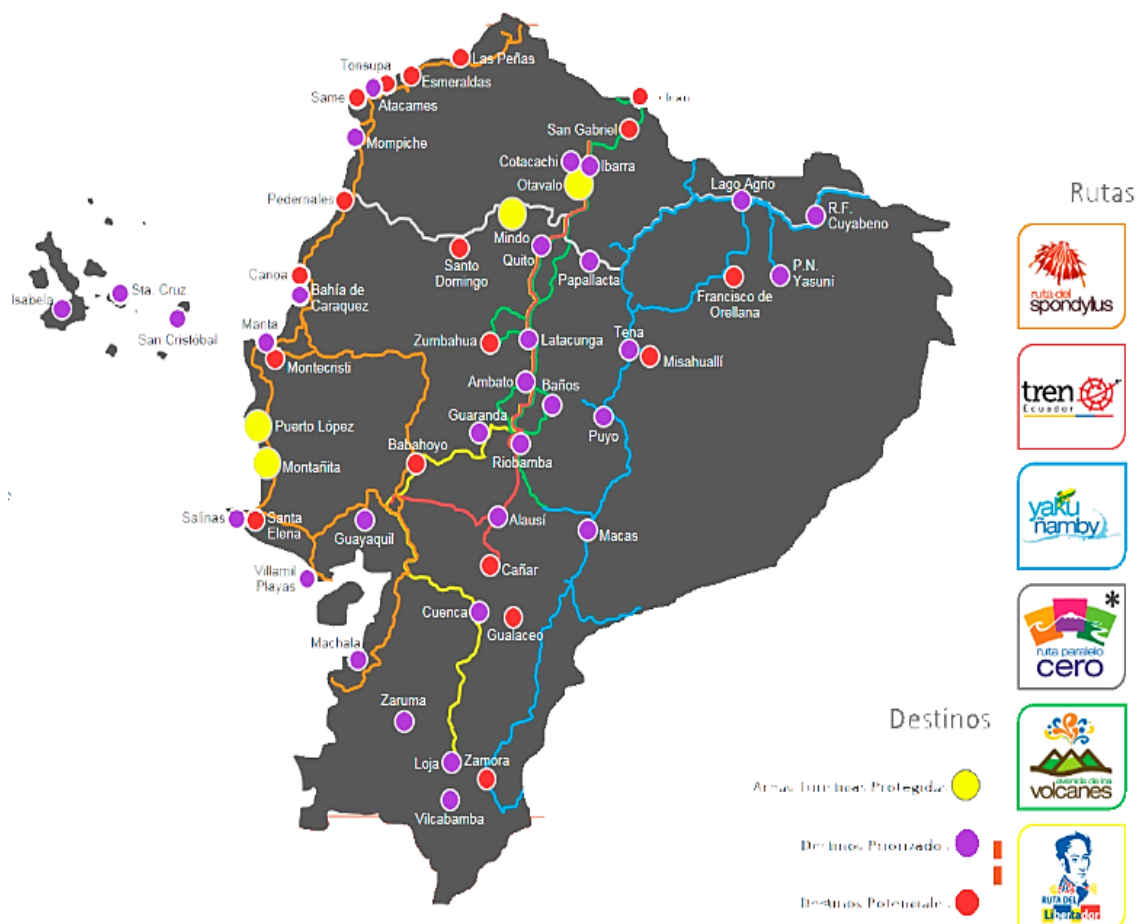


Figura 4. Rutas Nacionales del Ecuador. Adaptada de MINTUR 2017

3.2.6 Líneas de productos turísticos

La línea de producto turístico con la que cuenta la provincia de Loja es la línea de Frontera Sur, abarcando algunos atractivos naturales que incluyen la parroquia de San Pedro de Vilcabamba, siendo un importante nodo de conectividad. Se debe tomar en cuenta que el Ministerio de Turismo destaca que los mejores atractivos turísticos se encuentran en la ciudad de Loja y la parroquia de Vilcabamba, además de la comunidad de Saraguro y la basílica de la Virgen del Cisne (PLANDETUR, 2018).

3.4 Infraestructura

3.4.1 Señalética y vialidad

En cuanto a la señalética de los diferentes atractivos con que cuenta la parroquia de San Pedro de Vilcabamba, se han ido incorporando de poco a poco, pese que en ciertos lugares no existe una señalización debida, ni una estructura de sendero ya que fácilmente los turistas se pueden extraviar si no se va acompañado de un guía especializado o que conozca el lugar.

La señalización dentro de los atractivos es de gran importancia para la seguridad del visitante porque se debe prever una excelente experiencia, sabiendo que los turistas que visiten el atractivo van a comentar o como se suele llamar pueden realizar una publicidad de boca en boca el cual no solo puede perjudicar el atractivo sino la visita de la parroquia y ocasionar con esto una disminución en la afluencia de turistas.

La señalización de las vías de primer y segundo orden se encuentran en buen estado y cuentan con su debida señalética donde se indica por ejemplo la velocidad adecuada de circulación, los restaurantes, hospedajes, escuelas, también se encuentran señalizados y hay íconos visuales preventivos en caso de deslaves. Según el Ministerio de Obras Públicas (MTO) desde el 2013 se han ido realizando mantenimientos rutinarios en las vías principales de la provincia de Loja, entre ellas se encuentran las vías de la parroquia. Este tipo de mantenimiento consiste en la limpieza de alcantarillado y cunetas, y derrumbes que se suelen encontrar en las vías (Ministerio de Obras Públicas, 2017).

El número de ruta en el que se encuentra la provincia de Loja es la ruta E50 siendo la ruta transversal sur que cuenta con una longitud de 224km abarcando Huaquillas, Arenillas, Loja y Zamora Chinchipe, es de gran importancia saber los números de rutas que cuenta el país para que se haga más fácil realizar un viaje ayudándonos a trazar una ruta adecuada hasta el destino final.

3.4.1 Información turística

Para obtener información turística de la parroquia de San Pedro de Vilcabamba, se puede encontrar en la página del Municipio de Loja o en la página del GAD parroquial, dentro de estas página se puede encontrar una información básica del atractivo turístico, como ubicación, información concisa de los atractivos algunas fotos y la historia de la parroquia, mas no una información que llame la atención del turista o con la que él pueda interactuar, los buscadores son sencillos al igual que los *pluggin's* que no se encuentran vinculados con otro tipo de páginas o pastillas de videos que pueden ser de gran ayuda para mantener la atención del turista hacia el lugar.

En la parroquia también se encuentra el ITUR que es el centro de información turístico de la provincia de Loja, donde se evidencia la falta de capacitación al personal para que éstos puedan dar información a los turistas que se encuentran de visita en la zona.

Este tipo de centros o páginas web debe ser de gran importancia al momento de dar a conocer un lugar como destino turístico, ya que actualmente nos encontramos en un siglo *millenial*, un siglo más moderno donde la mayoría de personas usan la tecnología en su diario vivir, se sabe que la parroquia de San Pedro de Vilcabamba es una parroquia pequeña pero que tiene mucho que ofrecer y eso se debe empezar a destacar, al menos brindar una información más completa para generar una idea al turista de los lugares o actividades que debe realizar para vincularse más con la cultura de la parroquia.

4. CAPÍTULO IV. CREACIÓN DE UNA PROPUESTA DE INTERVENCIÓN DE UNA PÁGINA WEB PARA LA PARROQUIA DE VILCABAMBA

El diseño de la página web que se desea realizar, será una herramienta de promoción turística de la parroquia San Pedro de Vilcabamba. Se debe tomar en consideración el pensamiento crítico de tres actores que están involucrados en el tema, donde se realizó una entrevista para obtener una información más precisa y profunda sobre cómo se debería realizar adecuadamente una página que promocióne un destino turístico.

Las entrevistas se realizaron al Ingeniero Jackson Torres, director general del ITUR en la ciudad de Loja; Ingeniera Ariana Ambuludi, encargada del ITUR en la parroquia de Vilcabamba; y finalmente se realizó una entrevista a Fabián Altamirano encargado del MINTUR sede Loja. El punto principal de la entrevista gira en torno a conocer el movimiento turístico con que cuenta la parroquia San Pedro de Vilcabamba, y la estructura que deberá tener una página web ideal para dar a conocer un destino turístico.

Entrevista al Ing. Jackson Torres – Director general ITUR Loja

El ingeniero Torres menciona que los proyectos que realizan como municipio están enfocados en el tema de senderos, basados en un tema de sostenibilidad, aproximadamente el sendero tendrá una longitud de 64km desde la ciudad de Loja hasta la parroquia de Vilcabamba, siendo su objetivo principal la promoción del turismo ecológico con el que esperan posicionar a la parroquia en éste segmento del turismo receptivo. En cuanto a los atractivos han realizado más senderos y mejoras en los mismos, empezando desde meses anteriores. También se inauguró en centro de adultos mayores, incentivando el turismo científico, para realizar estudios del por qué los pobladores tienden a ser longevos.

El Ing. Torres explica que el servicio que se brinda al turista, es algo que se debe mejorar, puesto que la parroquia cuenta con una diversidad de atractivos

y de planta turística donde se debería reforzar para mejorar la atención del turista en la parroquia.

En cuanto a la idea de promocionar a San Pedro de Vilcabamba como destino turístico a través de los canales digitales se hace imprescindible como primer paso la implementación de una página web, porque como nos encontramos en un siglo *millennial* donde la herramienta principal es la tecnología y donde lo que no se encuentra en internet no existe; qué mejor que usar una página web que destaque y ayude a visibilizar de manera turística la parroquia.

Entrevista al Ing. Fabián Altamirano – Coordinador Zonal 7 del Ministerio de Turismo.

El coordinador del MINTUR en Loja, Ingeniero Fabián Altamirano nos menciona que la parroquia de San Pedro de Vilcabamba es un espacio donde la gente busca tranquilidad, es un lugar que tiene todo para ser reconocido y ser visitado por parte de turistas nacionales e internacionales. Altamirano habla sobre la conectividad y el adecuado servicio que debe tener un destino turístico, actualmente se encuentran realizando diferentes obras en las vías desde la ciudad de Loja hacia la parroquia, y preparando un poco más el servicio de los establecimientos turísticos como, restaurantes, hostales, lugares de recreación, convirtiéndolos en espacios óptimos para su visita.

También habló sobre la tecnología que se debe usar en la promoción de atractivos turísticos, y que en el país sigue un poco desactualizada por la falta de conocimiento sobre las nuevas herramientas digitales y sus tendencias.

Las personas deben encontrar la información al alcance de un clic, y por esto debemos utilizar herramientas interactivas en las que el cliente utilice el menos tiempo posible y tenga acceso inmediato a la información, pueda concretar la reserva de los servicios deseados y realizar sus respectivos pagos.

Entrevista al Ing. Ariana Ambuludi – Directora ITUR Parroquia San Pedro de Vilcabamba.

La directora de ITUR en la parroquia de San Pedro de Vilcabamba, Ariana Ambuludi, explicó que la parroquia se encuentra en un estado neutro, ahora que se está realizando la regeneración urbana, que es el cambio de tuberías, esto ha generado un descenso de visitas de turistas a la parroquia, puesto que la conectividad que se tiene para llegar al destino turístico no está en buen estado, pero este tipo de inconvenientes se han aprovechado para preparar y brindar capacitaciones al personal de los diferentes establecimientos turísticos, ya sean hoteleros y de alimentos y bebidas, así mismo la visita de agentes de control de calidad, los cuales certifican estos espacios para una prestación de servicios con unos estándares básicos de calidad a los turistas.

En cuanto a la creación de una página web, estaban pensando en generar una nueva plataforma que sea más amigable para el turista, si bien es cierto, existe la página del GAD parroquial, pero en esta no existe ese atractivo que se necesita para enganchar al turista e invitar a que visite el destino turístico.

La importancia de las herramientas digitales para las parroquias o para destinos pequeños es de gran ayuda además de dar a conocer los atractivos y la cultura de la parroquia, también ayuda a las pequeñas empresas que se encuentran ahí, ya que por medio de estas plataformas además de dar a conocer un atractivo tangible, se puede dar a conocer emprendimientos, artesanías que realizan cada uno de los habitantes para obtener ingresos económicos, actualmente se les da la oportunidad a los lugareños de ofertar sus productos por medio de ferias en la plaza central o en su alrededores, brindándoles el ITUR parroquial un espacio, sin ningún costo.

4.1 Ficha técnica de la página

Ficha técnica de la página web

En la presente ficha técnica se desglosa la programación, el formato adecuado para el uso de imágenes, video, estilo; todo esto se debe tomar en cuenta para que la página web sea más amigable para el turista, generando un impacto visual al visitante y un conocimiento general de cómo estará la página web diseñada. Ver en la Tabla 8.

Tabla 8

Ficha técnica del diseño de la página web

Ficha técnica de la página web		
Sitio Web	Diagramación	Adobe Muse
	Tamaño	1200 píxeles
	Diseño	Diseño adaptable
	Estilo	Scrolling
	Lenguaje	Español, Inglés, Alemán
Video	Formato	HD
	Píxeles	1280 píxeles por 720 píxeles
Íconos - textos	Adobe Illustrator y Adobe Photoshop version CC 2017	
Fotografías	Retoque en 150 dpis	

4.2 Selección de contenido

De acuerdo a las entrevistas realizadas a 38 turistas, entre ellos nacionales e internacionales, ayudaron a direccionar la página web con el siguiente contenido:

- Inicio
- Datos Generales de la parroquia San Pedro de Vilcabamba: Se hablará un poco de la historia de la parroquia, ubicación, mapa y limitaciones, además de tomar en cuenta la temperatura del lugar.
- Atractivos turísticos: Se detallará de manera adecuada ubicación, que clase de actividades se puede realizar en el lugar mediante íconos, mapas, imágenes, e información general del atractivo.
- Gastronomía de la parroquia: Será un espacio donde podrán conocer un poco más sobre la gastronomía local mediante imágenes y descripción de cada plato.
- Planta turística de la parroquia: En este ícono se podrá desplegar información tomada por el catastro de Loja y El Oro del 2018, de la planta turística que cuenta la parroquia, como dirección y números de contactos de hoteles, restaurantes, bares, hospitales, entidades gubernamentales. Para facilitar la estadía del turista en el lugar al momento de visitarlo.
- Noticias que estén sucediendo en la parroquia como obras que se estén realizando, actividades, y un calendario de festividades de la parroquia, detallando el motivo y hablando un poco de cada festividad que se realice.
- Horario de transporte hacia otras parroquias, que es de gran importancia para el turista que va por un corto periodo de visita a la parroquia y desea viajara a otro lugar o regresar a la ciudad de Loja.
- Vínculos de acceso directo que lleven al turista a otra página donde esté ligada a información de la parroquia, ya sea redes sociales, páginas gubernamentales de la parroquia y la ciudad de Loja.
- Mapas: Locales y de acceso desde Loja a los diferentes atractivos turísticos

4.3. Diseño estructural

4.3.1 Visión

Convertir a la parroquia de San Pedro de Vilcabamba en un potencial destino turístico de calidad, reconocido por turistas nacionales e internacionales en un plazo de 3 años.

4.3.2 Misión

Promover el desarrollo de actividades turísticas, con un enfoque accesible, responsable y sostenible, promocionando a través de una herramienta web, garantizando el posicionamiento de los productos turísticos de San Pedro de Vilcabamba en el mercado nacional e internacional, teniendo como propósito la preservación de su cultura y medio ambiente.

4.3.3 Valores

La página web se maneja con los siguientes valores

- Respeto: Se debe indicar a los turistas el respeto que deben dirigir al medio ambiente que los rodea y a la integridad de las culturas que habitan la parroquia.
- Profesionalismo: Manejar la página web con el profesionalismo, indicando datos exactos que pueden servir a los turistas al momento de visitar la parroquia.
- Honestidad: La veracidad de la información que debe tener la página web, ya que será un medio de información útil al momento de encontrarse en San Pedro de Vilcabamba.
- Responsabilidad social: Promover con responsabilidad los atractivos turísticos y la cultura por medio de la página web, sin afectar o alterar datos relevantes, dando así una adecuada actividad turística.
- Solidaridad: Con los emprendimientos que se encuentran en la parroquia, brindarles espacios para ofertar los productos que fabriquen, dando así un conocimiento adecuado y ordenado hacia el turista nacional e internacional.
- Trabajo en equipo: Las personas involucradas en el diseño y mantenimiento de la página web deberán responsabilizarse y llevar de una manera correcta dicha plataforma, brindando un servicio de calidad en cuanto a la información del destino turístico.

- Mejora continua: Renovar el contenido de la página web mensualmente, con las noticias actuales e información que debe tomar en cuenta el turista, para que este no se vuelva un sitio web convencional y que futuras generaciones puedan seguir usando este tipo de plataformas.
- Competitividad: Al ser una de las primeras páginas que da a conocer la parroquia de San Pedro de Vilcabamba, se debe mantener en el *top mind* de los turistas, para que, en un futuro, si llegasen a existir otro tipo de páginas web, poder seguir siendo los primeros con la información más completa y precisa de la parroquia.
- Transparencia y rendición de cuentas: Por medio de la página web se podría usar para que los representantes de la parroquia de San Pedro de Vilcabamba, así como otros actores que se vean involucrados en el crecimiento turístico de la parroquia, brindarles el espacio para exponer sus obras, así mismo el monto que han gastado para realizar dichas obras, creando un espacio de conocimiento hacia el turista y el habitante local (Rodríguez, S. 2018).

4.3.4 Logo principal página web:



Figura 5. Logo de la página web El paraíso de la Longevidad.

Tomado de: (Valdivieso, G. 2019)

4.3.5 Inicio y componentes de la página web.



La parroquialización de San Pedro de Vilcabamba se efectuó el 19 de Agosto de 1987, mediante Acuerdo Ministerial emitido en Quito el 5 de Agosto de 1987 por el Ldo. Luis Roble Plaza, Ministro de Gobierno y de Municipalidades (Gobierno Constitucional del Ing. León Febres Cordero), y publicado en el Registro Oficial No. 752.

Con la creación de esta nueva Parroquia, ciertos servicios públicos también se crearon como son: la Tenencia Política, La Unidad de Policía Comunitaria, El Seguro Social Campesino, el INNFA dispone de un Centro de Desarrollo Infantil que se encarga del cuidado de niños y niñas, y también del Programa Creciendo con Nuestros Hijos, y mediante Ley 2000-29 la Constitución Política de República de 1998, en su Art. 228, eleva a la Junta Parroquial a la categoría de Gobierno Seccional Autónomo.

En esta Parroquia hay Instituciones, Fundaciones, y Organizaciones que brindan su apoyo y contribuyen al desarrollo del lugar. Una característica general de esta comunidad es que desde antes y después de su parroquialización y con la dirección de sus líderes comunitarios y con el apoyo de sus moradores, emprendieron en conjunto a realizar obras mediante el sistema tradicional de la minga. Es así que se construyó la Iglesia, Escuelas, Canchas, Cementerio, Caminos vecinales, Canales de Riego, Casa Comunal, Seguro Social Campesino, obras que sirven para el desarrollo social algunas de ellas ya han sido reconstruidas por los organismos de desarrollo provincial y cantonal.

Figura 6. Inicio página web.

Tomado de: (Valdivieso, G. 2019)

Paltense con sus diversas ramificaciones que eran los Garrochambas, chaparras, cariamangas, catacochas, catamayos, chapamarcas, chantacos, gonzanamáes, colombos, guachanamáes, Malacatos, vilcabambas, yanganas y zarumas.

Según otras fuentes investigativas consideran que en este sector se mantuvo poblado por parcialidades indígenas de los Malacatos y dentro de éstos los vilcas, tumianumas, sacapos y yanganas. Los vilca se considera que serían los que posiblemente se asentaron en estos valles desde tiempos inmemoriales. "Se desconoce de los primeros aborígenes que se asentaron en la provincia. En la actualidad podemos admitir dos hipótesis generales: La una, postularía un desarrollo autóctono que pueda o no resultar del contacto con el exterior, a partir de grupos poblacionales asentados en la región en la época anterior llamada precerámica o también paleoindia. La segunda hipótesis, vincularía la aparición de la cerámica y de las prácticas agrícolas con la llegada masiva o puntual de emigrantes oriundos de otras zonas".

DATOS GENERALES

LATITUD	4° 14' 38" Sur	DISTANCIA DE LOJA	
LONGITUD	79° 13' 17" Oeste		
EXTENSIÓN	68,27 Km ²		
ALTURA	1.700 m s.n.m.		
CLIMA	Subtropical - Seco. El clima se encuentra influenciado por la Cordillera de los Andes, agradable y benigno, las lluvias por lo general se presentan a partir del mes de Octubre hasta mayo del siguiente año		
POBLACIÓN	1.245 Habitantes		
TEMPERATURA	19,4° Temperatura promedio		
LÍMITES	Norte: Parroquias Malacatos Sur: Parroquia Vilcabamba Este: Provincia de Zamora Chinchipe Oeste: Parroquia de Malacatos		

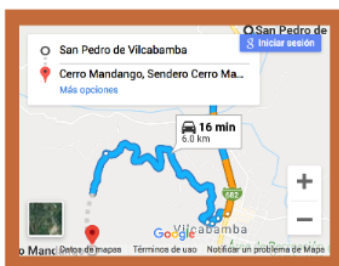
Figura 7. Datos generales de la parroquia de San Pedro de Vilcabamba.

Tomado de: (Valdivieso, G. 2019)

Ubicación: (Google Maps, 2019)



CERRO MANDANGO Y CASCADA DE PALTO



El cerro Mandango o el cerro del Dios acostado, tiene la forma de una pirámide o de una persona que está acostada por eso su nombre, este atractivo fue considerado un lugar sagrado por los incas, donde se realizaban rituales y ofrendas a los dioses (Municipio de Loja. s.f.). El cerro Mandango se encuentra ubicado en un punto clave donde se encuentran 5 valles que forman la cuenca suroriental del cantón Loja; se puede recorrer el sendero mediante caballos o caminatas (Municipio de Loja. s.f.).

Figura 8. Atractivos turísticos de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.

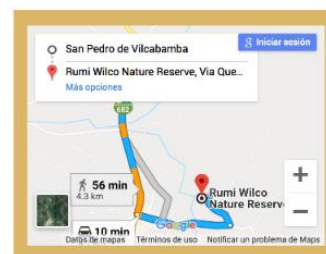
Tomado de: (Valdivieso, G. 2019)

Ubicación: (Google Maps, 2019)

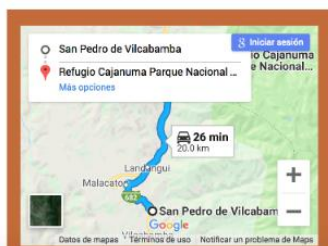
En la reserva Rumi Huilco es un proyecto que se inició en el 2000, donde el Ministerio de Turismo concedió el status de "Bosque y Vegetación protectores) Acuerdo ministerial #49; este es un espacio de 40 hectáreas que alberga uno de las especies de árboles más restringidos del Ecuador que es el Huilco que su nombre científico es Anadenanthera Colubrina. La reserva tiene como objetivo mantener una ecología autosustentable, es decir mantener una convivencia entre el ser humano y la naturaleza. (Rumi Wilco, 2017)

Esta reserva cuenta con alojamiento ecológicos o albergues ecológicos que son casas elaboradas con madera, adobe y teja, ubicadas en distintos puntos de la reserva, recibiendo un gran número de turistas todos los años, también cuenta con senderos auto guiados e interpretativos. El precio para acceder a la reserva es de 2\$ adultos y su horario de atención es de lunes a domingo de 7:00 de la mañana hasta las 18:00 de la tarde. (Rumi Wilco, 2017)

RESERVA RUMI WILCO



PARQUE PODOCARPUS



El parque nacional Podocarpus se encuentra en una zona de gran importancia para la conservación de la biodiversidad. Esta área alberga una gran extensión de 146.289 h donde se puede encontrar páramos, bosques nublados y zonas de matorral, siendo importantes para la preservación de los ecosistemas del sur del Ecuador y norte de Perú (Ministerio del Ambiente, 2015). Para dirigirse al parque Podocarpus se toma la vía Loja – Vilcabamba recorriendo aproximadamente 15 km hasta llegar al puesto de control, para después tomar una vía de tercer orden hasta llegar al refugio. Los reconocimientos más importantes que tiene este atractivo natural es:

- El Reconocimiento internacional de Reserva de Biósfera Podocarpus – El Cóndor (Declarada por la UNESCO en 2007)
- Sistema lacustre Lagunas del Compadre declarado como sitio Ramsar en 2012

El Parque es considerado como un inmenso jardín botánico donde se estima que en su interior existen entre 3.000 y 4.000 especies de plantas y con más de 622 especies registradas, destacándose por albergar una población importante de conejos. (Ministerio del Ambiente,

Figura 9. Atractivos turísticos de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.

Tomado de: (Valdivieso, G. 2019)

Ubicación: (Google Maps, 2019)

RESERVA PRIVADA "EL BOSQUE"



La Reserva El Bosque está ubicada en la franja occidental de la Cordillera Oriental de los Andes, donde se puede encontrar una variedad de especies como mamíferos, osos de anteojos, tapir de montaña, la chonta (venado enano) y el puma, en cuanto a aves se puede encontrar el tucán pechigris, pava barbada y el loro carirojo, y además la especie en cuanto a su flora existe 4 especies de podocarpus, palmeras ceroxylon, orquídeas y otro tipo de especies. Dentro de la reserva se encuentra la laguna Banderilla que con su afluencia provee más de 900 hogares y varios canales de riego. Esta reserva fue declarada en 1994 como Bosque protector por contar con los requisitos de calor protector, científico, escénico, educacional y turístico; aproximadamente el 75% de la reserva está dentro de los límites del Parque Nacional Podocarpus (El Bosque, 2018)

La plaza central de Vilcabamba es conocida por la cantidad de adultos mayores que se encuentran en el lugar, descansando o platicando con algún colega, siendo reconocido como el valle de la eterna juventud, es impresionante ver y entablar una conversación con las personas que se encuentran ahí ya que son muy amigables y transmiten la calidad de gente que demuestran. Cerca de la plaza también se ubica la mayoría de negocios ya sean restaurantes, tiendas, centros de información, tour operadoras, y negocios sobre todo de artesanías.

PLAZA CENTRAL

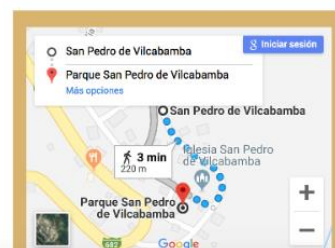


Figura 10. Atractivos turísticos de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.

Tomado de: (Valdivieso, G. 2019)

Ubicación: (Google Maps, 2019)



LOS PLATOS QUE REPRESENTAN A LA PARROQUIA DE SAN PEDRO VILCABAMBA SON:

Tamales:

Mezcla de maíz seco remojado con manteca de choncho y aliños, envuelto en hoja de achira con relleno de carne o pollo.

**Humitos:**

Elaborado con el choclo tierno molido, donde se envuelve con hoja de maíz con un relleno de queso o quesillo.



Figura 11. Gastronomía de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.

Tomado de: (Valdivieso, G. 2019)

Fotografía: (La casa de la humita, 2018)



Cecinos:

Carne de cerdo finamente cortada, secada al sol y luego es asada a la brasa, acompañada con yuca y cebolla.



Figura 12. Gastronomía de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.

Tomado de: (Valdivieso, G. 2019)

Fotografía: (Google Imágenes, 2018)



Caldo de gallina criolla:

Este plato tiene como base las presas de una gallina de campo, que tiene mucho más sabor, se hace hervir en agua con especias, y este caldo se lo considera que tiene propiedades curativas



Figura 13. Gastronomía de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.

Tomado de: (Valdivieso, G. 2019)

Fotografía: (Google Imágenes, 2018)



Figura 14. Planta turística de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.

Tomado de: (Valdivieso, G. 2019)

Molino tropical	Hostería	3 Estrellas	095 881 5396	Timothy's	Cafetería	Segunda	8	32
Le rendez-vous guesthouse	Hostal	1 Estrella	099 219 1180	Peking	Restaurante	Cuarta	5	20
Jardín escondido	Hostal	Segunda	07 2640281	Natural yogurt	Cafetería	Cuarta	4	16
				La menorquina	Restaurante	Tercera	8	32

AGENCIAS DE VIAJE

NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	CONTACTOS
Tasca Tours LA	Operación e intermediación	Operador turístico	098 556 1188
Vilcatrip	Operación e intermediación	Operador turístico	https://www.facebook.com/pg/Vilcatrip-127992854335188/about/?ref=page_internal
Monta Viejo Luis	Operación e intermediación	Agencia de viajes dual	098 647 5936
Gavilán Tours CIA LTDA	Operación e intermediación	Operador turístico	098 133 2806

Figura 15. Planta turística de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.

Tomado de: (Valdivieso, G. 2019)



Figura 16. *Festividades parroquia San pedro de Vilcabamba.*

Tomado de: (Valdivieso, G. 2019)

Fotografía: (Google Imágenes, 2018)



Figura 17. *Festividades parroquia San pedro de Vilcabamba.*

Tomado de: (Valdivieso, G. 2019)

Fotografía: (El tiempo, 2018)

INICIO	ATRATIVOSTURISTICOS	GASTRONOMIA	PLANTA TURISTICA	FESTIVIDADES	TRANSPORTE	CONSEJOS
HORARIOS DE TRANSPORTE						
<p>Coop. VilcabambaExpress Esta cooperativa lleva 10 años al servicio del turista, se encuentra ubicada en las calles Jaramillo y Av. Eterna Juventud. Atiende de lunes a domingo, de 07h00 a 21h00; números telefónicos: 073105241/0990636047.</p> <p>Ofrece los siguientes servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tours a diferentes sitios turísticos • Carreras al Parque Nacional Podocarpus • Transporte a cualquier parte del país • Expresos donde el turista solicite 		<p>Vilcabambaturis Cia. Ltda Estos autobuses llevan 22 años al servicio del turista, se encuentran ubicados en el Terminal Terrestre de Vilcabamba, en las calles Huilcopamba y Jaramillo. Atienden de lunes a domingo, de 05h10 a 20h45, hay turnos cada 15 minutos; números telefónicos: Vilcabamba: 072640065 Loja: 072720473.</p> <p>Ofrece los siguientes servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Transporte local: Loja, Malacatos, Vilcabamba • Encomendas 				
<p>TURSUR Cia. Ltda Estos autobuses llevan 3 años al servicio del turista, se encuentran ubicados en el Terminal Terrestre de Vilcabamba, en las calles Huilcopamba y Jaramillo. Atienden de lunes a Domingo, de 05h40 a 20h40, hay turnos cada 30 minutos; números telefónicos: Vilcabamba: 0988773437 – Loja: 0981702644.</p> <p>Ofrece los siguientes servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Transporte local: Loja, Malacatos y Vilcabamba 		<p>Coop. de Taxis Once de Mayo Esta cooperativa lleva 42 años al servicio del turista, se encuentra ubicada en el Terminal Terrestre de Vilcabamba, en las calles Huilcopamba y Jaramillo. Atiende de lunes a Sábado, de 07h00 a 18h00 y el día domingo de 07h00 a 17h00; números telefónicos: Vilcabamba: 072640085 – Loja: 072570747</p> <p>Ofrece los siguientes servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Transporte local: Loja, Malacatos y Vilcabamba • Expresos donde el turista solicite 				

Figura 18. Horario de transporte parroquia San Pedro de Vilcabamba.

Tomado de: (Valdivieso, G. 2019)

INICIO	ATRATIVOSTURISTICOS	GASTRONOMIA	PLANTA TURISTICA	FESTIVIDADES	TRANSPORTE	CONSEJOS
CONSEJOS						
<p>-Llevar dinero en efectivo, ya que en ciertos lugares o pueblos, no hay cajeros automáticos, o puede que tu tarjeta no sea aceptada.</p> <p>-No realizar actividades de riesgo</p> <p>-No realizar nunca salidas tú solo, siempre visita los lugares con un guía nativo. Como mínimo, intenta que siempre haya alguien que sepa a dónde vas y dónde y cómo se te puede localizar.</p> <p>Botiquín de primeros auxilios, si vas a realizar un viaje o una acampada por un largo período, llevar un botiquín con: gasas, vendas, preservativos, alcohol antiséptico, anti-inflamatorios, antibióticos y otros medicamentos que puedas necesitar. No olvides colocarte las vacunas necesarias.</p> <p>Vestimenta: El clima de Vilcabamba es subtropical – Seco, siempre es preferible utilizar fibras naturales como algodón o telas frescas como franela. Mejor de manga larga, tanto para los mosquitos como para el sol.</p> <p>Cultura: Trata siempre a los pobladores como te gustaría que te trataran a ti. Respeta la cultura local, las tradiciones, la ideología, la comunidad. No introduzcas ideas demasiado extravagantes, porque el destino turístico se atrofia.</p>						

Figura 19. Consejos para los turistas que visiten la parroquia San Pedro de Vilcabamba.

Tomado de: (Valdivieso, G. 2019)

En base a las encuestas y las entrevistas realizadas a los diferentes encargados de la parte turística de la parroquia de San Pedro de Vilcabamba se ha implementado las siguientes pestañas que está dividido en inicio, atractivos turísticos, gastronomía, planta turística, festividades, transporte y

tip's viajeros, en cada ítem se detalla lo que se podrá encontrar en la parroquia, incluyendo mapas, número telefónicos, links con otras páginas web que también estén involucrados en el desarrollo turístico de la parroquia, todo esto para generar un mayor impacto y poder destacar la parroquia.

4.3.6 Presupuesto

En las siguientes tablas se realizará la cotización de implementación para la página web.

En la siguiente tabla 9, se hace una cotización de cuanto saldrá anualmente el mantenimiento y la puesta en marcha de la propuesta planteada de un portal web para la parroquia San Pedro de Vilcabamba. Ver en la Tabla 9.

Tabla 9

Presupuesto para la implementación de una página web.

Presupuesto de implementación de la página web				
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Diseño de la página web (páginas web Ecuador)	Mes	1 mes	\$225	\$225
Transporte Loja-Vilcabamba	Viajes	8 ida y vuelta	\$1,50	\$12
Transporte Quito - Loja	Viajes	4 ida y vuelta	\$25	\$100
Alimentos y bebidas	Días	10 almuerzo y cena	\$3	\$60
Equipo de video y fotografía	Cámara Canon EOS 1200D	1 cámara	\$500	\$500
Subtotal				\$897,00
IVA 12%				\$107,64
Total				\$1.004,64

Para iniciar con la implementación de la página web sería alrededor de \$1.004,64 aproximadamente, esto gastos se podría repartir entre el GAD del Municipio de Loja y el GAD parroquial de San Pedro de Vilcabamba, poniendo

en marcha el proyecto para hacerlo uso inmediato para los turistas y locales que se encuentren en la parroquia.

Tabla 10

Presupuesto para la página web dentro de un año.

Presupuesto para la página web dentro de 1 año				
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Implementos de oficina	Varios	Varios	\$100	\$100
Internet	Plan mensual 10Mbps	12 meses	\$25	\$300
Redes sociales	Activación de publicidad de la página web en Facebook e Instagram.	12 meses	\$40	\$480
Registro de marca	Trámite de solicitud de registro de marca de la página web (duración de 10 años)	1 pago	\$224	\$224
Personal	Meses	5 personas	\$386 (salario básico)	\$23.160
Muebles de oficina	Escritorio y silla	1 mesa y 1 silla	\$150	\$150
Equipo de computación	Computadora de mesa	1 computadora	\$400	\$400
Subtotal				\$24.814,00
IVA 12%				\$2.977,68
Total				\$27.791,68

La Tabla 10, indica lo que se va a gastar con el mantenimiento y las distintas actividades que se realicen para mantener activa la página web durante un año, al igual que los equipos e inmuebles que se necesitarán para un mejor manejo del personal para la página web. Es un precio que pueden estar involucrados el GAD Municipal de Loja y el GAD parroquial, así mismo este

portal será un espacio que se puede brindar a los locales que necesiten ofertar algún producto, pagando un precio económico donde sea accesible para la persona que solicite publicar su publicidad.

4.3.7 Matriz de indicadores y componentes de la página web.

En la presente Tabla 11, 12 y 13, se detalla los componentes que se ha visto conveniente realizar para brindar un mejor servicio en cuanto a la página web para dar a conocer el destino turístico de San Pedro de Vilcabamba; separando en diferentes ítems cómo componentes, actividades a realizar, los responsables para el cumplimiento de cada actividad y el seguimiento que se debe marcar una vez realizada la actividad, todo esto para un plazo de tres años separado por trimestres. Esta matriz es un ejemplo de cómo se debería manejar la página web una vez se dé a conocer.

En la Tabla 11, se describe los componentes y las acciones que se debe realizar para lograr un mayor manejo y alcance, de la página web hacia el público en general, incluyendo los actores que se deberán encargar en la realización de los mismo.

En la Tabla 12, se habla sobre la información que debe ser actualizada para diferenciarse de otras páginas que, por lo general, no tiene un constante uso y en esta sección se despliega tres acciones básicas pero importantes para poder agregar a la página web, para el conocimiento de sus moradores y turistas.

Finalmente, en la Tabla 13, se desarrolla el componente de fortalecer el sistema de gestión turística, es decir, las acciones que se debe seguir para la preparación de las personas que prestan un servicio turístico, pueden brindar un servicio de calidad, así mismo dar un seguimiento de los diferentes atractivos que posee la parroquia, para realizar mejoras en caso de ser necesario

Tabla 11

Componente 1.- Plan de seguimiento de la página web.

COMPONENTES / ACTIVIDADES	CRONOGRAMA 3 años												INDICADORES			RESPONSABLE			SEGUIMIENTO Y EVALUACION		
	Seguimiento y evaluación de indicadores												Personas encargadas en el cumplimiento de las actividades			% de avances					
	TRIM 1	TRIM 2	TRIM 3	TRIM 4	TRIM 1	TRIM 2	TRIM 3	TRIM 4	TRIM 1	TRIM 2	TRIM 3	TRIM 4	indicadores planteados de impacto y de resultados	cumplimiento de indicadores planteados de impacto	realizado	medianamente realizado	no realizado				
Componente 1. Establecer un plan de seguimiento de la página web, mediante las entradas de visita del perfil, alianzas con redes sociales y tour operadores, y la actualización de información turística dentro de la página web, para el conocimiento del turista extranjero y nacional.																					
1.1 Entradas de visita a la página web													Al término de los seis meses anuales, se ha analizado el número de visitas que tiene la página web, mediante el medidor de entradas, realizando cambios necesarios en la página, para captar la atención del turista.		Personal encargado del ITUR de la parroquia de Vilcabamba						
1.2 Redes sociales y tour operadores.													Se ha creado anuncios en redes sociales como facebook e instagram, promoviendo el conocimiento de la página, generando más visitas a la parroquia de San Pedro de Vilcabamba. También se ha llegado a un acuerdo con las tour operadoras de la parroquia y de la ciudad de Loja, para la socialización de la misma, al término del cuarto trimestre del 2019		Personal encargado del ITUR de la parroquia de Vilcabamba						
1.3 Número de establecimientos que se vayan incluyendo en la página web													Se ha incluido información de tres establecimientos nuevos que presten servicio turístico, en la sección de planta turística de la página web, para conocimiento del turista, al término del tercer trimestre de cada año.		Investigador de campo que recorra la parroquia de San Pedro de Vilcabamba.						
1.2 Diseñar mecanismos de organización y actividades turísticas.													Al término del cuarto trimestre de cada año, se realizó un programa de actividades ligado a las festividades de la parroquia de San Pedro de Vilcabamba, con ayuda del Gobierno parroquial, para el conocimiento y disfrute del turista nacional y extranjero.		Personal del GAD parroquial y municipal de la ciudad de Loja.						

Tabla 12

Componente 2. Actualizar la información del mercado turístico de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.

<p>Componente 2. Actualizar la información del mercado turístico de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, mediante investigaciones de campo, donde se podrán realizar mejoras en los distintos atractivos de la parroquia, para la seguridad y disfrute del turista en su estadía durante la parroquia.</p>									
<p>2.1 Registro del espacio turístico de la parroquia</p>					<p>Al término del cuarto trimestre del 2019, se ha levantado y registrado 9 atractivos naturales y culturales que conforman el espacio turístico de San Pedro de Vilcabamba, con la ayuda de profesionales expertos en la investigación de campo, mejorando estos espacios para generar más afluencia de turistas a dichos atractivos.</p>		<p>Investigador de campo que recorra la parroquia de San Pedro de Vilcabamba.</p>		
<p>2.2 Guía de Seguridad turística</p>					<p>Al término del segundo trimestre del 2020, se ha realizado un sistema de implementación de señalética conformado por señales de orientación y seguridad vial, de los distintos atractivos turísticos de la parroquia, mediante personal capacitado que realiza la revisión respectiva, generando más seguridad al momento de visitar la parroquia.</p>		<p>Investigador de campo que recorra la parroquia de San Pedro de Vilcabamba.</p>		
<p>2.3 Estudio de los turistas extranjeros y nacionales del destino San Pedro de Vilcabamba</p>					<p>Se ha incrementado hasta el tercer trimestre del 2019, tres perfiles extranjeros que forman parte de la demanda turística de la parroquia, así mismo se conoció los turistas nacionales que visitan San Pedro de Vilcabamba.</p>		<p>Investigador de campo que recorra la parroquia de San Pedro de Vilcabamba.</p>		

Tabla 13

Fortalecer el sistema de gestión turística.

<p>Componente 3: Fortalecer el sistema de gestión turística, dictando diferentes talleres de cómo se debe brindar un buen servicio y el conocimiento turístico adecuado acerca de la parroquia, para tener una mejor guía al momento de visitar San Pedro de Vilcabamba.</p>									
<p>3.1 Realización de talleres de actualización de conocimientos para el personal de ITUR</p>					<p>Se capacita a los funcionarios del ITUR y prestadores de servicios turísticos en cuanto a la atención del cliente, conocimiento de la parroquia, y los servicios que este presta, al término del tercer trimestre de cada año.</p>	<p>Directora encargada del ITUR de la parroquia de Vilcabamba.</p>			
<p>3.2 Talleres sobre las TICs en el desarrollo turístico parroquial.</p>					<p>Al término del cuarto trimestre del 2019, se capacita a los funcionarios del ITUR y prestadores de servicios en cuanto al manejo de portales web y cómo la tecnología puede ayudar a crear su negocio y al destino turístico.</p>	<p>Expertos en el manejo de páginas web de destinos turísticos.</p>			
<p>3.3 Realización de informes sobre el potencial del espacio turístico de Vilcabamba</p>					<p>Al término del primer trimestre del 2020, se ha realizado un inventario de todos los atractivos naturales y culturales que se encuentran en la parroquia, realizando las mejoras debidas, e innovando en cuanto a su promoción.</p>	<p>Investigador de campo que recorra la parroquia de San Pedro de Vilcabamba.</p>			
<p>3.4 Socialización del modelo de gestión para implementación del PDVOT la parroquia</p>					<p>El Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial se dió a conocer al término del tercer trimestre del año 2019, para su adecuada difusión entre sus moradores, generando conocimiento del mismo.</p>	<p>Personal del GAD parroquial y municipal de la ciudad de Loja.</p>			

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Las TIC's en el mundo actual, es de gran importancia, siendo una herramienta para el futuro turista que visite el destino turístico, facilitando el acceso de información.
- En cuanto a la información geográfica y su infraestructura, la parroquia de San Pedro de Vilcabamba tiene un gran potencial turístico que tiene que aprovecharse, en conjunto con la propuesta establecida se puede brindar una mejor vida al menos el 85% de los locales y generar más ingresos a la parroquia en general.
- La planta turística y los atractivos de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, es un gran potencial turístico, mediante una herramienta web, puede darse a conocer como información para el turista, beneficiando a los dueños de los distintos establecimientos turísticos; así mismo por medio de rutas turísticas detallada en el capítulo 3, se debe aprovechar otros medios, para que la parroquia siga creciendo en cuanto a turismo.
- En el diseño de la propuesta se desarrolló una pagina web que tiene como propósito dar a conocer los atractivos que ofrece la parroquia de San Pedro de Vilcabamba, incluyendo en su diseño las secciones de inicio, atrativos turisticos, planta turistica, horario de transporte, entre otros, todo esto con la finalidad de llegar con informacion adecuada a turistas nacionales y extranjeros interesados en conecer la parroquia.

Recomendaciones

- Se debe tomar en cuenta el avance tecnológico experimentado en la actualidad; en cuanto a la página web es fundamental adaptarse a las tendencias que cada vez vayan surgiendo para mantenerse actualizados en cuanto a la información que brinda, mientras más sea el conocimiento de turistas de la página web, más serán las visitas a la parroquia.
- Los GAD municipal y parroquial, deben cumplir con las partidas presupuestarias correspondientes a la actividad turística para dar sostenibilidad económica a los diferentes proyectos.
- Los prestadores de servicios turísticos, deben seguir actualizándose, preparándose, manteniendo estándares adecuados de calidad, aplicando las normativas vigentes, para mejorar la competitividad de la parroquia con otros destinos turísticos.
- Se debe mantener actualizada la página web para el funcionamiento de la misma, y poder lograr el objetivo de generar más turismo en la parroquia, para que el turista se dé cuenta sobre el interés y el desempeño que los encargados le da a esta herramienta turística.
- Mantener alianzas estratégicas y digitales con otras agencias de desarrollo turístico, páginas web, instituciones, empresas públicas, GADs, medios de comunicación, que causen impacto en la sociedad en cuanto al turismo, e instituciones para ampliar el conocimiento de la propuesta estratégica y permitir el intercambio de links entre ellas.

REFERENCIAS

- Ambiente, M. del. (2015). Parque Nacional Podocarpus. Recuperado de <http://www.ambiente.gob.ec/parque-nacional-podocarpus/>
- Antioquia, U. de. (2014). La TIC como apoyo a la educación. Recuperado de <http://aprendeonline.udea.edu.co/lms/investigacion/course/view.php?id=85>
- Benchmarket. (2018). Diferencia entre sondeo y encuesta. Recuperado de <https://www.benchmarkemail.com/es/blogs/detail/actualizacion-de-soporte-cual-es-la-diferencia-entre-sondeos-y-encuestas>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Editorial Mc
- Bigné, E. (2000). *Marketing de destinos turísticos*. (ESIC, Ed.). Madrid.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet-The state of eTourism research. *Tourism Management*.
- Castillo, B. (2017). *Guía turística de la región sur del Ecuador*. Loja, Ecuador.
- Chaffey, D. (2015). *Estrategia de Marketing Digital*. Oxford. http://biblio3.url.edu.gt/publiclg/biblio_sin_paredes/maestria/mark_digi/cap/04.pdf
- El telégrafo. (2017). El encanto de Vilcabamba. Recuperado de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/el-encanto-de-vilcabamba-va-mas-alla-de-la-longevidad>
- El tiempo. (2018). Fotografía desfile y romería virgen del Cisne. Recuperado de <https://www.eltiempo.com.ec/noticias/region/12/comienza-romeria-virgen-cisne>
- Google imágenes. (2018). Gastronomía y festividades de San Pedro de Vilcabamba. Recuperado de <https://www.google.com/>
- Google Maps. (2019). Ubicación y atractivos de la parroquia de San Pedro de Vilcabamba. Recuperado de <https://www.google.com/maps/dir/Loja/San+Pedro+de+Vilcabamba/@-4.1259495,-79.2898393,12z/data=!3m1!4b1!4m13!4m12!1m5!1m1!1s0x91cb48066>

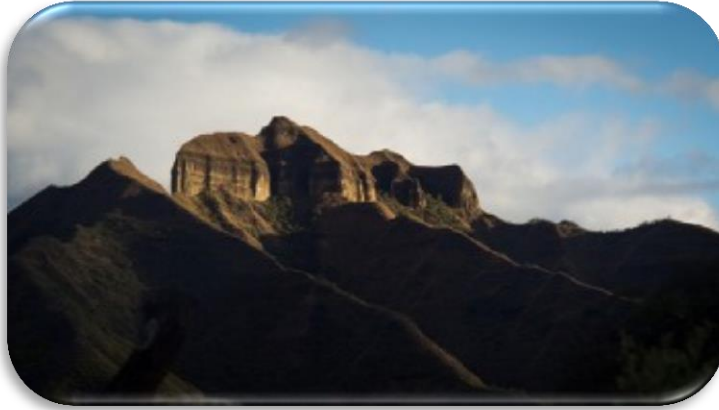
1b91d2d:0x8e12137cdc1eee09!2m2!1d-79.2112769!2d-4.0078909!1m5!1m1!1s0x91cb28b59a06cfd:0xb8adc4da8d129150!2m2!1d-79.2215001!2d-4.242405

- Hernandez, R., & Fernandez, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. (M. G. HILL, Ed.) (Quinta Edi). Mexico: Mc Graw HILL.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación. Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53).
- Huertas, A., & Fernández-Cavia, J. (2006). Ciudades en la web: usabilidad e interactividad de las páginas oficiales de los destinos turísticos. *VI Congreso "Turismo y Tecnologías de La Información y Las Comunicaciones" Turítec*
- Kotler, P. (2013). *Fundamentos de Marketing*. (Pearson, Ed.) (Décimoprim). Mexico.
- La casa de la humita lojana. (2018). Gastronomía lojana. Recuperado de <http://www.lacasadelahumita.ec/>
- Level, H. (2017). Tipos de publicidad. Recuperado de <https://www.humanlevel.com/diccionario-marketing-online/banner>
- Ministerio de Turismo (MINTUR). (2018). PLANDETUR 2020 Ecuador, 536.
- MINTUR. (2017). *Perfil de turistas internacionales en el Ecuador*. Quito. Recuperado de <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/Perfiles/PerfilesDeTurismoInternacional.pdf>
- MINTUR. (2018). *Catastro Loja y El Oro 2018*. Loja.
- Municipio de Loja. (s.f.). San Pedro de Vilcabamba. Recuperado de <http://www.loja.gob.ec/contenido/san-pedro-de-vilcabamba>
- OMT. (s.f.). Definición de turismo. Recuperado de <http://www2.unwto.org/es/content/definicion>
- OPTITUR. (s.f.). Evolución del turismo. Recuperado de <http://www.optitur.com/innovacion/evolucion-turismo/>
- Públicas, M. de O. (2017). Red vial Loja - Vilcabamba. Recuperado de <https://www.obraspublicas.gob.ec/red-vial-estatal-de-loja-en-mantenimiento-rutinario/>
- RESERVA RUMI WILCO. (s.f.). Reserva RumiWilco. Recuperado de

- <http://rumiwilco.com/es/presentacion/>
- Rodriguez,S. (2018). Valores sobre la página web.
- Rumiwilco. (2017). Rumiwilco bosque protector. Recuperado de <https://rumiwilco.com/es/el-bosque-protector/>
- Swisscontact. (2014). *Con ceptos básicos para la gestión de destinos turísticos*. (Swisscontact, Ed.) (Arkabas). Lima, Perú. Recuperado de https://www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/COUNTRIES/Peru/Documents/Publications/Conceptos_basicos_para_la_gestion_de_destinos_turisticos.pdf
- Territorial., P. de desarrollo y ordenamiento. (2017). Plan de desarrollo y ordenamiento territorial. *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*.
- UNESCO. (2017). Arbol de problemas. Recuperado de <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/diversity-of-cultural-expressions/tools/policy-guide/planificar/diagnosticar/arbol-de-problemas/>
- Valdivieso, G. (2019). Diseño página web. Quito.
- Vilcabamba, S. P. de. (2018). GAD parroquial San Pedro de Vilcabamba. Recuperado de <http://sanpedrodevilcabamba.gob.ec/index.php/inicio/historia>
- Wordpress. (s.f.). San Pedro de Vilcabamba. Recuperado de <https://sanpedrovilcabamba.wordpress.com/>

ANEXOS

Anexo 1 Archivo fotográfico de los atractivos turísticos de la parroquia de San Pedro de Vilcabamba.



Descripción de la fotografía: Cerro Mandango. Adaptado de Google Imágenes, s.f.



Casas hechas de madera en la reserva Rumi Wilco. Adaptado de la página de reserva Rumi Wilco, 2017.



Oso de anteojos parque nacional Podocarpus. Adaptado del Ministerio del Ambiente, 2015.



Complejo recreacional Yamburara. Adaptado de página de places map, 2018.



Río Uchima. Adaptado de página San Pedro de Vilcabamba, 2018.



El Salado y Agua Soda. Adaptado de página San Pedro de Vilcabamba, 2018.



Reserva "El Bosque". Adaptado de página San Pedro de Vilcabamba, 2018.



Plaza central de Vilcabamba. Adaptado de Municipio de Loja, s.f.



Centro gerontológico. Adaptado de Google Imágenes, s.f.

Anexo 2 Formato de entrevista para recopilar información para el diseño de una página web para la parroquia de San Pedro de Vilcabamba.

ENTREVISTA



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

Por medio de la presente entrevista, se busca recopilar información para el diseño de una página web para la parroquia de Vilcabamba, de la provincia de Loja.

- 1.- ¿Cuál cree que sea la situación actual en cuanto a turismo en la parroquia de Vilcabamba?
- 2.- ¿Usted cree que hay potencial turístico en la parroquia?
- 3.- ¿Cuál cree que sean los principales atractivos que hace que los turistas visiten la parroquia?
- 4.- ¿Cuál cree que sean los aspectos positivos y negativos en cuanto al servicio que se ofrece a los turistas en la parroquia?
- 5.- ¿Usted cree que las redes sociales como *facebook*, *instagram*, *twitter* sean suficiente para dar a conocer o promocionar un destino?
- 6.- ¿Considera importante generar una página web específica, para dar a conocer el potencial turístico de la parroquia de Vilcabamba?
- 7.- ¿Qué componentes debe tener una página web para dar a conocer la parroquia de Vilcabamba?
- 8.- ¿Cómo se debe estructurar físicamente una página web para dar a conocer un sitio turístico?
- 8.- ¿Conoce algún ejemplo de página web que promocioe de manera adecuada un sitio turístico?
- 10.- ¿Tiene alguna página web favorita para conocimiento de un destino turístico?
- 11.- ¿Qué le incluiría a esa página web antes mencionada para que sea completa?

Anexo 3 Formato de encuesta para recopilar información para el diseño de una página web para la parroquia de San Pedro de Vilcabamba.

ENCUESTA



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

Por medio de la presente encuesta, se busca recopilar información para el *diseño de una página web para la parroquia San Pedro de Vilcabamba, de la provincia de Loja.*

- La encuesta es personal, voluntaria y anónima
- Por favor encierre en un círculo la opción a escoger, o escriba su respuesta según sea necesario.

1.- ¿Utiliza internet como medio de información turística?

SI NO

2.- ¿Conoce el uso de medios web para la promoción de destinos?

SI NO

3.- ¿Cómo cree que se encuentra la parroquia San Pedro de Vilcabamba turísticamente?

(Tomando en cuenta que 5 es excelente y 1 muy malo)

1 2 3 4 5

4.- ¿Conoce alguna página web que promocióne de manera adecuada un destino turístico?

SI NO

Si su respuesta fue "SI" ¿Cuál es esa página web?.....

5.- ¿Conoce alguna página web que promocioe la parroquia de San Pedro de Vilcabamba turísticamente?

SI NO

Si su respuesta fue "SI" ¿Cuál es esa página web?.....

6.- ¿Considera usted importante que exista una página web donde se ofrezca una variedad de información turística de la parroquia de San Pedro de Vilcabamba?

SI NO

¿Por qué?.....

7.- ¿Cuánto es su tiempo de visita en la parroquia de San Pedro de Vilcabamba?

Un día Dos días tres o más días

8.- Cuando se encuentra en la parroquia de San Pedro de Vilcabamba, ¿Qué suele hacer comúnmente?

- Visitar los atractivos naturales que cuenta de la parroquia
- Degustación de gastronomía local
- Realización de deportes de aventura
- Recreación en finca / hacienda
- Camping

9.- En caso de desarrollar una página web que herramientas/componentes le gustaría que se incluyan. Elija al menos tres.

- Links de acceso directo
- Enlaces
- Mapas
- Idiomas
- Redes sociales
- Contactos
- Guías

10.- Señale que tipo de información relevante se debería enseñar en la página web. Elija al menos tres.

- Datos generales del sector
- Fotografías
- Normativa
- Gastronomía
- Eventos
- Agenda cultural
- Calendarios turísticos
- Directorio de planta turística (Hoteles, restaurantes, horario de buses)
- Documentos
- Noticias sobre la parroquia

11.- ¿Cómo cree que una página web, llame la atención del turista?

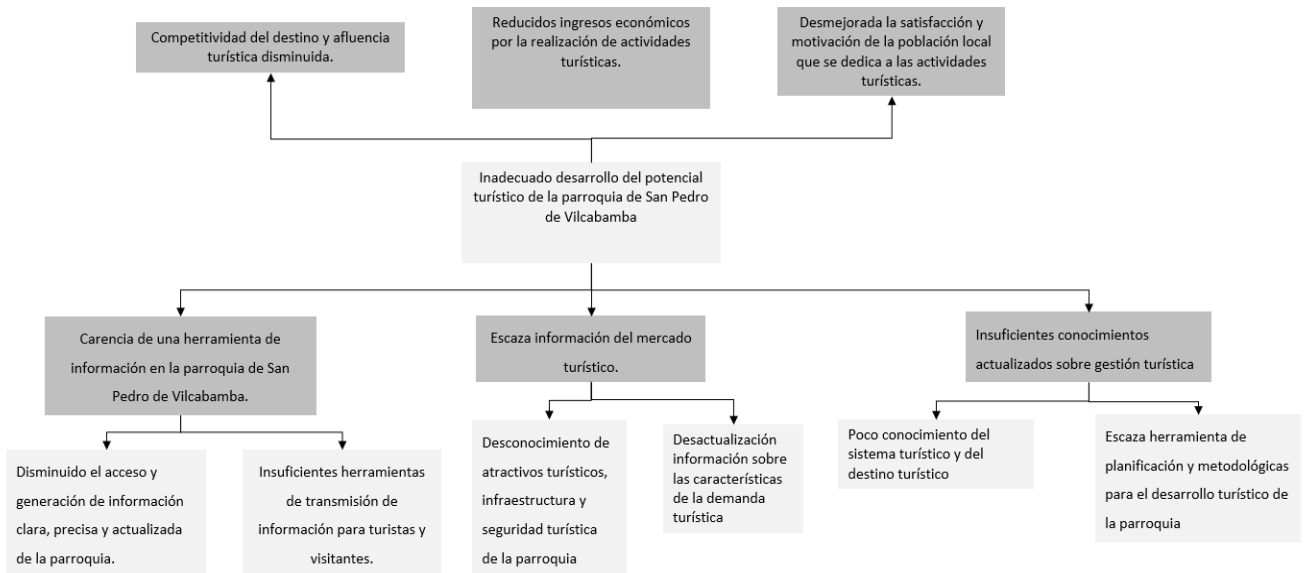
- Información precisa de los atractivos naturales
- Agenda de eventos y festividades
- Colores llamativos (rojo, naranja, amarillo, azul, morado)
- Colores sencillos (celeste, blanco, rosado, gris, verde claro)
- Colores pasteles
- Noticias sobre el destino
- Información climática de la parroquia

12.- ¿Qué opción de nombre cree que sería adecuado para una página web que promocioe la parroquia de San Pedro de Vilcabamba?

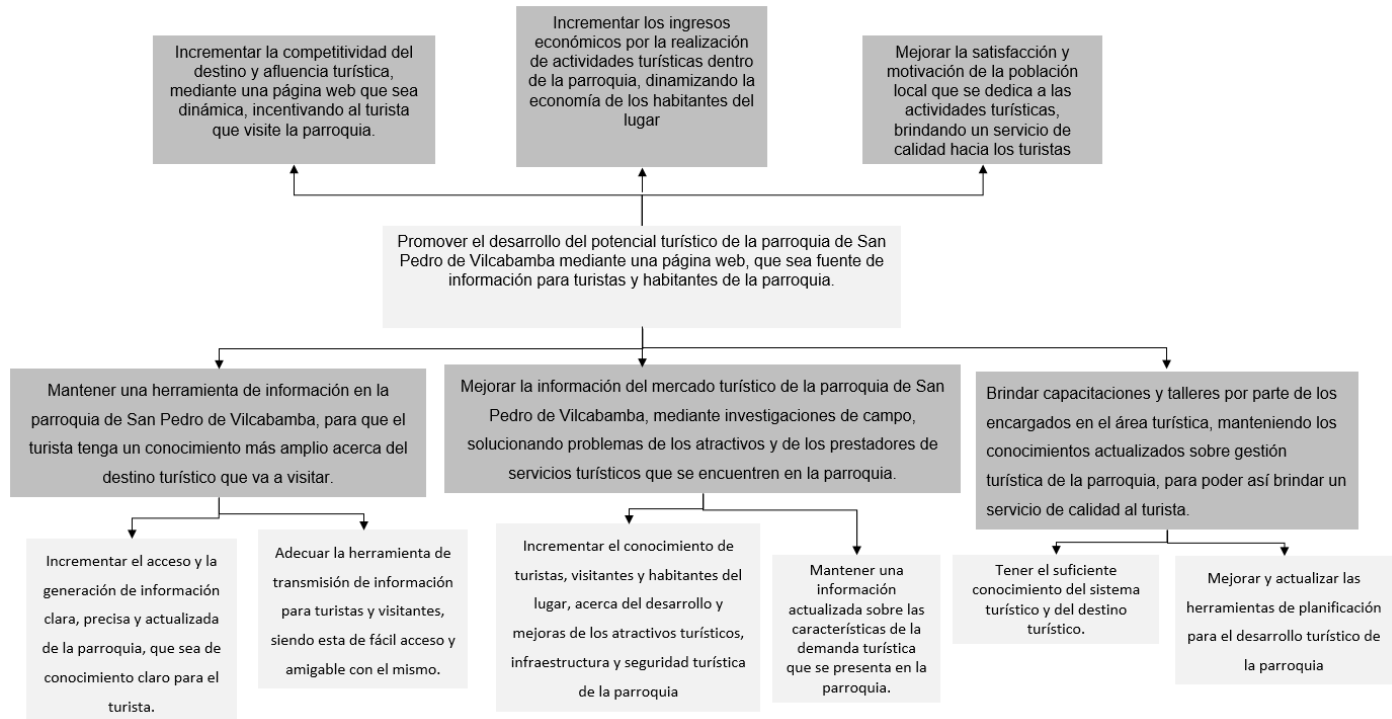
- Vilcabamba tu destino
- Conoce Vilcabamba
- Turisteando por Vilcabamba
- El paraíso de la longevidad
- Otro.....

Gracias por su colaboración.

Anexo 4 Análisis de problemas de la situación actual del potencial turístico de la Parroquia de San Pedro de Vilcabamba.



Anexo 5 Análisis de objetivos de la situación actual del potencial turístico de la Parroquia de San Pedro de Vilcabamba.



Anexo 6 Determinación de las estrategias para mejorar fortalecer situación actual del potencial turístico de la Parroquia de San Pedro de Vilcabamba.

