

UNIVERSIDAD METROPOLITANA DEL ECUADOR



GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

TEMA:

**DISEÑO DE UN PRODUCTO DE AGROTURISMO EN LA
PARROQUIA LAGO SAN PEDRO, CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS,
PROVINCIA DE ORELLANA.**

AUTORA:

KARINA ABIGAIL GREFA ALVARADO

TUTOR:

MSc. LUIS HUMBERTO LUDEÑA VILLACIS

QUITO- 2019

DECLARACIÓN JURAMENTADA



Factura: 001-002-0000-19374



20191701022P00802

NOTARIA
22/11

NOTARIO(A) ALEX DAVID NEJA VITERI
NOTARÍA VIGÉSIMA SEGUNDA DEL CANTÓN QUITO
EXTRACTO

Número N°:		20191701022P00802					
ACTO O CONTRATO							
DECLARACIÓN JURAMENTADA PERSONA NATURAL							
FECHA DE OTORGAMIENTO:		7 DE FEBRERO DEL 2018, (12/0)					
OTORGANTES							
OTORGADO POR							
Nombre	Nombre(Razón social)	Tipo Interrelato	Documento de Identidad	No. Identificación	Nacionalidad	Calidad	Persona que representa
Natural	GREPA ALVARADO KARINA ABRAIL	POR SUS PROPIOS INTERES	CÉDULA	210000000	ECUATORIANA	COMPARECIENTE	
A FAVOR DE							
Nombre	Nombre(Razón social)	Tipo Interrelato	Documento de Identidad	No. Identificación	Nacionalidad	Calidad	Persona que representa
UBICACIÓN							
Provincia		Cantón		Parroquia			
PICHINCHA		QUITO		CENTRO OCCIDENTAL			
DESCRIPCIÓN DOCUMENTO:							
OBJETO OBSERVACIONES:							
CANTÍA DEL ACTO O CONTRATO:		INDETERMINADA					

NOTARIO(A) ALEX DAVID NEJA VITERI
NOTARÍA VIGÉSIMA SEGUNDA DEL CANTÓN QUITO

1 20191701022P00802

2

3

4

NOTARIA VIGÉSIMO SEGUNDA DEL CANTÓN QUITO

5

6

ACTO:

7

DECLARACIÓN JURAMENTADA

8

9

OTORGADA POR:

10

KARINA ABIGAIL GREFA ALVARADO.

11

12

CUANTÍA:

13

INDETERMINADA

14

15

DI 2 COPIAS

16

17

LB

18

19

20

21 En la ciudad de San Francisco de Quito, Distrito

22 Metropolitano, Capital de la República del Ecuador, hoy

23 día jueves siete de febrero del año dos mil diecinueve,

1 dos uno cero cero seis seis nueve cuatro seis - cero
2 (210066946-0), de veintitrés (23) años de edad, de
3 ocupación estudiante, domiciliada en la calle Guachapala
4 casa número Oe dos - cinco nueve y calle Saruma,
5 parroquia La Magdalena de esta ciudad de Quito, teléfono
6 convencional tres uno cero uno tres seis cuatro, teléfono
7 celular cero nueve seis nueve uno dos cuatro dos uno
8 siete, correo electrónico karinaby1955@hotmail.com, por
9 sus propios y personales derechos.- La compareciente es
10 de nacionalidad ecuatoriana, legalmente capaz a quien de
11 conocer doy fe por haber presentado su cédula de
12 ciudadanía que con su autorización he procedido a
13 verificar la información en el Sistema Nacional de
14 Identificación Ciudadana del Registro Civil, y que además
15 presenta su certificado de votación el cual solicita que en
16 copia debidamente autenticada se agregue como
17 habilitante; bien instruida en el objeto del presente
18 instrumento público al que procede en forma libre y
19 voluntaria y advertida de la gravedad del juramento, de las
20 penas por perjurio y de la obligación de decir la verdad,
21 con claridad y exactitud manifiesta: **KARINA ABIGAIL**
22 **GREFA ALVARADO**, declaro bajo juramento que siendo
23 estudiantes de la Universidad Metropolitana del Ecuador
24 UMET, en la carrera de Turismo, me encuentro realizando
25 la investigación denominada DISEÑO DE UN PRODUCTO
26 DE AGROTURISMO EN LA PARROQUIA LAGO SAN
27 PEDRO, CANTON JOYA DE LOS SACHAS, PROVINCIA
28 DE ORELLANA, cabe recalcar que las expresiones



0120191724151517AC

1 verdadas en el trabajo de investigación son propias,
2 tomando en cuenta que la ejecución ha sido en base a la
3 recopilación bibliográfica, consultas de internet y consultas
4 de campo. En consecuencia, asumo la responsabilidad
5 originalidad de la misma y el cuidado al remitirme a las
6 fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el
7 contenido expuesto.- Es todo cuanto puedo declarar en
8 honor a la verdad.- Hasta aquí la declaración juramentada
9 de la compareciente, misma que queda elevada a
10 escritura pública con todo su valor legal.- Para el
11 otorgamiento de la presente escritura pública se
12 observaron los preceptos legales del caso y leída que les
13 fue íntegramente a la compareciente por mí el Notario se
14 ratifica y firma conmigo en unidad de acto, quedando
15 incorporada al protocolo de esta Notaría, de todo lo cual
16 doy fe.-

17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28



SRTA. KARINA ABIGAIL GREFA ALVARADO.

C.C. 2100669460



DR. ALEX DAVID MEJÍA VITERI
NOTARIO VIGÉSIMO SEGUNDO DEL CANTÓN QUITO

CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Número único de identificación: 2100669480

Nombres del ciudadano: GREFA ALVARADO KARINA ABIGAIL

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/PICHINCHA/QUITO/CHIMBACALLE

Fecha de nacimiento: 23 DE MAYO DE 1995

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: SUPERIOR

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: GREFA CEVALLOS JAIME GUILLERMO

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: ALVARADO DAHUA ROSA BERTHA

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 18 DE JULIO DE 2013

Condición de donante: SI DONANTE POR LEY

Información certificada a la fecha: 7 DE FEBRERO DE 2019

Emisor: VLEBER LEONARDO BAEZ HERRERA - PICHINCHA-QUITO-NT 22 - PICHINCHA - QUITO

N° de certificado: 194-196-26769



0120191724151517AC

Lodo, Vicerre Talano O.

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación
Documento firmado electrónicamente



REPUBLICA DEL ECUADOR
 DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL,
 IDENTIFICACIÓN Y CALIFICACIÓN

CEP 210066946-0

CIUDADANA
 APELLIDOS Y NOMBRES
 GREGA ALVARADO
 KARENA ARIASAL
 LUGAR DE NACIMIENTO
 CANTÓN
 CHIRIBAGALLA
 FECHA DE NACIMIENTO 1986.06.29
 IDENTIFICACION SIGA TORUMSA
 2000 F
 ESTADO CIVIL SOLTERA

DIRECCIÓN SUPLENTE
 APELLIDOS Y NOMBRES DEL AGENTE
 GREGA CEVALLOS JAVIER GUILLERMO

FECHA DE EMISIÓN 2015.07.18
 FECHA DE EXPIRACIÓN 2020.07.18

FECHA DE CALIFICACIÓN
 ESTUDIANTE

Handwritten signature

CERTIFICADO DE VOTACIÓN
 CEE FV02501010

002
 AGENCIA

002 - 304
 NÚMERO

210066946-0
 CEPIA

GREGA ALVARADO KARENA ARIASAL
 APELLIDOS Y NOMBRES

SUCURSAL
 PROVINCIA
 CANTÓN
 EL DOMINICO DE CABALES
 PARROQUIA

ORGANIZACIÓN
 ZONA 1



Dr. ALEX DAVID MEJÍA VITERI, Notario Vigésimo Segundo del cantón Quito, CERTIFICO que el documento que antecede, es FIEL COPIA certificada del documento original que se me ha puesto a la vista.

Quito, a 03 FEB 2016

Handwritten signature of Alex David Mejía Viteri

Dr. Alex David Mejía Viteri
 NOTARIO VIGÉSIMO SEGUNDO DEL CANTÓN QUITO

PROCOLO No. 20191701022P00802

SE OTORGO ANTE MI Y EN FE DE ELLO CONFIERO
ESTA PRIMERA COPIA DE LA ESCRITURA PUBLICA DE
DECLARACION JURAMENTADA OTORGADA POR LA
SEÑORITA KARINA ABIGAIL GREFA ALVARADO,
FIRMADA Y SELLADA EN QUITO A SIETE DE FEBRERO
DEL AÑO DOS MIL DIECINUEVE.

DOCTOR ALEX DAVID MEJIA VITERI
NOTARIO VIGESIMO SEGUNDO DEL CANTÓN QUITO



CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

MSc. Luis Humberto Ludeña Villacis, en calidad de Director de Trabajo de Investigación

CERTIFICA

Que el trabajo de investigación para optar por el título de Ingeniería de Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras, cuyo título es “Diseño de un producto de agroturismo en la parroquia Lago San Pedro, cantón Joya de los Sachas, provincia de Orellana” elaborado por la señorita Karina Abigail Grefa Alvarado, con C.I 2100669460, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que siga el proceso de graduación de acuerdo al reglamento de la Universidad Metropolitana.

MSc Luis Ludeña

TUTOR

DECLARACIÓN DE AUDITORIA

Yo Karina Abigail Grefa Alvarado, con número de cédula 2100669460, declaro
que:

El presente trabajo de investigación "Diseño de un producto de agroturismo en la parroquia Lago San Pedro, cantón Joya de los Sachas, provincia de Orellana", fue realizado con mi autoría. No ha sido presentado para defensa de tesis ni área profesional de otra persona.

Así mismo declaro haber realizado consultas, investigaciones de referencias bibliográficas y todo lo necesario para realizar y presentar el mismo.

Atentamente,



Karina Abigail Grefa Alvarado

C.I 2100669460

CESIÓN DE DERECHOS

El trabajo de investigación con el tema "Diseño de un producto de agroturismo en la parroquia Lago San Pedro, cantón Joya de los Sachas, provincia de Orellana", con la autoría de Karina Abigail Grefa Alvarado, manifiesto de forma libre y voluntaria lo siguiente:

Cedo los derechos de tesis a la Universidad Metropolitana, y que el contenido sirva de fuente de información y conocimiento para el bienestar universitario.

Atentamente,



Karina Abigail Grefa Alvarado

C.I 2100669460

DEDICATORIA

Al culminar esta etapa de mis estudios, quiero dedicar esta tesis a mis padres Rosa Alvarado y Jaime Grefa, por haberme brindado su apoyo incondicional para seguir adelante y cumplir con las metas propuestas.

A mi hermana por haberme guiado durante todo el proceso, por darme los mejores consejos y haber luchado durante todas las adversidades.

AGRADECIMIENTO

Para mi es grato agradecer a Dios por darme la fuerza necesaria y permitir llegar la meta que me he propuesto, por ponerme a personas que me han ayudado durante toda mi carrera de estudios.

A mis padres por haberme sido el motor principal de mi vida, por brindarme su amor, paciencia y comprensión, gracias a su apoyo incondicional no habría sido posible la realización de este proyecto.

A mis hermanas por ser mis guías durante este proceso, por su cariño y paciencia que me motivaron a seguir adelante cada día, siendo mejor persona en el ámbito personal y profesional.

A mi novio por estar en los buenos y malos momentos, alentándome a continuar y luchar contra los obstáculos presentados.

De igual manera expreso mis agradecimientos a mi tutor de tesis MSc. Luis Ludeña por su tiempo, apoyo y enseñanza para culminar esta etapa de mi carrera.

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN JURAMENTADA.....	I
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	VIII
DECLARACIÓN DE AUDITORIA	IX
CESIÓN DE DERECHOS.....	X
DEDICATORIA.....	XI
AGRADECIMIENTO	XII
RESUMEN.....	XVIII
ABSTRACT	XIX
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
1. MARCO TEÓRICO	2
1.1 Antecedentes teóricos.....	2
1.2 Turismo	5
1.2.1 El turismo sostenible	6
1.3 Agroturismo	8
1.4 Producto Turístico	11
1.4.1 Diseño de un producto turístico.....	13
1.5 Producto Agroturístico	15
1.6 Productos de Agroturismo en Ecuador	15
1.7 Agroturismo en Francisco de Orellana.....	16
1.8 Potencial agroturístico en la parroquia Lago San Pedro.....	19
1.9 Sistema Turístico	19
1.10 Oferta turística	20
1.10.1 Atractivo Turístico	21
1.10.2 Patrimonio Turístico	21
1.10.3 Los Recursos Turísticos.....	21
1.10.4 La Planta Turística	22
1.10.5 Equipamiento Turístico.....	22
1.10.6 La Infraestructura Turística	22
1.10.7 Los Servicios Complementarios	23
1.11 Demanda turística	24
CAPÍTULO II	26
2. MARCO METODOLÓGICO.....	26
2.1 Situación Problemática.....	26

2.2	Formulación del Problema	27
2.3	Objeto de Estudio	27
2.4	Objetivos	27
2.5	Objetivo General:	27
2.6	Objetivos Específicos:.....	27
2.7	Métodos a utilizar	28
2.8	Aporte práctico	28
2.9	Metodología para diseñar un producto de agroturismo.....	29
2.10	Esquema metodológico.....	32
2.10.1	Justificación metodológica	32
2.10.2	Procedimiento metodológico	32
CAPÍTULO III		37
3.	PROPUESTA	37
3.1	Etapa 1. Generación de ideas.....	37
3.1.1.	Fase A. Atributos y servicios	37
3.1.2	Fase B. Análisis del valor agregado	38
3.1.3	Fase C. Análisis de la competencia.....	40
3.1.3.1	“Finca agroturística Majagua”	41
3.1.3.2	“Finca Agroturística Aroma del Cacao”	41
3.2	Etapa 2. Diagnóstico del potencial turístico.....	42
3.2.1	Fase A. Análisis demanda	42
3.2.2	Título de la propuesta	42
3.2.3	Planteamiento de problema	43
3.2.3	Formulación del problema.....	43
3.2.4	Objetivo general:	44
3.2.5	Objetivos específicos:	44
3.2.6	Justificación	44
3.2.7	Delimitación de la investigación	44
3.2.8	Muestra.....	47
3.2.9	Tabulación de datos.....	47
3.2.10	Fase B. Análisis oferta turística	58
3.2.11	Clima.....	59
3.2.12	Historia.....	59
3.2.13	Población	60
3.2.14	Auto identificación étnica.....	60

3.2.15 Agricultura.....	60
3.2.16 Ganadería	60
3.2.17 Actividad pecuaria	61
3.2.18 Piscicultura.....	61
3.2.19 Uso del suelo	61
3.2.20 Potencial turístico.....	62
3.2.21 Senderismo.....	62
3.2.22 Pesca Recreativa	62
3.2.23 Cicloturismo	62
3.2.24 Artesanías.....	62
3.2.25 Flora.....	63
3.2.26 Fauna.....	63
3.2.27 Gastronomía	63
3.2.28 Electrificación.....	64
3.2.29 Abastecimiento del agua	64
3.2.30 Sistema de transporte	64
3.2.31 Recursos y atractivos turísticos.....	65
3.2.32 Establecimientos de Alojamiento.....	68
3.2.33 Establecimiento Gastronómico.....	69
3.2.34 Fincas	70
3.2.35 Organizaciones sociales involucradas.....	70
3.2.36 Fase C. Análisis FODA	72
3.3 Etapa 3. Diseño del producto turístico	74
3.3.1 Diseño de la Ruta.....	75
3.3.2 Itinerario.....	77
3.3.3 Creación de marca e imagen	79
CONCLUSIONES.....	80
RECOMENDACIONES	81
BIBLIOGRAFÍA.....	82
ANEXOS.....	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Productos turísticos	8
Tabla 2 Visitantes nacionales y extranjeros en la amazonia	18
Tabla 3 Tiempo de viaje promedio	18
Tabla 4 Matriz del problema	27
Tabla 5 Métodos de Investigación.....	28
Tabla 6 Metodología del producto turístico	29
Tabla 7 Metodología para diseñar un producto turístico	30
Tabla 8 Metodología para diseñar un producto agro turístico	31
Tabla 9 modelo de ficha de atractivos.....	34
Tabla 10 modelo de fichas de alojamiento	34
Tabla 11 modelo de fichas de establecimientos gastronómicos	35
Tabla 12 FODA	35
Tabla 13 Análisis de valor agregado	39
Tabla 14 Visita a la parroquia.....	48
Tabla 15 Conoce los atractivos turísticos.....	49
Tabla 16 Tipo de Turismo	50
Tabla 17 Actividades de Agroturismo.....	51
Tabla 18 Actividades Agro turísticas	52
Tabla 19 Tiempo de actividad agro turística.....	53
Tabla 20 Organización de viaje.....	54
Tabla 21 Motivo de viaje	55
Tabla 22 Servicios Turísticos	56
Tabla 23 Implementación de producto turístico.....	57
Tabla 24 Variación de los pastos uso y cobertura.....	61
Tabla 25 Ficha de atractivos	66
Tabla 26 Descripción de los Atractivos	67
Tabla 27 Ficha de alojamiento	68
Tabla 28 Ficha de establecimiento gastronómico	69
Tabla 29 Ficha de Fincas	70
Tabla 30 Organizaciones Sociales.....	71
Tabla 31 Matriz de impactos internos.....	72
Tabla 32 Matriz de impacto externos	73
Tabla 33 Matriz FODA.....	74
Tabla 34 Matriz de producto turístico	75
Tabla 35 Itinerario 1	77
Tabla 36 Itinerario 2	78

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Esquema metodológico.....	32
Ilustración 2 Visita a la parroquia	48
Ilustración 3 Conoce los atractivos.....	49
Ilustración 4 Tipo de Turismo	50
Ilustración 5 Actividades de agroturismo.....	51
Ilustración 6 Actividades Agro turísticas.....	52
Ilustración 7 Tiempo de actividades agro turística	53
Ilustración 8 Organización de Viaje.....	54
Ilustración 9 Motivo de viaje	55
Ilustración 10 Servicios turísticos	56
Ilustración 11 Implementación de producto agro turístico	57
Ilustración 12 Provincia de Orellana.....	58
Ilustración 13 Parroquia Lago San Pedro.....	58
Ilustración 14 Mapa de provincia de Orellana	75
Ilustración 15 Mapa parroquia Lago San Pedro	76
Ilustración 16 Mapa rutas de los atractivos	76
Ilustración 17 Logotipo	79

RESUMEN

El siguiente proceso de investigación, se enfoca en la elaboración de un producto de agroturismo en la parroquia Lago San Pedro.

La parroquia se encuentra ubicada al norte del Cantón Joya de los Sachas, dentro de la provincia de Orellana, cuenta con una biodiversidad de flora y fauna, además cuenta con un clima tropical cálido húmedo, el mismo que se puede presenciar una gran variedad de atractivos turísticos tales como cascadas, ríos, lagos, lagunas. Además en su mayoría la población se dedica a la agricultura y ganadera por poseer riquezas de los suelos.

Por ende el desaprovechamiento del gran potencial de agroturismo existe por la poca gestión de las entidades gubernamentales, lo que conlleva el desconocimiento de los recursos turísticos y las actividades de la agricultura, ante ello se plantea diseñar un producto de agroturismo que cumpla con todas las características necesarias con su respectiva metodología definida para su realización en beneficio de la parroquia. De igual manera se pretende diversificar la oferta turística en el sector.

La presente tesis se distribuye en tres capítulos donde se exhibe el desarrollo del marco teórico en su primera fase, prosiguiendo con la selección de la metodología y culminar con la propuesta de un diseño de producto agroturismo.

Palabras clave: Diseño del producto de agroturismo, producto de agroturismo, agroturismo.

ABSTRACT

In the following process of investigation, it focuses on the elaboration of an agrotourism product in the San Pedro Lake parish.

The parish is located north of the Canton Joya de los Sachas, within the province of Orellana, has a biodiversity of flora and fauna, also has a humid warm tropical climate, the same that has a variety of attractions tourism such as waterfalls, rivers, lakes, lagoons. In addition, most of the population is dedicated to agriculture and livestock for owning riches from the soil.

Therefore the waste of the great potential of agrotourism exists due to the little management of the governmental entities, which entails the unknown of the attractions tourism and the activities of the agriculture, which it is considered to design a product of agrotourism that have all the characteristics necessary with its respective methodology defined for its realization for the benefit of the parish. Besides the main reason is diversify the offer of tourism in the sector.

This thesis is divided into three chapters where the development of the theoretical framework in its first phase is exhibited, continuing with the selection of the methodology and culminating with the proposal of a product design agrotourism.

Keywords: Product design of agrotourism, product of agrotourism, agrotourism.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se denomina como el “Diseño de un producto agroturismo en la parroquia Lago San Pedro”, y surge del limitado diseño de productos agroturísticos en dicha parroquia, de acuerdo a lo que mencionan en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del año 2015- 2019, señalan que el 65% de la población se dedica a las actividades agrícolas y ganaderas como eje primordial económicamente, mientras que la actividad turística ocupa el 1,20%.

Por ende, el GAD parroquial Lago San Pedro tiene una deficiente gestión de proyectos agroturísticos, puesto que no ha logrado impulsar y fomentar el agroturismo. La parroquia tiene gran cantidad de biodiversidad de flora, fauna y atractivos turísticos tales como ríos, cascadas, lagos y lagunas. Además de ellos cuenta con cuatro fincas las cuales poseen ganado bobino, así mismo con cultivos como: cacao, café, palma africana, chonta, yuca, etc., que lamentablemente ninguna de esta actividad ha sido tomada en cuenta para el turismo.

La carencia de actividades agroturísticas radica por la falta de iniciativa por parte de las entidades público y privadas las cuales se han dedicado únicamente a la agricultura y ganadería dejando de lado la actividad turística por la falta de conocimiento técnico acerca de la misma.

Para la desarrollo del producto de agroturismo se analiza varios autores, el cual nos ha permitido identificar y clasificar el procedimiento metodológico según sus herramientas, etapas o fases, mediante un cruce de variables para su selección y aplicación. Dado como resultado el producto agroturístico constituido por levantamiento de atractivos turísticos, de infraestructura, planta turística y el diseño de las rutas turísticas siendo el complemento para dar a conocer el potencial turístico que posee la parroquia Lago San Pedro.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

La fundamentación teórica previamente definida por distintos autores, será un aporte esencial para la realización del proyecto, a través de una investigación bibliográfica y recopilación de información del ámbito turístico.

Diseñar un producto agroturístico es una oportunidad de emprender proyectos turísticos, la misma que nos permite desarrollar el turismo en el sector, haciendo uso de la agricultura y pecuaria, de esta manera ofertar un nuevo producto agroturístico, ya que es considerada como una actividad complementaria que ayuda a la economía.

1.1 Antecedentes teóricos

Un antecedente importante corresponde del Ministerio de Turismo, que impulsó actividades turísticas de las zonas rurales para dinamizar este sector en varias provincias del país.

El objetivo es mostrar a los viajeros nacionales e internacionales las múltiples opciones para disfrutar del agroturismo en el Ecuador. Esta iniciativa integra el “Plan nacional para el agroturismo”, que lidera esta cartera de Estado y tiene la finalidad de impartir varios talleres a nivel nacional, en los que se busca consolidar una estrategia para el desarrollo y el fortalecimiento de esta actividad. Tales como procesos participativos de planificación estratégica, para identificar, impulsar y fortalecer los productos turísticos a nivel nacional.

Ecuador posee ejes potenciales como: las condiciones geográficas, climáticas, geológicas e hidrológicas favorables para la producción agrícola; existen cadenas productivas agroalimentarias en territorios definidos, diversidad agro productiva y pecuaria, demanda interna para el desarrollo recreacional, siendo factores importantes para el desarrollo de los productos turísticos. (Ecuador, Ministerio de Turismo , 2018)

La Secretaría de Estado trabaja para posicionar a Ecuador como una verdadera potencia turística en el mundo. Nos menciona, “el desarrollo de productos vincula a un trabajo conjunto con los actores de la cadena productiva turística

mediante una participación activa para desarrollar estrategias de impacto dirigidas a nuevos nichos de turismo”. (Ecuador, Ministerio de Turismo , 2018)

Por ende es importante destacar que los atractivos naturales de las zonas y el turismo se unen para demostrar a los turistas nacionales e internacionales, las diversas opciones para disfrutar del agroturismo en el Ecuador. Por ello el agroturismo o turismo rural comunitario puede convertirse en una estrategia de desarrollo, que permita la participación con la comunidad, en cuanto a la actividad turística, y de esta manera generar ingresos y a su vez que aportan con la conservación del ambiente, el rescate y conservación de su propia identidad cultural y natural.

Además se ha investigado el trabajo de (Olmedo, 2013) quienes realizaron el “Plan de turismo comunitario para la parroquia Lago San Pedro, Cantón Joya de los Sachas, Provincia de Orellana” para el cual tuvo como objetivo establecer acciones, estrategias, actividades y responsables para fortalecer las actividades turísticas cuya finalidad fue realizar un estudio de mercado de turismo comunitario en la parroquia.

En el desarrollo del mismo se toma en cuenta la búsqueda y análisis de información para su respectivo proceso de elaboración del plan de turismo comunitario mediante la matriz FODA, que permitió realizar un diagnóstico del ámbito interno y externo del sector turístico de la zona.

Su conclusión fue la elaboración diseñar un plan de turismo comunitario que proporcione a la industria turística y las herramientas mercadológicas necesarias para impulsar el desarrollo en la parroquia, ya que éste busca incrementar la actividad turística a nivel interno, con el objeto que esta rama contribuya aún más en la economía.

En este capítulo se plantea la creación de un centro de turismo comunitario donde se ofrezcan servicios y practicar actividades turísticas en la parroquia y los beneficiarios sean las comunidades de la parroquia Lago San Pedro, siempre preservando el estado natural de los atractivos turísticos.

Otro trabajo realizado por (Morejón, 2017) quien realizó “Diseño de un producto turístico de la parroquia Lago San Pedro, Cantón La Joya de los Sachas, Provincia de Orellana” en este trabajo destacó varios temas como el levantamiento

de atractivos turísticos, un estudio de mercado, técnico productivo, ambiental y financiero.

En su estructura del trabajo de investigación se desarrolla un inventario de los atractivos turísticos y análisis del estudio de mercado, que le permitió conocer los gustos y preferencias de los turistas, al visitar la parroquia de Lago San Pedro, el cual facilitó la realización de diseñar dos paquetes turísticos enfocado a sus necesidades, los mismos que fueron promocionados por medio de internet.

Cabe señalar en el trabajo de investigación, determinó las facilidades turísticas para mejorar la implementación de servicios turísticos en cuanto al centro de interpretación cultural, senderos, señalización, entre otros. Además se estableció estrategias para mitigar el impacto ambiental en el sector.

En el trabajo de investigación realizado por (Ramírez, 2017) quien realizó un “Estudio de factibilidad para la implementación de una finca agroturística en la comunidad 24 de Julio, Parroquia San Sebastián del Coca, Provincia de Orellana” para el cual determinó varios aspectos relevantes tales como, evaluación del potencial turístico, estudio del impacto ambiental, identificación de la viabilidad técnica, financiera y administrativo legal.

En el desarrollo del trabajo de investigación se toma en cuenta el diagnóstico situacional de la empresa, cuya finalidad fue identificar las oportunidades de mejoramiento y las necesidades de fortalecimiento para facilitar el desarrollo de la estrategia general de la empresa. Cabe acotar que realizó un estudio de mercado que permitió la obtención, el registro y el análisis de los hechos relacionados con la transparencia y la venta de bienes y servicios del fabricante del consumidor.

En su conclusión se determinó el estudio de potencialidades turísticas del cantón Joya de los Sachas, que cuenta con atractivos naturales y culturales, que conjuntamente con un adecuado desarrollo de proyectos turísticos se consolidaría en un lugar que satisfaga plenamente las tendencias actuales del turista. Según el estudio el estudio de mercado el proyecto para la creación de una finca agroturística tiene una alta aceptación puesto que existe un 95% de los turistas nacionales y el 99% de los turistas extranjeros quienes manifestaron que les gustaría conocer y visitar el lugar.

A continuación se definirán conceptos de interés turístico, para una adecuada comprensión sobre la investigación del presente trabajo:

1.2 Turismo

Según la Organización Mundial de Turismo:

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (Organización Mundial del Turismo, s/f)

Por otro lado según el autor (Hunziker, 2017) define al turismo como “el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas”.

El turismo nos da la idea general de la importancia que tiene el turismo a nivel mundial, que se ha convertido en uno de los sectores económicos con mayor crecimiento y su evolución en las últimas décadas. La misma que se considera como una actividad recreativa, cuyo desplazamiento de las personas es de manera temporal ya sea por motivos personales o de negocios. Lo que concierne que los turistas están motivados por una serie de productos y servicios turísticos con el objetivo de satisfacer sus necesidades.

En los últimos años ha sido más evidente en todo el mundo el incremento de visitantes, sean turistas o excursionistas.

Considerando las llegadas de turistas internacionales en el mundo crecieron un 4.7% en el 2014 hasta alcanzar los 1.138 millones. La región de Europa contabilizó el 52% de llegadas, Asia y El Pacífico 23% y las Américas el 16%, entre otras regiones que registran porcentajes menores. Los ingresos por turismo internacional sumaron 1 billón 75 mil millones de dólares contribuyendo al 9% del PIB mundial. De acuerdo a la estrategia nacional de cambio de la matriz productiva del Ecuador, el turismo se establece como sector productivo priorizado, sin embargo es evidente que el desafío para el empresario ecuatoriano ha sido apostar por el desarrollo del conocimiento y la innovación, por lo que es necesario crear nuevos productos y servicios que generen demanda a nivel mundial.

En el caso del Ecuador, el Ministerio de Turismo informó que, “más de 1.128.000 turistas arribaron durante el año 2011, lo que representa un aumento del 8,09% sobre el año 2010 cuando llegaron 1.044.000 visitantes al país”. (Rodas, 2015)

1.2.1 El turismo sostenible

Según el autor (Jiménez, 2010) nos menciona que:

El turismo sostenible se concibe sí como un modelo de desarrollo con énfasis en la economía, pero que al mismo tiempo está basado en la cultura local, recursos naturales y patrimonio cultural, siendo responsabilidad de la gente receptora de turismo y el turista, quienes son los pilares importantes para el desarrollo del turismo en un lugar con vocación turística, en primer término, los empresarios y la administración pública en sus tres niveles, en segundo término, y todos en conjunto trabajar para formular planes estratégicos bajo un enfoque de desarrollo turístico sostenible, priorizando la creación de códigos de ética o conducta, para cada actor involucrado, tomando en cuenta los intereses en particular de cada uno, así como el segmento de mercado y condiciones del destino turístico al que se aplicará la sostenibilidad el turismo sostenible ha pasado por una evolución en cuanto a su conceptualización, sin dejar de lado las tres esferas básicas de la sostenibilidad.

La sostenibilidad económica, ya que al ser un destino con vocación turística se convierte en un producto, con características rentables y viables hacia el futuro, para que todos cuanto dependan de él siga aprovechándose del mismo, al tiempo que lo preserva y cuida, así mantener una economía más consolidada, aportando un desarrollo económico duradero a la comunidad involucrada.

La sostenibilidad ambiental, este aspecto fomenta la conservación y cuidado del entorno natural, para que el entorno natural no sufra daños irreversibles, que lleven a deteriorar el destino y productos turísticos para la actividad, trayendo como consecuencia el desequilibrio económico de una comunidad dedicada a esta actividad.

La sostenibilidad social-cultural, estos dos aspectos son importantes para desarrollar el turismo puesto que los actores involucrados en turismo deberán aportar sus ideas más alentadoras para hacer de la actividad turística algo duradero, y sobre todo, rentable sin descuidar aspectos fundamentales como el ambiente y la cultura, favoreciendo el acercamiento entre los turistas y la cultura existente en el destino turístico, esto en el marco armonioso de intercambio cultural , donde los habitantes enseñen sus usos y costumbres al turista, por su parte el turista para no

impactar de manera negativa solo se llevará la experiencia de conocimiento y retribución económica a los habitantes, impulsando en las comunidades, culturalmente hablando sus valores, costumbres. (Jiménez, 2010)

El turismo actualmente se convierte en un pilar importante de la economía de los países que tienen vocación turística, así como de su propio desarrollo humano y de la sociedad, por lo integra los aspectos sociales, económicos y ambientales donde impacta directamente y así proponer nuevas alternativas de hacer turismo.

El Ecuador promueve el Turismo Consciente como una forma de turismo diferenciadora que le permita beneficiarse de los Mundos de Ecuador: Galápagos, Costa, Sierra y Amazonía.

Se trata de una oferta turística centrada en distintos productos, desplegada en PLANDETUR2020 Ecuador y que se enfoca en 11 líneas de turismo: Circuitos generales, Sol y playa, Turismo Comunitario, Turismo Cultural, Parques Temáticos, Ecoturismo y turismo de naturaleza, Turismo de deportes y aventura, Turismo de salud, Agroturismo, Turismo de convenciones y congresos y Turismo de Cruceros (Castillo, 2015).

Según Ministerio de Turismo de Ecuador nos menciona que:

Se enfoca en el concepto de “Amar la vida”, que se define como, una experiencia de vida transformadora que genera un crecimiento personal que nos convierte en mejores seres humanos. Este nuevo concepto se sustenta en los principios de sostenibilidad y ética y promueve los volcanes de la paz, la amistad, el respeto y amor a la vida como esencia de la práctica turística. Constituye un pacto de convivencia, responsabilidad, respeto mutuo y comunión entre los agentes turísticos de las comunidades emisoras y receptoras, el turista y el patrimonio natural y cultural. El Turismo Consciente es un concepto vivo, dinámico y en constante construcción. Es una experiencia de dar y recibir. Bajo la propuesta ecuatoriana, es necesario señalar que uno de los grandes retos que tienen los expertos e investigadores del sector turismo, es lograr cuantificar las definiciones de las formas de turismo que se han desarrollado y propuesto, a continuación se presenta los productos turísticos (Ecuador, Ministerio de Turismo , 2018).

Tabla 1 Productos turísticos

PRODUCTO	VARIANTES	PRODUCTO	VARIANTES
Circuitos generales	Circuitos generales	Ecoturismo y turismo de naturaleza	Parques nacionales
Sol y playa	Sol y playa		Reservas y bosques privados
Turismo Comunitario	Turismo Comunitario		Ríos, lagos, lagunas y cascadas
			Observación de flora y fauna
Turismo cultural	Patrimonios naturales y culturales	Turismo de deportes y aventura	Deportes terrestres
	Mercados y artesanías		Deportes fluviales
	Gastronomía		Deportes aéreos
	Shamanismo		Deportes acuáticos
	Fiestas populares	Turismo de salud	Termalismo
	Turismo religioso		Medicina ancestral
	Turismo urbano		SPA's
	Turismo arqueológico	Agroturismo	Haciendas, fincas y plantaciones
	CAVE, científico, académico, voluntario y educativo	Turismo de convenciones y congresos	Reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones
Haciendas históricas			
Parques temáticos	Parques temáticos	Turismo de cruceros	Cruceros

Fuente: (Ecuador, Ministerio de Turismo , 2018)

Realizado por: Karina Grefa

1.3 Agroturismo

De acuerdo al PLANDETUR 2020, “es la hospitalidad que bajo pago es ofrecida por las empresas agrarias individuales, para esta línea de producto, se relacionó las siguientes variantes de producto tales como haciendas, fincas y plantaciones” (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2007).

Por otra parte según el autor (Barrera, 2010) afirma que:

El agroturismo es aquella actividad turística realizada en el espacio rural, compuesto por una oferta integrada de ocio dirigida a una demanda cuya motivación incluye el contacto respetuoso con el entorno natural y una interrelación con la población local.

El turismo rural es posible porque:

- Existen muchas localidades rurales que poseen atractivos para el turista.
- Se realiza sin dejar de lado las laborales habituales del campo.
- En el mundo entero está creciendo la cantidad de turistas que se interesan por la vida rural. Genera otras alternativas de trabajo para la familia campesina y, en especial, para el joven y la mujer rural.
- Las nuevas alternativas de trabajo disminuyen el abandono del lugar de origen.

También se caracteriza por la autenticidad, en la medida que se pierde la misma el producto tiende a desvalorizarse. Naturalmente la autenticidad está reñida en éste caso con la masividad. Es un turismo: de iniciativa local, de gestión local, con efectos locales, marcado por los paisajes locales, que valoriza la cultura local (Barrera, 2010).

Por otro lado el Ministerio de Turismo menciona que el agroturismo:

Es aquel que basa sus actividades en el medio fuera de los núcleos urbanos. Es un tipo de turismo que por sus características, tiene una gran cantidad de variantes para diferentes tipos de mercados, pero con el factor común de participar en actividades relacionadas directamente con la naturaleza.

El mundo rural puede convertirse en una fuente inagotable de recursos económicos y, al mismo tiempo, en un medio para rescatar tradiciones, historias, leyendas y diversas manifestaciones que están ligadas con el folklore de cada grupo humano.

En años recientes, las personas del medio urbano buscan zonas donde se puedan realizar diversas actividades que estén en contacto con la naturaleza y que tengan un componente ambiental o ecológico muy fuerte, además que permita el aprendizaje y el intercambio cultural. El turismo rural bien definido, entendido y manejado, debe poseer todas estas características.

El desarrollo acelerado del agroturismo ha traído consigo el surgimiento de diversas expresiones, que no en todos los casos corresponden a la manifestación de los principios de un turismo sustentable. A continuación se presentan las principales razones del incremento de la demanda por agroturismo:

- Valoración del medio ambiente,
- Insatisfacción por el turismo tradicional, aumento de la promoción de las áreas rurales,
- Mejoras en los accesos a las zonas rurales, diversidad de actividades alternativas a la congestión del mundo urbano,
- El interés de los agricultores por incrementar y diversificar sus ingresos,
- La búsqueda de modalidades de turismo activo donde el viajero sea el protagonista de las aventuras y no un mero espectador pasivo. (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2009)

Ante el análisis de varios autores en la conceptualización podemos concluir que el agroturismo es una alternativa de un turismo rural que busca satisfacer a los visitantes ofreciendo sitios turísticos tranquilos y disfrutar de la belleza natural, al mismo tiempo tener una experiencia diferente que les permita llevar a cabo actividades propias de sus habitantes integrándose en un entorno familiar y natural.

Caracterización del agroturismo

Según el autor (Brito, 2010) nos menciona la caracterización del agroturismo:

Para que la estadía en un establecimiento agropecuario pueda ser catalogada como agroturismo, se requiere cierta convivencia entre el productor rural, la familia y los turistas, y compartir las actividades de la finca o hacienda tales como:

- Están ubicados en espacios rurales.
- Son alojamientos de pequeña capacidad, con poco número de camas.
- La agricultura y la ganadería, los talleres artesanales, las actividades al aire libre, el deporte, la gastronomía popular y sus técnicas, son parte inseparable del agroturismo.
- Los turistas tienen una participación activa en los diversos eventos que se planean, y participan en las labores agrícolas, pecuarias, artesanales, etc.
- Se prestan los servicios básicos de hospedaje.
- Atienden un reducido número de turistas.
- La familia participa activamente en la prestación del servicio a los turistas y comparte con ellos las diversas actividades que se ofrecen.
- Contribuyen a la conservación y conocimiento del patrimonio (historia, arquitectura, usos y costumbres, herramientas utilizadas en el campo, utensilios, etc.).
- Al ser verdaderas explotaciones agropecuarias se mantienen abiertos todo el año.
- Constituyen una actividad complementaria que proporciona un ingreso adicional al generado por las labores propias de la explotación.
- Es una actividad beneficiosa para recuperar el medio rural y evitar el éxodo del campo a la ciudad, pues se generan ingresos y empleos.

Ventajas de desarrollar el agroturismo

Según la autora (Quispe, 2012) nos detalla algunas ventajas de desarrollar el agroturismo:

- Es necesario fortalecer la eficiencia agropecuaria, agroindustrial y agro turística para elevar el nivel de vida, mejorar la balanza comercial, incrementar el producto interno bruto, estimular el crédito y la inversión, además de contribuir eficazmente en la solución de los problemas de desempleo, inflación, impacto ambiental y seguridad alimentaria.
- Es importante tener en cuenta que América Latina en general dispone de condiciones naturales muy apropiadas para este tipo de emprendimientos, pero también es conveniente resaltar que no solamente condiciones específicas como las que se cuentan de manera natural son propicias para este tipo de inversión. También existen otros lugares, que deben ser identificados, como las mismas fincas de los agricultores que transformándose en empresas o microempresas agropecuarias integrales tecnificadas, sanas y productivas sean también atractivos turísticos y culturales.
- En algunos casos, visitas técnicas a predios rurales para realizar un diagnóstico se convierten en el descubrimiento de un sitio con potencial Agroturístico. A partir de la información proporcionada por el diagnóstico se formula el proyecto y se emprende un nuevo rumbo económico agregado a las demás actividades de la finca o hacienda.

1.4 Producto Turístico

Para su definición el producto turístico según el autor (Colina, 2007) nos menciona que:

Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista, es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.” Todos estos elementos que conforman el producto turístico se resumen en tres: recursos turísticos, infraestructuras, y empresas y servicios turísticos. Los recursos turísticos pueden ser relacionados con la naturaleza, con la historia, o con la cultura viva del destino turístico.

Características de los servicios y productos turísticos. Los servicios y productos del sector turístico presentan algunas características diferentes a los productos del

sector industrial, los cuales deben ser tenidos en cuenta a la hora de su comercialización.

Algunas de esas características son:

- El servicio turístico es intangible.
- La experiencia turística no se puede transferir.
- El servicio no puede probarse, por tanto corre el riesgo de clientes insatisfechos.
- El producto no vendido, se ha perdido.
- El servicio produce un derecho de uso sin transferir la propiedad.
- El cliente es quien acude a la compra.
- El contacto con el cliente en la mayoría de los casos suele ser directo.
- El cliente participa en la producción.
- Peculiaridades de los servicios y productos turísticos deportivos.

Por otro lado en la (Organización Mundial del Turismo, s/f) el diseño de un producto turístico está basado en conceptos como patrimonio, recursos y destino.

El patrimonio turístico es el conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del viajero (por ejemplo, una playa, una montaña, etc.). El recurso turístico son los bienes y servicios que hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda (infraestructuras de acceso a la playa, señalización de un parque natural en una montaña).

El destino es un espacio físico que incluye productos turísticos, atracciones e industria soporte, así como recursos turísticos.

Los productos turísticos se componen de unos servicios básicos (alojamiento y alimentación) y unos servicios complementarios, que aportan carácter y calidad. Además, los productos de turismo necesitan un buen estado de conservación de los recursos naturales, alojamientos integrados en el entorno, comercios donde encontrar artesanía y productos de la tierra, restauración basada en la gastronomía local, servicios de actividades complementarias y una adecuada señalización.

En el proyecto realizado por el (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2014) denominado: programa nacional para la excelencia turística, “es un modelo de la innovación de productos turísticos que puede implementarse en el mismo servicio, proceso, mercado u organización. Por ende implica el desarrollo de métodos de producción o introduciendo los nuevos productos o servicios en el mercado”.

En la actualidad existe una gran diversidad de productos turísticos, cada uno proporciona diferentes experiencias que a su vez responden a diferentes necesidades de ocio y preferencias, así como el agroturismo.

Por su parte la (Ecuador, Congreso Nacional, 2002) en el Art. 12 nos menciona:

Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos.

Según el autor (Pérez, 2015) nos afirma que el producto turístico es:

La combinación de prestaciones y elementos tangibles y no tangibles ofrecidos para satisfacer las expectativas de los turistas. Se distinguen dos niveles:

- Producto turístico global o integral: Está formado por los atractivos de la zona, sus infraestructuras, etc. Una de las características fundamentales de este producto es que debido a su complejidad no existe un único responsable, pues están implicados tanto el sector público como el privado.
- Producto turístico a nivel empresarial: Es el conjunto de componentes ofrecido por las distintas empresas turísticas a sus clientes. Aquí la concesión del producto es mayor, por lo que nos permite un mayor estudio del mismo.

1.4.1 Diseño de un producto turístico

Según la autora (Díaz, 2015) menciona que:

El diseño de un producto turístico implica desempeñar con destreza unas funciones de comercialización y organización y manejar con conocimiento técnicas de evaluación de recursos y planificación de actuaciones concretas, de analizar el potencial turístico que poseen las diferentes zonas territoriales mediante técnicas de evaluación de recursos e identificación de características y ventajas comparativas de los mismos; asimismo, se estudia cómo determinar la oportunidad de creación,

modificación o eliminación de un servicio turístico y se detallan las formas de relación de los diferentes recursos.

Según el (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2009) en el Art. 4 de la ley de turismo nos menciona que:

La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Para el desarrollo de producto turístico el autor (Fernández, 2006) nos detalla aspectos relevantes como:

¿En qué consiste realizar un diseño de un producto?

Es un ejercicio al cual se convoca a los agentes del desarrollo turístico del destino con el fin de crear conciencia acerca de qué tan preparado está el clúster para competir con productos exitosos. Se trata de hacer una radiografía antes de emprender las acciones dirigidas a que los turoperadores (por lo general, externos al destino) evalúen las condiciones existentes y estructuren los paquetes turísticos. El diseño del producto se hace de manera genérica (en función del destino); no sustituye el papel del operador privado quien, de todas maneras, debe hacer su propio proceso de investigación (evaluando la calidad de las ofertas contrastándolas con lo que la demanda le exige), las articula a su manera (paquetes con ofertas específicas, costos determinados) y las pone en el mercado.

¿Quiénes participan?

Es un ejercicio al cual se convocan empresarios, autoridades, comunidad en general en tanto que es importante contar con diversas opiniones que permitan crear conciencia de la importancia del tema para el destino.

¿Para qué sirve?

El diseño del producto refuerza la conciencia en los diversos actores locales (gobierno, empresarios, comunidad, diversas organizaciones) sobre la necesidad de fortalecer las alianzas estratégicas de tal manera que el destino actúe como cadena productiva (al interior del sector y en conexión con otras actividades económicas); fortalece la capacidad de negociación de los prestadores locales frente a los operadores; facilita la labor del operador en tanto que dispone de información aprovechable para la elaboración de paquetes.

1.5 Producto Agroturístico

Se define como el aprovechamiento del patrimonio agropecuario y agroindustrial de un determinado lugar para ofrecer a los turistas bienes y servicios. Por ende el diseño de un producto de agroturismo es una alternativa para realizar actividades turísticas que se desarrolla en áreas rurales con familias, cooperativas, asociaciones de desarrollo comunal, grupos étnicos u organizaciones de tipo colectivo que manejan la actividad turística planificando, gestionando el cuidado de los recursos naturales, y culturales que sirven de atractivo turístico en el sector. Cabe acotar que es de gran beneficio para la comunidad.

1.6 Productos de Agroturismo en Ecuador

Según el autor (Párraga, 2016), nos menciona del agroturismo en Ecuador:

La agricultura en el Ecuador mantiene un efecto positivo desde sus inicios, generando beneficios a través del aprovechamiento de la riqueza natural de los suelos, sin embargo en áreas rurales ha conllevado al incremento de índices de pobreza, lo que ha ocasionado que los agricultores abandonen sus tierras para radicarse en las ciudades, obteniendo nuevas oportunidades de trabajo.

El agroturismo se perfila como un tipo de actividad turística:

Que ofrece al visitante la posibilidad de conocer aspectos de la cultura local y de aprender prácticas tradicionales de cultivos, cosechas y procesamiento de productos agropecuarios, forestales y pesqueros, además de la artesanía. De esta manera ofrecer al visitante la posibilidad de permanecer por uno o varios días en fincas

donde no solo descansa y disfruta del paisaje rural, sino que se involucra con la forma de vida del productor y de su familia. Por otra parte el agroturismo se constituye en una opción de diversificación de las actividades agrícolas y agroindustriales con lo cual se benefician no solo los propietarios de esos emprendimientos sino también otros pobladores rurales que por este medio tienen nuevas fuentes de empleo e ingresos y argumentos adicionales para permanecer en los espacios rurales en los que han nacido y se han criado. (Freire, 2016)

El ministerio de turismo de Ecuador, a nivel nacional se han realizado propuestas que incluyen el desarrollo del agroturismo:

Un ejemplo es el proyecto denominado “Formación de una Red de Agroturismo de las provincias de Guayas y Los Ríos” realizado en el año 2009 por el Ministerio de Turismo y la consultora ambiental Sámbo S.A. (Soluciones Ambientales Totales), en el cual incluyen datos relevantes, planes estratégicos y planes de acción de acuerdo a cada sector. Cuyo objetivo consiste en generar una oferta turística sostenible, y como base temática e uso del recurso agropecuario de Guayas y Los Ríos, para crear productos turísticos con valor agregado e incorporarlos en la actividad turística mediante un proceso participativo fortaleciendo el encadenamiento productivo y fomentando la asociatividad.

Se considera que es un modelo de referencia para el desarrollo de diseñar un producto de agroturismo, el cual es una modalidad turística en áreas agropecuarias, que proporciona el contacto directo con la naturaleza, mediante actividades agrarias tradicionales, con el fin de motivar la participación de los productores, para su respectivo desarrollo y crecimiento agroturístico, de esta manera beneficiar a los integrantes de comunidades locales.

Si bien es cierto, esta es una tendencia que con el paso del tiempo ha tomado una importancia, porque permite impulsar el intercambio cultural en las comunidades, tales motivos que incentivan a realizar un viaje, de tal manera exista el deseo de volver a consumir el producto o servicio. (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2009)

1.7 Agroturismo en Francisco de Orellana

Según el autor (Jijón, 2018) nos menciona que:

En la Amazonía ecuatoriana, como lo es en la Provincia de Orellana, se perfila como uno de los mejores destinos del país para el turismo de aventura y conservación. La ciudad está bañada por los ríos Payamino, Coca y Napo. Cuenta

con un sistema turístico en desarrollo que recibe a miles de visitantes, nacionales y extranjeros, que llegan atraídos por su vegetación, que en algunas zonas, se mantiene virgen, Francisco de Orellana conjuga varias aristas para ser exitoso en el ámbito turístico como son: es el contacto directo con la vida rural, las tradiciones, la gastronomía, riqueza cultural; es el disfrute de la naturaleza, los paisajes, la conversación con los sabios campesinos, el conocimiento histórico del lugar, siempre con la participación y observación del turista nacional o extranjero, lo que conlleva a un atractivo turístico propicio el agroturismo.

La alcaldesa de la ciudad, Ana Rivas, que lleva 12 años como autoridad municipal, comenta que viene trabajando en el fortalecimiento del el ecoturismo y agroturismo para reactivar la economía del sitio que hasta hace poco vivió fundamentalmente gracias a los ingresos de la actividad petrolera.

Los líderes agropecuarios de Francisco de Orellana conjuntamente con el GAD reconocer que el turismo es uno de los rubros más importantes en la economía de un país y hacer conciencia de que ahora es una actividad complementaria que ayuda a la economía, pero que puede convertirse en actividad principal de la economía de los gremios agropecuarios y del país entero. (Jijón, 2018)

Por otra parte el Ministerio de agricultura y ganadería impulsa nuevas formas de comercio en Orellana:

Así como las ventas a pie de finca, ferias, canastas, compras públicas, exportación campesina, abastecimiento a restaurantes, y agroturismo, son algunas de las formas de comercio que tienen las asociaciones de productores de la provincia de Orellana. Estas formas de comercio forman parte de los Circuitos Alternativos de Comercialización (CIALCO), sistema que el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) busca consolidarlo a través de la asesoría profesional de su Coordinación Zonal 2.

Según Silvana Carrillo, directora Zonal 2 de Redes Comerciales, es necesario brindar capacitaciones a técnicos y agricultores en las áreas de servicio al cliente, fortalecimiento comercial organizativo, y redes de comercio porque existe gran demanda de producción artesanal en esta provincia, que sería un incentivo para que los mismos productores busquen nuevos mercados. (Ecuador, Mnisterio de agricultura y ganadería, 2018)

El estudio estadístico realizado por el Ministerio de Turismo en la Amazonía, arrojó los siguientes resultados:

Tabla 2 Visitantes nacionales y extranjeros en la amazonia

	TOTAL EXTRANJEROS	TOTAL NACIONALES
Sucumbíos	7.666	19.714
Orellana	12.704	15.527
Napo	31.449	49.189
Pastaza	24.696	43.905
Morona Santiago	7.013	24.865
Zamora Chinchipe	2.244	16.453
Total Amazonía	85.772	169.653
RBY	7.363	

Fuente: (Ecuador, Congreso Nacional, 2002)

El total de visitantes a la Amazonía es de 255.424, siendo el mayor porcentaje de visitantes nacionales con el 66.64%, y el 33.58% extranjeros de los cuales el 8.6% visitaron específicamente la Reserva de Biosfera Yasuní.

Tabla 3 Tiempo de viaje promedio

	VIAJE TOTAL	ECUADOR	AMAZONÍA	PORCENTAJE DEL TIEMPO DE VIAJE
Sucumbíos	25	11	5	45%
Orellana	22	14	7	50%
Napo	31	18	4	22%
Pastaza	24	17	4	24%
Morona Santiago	30	20	3	15%
Zamora Chinchipe	32	22	3	14%
Total Amazonía	27	17	4	25%
RBY	18	13	5	38%

Fuente: (Ecuador, Congreso Nacional, 2002)

“El promedio del tiempo de viaje en Ecuador es de 17 días, de los cuales 4 días se utilizan para visitar la Amazonía lo que corresponde al 22%, siendo los destinos más visitados Orellana, Sucumbíos y la Reserva de Biosfera Yasuní (RBY)”. (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Orellana, 2015)

1.8 Potencial agroturístico en la parroquia Lago San Pedro

La Parroquia Lago San Pedro cuenta con un gran potencial agroturístico según lo que menciona el comercio (La Hora, 2018):

Al respecto, las parroquias rurales de Orellana cuentan verdaderos sitios eco turístico de un gran valor natural, como por ejemplo los existentes en la Parroquia Lago San Pedro. El sector se encuentra en las llanuras amazónicas, lugar donde predomina el bosque húmedo tropical y alberga una diversidad de flora y fauna silvestres, junto a otros sitios naturales que promocionan los principales atractivos turísticos, su cultura, costumbres, tradiciones, gastronomía y su naturaleza. Su entorno y sus ríos son aptos para realizar trekking (caminata por senderos), canotaje (actividad que se realiza en los lagos).

Según en el plan de ordenamiento territorial rural Lago San Pedro nos mencionan que, actualmente el sector ha tenido un incremento en el ámbito de turismo, por poseer recursos turísticos tales como ríos, cascadas, lagos y lagunas. Por ende, cuenta con fácil acceso hacia los destinos turísticos.

Cabe acotar que la parroquia Lago San Pedro cuenta con un total de 16 instituciones sociales, las cuales 4 asociaciones están dedicadas a la agricultura, ganadería y el turismo, por lo tanto están relacionadas con el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, Dirección Provincial de Bienestar Social de Orellana y Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador. Considerando un eje principal para la actividad agroturística como el cultivo de productos agrícolas en combinación con la cría de animales, por lo que la actividad se puede desarrollar con mayores ventajas que en otras zonas debido a sus suelos y terrenos en el sector. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Lago San Pedro, 2014)

1.9 Sistema Turístico

Según la autora (Varisco, 2014) nos menciona que:

Presenta como facilitador de una comprensión global de la actividad que ha sido utilizado de manera recurrente para describir la actividad turística porque permite analizar su complejidad y superar las visiones reduccionistas que definen el turismo desde una perspectiva única, ya sea económica o social. Considerar el conjunto de elementos que componen el turismo como un todo interrelacionado y su referencia

espacial en destinos concretos, permite describir los aspectos más relevantes de la oferta y demanda turística.

La idea principal de este autor expone que el sistema turístico se puede definir como el conjunto de elementos que interactúan entre sí para cumplir un objetivo en común en el ámbito turístico.

1.10 Oferta turística

Según el autor (Rodríguez, 2013) nos menciona que:

Oferta turística es el conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural, que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición de los públicos en un mercado competitivo. Sin embargo, resulta muy conveniente reconocer las características de la oferta turística:

- a. La producción de servicios se realiza en un lugar geográficamente determinado y no pueden ser transportados. Los consumidores deben trasladarse a los lugares donde se producen estos servicios.
- b. Los recursos turísticos están por atractivos naturales y culturales que no prestan utilidad en el mercado si no son puestos en valor y explotados.
- c. Los recursos turísticos naturales son inagotables, es decir, no se consumen al ser bien explotados. Por ejemplo: nieve, playas, desiertos, etc., los cuales pueden sufrir deterioros al no ser protegidos adecuadamente.

En conclusión la oferta turística es el conjunto de bienes, productos y servicios, estos pueden ser de recursos e infraestructuras turísticas naturales situados en un determinado lugar, y que estén disponibles en el mercado para ser utilizados o consumidos por los turistas, de tal manera exista una competencia incrementada entre los destinos turísticos.

La oferta turística está integrada por elementos muy importantes:

-  Atractivo Turístico
-  Patrimonio Turístico
-  Los Recursos Turísticos
-  La Planta Turística
-  Equipamiento Turístico
-  La Infraestructura Turística

Cabe acotar que la oferta turística, nos facilita la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los visitantes, en esta condición se entiende por cualquier establecimiento en donde el cliente o usuario son principalmente el turista.

1.10.1 Atractivo Turístico

El concepto de atractivo turístico según (Turismo en Perú, 2017) se define como:

El conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico.

Desde mi punto de vista el atractivo turístico nos da una idea general, que es un conjunto de elementos tangibles e intangibles que por sus características propias generan un desplazamiento turístico y puntos de interés para los turistas que llaman su atención y atrae a los viajeros.

1.10.2 Patrimonio Turístico

Para (Rodríguez, 2013) define patrimonio turístico:

Conjunto de recursos naturales y obras creadas por el hombre, que estimulan el deseo de viaje y satisfacen las necesidades que de éste se originan. Es la disponibilidad mediante e inmediata de los elementos turísticos con que cuenta un país o una región en un momento determinado. El patrimonio es igual a la suma de los atractivos más la planta e instalaciones turísticas a las que se puede agregar la infraestructura.

Otro aspecto el patrimonio turístico, es el conjunto de bienes, naturales y culturales, materiales e intangibles, a disposición del hombre, que actúan como atractivos y promueven el desplazamiento de viajeros para su conocimiento y disfrute.

1.10.3 Los Recursos Turísticos

“Son aquellos que dependen fundamentalmente, de la existencia de recursos naturales y culturales, así como de actividades recreativas suficientemente interesantes que tienen capacidad propia para atraer la visita de turistas nacionales y/o extranjeros a un lugar determinad” (Camara, 2014).

Si bien es cierto, los recursos turísticos son la base del desarrollo del agroturismo y, en función de su atractivo natural o cultural, pueden tener una gran influencia en la elección del destino.

Por lo tanto los recursos turísticos de un sitio son aquellos que hacen de un lugar la diferencia sobre otro sitio. Es decir que cada sitio turístico cuenta con recursos pero es su característica más destacada los que hacen la diferencia y vuelven un sitio en algo más interesante creando así una mayor demanda.

1.10.4 La Planta Turística

Según el autor (Ludeña, 2012) nos explica que la “planta turística está formada por todas las instalaciones y el equipo de producción de bienes y servicios que satisfacen lo que requiere el turista, tales como el transporte, alojamiento, alimentación, recreación y servicios de apoyo”.

La planta turística da pie a un importante proceso productivo a través de la comunicación de bienes y servicios que se les ofrece a los turistas, con el fin de satisfacer sus necesidades, tales como: alojamiento, alimentación, esparcimiento, otros servicios de lo que requiere el turista en su desplazamiento y estancia en el destino elegido.

1.10.5 Equipamiento Turístico

Para la definición de equipamiento turístico el autor (Dougiamas, 2008) define que “son los establecimientos dedicados a prestar los servicios básicos, como son el alojamiento y la alimentación, información y secundarios como los de esparcimiento y otros que se vinculan directamente con el desarrollo de las actividades turísticas”.

Por ende el equipamiento turístico es el eje de funcionamiento de la actividad turística moderna, la cual está constituida por empresas o instalaciones que producen un conjunto de servicios de primera necesidad para el turista, tales como hoteles, restaurantes, transporte turístico, agencias de viajes, etc.

1.10.6 La Infraestructura Turística

El autor (Rubín, 2015) define que:

Es un conjunto de instalaciones e instituciones que constituyen la base material y organizacional para el desarrollo del turismo. Está conformada por servicios básicos,

sistema vial, transportes, alojamiento, gastronomía, servicios para actividades culturales y lúdicas, red de comercios, servicios de protección al turista y otros. La infraestructura turística de un país está conformada por los elementos interconectados que permitan a los turistas llegar, permanecer y disfrutar del atractivo turístico de su destino, haciendo que su viaje sea placentero, entre los cuales están:

- Servicios básicos: suministro de agua, electricidad, telecomunicaciones, recolección de desechos, salud e higiene, seguridad y protección.
- Sistema vial: autopistas, carreteras, caminos y senderos.
- Transporte: aeropuertos, puertos marítimos, embarcaciones fluviales, redes ferroviarias, autobuses, taxis.
- Alojamiento: hoteles, posadas, apartamentos, campamentos.
- Gastronomía: restaurantes, establecimientos de comida rápida, tabernas, cafés.
- Servicios para actividades culturales: arte y entretenimiento, museos, reservas naturales, parques zoológicos.
- Servicios para actividades deportivas y recreativas: alquiler de artículos deportivos y recreativos, salas de juego y apuestas, parques de atracciones, campos de golf, canchas deportivas, buceo, esquí.
- Otros servicios: información al turista, alquiler de equipos y vehículos, servicios bancarios.
- Red de tiendas y comercios en general.
- Servicios de seguridad/protección al turista.

La infraestructura turística hace posible que el turismo se desarrolle, de tal manera que el turista se sienta satisfecho, seguro y cómodo tanto con las instalaciones como con los servicios requeridos.

1.10.7 Los Servicios Complementarios

Para su definición el autor (Rodríguez, 2013) nos explica que:

Los servicios complementarios constituyen prestaciones que directamente pueden ofrecerse al turista ya sea de manera individual o pueden estar incluidos dentro de un paquete turístico, esto va a depender de los fines y objetivos que haya tenido el turista para viajar.

Los servicios complementarios que componen toda oferta turística moderna son:

- Servicios de comunicación
- Servicios de correos
- Servicios de información turística
- Alojamiento para turistas
- El comercio de productos para turistas.

Los servicios complementarios son las prestaciones de productos y servicios, que dan lugar según la satisfacción y necesidades de los turistas, con la finalidad que se sientan en un ambiente cómodo y agradable.

1.11 Demanda turística

Según el autor (Socateli, 2015) define como demanda turística

Conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje, sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que les animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar. La demanda turística comprende un grupo heterogéneo de personas con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias, que influenciadas por sus intereses y necesidades particulares, desean, pueden y están dispuestos a disfrutar de las facilidades, atractivos, actividades, bienes o servicios turísticos, que está directamente relacionada con la toma de decisiones que los individuos realizan en la planificación de sus actividades de ocio, cuando se trata de viajes de recreación y familiares o bien de sus ocupaciones profesionales, cuando se trata de viajes de negocios.

La demanda turística se divide en:

Demanda turística potencial: Es aquel grupo de personas que tiene todas las características necesarias para consumir o comprar un servicio o producto turístico, pero aún no lo han consumido o comprado.

Demanda turística actual o real: Es aquel grupo de personas que consumen o compran un servicio o producto turístico.

Se puede concluir en cuanto a la demanda turística es el conjunto de personas que se presentan de forma individual o colectiva que buscan satisfacer sus necesidades y actividades a desarrollarse durante su viaje, ofreciendo determinados productos y servicios.

En efecto la demanda turística comprende a los individuos cuyas necesidades incluyen el consumo y la experiencia, tal como el uso de las instalaciones y servicios turísticos ubicados en lugares distintos al de residencia y trabajo.

Desde un punto de vista económico la demanda turística se define como un inventario de la cantidad de cualquier producto o servicio que los turistas desean comprar, por tanto, existe en cualquier momento una relación definitiva entre el precio en el mercado y la cantidad demandada.

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1 Situación Problemática

El cantón Francisco de Orellana cuenta con un gran potencial turístico, que no ha sido aprovechado, entre los atractivos más sobresalientes de la Parroquia Lago San Pedro, se encuentran ríos, lagunas, flora, fauna, cascadas, cuevas, bosques primarios, paisajes y diferentes grupos étnicos del sector. Los mismos que realizan la actividad agraria de sustento económico en donde se siembra y cosecha productos, tales como la cacao, café, yuca, plátano guayusa, chonta, palmito, naranja, caña de azúcar, piña, orito considerado como un proceso cauteloso y que llama la atención de turistas nacionales y extranjeros, así lo menciona el GAD parroquial. El desarrollo turístico es incipiente todavía, por la falta de participación de las comunidades y la escasa promoción desde las instituciones, poco coordinadas entre sí. (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Orellana, 2015)

La Parroquia Lago San Pedro ubicada al norte del Cantón Joya de los Sachas, cuenta con un gran potencial turístico en relación a la agricultura, el mismo que no ha sido considerado por las entidades gubernamentales para emprender y participar en la actividad turística. Por ende la poca ayuda de las autoridades, genera el limitado diseño de productos de agroturismo que aporte a la oferta turística en la parroquia Lago San Pedro.

Ante esta problemática, en el presente trabajo de investigación se plantea, diseñar un producto agroturístico, y de esta manera genere interés por parte de la población inmersa de emprender proyectos agroturísticos que beneficien al sector, el cual se ve afectado en el ámbito social, turístico y económico.

Tabla 4 Matriz del problema

CAUSAS	PROBLEMA CENTRAL	CONSECUENCIAS
<ul style="list-style-type: none"> Déficit oferta de la actividad turística 	Limitado diseños de productos agroturísticos que potencie la oferta turística, en la Parroquia Lago San Pedro, Cantón Joya de los Sachas, Provincia de Orellana.	<ul style="list-style-type: none"> Insuficiente desarrollo turístico
<ul style="list-style-type: none"> Poco desarrollo de la actividad turística 		<ul style="list-style-type: none"> Pérdida de turistas
<ul style="list-style-type: none"> Limitado productos turísticos. 		<ul style="list-style-type: none"> Comunidad insatisfecha
	INDICADORES	
	<ul style="list-style-type: none"> Carencia de productos agroturísticos 	
	<ul style="list-style-type: none"> Desconocimiento de la actividad agroturística 	
	<ul style="list-style-type: none"> Desinterés de la comunidad inmersa 	

Elaborado por: Karina Grefa

2.2 Formulación del Problema

Limitado diseño de productos de agroturismo que aporte a la oferta turística en la parroquia Lago San Pedro, Cantón Joya de los Sachas, Provincia de Orellana.

2.3 Objeto de Estudio

Proceso de diseñar un producto de agroturismo en la parroquia Lago San Pedro.

2.4 Objetivos

2.5 Objetivo General:

Diseñar un producto de agroturismo que potencie la oferta turística, de la Parroquia Lago San Pedro, Cantón Joya de los Sachas, Provincia de Orellana.

2.6 Objetivos Específicos:

- Fundamentar teóricamente el diseño de un producto de agroturismo.
- Determinar la metodología adecuada para la elaboración de un producto de agroturismo.
- Proponer un diseño de un producto de agroturismo en la Parroquia Lago San Pedro, con la finalidad de promover el turismo en el sector.

2.7 Métodos a utilizar

Tabla 5 Métodos de Investigación

OBJETIVOS	MÉTODOS	RESULTADOS
Fundamentar teóricamente el diseño de un producto de agroturismo en la Parroquia Lago San Pedro.	Teórico -Método Bibliográfico -Método Histórico	Marco teórico fundamentado.
Determinar la metodología adecuada para la elaboración de un producto de agroturismo.	Teórico -Método Analítico -Método Descriptivo -Observación de campo	Metodología definida.
Proponer un diseño de un producto de agroturismo en la Parroquia Lago San Pedro, con la finalidad de promover el turismo en el sector.	Teórico y Empírico -Método inductivo-Deductivo -Método Analítico -Investigación de campo -Entrevistas -Encuestas	Diseño de un producto de agroturismo.

Elaborado por: Karina Grefa

2.8 Aporte práctico

Este trabajo de titulación aporta a la línea de investigación 1: Desarrollo de Servicios Turísticos y Hoteleros, Programa: Desarrollo e implementación de servicios turísticos y accesibilidad hotelera, de la carrera de gestión turística y hotelera.

De tal manera el proyecto de investigación denominado “Diseño de un producto de agroturismo en la Parroquia Lago San Pedro, Cantón Joya de los Sachas, Provincia de Orellana”. De acuerdo a las malla curricular tributa a las siguientes asignaturas: Introducción al turismo, Geografía Turística, Planificación Turística, Economía Turística, Educación Ambiental, Ecoturismo, Diseño de Proyectos y Evaluación de Proyectos; logrando así la fidelidad de este proyecto de investigación.

Para la realización del presente trabajo de investigación, se basa en una metodología teórica y empírica, ya que es un factor fundamental para su desarrollo, además se utilizará los métodos y técnicas a aplicarse en el levantamiento de la información, mediante un enfoque inductivo y deductivo, el mismo que permitirá alcanzar resultados positivos y participativos en la parroquia Lago San Pedro.

2.9 Metodología para diseñar un producto de agroturismo

Para el desarrollo metodológico del proyecto de investigación se ha analizado doce autores que hablan sobre diseñar productos turísticos.

En la siguiente tabla se investiga, seis autores que aportan sobre la metodología de elaborar un producto turístico:

Tabla 6 Metodología del producto turístico

VARIABLE	Eduardo Castillo (2015)	María del Carmen & Marta Noemí (2016)	Víctor Ávila (2017)	MINTUR (2018)	TOTAL
Análisis del potencial	X	X	X	X	100%
Formulación del diagnóstico	X	X	X	X	100%
Planificación turística			X		25%
Mercado y distribución			X	X	50%
Itinerarios	X	X	X	X	75%
Propuesta producto turística		X			25%
TOTAL	50%	66,66%	83,33%	66,66%	

Elaborado por: Karina Grefa

De acuerdo a la matriz anteriormente expuesta, la metodología de un producto turístico, se ha seleccionado el resultado de mayor porcentaje, siendo el análisis potencial, formulación del diagnóstico con un 100% e Itinerarios que corresponde a un 75%, los mismos que posteriormente servirán para la elaboración de una metodología acorde a la zona de estudio.

En la siguiente matriz se ha analizado la metodología de cuatro autores, que corresponden del año 2014, 2015 y 2017, los mismos que poseen con una amplia lista de variables para diseñar un producto agroturístico:

Tabla 7 Metodología para diseñar un producto turístico

VARIABLE	Glicería Gómez (2014)	SERNATUR (2015)	Beatriz Díaz (2015)	Evelina Fernández (2017)	TOTAL
Generación de ideas	X	X		X	75%
Diseño conceptual	X	X	X		75%
Implementación		X			25%
Testeo y retroalimentación		X			25%
Planificación turística	X		X		50%
Desarrollo local			X	X	50%
Levantamiento de atractivos	X	X	X	X	100%
Creación del producto	X		X	X	75%
Oferta turística	X	X	X	X	100%
Canal de distribución				X	25%
TOTAL	60%	70%	60%	60%	

Elaborado por: Karina Grefa

La metodología para diseñar un producto turístico, se ha realizado un análisis de los cuatro autores, el cual se ha seleccionado las variables que se asemejan al trabajo de investigación, tales como el levantamiento de atractivos, y la oferta turística con un 100%, generación de ideas que corresponde al 75%, los mismos que permitirá determinar una metodología acorde al objeto de estudio.

En la siguiente matriz metodológica, se analizó cuatro autores con sus respectivas variables, los mismos que me permitirán realizar un consenso para diseñar un producto de agroturismo:

Tabla 8 Metodología para diseñar un producto agro turístico

VARIABLE	Luz Cornejo & Ana Vera (2010)	Jorge Zamora & Álvaro Grez (2012)	Lorena Mas Pérez (2013)	Claudia Gallardo & Ximena Villarroel (2015)	TOTAL
Diagnóstico del potencial turístico	X	X	X	X	100%
Generación de ideas	X	X	X		75%
Evaluación del potencial turístico	X	X	X	X	100%
Desarrollo local	X		X		50%
Diseño del producto turístico	X	X	X	X	100%
Mercado de distribución	X			X	50%
TOTAL	100%	66,66%	83,33%	66,66%	

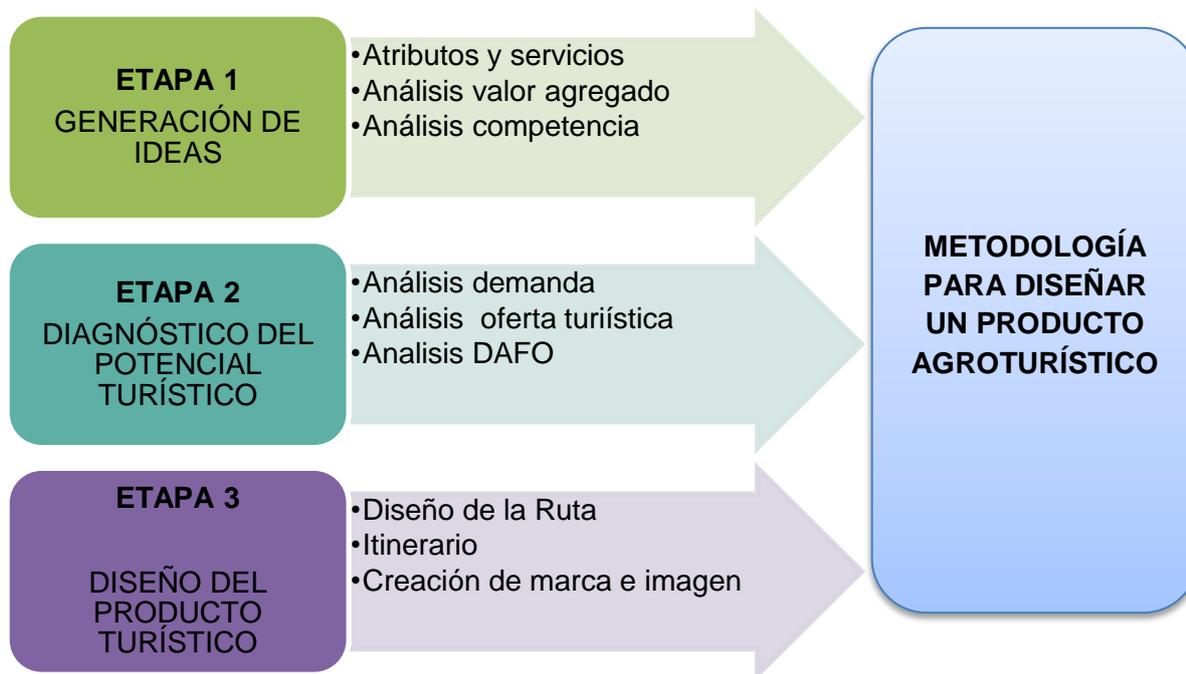
Elaborado por: Karina Grefa

De acuerdo a la matriz expuesta, la metodología para diseñar un producto de agroturismo, se ha seleccionado el porcentaje más alto, siendo el diagnóstico del potencial turístico, evaluación del potencial turístico, y diseño del producto turístico que corresponde al 100%, los mismos que se realizará una relación común para determinar la metodología acorde al objeto de estudio, siendo las etapas o fases más aptas y adecuadas.

Ante las tres matrices expuestas se analizó las variables de los doce autores, el cual se determinó la metodología, mediante matrices de doble entrada y a su vez se analizó las etapas, los cuales fueron reflejadas con un porcentaje del 100%, a continuación se presenta el esquema metodológico para diseñar un producto agroturístico en la Parroquia Lago San Pedro:

2.10 Esquema metodológico

Ilustración 1 Esquema metodológico



Elaborado por: Karina Grefa

2.10.1 Justificación metodológica

En el proceso de la investigación se ha realizado un análisis de varios autores, el cual nos ha permitido identificar y clasificar el procedimiento metodológico según sus herramientas, etapas o fases, mediante un cruce de variables para su selección se ha considerado el porcentaje más alto que tienen relación al 100%, y de esta manera se ha determinado una propia metodología siendo la más adecuada y viable para diseñar un producto de agroturismo en la Parroquia Lago San Pedro.

2.10.2 Procedimiento metodológico

Etapa 1. Generación de ideas

Se realizará una identificación y selección de ideas, utilizando el pensamiento divergente para generar un nuevo producto turístico, por ende las ideas deben estar estructuradas de manera que incluyan las preferencias, gustos y tendencias del mercado, teniendo en cuenta determinados criterios de viabilidad.

Según en el manual de diseños de productos turísticos realizado por el (Chile, Servicio Nacional de Turismo, 2015), nos expone de lograr una idea original, es fundamental reflexionar sobre el potencial nuevo producto, considerando tres aspectos:

- **Atributos y servicios**

Nombrar los diferentes atributos y servicios que presta el producto turístico, en base a las características, necesidades y preferencias del turista.

- **Análisis del valor agregado**

Analizar el valor agregado de ofrecer a los turistas, para que sea la principal motivación de viaje hacia la Parroquia Lago San Pedro.

- **Análisis de la competencia**

Compararlo con la competencia en relación a su entorno y temática. Siendo una forma de tener las ideas claras, mediante un análisis de sus fortalezas y debilidades.

En esta etapa se realizará entrevistas a profesionales en el área de turismo, de igual manera a propietarios de los centro turísticos. Además se realizará una investigación exploratoria, para un análisis de los atributos y servicios, del valor agregado y análisis de la competencia. De lo anteriormente expuesto servirá como referencia para generar una lluvia de ideas y posteriormente diseñar el producto de agroturismo.

Etapas 2. Diagnóstico del potencial turístico

En esta etapa del proceso de planificación e identificación nos permite tener la base para diseñar productos turísticos según las tendencias de los mercados y tomar decisiones acerca de las futuras estrategias, así como la herramienta que nos va permitir evaluar la viabilidad del proyecto de investigación.

- **Análisis demanda**

Según el autor (Gómez, 2014):

El estudio de la demanda es fundamental para determinar el público objetivo y sus características, lo cual se debe tomar en cuenta dos aspectos importantes para el diseño de productos turísticos:

- ✓ Características de la demanda, desde el punto de vista cualitativo, siendo el segmento de mercado a los cuales se dirigirá la oferta.
- ✓ Características de cuantificación, es el estudio de la demanda que está basado en la aplicación de métodos estadísticos y un estudio de campo.

En esta etapa se realizará por medio de la herramienta de encuestas, tomando en cuenta la fórmula finita, con su respectivo desarrollo para sacar la muestra de una determinada población, cuyos resultados permitirá conocer las preferencias, gustos en base a sus necesidades del turista potencial.

- **Análisis oferta turística**

De igual manera la oferta se comenzará con la identificación y evaluación de los recursos existentes, conjuntamente con los servicios complementarios constituyen el producto turístico.

En esta etapa se realizará fichas de los atractivos turísticos, emitidas por el Ministerio de Turismo del Ecuador, de igual manera realizando una matriz de categorización de alojamiento y gastronómico, expuesto por el Sistema de Indicadores Turísticos del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 9 modelo de ficha de atractivos

PROVINCIA	CANTON	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA	PUBL	PRI

Fuente: (Ecuador, Ministerio de Turismo , 2018)
Elaborado por: Karina Grefa

Tabla 10 modelo de fichas de alojamiento

NOMBRE	PROPIETARIO	DIRECCION	ACTIVIDAD TURISTICA	SUBACTIVIDAD TURISTICA	CATEGORIA	HABITACIONES

Fuente: (Ecuador, Ministerio de Turismo , 2018)
Elaborado por: Karina Grefa

Tabla 11 modelo de fichas de establecimientos gastronómicos

NOMBRE	PROPIETARIO	DIRECCION	ACTIVIDAD TURISTICA	SUBACTIVIDAD TURISTICA	CATEGORIA

Fuente: (Ecuador, Ministerio de Turismo , 2018)
Elaborado por: Karina Grefa

- **Análisis DAFO**

En esta etapa se realizará el diagnóstico del DAFO, que permitirá identificar la situación actual, considerando un análisis interno, y externo, para determinar las acciones que se van a desarrollar. Identificando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, para lo cual es importante tener en cuenta el DAFO, que nos permite tomar decisiones adecuadas para diseñar un producto turístico.

De tal manera se realizará un análisis de las fortalezas y aprovechar las oportunidades como principal ventaja competitiva. Por otra parte se debe superar las debilidades, aprovechando las oportunidades. De igual manera evitar las amenazas del proyecto, utilizando las fortalezas del mismo, tal como se detalla en la siguiente matriz:

Tabla 12 FODA

POSITIVO	FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
NEGATIVO	DEBILIDADES	AMENAZAS

Fuente: (Pazmiño, 2017)
Elaborado por: Karina Grefa

Etapa 3. Diseño del producto turístico

Para el diseño de productos turísticos según la autor (Díaz, 2015) a, nos menciona de la existencia del potencial es fundamental para poder desarrollar una determinada modalidad turística acorde con las características del lugar, de ciertos recursos turísticos que provoquen una atracción, de tal manera que motive a los consumidores su desplazamiento fuera de su lugar habitual, satisfaciendo sus necesidades turísticas. Para lo cual se desarrollará aspectos relevantes:

- **Diseño de la Ruta**

Se diseñará una ruta turística, un recorrido que tiene como finalidad la observación de paisajes, disfrutar de actividades agrarias, y conectando con las zonas de diversos atractivos turísticos, siguiendo un itinerario predeterminado. El objetivo de la ruta turística es determinar los puntos de llegada de los visitantes. Estos puntos hacen necesaria una infraestructura básica, de restaurantes, hoteles y centros turísticos. Finalmente se trata de un recorrido establecido para incentivar al turista a visitar el mayor número de sitios de interés.

- **Itinerario**

Se elaborará un itinerario es una secuencia que nos permitirá orientarnos hacia varios puntos en una trayectoria que va a ser visitado, en base a tiempos y actividades que integran la ruta turística.

- **Creación de marca e imagen**

La relevancia de la creación de la marca y la imagen del destino, que lo diferencie y lo haga destacar en el mercado, el cual se diseñará un logotipo acompañado de un eslogan, siendo un elemento visual que los visitantes identifiquen el destino turístico.

CAPÍTULO III

3. PROPUESTA

La investigación se desarrolla en la parroquia Lago San Pedro la misma que posee un gran potencial turístico que aún no ha sido aprovechado.

En este capítulo se pretende desarrollar el esquema metodológico definido, de esta manera identificar la potencialidad de la oferta turística en la parroquia Lago San Pedro, cuyos resultados permitirán dar solución de acuerdo al problema planteado. En el presente capítulo se pretende realizar un estudio de la diversa planta, infraestructura y superestructura turística conjuntamente con su demanda, con la finalidad de conocer al mercado potencial y las necesidades de los mismos

Empezaremos a desarrollar por etapas y fases según el procedimiento metodológico:

3.1 Etapa 1. Generación de ideas

3.1.1. Fase A. Atributos y servicios

El potencial turístico de la parroquia Lago San Pedro se asocia a su gran diversidad geográfica, biológica, climática, étnica y cultural; que lo convierte en un destino de naturaleza privilegiado. Estas potencialidades se encuentran en territorio comunitario y poseen recursos naturales y culturales, que se complementan con servicios turísticos de alojamiento, transporte, establecimientos gastronómicos y servicios complementarios.

Cabe acotar que el sector cuenta con el apoyo de cuatro asociaciones que se dedican a la agricultura, ganadería y el turismo, por lo tanto están relacionadas con el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.

Cabe mencionar que los servicios turísticos de alojamiento, alimentos y bebidas de la parroquia, tiene un nivel de impacto bajo, ya que los propietarios no poseen con los recursos económicos necesarios para brindar servicios de calidad, en base a sus gustos, preferencias y necesidades del turista potencial.

Por ende la calidad del servicio es muy importante, que se debe considerar aspectos como el servicio que se ofrece al turista con una sonrisa, amabilidad y ante todo transmitir hospitalidad al cliente, además el producto turístico precisa de otros

elementos adicionales, como son la actitud y la forma en la que los servicios son prestados.

3.1.2 Fase B. Análisis del valor agregado

Cabe considerar que el agroturismo es un potencial que puede convertirse de manera sostenible, ya que al turista le interesa estar en contacto con la naturaleza y los procesos productivos de la zona.

El valor agregado del producto agroturístico a desarrollarse será la convivencia con la comunidad, así como las representaciones simbólicas con el entorno natural, y las diferentes actividades ancestrales. De esta manera conocer sus costumbres, tradiciones y su identidad indígena. Además aprender las actividades agrícolas que se desarrollan en las fincas del sector, lo cual lo marca como una actividad diferenciadora, puesto que se pretende brindar un buen servicio a los turistas y tengan una experiencia única.

Para que el turista perciba el producto turístico, es necesario ofrecerle nuevas y enriquecedoras experiencias turísticas en consecuencia, lo compre y quede satisfecho. Se pretende que los turistas tengan una experiencia diferente, por ende en el producto turístico se ha determinado las actividades principales y complementarias, ya que permite analizar la oferta de bienes y servicios que se integran dentro del agroturismo. En el trabajo de investigación se ha considerado los recursos turísticos para el diseño del producto turístico, que se detalla en la siguiente matriz:

Tabla 13 Análisis de valor agregado

NOMBRE DEL ATRACTIVO TURÍSTICO	ACTIVIDADES	TIEMPO APROXIMADO
El bosque	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Observación y manejo de cultivos ▪ Recolección de frutos ▪ Caminatas ▪ Ordeñar ▪ Paseos en caballo ▪ Pesca deportiva ▪ Disfrutar de la gastronomía típica (proceso de elaboración con productos de la zona) ▪ Actividades recreativas (juegos deportivos) ▪ Disfrutar del balneario 	3-4 horas
Lago San Pedro	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Senderismo ▪ Paseo en bote ▪ Observación de flora y fauna ▪ Fotografía 	1-2 horas
Yurack Packcha	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Senderismo ▪ Observación de flora y fauna ▪ Fotografía 	1-2 horas
Agrupación Tanguila	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Observación y manejo de cultivos ▪ Recolección de frutos ▪ Caminatas ▪ Disfrutar de la gastronomía ▪ Conocer la cultura kichwa 	1-3 horas
Cascada del amor	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Observación y manejo de cultivos ▪ Caminatas ▪ Observación de flora y fauna ▪ Fotografía ▪ Disfrutar del balneario 	1-2 horas
Cascada del amor 2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Senderismo ▪ Observación de flora y fauna ▪ Fotografía ▪ Disfrutar del balneario 	1-2 horas

Elaborado por: Karina Grefa

3.1.3 Fase C. Análisis de la competencia

En esta fase se realizó entrevistas a profesionales en el área de turismo

Entrevista 1

Ing. María Lozada (Jefa de Turismo del Cantón Joya de los Sachas)

Pregunta 1

¿Cuántos productos turísticos ofertan en el Cantón Joya de los Sachas?

En la entrevista realizada, manifestó que cuentan al momento con un total de ocho productos turísticos en las diferentes parroquias del Cantón. Están formadas por diferentes asociaciones dependiendo el sector, específicamente se dedican a productos comunitarios y productos agroturísticos.

Pregunta 2

¿Mencione los tipos de productos turísticos existen en el Cantón Joya de los Sachas?

Manifestó que actualmente están trabajando con tres proyectos turísticos como producto estrella en el sector, tales como: “Finca agroturística Majagua”, “Finca agroturística aroma de cacao” y “Finca agroturística Selva Alegre”.

Pregunta 3

¿Qué tipo de actividad y servicios turísticos ofertan al turista?

Expresó lo siguiente, como principales servicios turísticos que brindan al turista es de alojamiento, alimentación, actividades agrícolas y pecuarias, de recreación, observación de flora y fauna entre otras. Además expresó que dependía del sector para realizar diversas actividades turísticas.

Pregunta 4

¿Cuáles son los precios de los productos turísticos que ofertan en el mercado?

Nos menciona que varían entre \$1 a \$5 dependiendo del tipo de actividad turística y del sector

Pregunta 5

¿Actualmente como es el manejo de la promoción turística?

Manifestó, actualmente para la promoción turística consideran dos aspectos importantes, el análisis interno y externo, por lo cual deben estar adaptadas a los constantes cambios y avances tecnológicos para que las diversas ventajas existentes en los recursos de la tecnología puedan estar aprovechados en su totalidad. Por ende hoy en día las personas están conectadas vía online, para lo cual usan como estrategia las redes sociales y los medios de comunicación local.

Entrevista 2

Realizar una entrevista a los propietarios de las fincas agroturísticas del cantón, el objetivo principal es identificar las características, necesidades, y preferencias de la demanda potencial.

3.1.3.1 “Finca agroturística Majagua”

Es un lugar donde brindan confort y calidad, un destino en el cual se podrá encontrar con la naturaleza y así vivir un momento inolvidable, es un sitio para realizar diferentes actividades tales como: pesca deportiva, cabalgata, paseo en bicicleta, conocer de las actividades agrícolas, avistamiento de aves y monos son varias de las actividades que se pueden realizar en el sitio. Además, cuenta con una serie de espacios para compartir en familia entre ellos canchas deportivas, pistas de baile, toboganes en los ríos.

3.1.3.2 “Finca Agroturística Aroma del Cacao”

Esta ruta está conformada por Amarun Yaya, emprendimiento administrado por familias de la nacionalidad Kichwa. Se ofrece demostraciones culturales como Shamanismo, juegos ancestrales, técnicas de cacería y gastronomía típica.

Es parte de circuito y permite a los viajeros conocer sobre el proceso de cultivo de cacao de manera orgánica y la preparación de chocolate artesanal. En este sitio también se realiza actividades interesantes como la pesca deportiva y degustar un delicioso seco de gallina criolla. Esta ruta finaliza con la visita a la comuna Juan

Montalvo, la cascada Yurak Pakcha, que posee una caída de agua de 5 metros de alto por 8 de ancho. Además cuenta con una piscina natural para disfrutar de un refrescante baño en la Amazonía.

En esta etapa se realizó un análisis de la competencia, se aplicó una entrevista a profesionales en el área de turismo, de igual manera se visitó a los principales competidores el cual se tomó en cuenta aspectos relevantes como el perfil del turista, sistema de ventas, horario de apertura, diferentes actividades y los servicios que prestan las fincas agroturísticas. Cada uno de estos aspectos mencionados se ha considerado para el diseño del producto agroturístico en la parroquia Lago San Pedro, lo cual lo marca como un destino diferenciador de los competidores.

3.2 Etapa 2. Diagnóstico del potencial turístico

En esta etapa del proceso de planificación e identificación nos permite tener la base para diseñar productos turísticos según las tendencias de los mercados y tomar decisiones acerca de las futuras estrategias, así como la herramienta que nos va permitir evaluar la viabilidad del proyecto de investigación.

3.2.1 Fase A. Análisis demanda

Según el autor (Gómez, 2014), el estudio de la demanda es fundamental para determinar el público objetivo y sus características, lo cual se debe tomar en cuenta dos aspectos importantes para el diseño de productos turísticos:

- ✓ Características de la demanda, desde el punto de vista cualitativo, siendo el segmento de mercado a los cuales se dirigirá la oferta.
- ✓ Características de cuantificación, es el estudio de la demanda que está basado en la aplicación de métodos estadísticos y un estudio de campo.

Para su desarrollo se ha realizado un estudio de mercado, con el fin de conocer la demanda potencial y determinar la aceptación que tendrá el diseñar el producto agroturístico en la parroquia Lago San Pedro

3.2.2 Título de la propuesta

Diseño de un producto de agroturismo en la Parroquia Lago San Pedro, Cantón Joya de los Sachas, Provincia de Orellana.

3.2.3 Planteamiento de problema

La parroquia Lago San Pedro posee un potencial turístico, según datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, las actividades turísticas ha ido aumentando cada año con una tasa de crecimiento anual entre el 5 y 7,64% lo cual evidencia que no se aprovechan los atractivos turísticos y no existe una diversificación de productos de agroturismo como fuente principal para promover el turismo en el sector.

Por ende el desaprovechamiento de los recursos turísticos naturales existentes genera el limitado desarrollo turístico en la parroquia, siendo el principal factor el descuido de los atractivos más visitados en el sector, por otra parte el desconocimiento técnico del turismo de la población disminuye las posibilidades de emprender productos turísticos, lo cual contrasta que la población tenga preferencia y continúe con la agricultura que corresponde al 65% de la actividad económica en el sector, ante esta problemática los miembros del GAD parroquial han mencionado que no han logrado incentivar o motivar a la población inmersa que vean al turismo como una alternativa económica. Ante estas limitaciones mencionadas no se conoce el perfil de los turistas que buscan realizar actividades agroturísticas que promueva el turismo, se logrará con estudios técnicos identificar la demanda potencial.

3.2.3 Formulación del problema

¿Cuál es la demanda potencial de turistas que visitan la parroquia Lago San Pedro?

¿Cuál es el perfil del turista que tiene preferencia por el agroturismo?

¿Cuáles son los atractivos turísticos con mayor demanda en la parroquia Lago San Pedro?

¿Existe la posibilidad de implementar nuevos productos de agroturismo en la parroquia Lago San Pedro?

3.2.4 Objetivo general:

Determinar el perfil de la demanda potencial y la aceptación de implementar un producto de agroturismo para diversificar la oferta turística en la parroquia Lago San Pedro, Cantón Joya de los Sachas, Provincia de Orellana.

3.2.5 Objetivos específicos:

- Identificar la demanda potencial de turistas que visitan la parroquia Lago San Pedro.
- Determinar el perfil del turista para el diseño del producto agroturístico.
- Identificar el tipo de turismo con mayor preferencia.
- Determinar los atractivos turísticos que tiene mayor preferencia en la parroquia.
- Determinar la aceptación que tendrá implementar el diseño de un producto de agroturismo en la parroquia.

3.2.6 Justificación

El presente trabajo de investigación cuenta con un estudio técnico de la estructura idónea de un producto turístico, acerca de la demanda potencial e identificación del potencial turístico y su grado de aceptación en el mercado, tomando en cuenta las características necesarias de los recursos turísticos, planta turística e infraestructura turística, de tal manera lograr el desarrollo integral de las actividades turísticas de la parroquia, lo cual permitirá tomar decisiones de diseñar un producto de agroturismo. Por ende esta investigación proporcionará información técnica y confiable para su desarrollo.

3.2.7 Delimitación de la investigación

Espacial

El estudio se limita geográficamente a la zona administrativa 2 de acuerdo a la distribución de la SECRETARIA DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO, (SENPLADES), que corresponde a la provincia de Pichincha.

Tiempo

En cuanto al tiempo de realización, el trabajo de investigación se realizó en los meses de Julio a Noviembre del 2018.

El procedimiento a implementar consta de tres etapas, los cuales presentan la correcta elaboración con sus respectivos pasos para desarrollar el producto agroturístico.

En esta etapa se realizará por medio de la herramienta de encuestas, tomando en cuenta la fórmula finita, con su respectivo desarrollo para sacar la muestra de una determinada población, cuyos resultados permitirá conocer las preferencias, gustos en base a sus necesidades del turista potencial.

El estudio de la demanda es fundamental para determinar el público objetivo y sus características, el cual se realizará por medio de la herramienta de encuestas, tomando en cuenta la fórmula finita, para sacar la muestra de una determinada población, cuyos resultados permitirá conocer las preferencias, gustos en base a sus necesidades del turista potencial.

Encuesta.- Se utilizó el método de la encuesta ya que permitió recopilar datos de manera rápida y eficaz. Siendo la más común para obtener información y generar estadísticas.

Técnicas de muestreo: se determina utilizar el método de muestreo probabilístico ya que es de eje cuantitativo y cualitativo.

El muestreo es apropiado gracias a que podemos añadir a un proceso inverso, que llamamos generalización.

Su proceso contiene tres fases:

1.- Sacar una muestra de una determinada población,

La población que se seleccionó mediante el presente estudio de investigación de los turistas nacionales y extranjeros con un total de 28231 de la provincia de Orellana. (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Orellana, 2015)

2. Calcular un dato u opinión según grado de confiabilidad y margen de error

Para el cual se utilizará la siguiente simbología:

n= tamaño de la muestra

Z= Grado de confiabilidad 95% (1,95)

p= probabilidad 50% (0,50)

q= prevalencia 50%(0,50)

i= margen de error 5% (0,05)

* El grado de confiabilidad aplicado es el más utilizado y aceptado a nivel académico que es de 95% que equivale en esta fórmula a 1,95 según tabla de Gauss.

* El margen de error resulta de la diferencia del 100 % menos el nivel de confianza:
100% - 95%= 5% = (0,05)

3. Proyectar en el universo el resultado observado en la muestra.

Para la obtención del tamaño de la muestra y determinación del número de personas que se va a encuestar, se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 P Q N}{e^2 (N - 1) + z^2 P Q}$$

$$n = \frac{(1,95)^2 \times 0,50 \times 0,50 \times 28.231}{(0,05)^2 (28.231 - 1) + (1,95)^2 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = 375 \text{ personas}$$

3.2.8 Muestra

Tamaño de la muestra: 375 turistas a ser encuestados.

3.2.9 Tabulación de datos

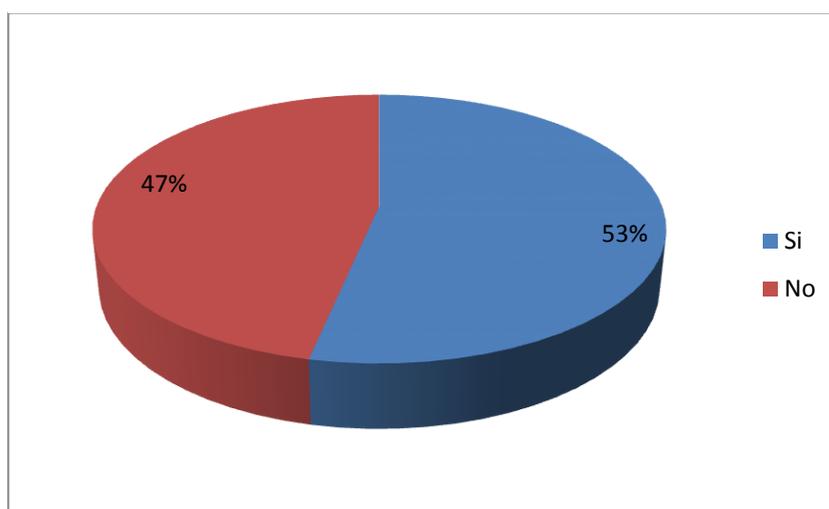
Una vez que se ha realizado la aplicación de las encuestas, se procederá al análisis de los resultados obtenidos; dicha encuesta está conformada por un total de 10 preguntas, tales como preguntas cerradas y de opción múltiple, las cuales permitirán conocer datos cualitativos y cuantitativos acerca del público objetivo de la presente investigación, y además los resultados obtenidos, serán de mucha ayuda para más adelante desarrollar y proponer un producto turístico acorde a las necesidades e intereses del turista potencial.

1. ¿Alguna vez ha visitado la parroquia Lago San Pedro?

Tabla 14 Visita a la parroquia

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Si	200	53%
No	175	47%
TOTAL	375	100%

Ilustración 2 Visita a la parroquia



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Karina Grefa

Interpretación:

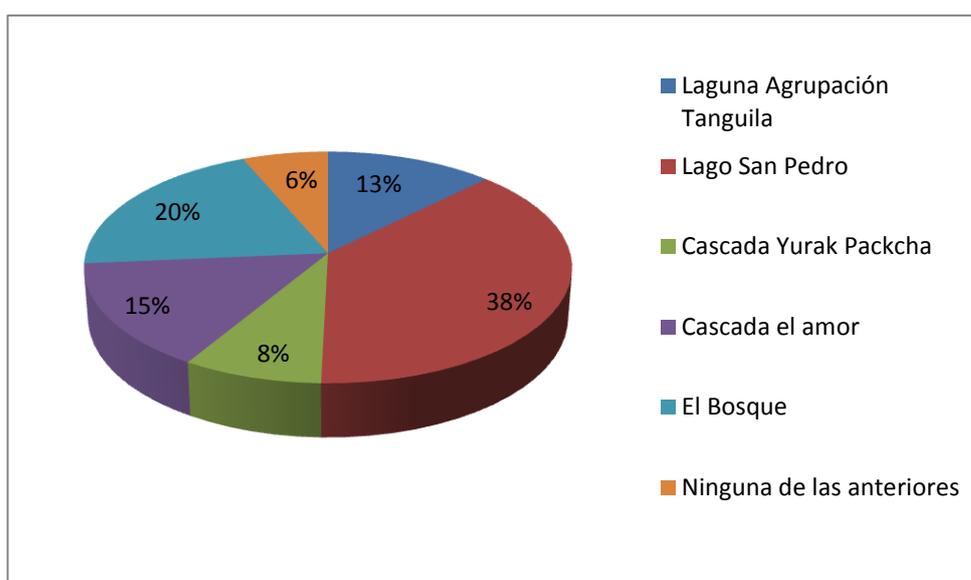
De la tabulación realizada se puede apreciar que el 53% mencionan que conocen la parroquia Lago San Pedro, siendo una gran ventaja para realizar el proyecto de investigación de diseñar un producto de agroturismo en el sector, por otro lado el 43% no conocen la parroquia anteriormente mencionada.

2. ¿Qué atractivos conoce de la Parroquia Lago San Pedro?

Tabla 15 Conoce los atractivos turísticos

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Laguna Agrupación Tanguila	47	13%
Lago San Pedro	142	38%
Cascada Yurak Packcha	31	8%
Cascada el amor	56	15%
El Bosque	75	20%
Ninguna de las anteriores	24	6%
TOTAL	375	100%

Ilustración 3 Conoce los atractivos



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Karina Grefa

Interpretación:

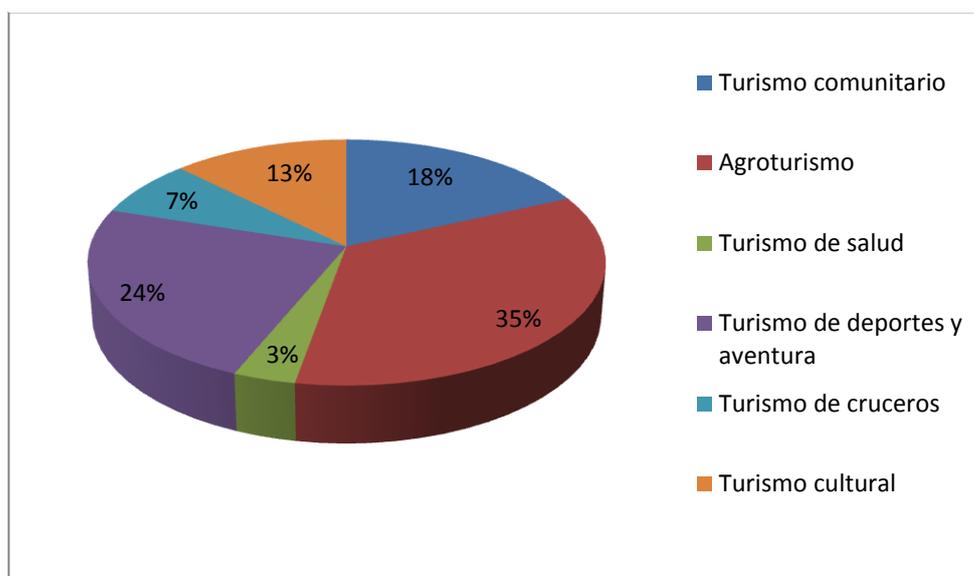
De los resultados obtenidos, mencionan que el 38% conocen el Lago San Pedro, seguido del 20% han visitado el balneario el bosque, el 15% cascada el amor, el 13% que corresponde Laguna agrupación Tanguila y el 8% Cascada Yurak Packcha, finalmente el 6% exponen que no conocen ninguno de los atractivos mencionados que pertenecen a la parroquia Lago San Pedro.

3. ¿Qué tipo de turismo prefiere realizar?

Tabla 16 Tipo de Turismo

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Turismo comunitario	68	18%
Agroturismo	130	35%
Turismo de salud	13	3%
Turismo de deportes y aventura	89	24%
Turismo de cruceros	28	7%
Turismo cultural	47	13%
TOTAL	375	100%

Ilustración 4 Tipo de Turismo



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Karina Grefa

Interpretación:

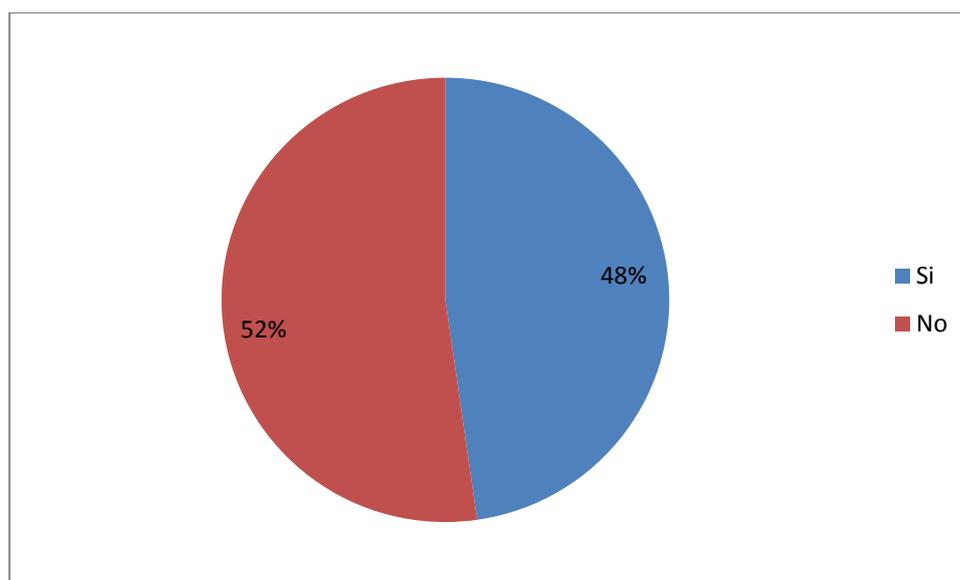
Según los encuestados manifiestan que en su mayor preferencia realizarían agroturismo con un total del 35%, seguido de turismo de deportes y aventura con un 24%, como tercera instancia turismo comunitario con un 18%, turismo cultural del 10%, y con un porcentaje bajo que corresponde turismo de salud 13% y cruceros 7%. El cual los resultados son positivos para el diseño del producto agroturístico.

4. ¿Alguna vez ha realizado actividades de agroturismo?

Tabla 17 Actividades de Agroturismo

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Si	179	48%
No	196	52%
TOTAL	375	100%

Ilustración 5 Actividades de agroturismo



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Karina Grefa

Interpretación:

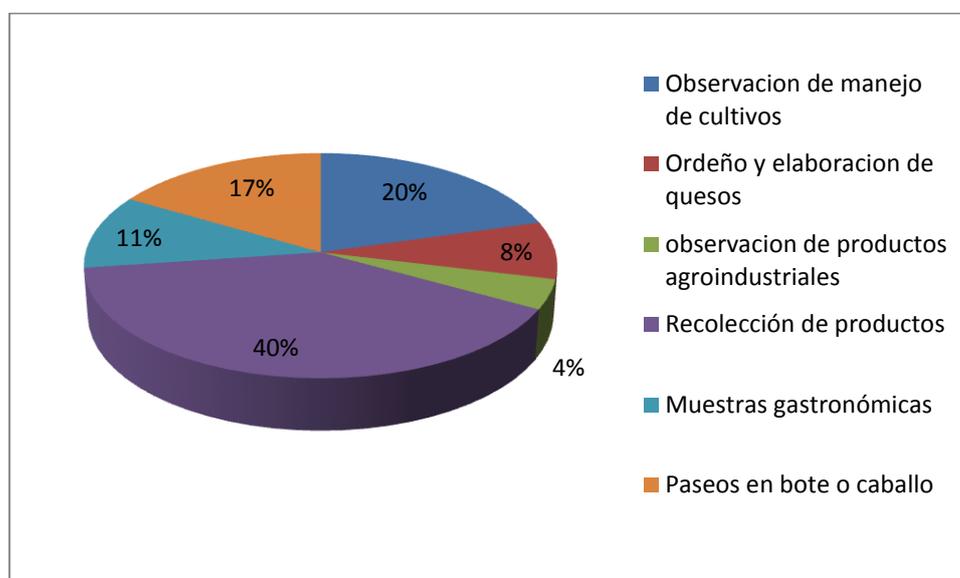
Con los resultados obtenidos se puede apreciar el 52% que no han realizado actividades de agroturismo, y el 48% mencionan que si han realizado este tipo de actividad. Cabe considerar que es una actividad de sano esparcimiento ya que se relaciona con la naturaleza. Por ende es una gran oportunidad para motivar a los turistas de tener una experiencia única y diferente, mediante el diseño de productos de agroturísticos en la parroquia Lago San Pedro.

5. ¿Mencione las actividades agroturísticas que prefiere realizar?

Tabla 18 Actividades Agro turísticas

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Observación de manejo de cultivos	77	21%
Ordeño y elaboración de quesos	31	8%
Observación de productos agroindustriales	16	4%
Recolección de productos	149	40%
Muestras gastronómicas	40	11%
Paseos en bote o caballo	62	17%
TOTAL	375	100%

Ilustración 6 Actividades Agro turísticas



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Karina Grefa

Interpretación:

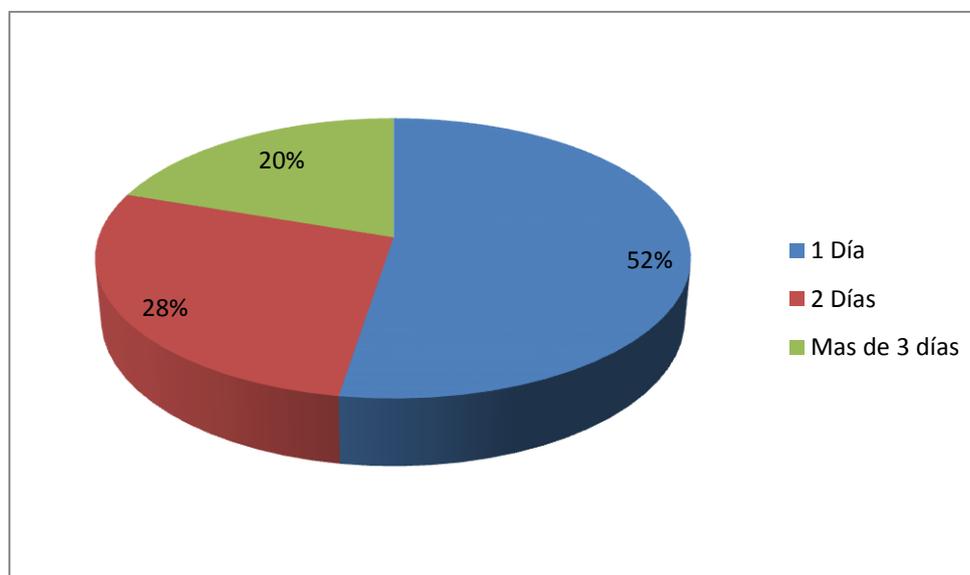
En cuanto a las actividades que les gustaría realizar, manifiestan que la más relevante corresponde a la recolección de frutos que corresponde al 40%, seguido de la observación de manejo de cultivos con un 20%, paseo en caballos con un 17%, siendo el 11% muestras gastronómicas, el 8% ordeño y elaboración de quesos, finalmente del 4% pertenece a observación de productos agroindustriales.

6. ¿Cuánto tiempo usted destina para realizar este tipo de actividad agroturística?

Tabla 19 Tiempo de actividad agro turística

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
1 Día	197	53%
2 Días	104	28%
Más de 3 días	74	20%
TOTAL	375	100%

Ilustración 7 Tiempo de actividades agro turística



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Karina Grefa

Interpretación:

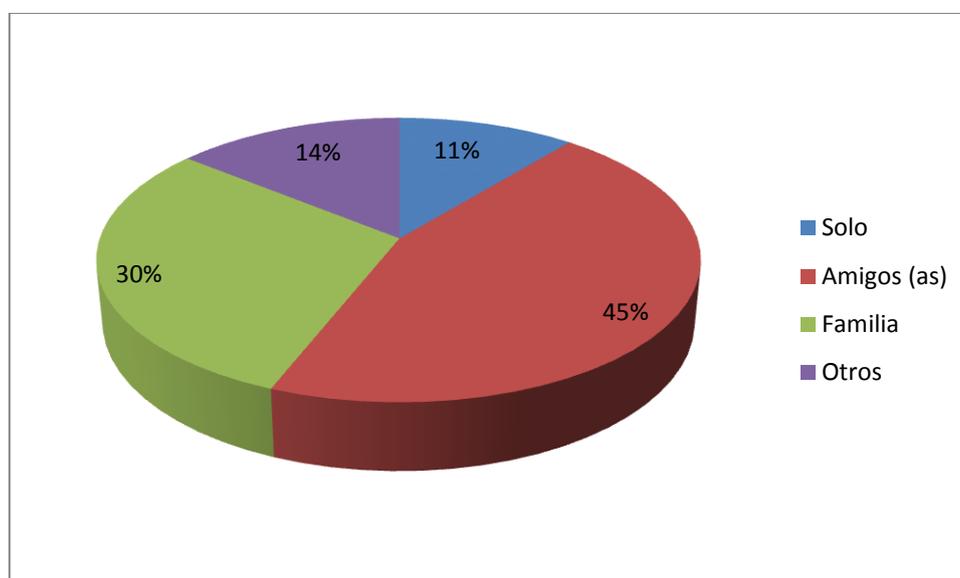
En los resultados obtenidos se concluye que la mayoría de los encuestados prefieren realizar la actividad agroturística en un solo día con un total del 52%, y de dos o más de tres días corresponde a un porcentaje bajo. De acuerdo a los resultados se puede evidenciar que no es de mayor relevancia el servicio de alojamiento en el sector.

7. ¿Cómo le gustaría experimentar este tipo de actividad?

Tabla 20 Organización de viaje

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Solo	41	11%
Amigos (as)	169	45%
Familia	112	30%
Otros	53	14%
TOTAL	375	100%

Ilustración 8 Organización de Viaje



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Karina Grefa

Interpretación:

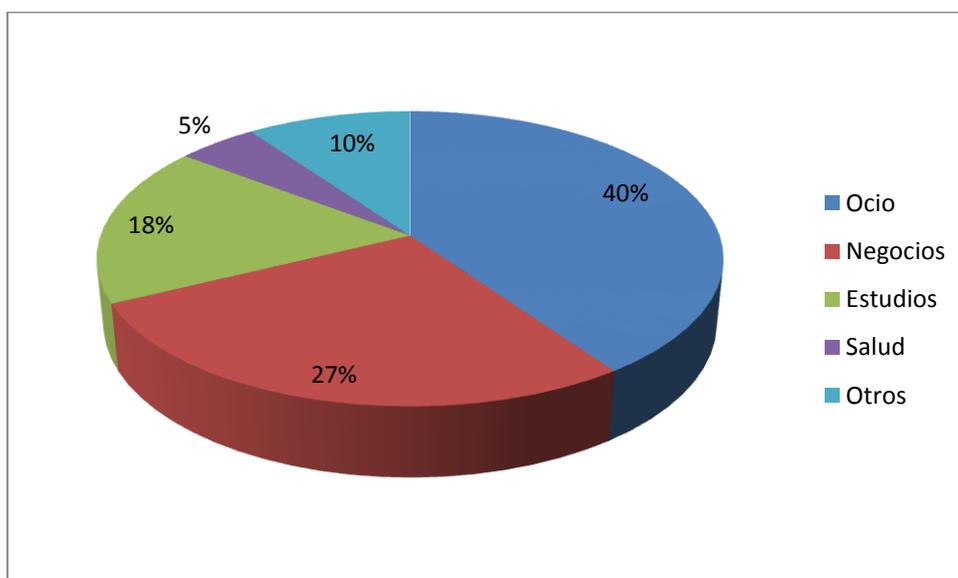
En la mayoría de los encuestados mencionan que les gustaría experimentar de la actividad agroturística con amigos (as) con un total del 45%, como segunda instancia corresponde a familia del 30%, otros con un 14%, y finalmente solos prefieren el 11%. Según los resultados obtenidos son favorables para realizar este tipo de actividad en el sector.

8. ¿Cuál es su motivo de viaje?

Tabla 21 Motivo de viaje

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Ocio	151	40%
Negocios	103	27%
Estudios	66	18%
Salud	18	5%
Otros	37	10%
TOTAL	375	100%

Ilustración 9 Motivo de viaje



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Karina Grefa

Interpretación:

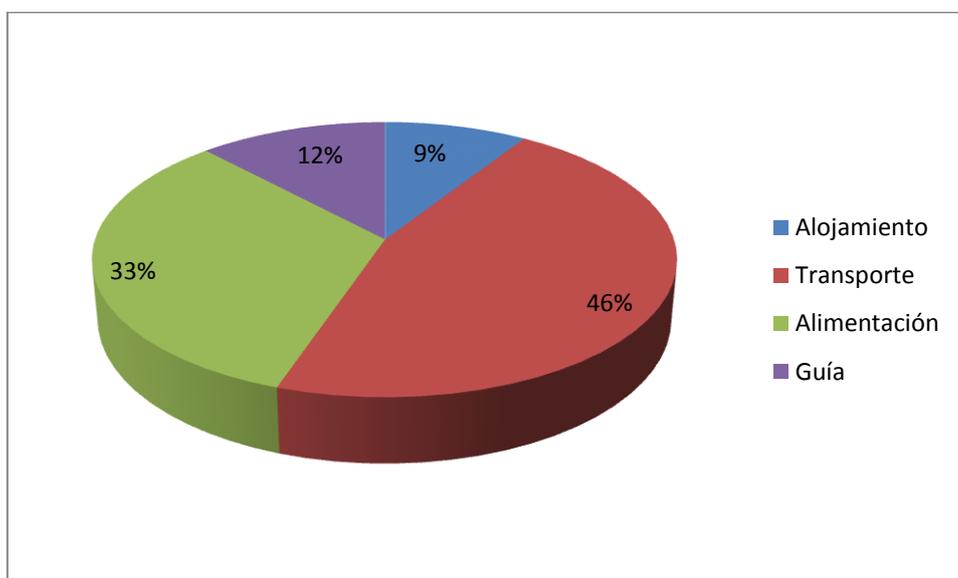
Con los resultados obtenidos se puede apreciar que el motivo de viaje en su mayoría es del 40% que pertenece al ocio, y con un 27% negocios, seguido del 18% estudios, considerando los porcentajes más bajos es salud y otros motivos de viajes.

9. ¿De los siguientes servicios turísticos cual considera de mayor relevancia para su visita?

Tabla 22 Servicios Turísticos

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Alojamiento	34	9%
Transporte	173	46%
Alimentación	123	33%
Guía	45	12%
TOTAL	375	100%

Ilustración 10 Servicios turísticos



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Karina Grefa

Interpretación:

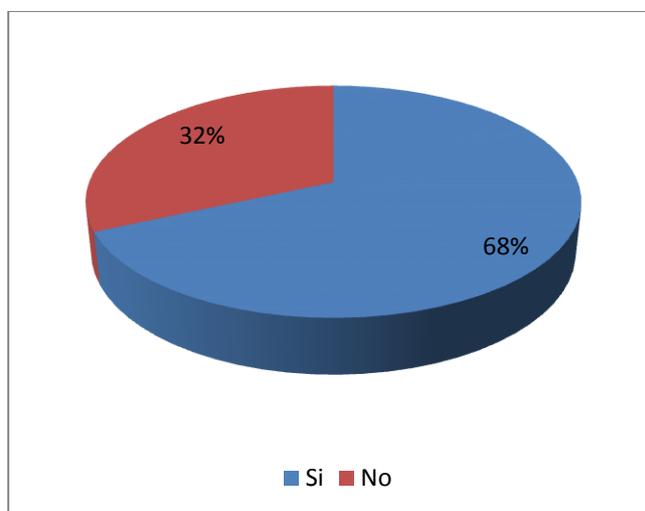
Con los resultados obtenidos, se puede evidenciar que el 46% considera como un servicio turístico importante y necesario que corresponde el transporte para que su viaje sea a gusto y placentero, seguido de alimentación que corresponde al 33%, además mencionan con un porcentaje bajo a lo que concierne guía 12% y alojamiento 9%, lo cual mencionan que no es considerado un servicio importante para sus viaje.

10. ¿Usted está de acuerdo que se implementen productos de agroturismo para diversificar la oferta turística en la parroquia Lago San Pedro?

Tabla 23 Implementación de producto turístico

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Si	256	853%
No	119	397%
TOTAL	375	1250%

Ilustración 11 Implementación de producto agro turístico



Elaborado por: Karina Grefa

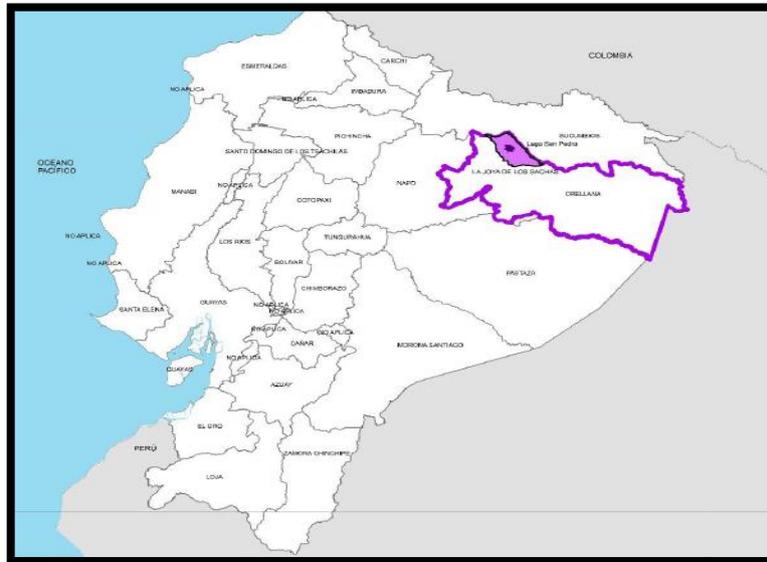
Interpretación:

De la tabulación realizada se puede apreciar que el 68% mencionan que están de acuerdo la implementación del producto agroturístico en la parroquia Lago San Pedro, siendo una gran ventaja para realizar el proyecto de investigación de diseñar un producto de agroturismo en el sector, por otro lado el 32% no está de acuerdo implementar el producto turístico, ya que tienen otras preferencias turísticas.

3.2.10 Fase B. Análisis oferta turística

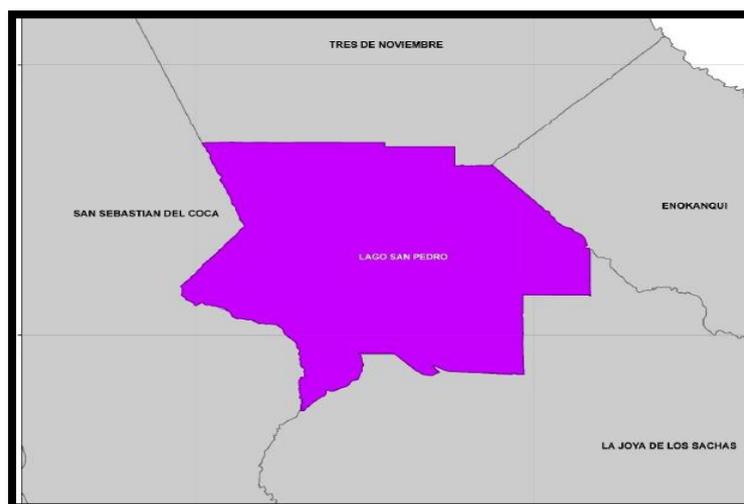
Para el desarrollo del trabajo de investigación se realizará un preámbulo de las generalidades de la parroquia Lago San Pedro.

Ilustración 12 Provincia de Orellana



Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Lago San Pedro, 2014)

Ilustración 13 Parroquia Lago San Pedro



Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Lago San Pedro, 2014)

La parroquia está ubicada al norte del Cantón Joya de los Sachas, en la provincia de Orellana, a 14.30 Km de la cabecera cantonal:

Que forma parte de la Zona de Planificación 2 conformada por las provincias de Pichincha, Napo y Orellana, con una distancia de 338 km desde Quito. Al norte limita con la Parroquia Tres de Noviembre, Al Sur con la parroquia urbana de la Joya de los Sachas, al Este con la parroquia de Enokanqui, al Oeste con la Parroquia San Sebastián del Coca. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Lago San Pedro, 2014)

3.2.11 Clima

El clima resulta de la interacción de diferentes factores atmosféricos, biofísicos y geográficos que pueden cambiar en el tiempo y el espacio. Estos factores pueden ser la temperatura, presión atmosférica, viento, humedad y lluvia, latitud, altitud, las masas de agua, la distancia al mar, el calor, las corrientes oceánicas, los ríos y la vegetación. En general el clima del cantón es esencialmente tropical cálido húmedo. La temperatura promedio mensual es de 25°C y con una humedad del 85%. Las características climatológicas en la Amazonía ecuatoriana varían de acuerdo a factores altitudinales y topográficos. Además, por encontrarse sobre la línea ecuatorial, esta región está influenciada por una serie de factores como son el viento, la humedad, la altitud, la precipitación y principalmente por la presencia de la Cordillera Oriental de los Andes.

La parroquia Lago San Pedro presente un rango de precipitación mayor a 3000 mm³ y un régimen periódico con distribución regular de lluvias a lo largo de todo el año. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Lago San Pedro, 2014)

3.2.12 Historia

De acuerdo a lo que manifiestan los primeros habitantes de este sector el 23 de abril de 1971 se nombra y posesiona legalmente a la primera directiva de esta organización, que debido a la exuberancia y belleza de sus tierras los primeros colonos querían bautizarle con un nombre llamativo. Se tomó como referencia el primero pozo petrolero que se encontró en este sector y se llamó "Sacha 7" que en el léxico Quichua significa "selva o monte" más tarde denominaron, "Somos una Joya", consideraron que "Joya" significa algo precioso o excelente por lo que recibe el nombre de la pre-cooperativa "La Joya de los Sachas". (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Lago San Pedro, 2014)

3.2.13 Población

La parroquia Lago San Pedro es una de las ocho parroquias rurales del cantón La Joya del Sacha de la provincia de Orellana, cuenta con una población de 1861 habitantes, equivalente al 5% de la población total del Cantón, con un total de 988 hombre y 873 mujeres según el Censo poblacional del 2010. Una población considerada completamente rural. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Lago San Pedro, 2014)

3.2.14 Auto identificación étnica

“En la parroquia existe mayoritariamente población mestiza con 1.650 casos identificados como tal, el siguiente grupo poblacional importantes son los indígenas con 161 casos que corresponde a grupos étnicos kichwas.” (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Lago San Pedro, 2014)

3.2.15 Agricultura

La actividad agrícola y ganadera es la preponderante en la parroquia Lago San Pedro; el terreno es relativamente plano por lo que la actividad se puede desarrollar con mayores ventajas que en otras zonas, sin embargo la capa de suelo no es muy profunda y de regular calidad. A pesar de esto los núcleos familiares se dedican a la actividad agropecuaria. Es el principal ingreso que tiene la comunidad, la población se dedica a la producción del cacao, café, palma africana, plátano, maíz duro, arroz, yuca, malanga, maní, frutales, entre otros. De esta forma, el sector agrícola constituye una de las principales fuentes de ingreso de la parroquia. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Lago San Pedro, 2014)

3.2.16 Ganadería

La parroquia Lago San Pedro posee un número importante de cabezas de ganado que en conjunto superan las 1500 cabezas de ganado. Esta actividad históricamente ha crecido en la parroquia, los pastos han ganado terreno a la actividad agrícola, la siguiente tabla muestra el incremento de la actividad. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Lago San Pedro, 2014)

Tabla 24 Variación de los pastos uso y cobertura

Variación de los pastos Uso y cobertura	Superficie Año 2000 (Km2)	Superficie Año 2008 (Km2)	Superficie Año 2013 (Km2)
Mosaico Agropecuario	47,25	47,13	5,9
Pastizal	15,47	15,67	45,99
Cultivo Anual	0,00	0,00	0,83
Cultivo Permanente	0,00	0,00	10,52
Total	76,62	76,62	76,62

Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Lago San Pedro, 2014)

3.2.17 Actividad pecuaria

Existe un gran movimiento económico, el sector pecuario se ve favorecido debido a la variabilidad climática que permite producir carne y en menor medida de leche. Además en su gran mayoría las familias se dedican a la crianza de, chanchos, gallinas, pavos y patos, que sirven para autoconsumo. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Lago San Pedro, 2014)

3.2.18 Piscicultura

La actividad piscícola no aparece entre las actividades económicas principales que reporta el Censo del 2010, lo cual se corresponde con la información proporcionada por los pobladores. Cabe anotar que en la Parroquia Lago San Pedro, existen alrededor de 10000 tilapias y 10000 cachamas, distribuidas en toda la parroquia, fruto de los proyectos productivos del GAPO buscando el bienestar de los habitantes de la Provincia de Orellana. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Lago San Pedro, 2014)

3.2.19 Uso del suelo

El suelo en la parroquia es mayoritariamente agrícola, las potencialidades del clima la topografía, hacen que su utilización sea eminentemente agrícola, en algunas comunidades por el paisaje acogedor existen usos de turismo como es en Fredy Silva, el centro Poblado en la cual existe el lago San Pedro. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Lago San Pedro, 2014)

3.2.20 Potencial turístico

La parroquia ha tenido un incremento en el ámbito turístico, por poseer una gran diversidad de flora y fauna, atractivos turísticos tales como ríos, cascadas, lagunas, y lagos, además cuenta con fácil acceso hacia los destinos turísticos.

Destacando la evolución en el comportamiento de las llegadas de turistas internacionales al Ecuador, tomando como base el año 2008, se observa que el turismo ha ido en aumento cada año con una tasa de crecimiento anual entre el 5 y 7,64%. En cuanto a preferencias de actividad de turistas internos, según los datos receptados en el Ministerio de Turismo, el 26,10% de los turistas nacionales tiene como preferencias visitar los sitios relativos a la naturaleza y áreas protegidas.

(Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Lago San Pedro, 2014)

3.2.21 Senderismo

Es una alternativa donde el visitante transita a pie cuyo objetivo es realizar la actividad física de poca dificultad en contacto con la naturaleza, de forma continua, además de ser un hábito saludable, ofrece entretenidas excursiones en paisajes de gran belleza y variedad de flora y fauna, siendo un lugar e interés turístico.

3.2.22 Pesca Recreativa

Aquí los turistas podrán pescar por deporte o para su alimentación, esta actividad es común y lo realizan con anzuelos. En la laguna se han identificado algunas especies acuáticas: conchas, camarones, cangrejos, peces azules y rojos, truchas entre otros.

3.2.23 Cicloturismo

Es una actividad que combina la actividad física y el turismo, que consiste en viajar en bicicleta visitando los diferentes lugares que se encuentra de acuerdo a una ruta predeterminada. Tal como en el Lago San Pedro ofrece interesantes alternativas a los ciclistas, si los turistas no disponen de una bicicleta, podrán rentarlas.

3.2.24 Artesanías

Las artesanías en la parroquia son importantes para los habitantes, aunque han sido descuidados debido a otras ocupaciones, por lo que solo existen pocas personas que todavía realizan artesanías. Tales como mukawas, shigras, collares, pulseras, aretes, trajes típicos y coronas a base de plumas de pájaros y semillas de la zona (Chucumuyo, san pedro, caimitomuyo, tagua etc.).

3.2.25 Flora

El ecosistema arbóreo natural primario y secundario que actualmente se halla sin intervención humana, está constituido de un piso vegetal de especies nativas de cada zona. Entre las especies forestales que aún se observan en el bosque de la Parroquia Lago San Pedro son: laurel, arenillo, chuncho, colorado manzano, moral, colorado, guayacán y ceibo rojo entre las duras y semiduras; sapote, coco, higuérón entre las blandas. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Lago San Pedro, 2014)

3.2.26 Fauna

La biodiversidad del ecosistema Amazónica es evidente la gran cantidad de especies de mamíferos, aves, anfibios, reptiles, peces e insectos, ejercen un importante rol dentro de los ecosistemas del cantón como polinizadores, frugívoros, dispersores de semillas, carnívoros, herbívoros u omnívoros. Se encuentran principalmente los primates (monos), artiodáctilos (cerdos de monte, venados), perisodáctilos (tapires o dantas), roedores (guanta, guatuso, etc.), carnívoros (puma, tigrillo, jaguar, etc.) y los xenartros (oso hormiguero, armadillo y perezoso). (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Lago San Pedro, 2014)

3.2.27 Gastronomía

- Maito de pescado (bagre, bocachico, sábalo, tilapia, cachama)
- Mayones o chontaduros asados.
- Sopa de pescado (principalmente bagre y bocachico)
- Chucula o batido de plátano maduro cocido
- Plátano, maduro o yuca asados a la brasa

(Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Lago San Pedro, 2014)

Bebidas:

- Chica de yuca
- Chica de chonta

(Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Lago San Pedro, 2014)

3.2.28 Electrificación

La parroquia Lago San Pedro cuenta con energía eléctrica las 24 horas. El servicio proviene de la empresa eléctrica del Cantón Joya de los Sachas.

3.2.29 Abastecimiento del agua

La cuenca como unidad geográfica constituye un ámbito biofísico ideal para caracterizar, diagnosticar, planificar y evaluar el uso de los recursos (principalmente el recurso agua), según la vocación de la cuenca y de acuerdo a los sistemas productivos en la dinámica de su entorno ecológico y socioeconómico². Las cuencas hidrográficas ofrecen numerosos servicios a la sociedad. El suministro de agua dulce para usos doméstico, agrícola e industrial depende mucho de los caudales que se producen y regulan en las cuencas. La agricultura y la seguridad alimentaria dependen en gran medida del agua superficial y los sedimentos, recogidos y transportados por las laderas de las cuencas. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Lago San Pedro, 2014)

3.2.30 Sistema de transporte

El sistema vial está compuesto por carreteras de primer, segundo y tercer orden, la cual consta de dos vías alternas, la primera corresponde a la vía Quito- Baeza- Lago Agrio hasta llegar al Cantón Joya de los Sachas, la segunda corresponde a la vía Quito- Baeza Loreto, la principal vía de acceso a la parroquia concierne a la primera anteriormente mencionada, la misma que se encuentra en buen estado. El servicio de transporte público nacional hacia la parroquia está conformado de la siguiente manera:

- Cooperativa transporte Baños
- Cooperativa transporte Loja
- Cooperativa transporte Esmeraldas
- Cooperativa transporte Putumayo
- Cooperativa transporte Zaracay
- Cooperativa transporte Aray

El medio de transporte hacia la parroquia es de transporte público, particular o motorizado su accesibilidad se conserva en buenas condiciones, con un tiempo estimado de 15 a 20 minutos hacia la parroquia. El transporte público son las

rancheras de la cooperativa Napo, Alejandro Labaka y la cooperativa Jivino Verde, con un horario de 06h00 hasta las 18h00.

3.2.31 Recursos y atractivos turísticos

La Matriz de Inventarios Turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador, pone a disposición la categoría, tipo, subtipo y su jerarquía de los atractivos turísticos del Ecuador, los mismos que fueron analizados para realizar un respectivo inventario de los atractivos turísticos de la parroquia Lago San Pedro.

A continuación se detalla los atractivos turísticos evaluados, categorizados y jerarquizados por el Ministerio de Turismo, de igual manera se ha complementado con el apoyo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Joya de los Sachas, siendo un total de seis atractivos turísticos de la Parroquia. Para un interés más amplio, de cada uno de los atractivos turísticos mencionados, (véase en anexos).

Tabla 25 Ficha de atractivos

PROVINCIA	CANTÓN	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA	PÚBLICA	PRIVADA	COMUNITARIA
ORELLANA	JOYA DE LOS SACHAS	Lago San Pedro	Atractivos Naturales	Ambiente Lacustres	Lago	II	X		
ORELLANA	JOYA DE LOS SACHAS	Agrupación Tanguila	Atractivos Naturales	Ambiente Lacustres	Laguna	I			X
ORELLANA	JOYA DE LOS SACHAS	Yurak Packcha	Atractivos Naturales	Ríos	Cascada	I	X		
ORELLANA	JOYA DE LOS SACHAS	El Bosque	Atractivos Naturales	Ríos	Riachuelo	II		X	
ORELLANA	JOYA DE LOS SACHAS	Cascada del Amor	Atractivos Naturales	Ríos	Cascada	I	X		
ORELLANA	JOYA DE LOS SACHAS	Cascada del Amor 2	Atractivos Naturales	Ríos	Cascada	I	X		

Fuente: (Ecuador, Ministerio de Turismo , 2018)

Elaborado por: Karina Grefa

Tabla 26 Descripción de los Atractivos

NOMBRE DEL ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN	Vías de Acceso
Lago San Pedro	El lago tiene aproximadamente 600m de largo y 200m de ancho, cuenta con un bosque de 35 h. Existe diversidad de fauna tales como pirañas, caimán negro, charapas, etc. En el atractivo posee dos chozas que prestan servicios de alimentación, además cuenta con canchas para realizar actividades recreativas y deportivas.	Segundo Orden
Agrupación Tanguila	Existe una gran diversidad de flora y fauna tales como insectos, caimán negro, tortugas charapas, boas, etc. En la laguna se puede realizar una convivencia con la comunidad kichwa. Además se puede realizar actividades agrícolas.	Tercer Orden
Yurak Packcha	El atractivo natural mide aproximadamente 5m de alto y 48 m de ancho, en la parte baja de la cascada se encuentra 3 cabañas típicas hechas de pambil y paja toquilla, además ofrecen servicios de alimentación para los visitantes.	Tercer Orden
El Bosque	Es un balneario natural que cuenta con 2 cabañas de construcción mixta, la primera se encuentra en la parte superior del balneario donde se ofrece servicios de alimentación y alojamiento. Además posee zonas de descanso donde se encuentran hamacas y un áreas de juegos de infantiles, cuentan también con una cancha para actividades recreativas y deportivas.	Tercer Orden
Cascada del Amor	La cascada tiene una altura de 3 m por 2,50 m de ancho. En este atractivo se encuentra dentro de una finca de 50 Ha de propiedad del Sr. Manuel Veloz Morales, la misma que se realizan actividades agrícolas.	Tercer Orden
Cascada del Amor 2	La cascada tiene 1,5 m de alto por 12 m de ancho, de agua cristalina. Se pueden apreciar cultivos de cacao. Este atractivo se destaca por poseer especies arbóreas como el morete, chonta entre otras.	Tercer Orden

Elaborado por: Karina Grefa

3.2.32 Establecimientos de Alojamiento

Los establecimientos hoteleros pone a disposición del huésped, cuya actividad principal es brindar alojamiento con sus respectivos servicios, en la siguiente matriz se detalla aspectos relevantes como la actividad y subactividad de la misma manera la categoría y el número de habitaciones.

Tabla 27 Ficha de alojamiento

NOMBRE	PROPIETARIO	DIRECCIÓN	ACTIVIDAD TURÍSTICA	SUBACTIVIDAD TURÍSTICA	CATEGORIA	HABITACIONES
Jaramillo	Héctor Jaramillo	Centro de la parroquia Lago San Pedro	Alojamiento	Hotel	II	10
El Bosque	Ramón Chalco	Se encuentra dentro del atractivo El Bosque	Alojamiento	Cabañas	I	6
Agrupación Tanguila	Guillermo Tanguila	Se encuentra dentro del atractivo	Alojamiento	Cabañas	I	4

Fuente: (Ecuador, Ministerio de Turismo , 2018)
Elaborado por: Karina Grefa

3.2.33 Establecimiento Gastronómico

En la siguiente matriz se detalla los establecimientos gastronómicos existentes en la parroquia Lago San Pedro, cuyos lugares ofrecen servicio de alimentos y bebidas para el consumo de los visitantes.

Tabla 28 Ficha de establecimiento gastronómico

NOMBRE	PROPIETARIO	DIRECCIÓN	ACTIVIDAD TURÍSTICA	SUBACTIVIDAD TURÍSTICA	CATEGORÍA
Lago San Pedro	Martha Aigaje	Se encuentra dentro del atractivo mencionado	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	II
El Bosque	Ramón Chalco	Se encuentra dentro del atractivo mencionado	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	III
Agrupación Tanguila	Guillermo Tanguila	Se encuentra dentro del atractivo mencionado	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	III

Fuente: (Ecuador, Ministerio de Turismo , 2018)
Elaborado por: Karina Greña

3.2.34 Fincas

En la siguiente matriz se muestra el total de fincas existentes en la Parroquia Lago San Pedro, cuyo desarrollo económico de la población, se basa en las principales actividades agrícolas y pecuarias. Por ende la agricultura ha sido uno de los factores productivos en el sector, a través del aprovechamiento de la riqueza natural de los suelos para el desarrollo de este tipo de actividad.

Tabla 29 Ficha de Fincas

NOMBRE DE LA FINCA	PROPIETARIO	DIRECCIÓN	ACTIVIDAD
Finca El Bosque	Ramón Chalco	Se encuentra dentro del atractivo mencionado	Producción agrícola y ganadera
Finca de Agrupación Tanguila	Guillermo Tanguila	Se encuentra dentro del atractivo mencionado	Producción agrícola
S/N	Manuel Morales	Se encuentra dentro del atractivo cascada del amor	Producción agrícola

Elaborado por: Karina Grefa

3.2.35 Organizaciones sociales involucradas

A continuación se detalla la lista organizaciones que participan activamente en la parroquia Lago San Pedro:

Tabla 30 Organizaciones Sociales

PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	RAZÓN SOCIAL	ENTIDAD ENCARGADA
Orellana	Joya de los Sachas	Lago San Pedro	Asociación de ganaderos lago san pedro	Ministerio de agricultura, ganadería, acuacultura y pesca
Orellana	Joya de los Sachas	Lago San Pedro	Asociación de campesinos primero de mayo	Dirección provincial de bienestar social de Orellana
Orellana	Joya de los Sachas	Lago San Pedro	Organización turística kichwa Yurak Pakcha	Consejo de desarrollo de las nacionalidades y pueblos del Ecuador
Orellana	Joya de los Sachas	Lago San Pedro	Asociación turística Helicopnia kichwa Aigaje	Consejo de desarrollo de las nacionalidades y pueblos del Ecuador
Orellana	Joya de los Sachas	Lago San Pedro	Río Blanco	
Orellana	Joya de los Sachas	Lago San Pedro	Santa Rosa	
Orellana	Joya de los Sachas	Lago San Pedro	Unión Lojana	
Orellana	Joya de los Sachas	Lago San Pedro	Fredy Silva	
Orellana	Joya de los Sachas	Lago San Pedro	Arenales	
Orellana	Joya de los Sachas	Lago San Pedro	14 de Diciembre	
Orellana	Joya de los Sachas	Lago San Pedro	Unidos Venceremos	
Orellana	Joya de los Sachas	Lago San Pedro	Juan Montalvo	
Orellana	Joya de los Sachas	Lago San Pedro	15 de Agosto	
Orellana	Joya de los Sachas	Lago San Pedro	Agrupación Tanguila	
Orellana	Joya de los Sachas	Lago San Pedro	Calumeña	
Orellana	Joya de los Sachas	Lago San Pedro	Lago San Pedro	

Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Lago San Pedro, 2014)

Elaborado por: Karina Grefa

3.2.36 Fase C. Análisis FODA

En esta etapa se realizó el diagnóstico del FODA, que permitirá identificar la situación actual de la parroquia Lago San Pedro, la cual se ha identificado las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, las mismas que nos permite tomar decisiones adecuadas para el diseño del producto agroturístico. A continuación presentamos la matriz FODA interno y externo, en base al producto:

Tabla 31 Matriz de impactos internos

CAPACIDADES	GRADO			GRADO			IMPACTO		
	FORTALEZAS			DEBILIDADES					
FORTALEZAS	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
Ubicación geográfica	X						5F		
Potencial turístico	X						5F		
Planta turística		X						3F	
Vías en buen estado		X						3F	
DEBILIDADES	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
Ausencia de políticas públicas					X			3D	
Escasa señalética					X			3D	
Prestadores de servicios no tomadas en cuenta por el GAD para el turismo				X				5D	
Falta de conocimiento técnico				X				5D	
Ganado no adiestrado para el turismo						X			1D

Fuente: (Pazmiño, 2017)
Elaborado por: Karina Grefa

Tabla 32 Matriz de impacto externos

FACTORES	GRADO			GRADO			IMPACTO		
	OPORTUNIDADES			AMENAZAS			ALTO	MEDIO	BAJO
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO			
Crecimiento turístico de acuerdo al GAD	X						5 O		
Inversión en planta turística en la provincia de Orellana	X						5 O		
Apoyo del MAGAP a fincas y pequeños agricultores		X						3 O	
Promoción turística MINTUR	X						5 O		
Producto agroturísticos posicionados en el cantón Joya de los Sachas				X			5A		
Existencia de productos turísticos conocidos a nivel internacional e internacional				X			5A		
Contaminación ambiental por empresas petroleras				X			5A		

Fuente: (Pazmiño, 2017)
Elaborado por: Karina Grefa

Tabla 33 Matriz FODA

	FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
POSITIVO	Ubicación geográfica	Crecimiento turístico de acuerdo al GAD
	Potencial turístico	Inversión en planta turística en la provincia de Orellana
	Planta turística	Apoyo del MAGAP a fincas y pequeños agricultores
	Vías en buen estado	Promoción turística MINTUR
NEGATIVO	DEBILIDADES	AMENAZAS
	Ausencia de políticas públicas	Producto agroturísticas posicionados en el cantón Joya de los Sachas
	Escasa señalética	Existencia de productos turísticos conocidos a nivel internacional e internacional
	Prestadores de servicios no tomadas en cuenta por el GAD para el turismo	Contaminación ambiental por empresas petroleras
	Falta de conocimiento técnico	
	Ganado no adiestrado para el turismo	

Fuente: (Pazmiño, 2017)
Elaborado por: Karina Grefa

3.3 Etapa 3. Diseño del producto turístico

Se ha diseñado una determinada modalidad turística acorde con las características del lugar, de ciertos recursos turísticos que provoquen una atracción, de tal manera que motive a los consumidores su desplazamiento fuera de su lugar habitual, satisfaciendo sus necesidades turísticas.

Tabla 34 Matriz de producto turístico

ATRATIVOS	HOSPEDEJE	ALIMENTACIÓN	FINCAS
Lago San Pedro	Jaramillo	Lago San Pedro	Finca El Bosque
Agrupación Tanguila	El Bosque	El Bosque	Finca de Agrupación Tanguila
Yurak Packcha	Agrupación Tanguila	Agrupación Tanguila	S/N (Manuel Morales)
El Bosque			
Cascada del Amor			
Cascada del Amor 2			

Elaborado por: Karina Grefa

3.3.1 Diseño de la Ruta

Se diseñó una ruta turística, que tiene como finalidad la observación de paisajes, disfrutar de actividades agrarias, y conectando con las zonas de diversos atractivos turísticos, siguiendo un itinerario predeterminado. El objetivo de la ruta turística es cumplir con las actividades establecidas con los turistas.

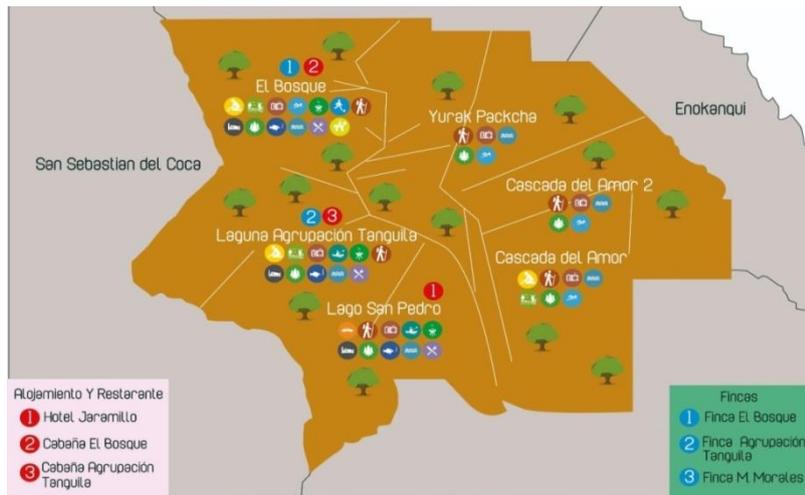
Ilustración 14 Mapa de provincia de Orellana



Elaborado por: Karina Grefa

Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Lago San Pedro, 2014)

Ilustración 15 Mapa parroquia Lago San Pedro

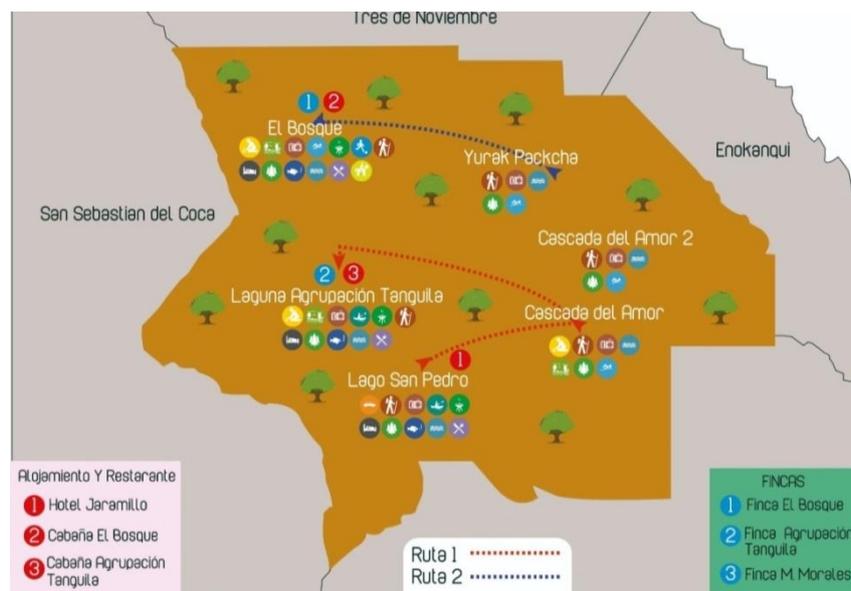


Elaborado por: Karina Grefa

Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Lago San Pedro, 2014)

En el siguiente grafico se puede evidenciar las posibles rutas del producto agroturístico en la parroquia Lago San Pedro, la misma que corresponde a dos rutas alternas.

Ilustración 16 Mapa rutas de los atractivos



Elaborado por: Karina Grefa

Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Lago San Pedro, 2014)

3.3.2 Itinerario

Se elaboró dos itinerarios como alternativas para visitar la parroquia Lago San Pedro, que nos permitirá orientarnos hacia varios puntos en una trayectoria que va a ser visitado, en base a tiempos y actividades que integran la ruta turística.

Tabla 35 Itinerario 1

LAGO SAN PEDRO "DEJA QUE EL PAISAJE SEA TU DESTINO"	
Tipo de producto: Agroturismo	Duración: 1 Día
ITINERARIO	
Hora	Actividades
08h00	Encuentro en el centro turístico comunitario Lago San Pedro
08h30	Desayuno
09h30	Inicio de la caminata hacia la cascada Yurak Packcha, observación de flora y fauna, fotografía
10h30	Recorrido por la finca el bosque, observación y manejo de cultivos, recolección de productos (yuca, cacao, guayusa, naranjilla)
11h30	Pesca deportiva
12h30	Disfrutar de la gastronomía típica (proceso de elaboración con productos de la zona)
13h00	Almuerzo
14h00	Actividades recreativas (futbol o volleyball)
15h30	Disfrutar del balneario
16h30	Retorno
Requerimientos de la visita	Documentos personales
	Ropa Ligera
	Gorra para el sol
	Repelente
	Protector solar
	Cámara fotográfica
Incluye	No incluye
Desayuno	Cabalgatas de caballo
Almuerzo	Gastos personales
Guía	Propinas
Pesca deportiva	

Elaborado por: Karina Grefa

Tabla 36 Itinerario 2

LAGO SAN PEDRO "DEJA QUE EL PAISAJE SEA TU DESTINO"	
Tipo de producto: Agroturismo	Duración: 1 Día
ITINERARIO	
Hora	Actividades
08h00	Encuentro en el centro turístico comunitario Lago San Pedro.
08h30	Desayuno
09h30	Observación de flora y fauna del Lago San Pedro
10h30	Paseo en bote en el Lago San Pedro
11h30	Pesca deportiva en el Lago San Pedro
13h00	Almuerzo
14h00	Convivencia con la comunidad Agrupación Tanguila
15h00	Observación del manejo de cultivos (Proceso)
15h30	Senderismo y disfrute de la cascada del amor
16h30	Retorno
Requerimientos de la visita	Documentos personales
	Ropa Ligera
	Gorra para el sol
	Repelente
	Protector solar
	Cámara fotográfica
Incluye	No incluye
Desayuno	Gastos personales
Almuerzo	Propinas
Guía	
Pesca deportiva	

Elaborado por: Karina Grefa

3.3.3 Creación de marca e imagen

Se diseñó la marca y la imagen del destino, que lo diferencie y lo haga destacar en el mercado, el cual consta de un logotipo acompañado de un eslogan, siendo un elemento visual que los visitantes identifiquen el destino turístico hacia la parroquia Lago San Pedro.

Logotipo:

Ilustración 17 Logotipo



Elaborado por: Karina Grefa

Slogan:

“Deja que el paisaje sea tu destino”

Descripción del Logotipo

El diseño del logotipo consiste en la representación de un árbol y una ave que significa la diversidad de flora y fauna de la parroquia a además el agua que representa las lagunas, lagos, cascadas y ríos que se encuentran en la misma.

Colores:

Blanco: Representa el cielo acompañado de una clima agradable.

Celeste: Significa la pureza de las cascadas, ríos, lagos y lagunas existentes en la parroquia

Verde: Este color representa las montañas, los árboles, los arbustos y demás paisajes, que se complementan con la diversidad de animales existentes en el sector.

Tipografía:

Para toda la construcción del logo se usó una tipografía San Serif

CONCLUSIONES

- ✚ En el marco teórico fundamentado, nos permitió analizar diferentes enfoques teóricos de los diferentes libros, revistas, artículos, documentos investigados. De igual manera sus herramientas y procedimientos contribuyeron a la aplicación del diseño del producto agroturístico en la Parroquia Lago San Pedro.
- ✚ Para el diseño de un producto de agroturismo se propone diversificar la oferta turística en el sector, aprovechando la potencialidad para el desarrollo turístico, siendo como principales beneficiarios la población inmersa.
- ✚ De acuerdo a los resultados obtenidos se determinó la demanda potencial en base a sus gustos, preferencias y necesidades, de la misma manera la aceptación de implementar un diseño de un producto de agroturismo en la parroquia, ya que existe un interés por parte de los turistas de realizar actividades agroturísticas.

RECOMENDACIONES

- El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Lago San Pedro en conjunto con las asociaciones involucradas pueden promover y desarrollar nuevos productos turísticos para que el sector tenga un crecimiento en el ámbito económico y turístico, sea a mediano o largo plazo.
- Implementar el presente trabajo de investigación ya que cumple con las características necesarias, como aporte al desarrollo de la actividad agroturística en el sector, y sea considerado uno de los lugares más visitados con mayor afluencia turística.
- Trabajar de manera conjunta entre el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Joya de los Sachas y el GAD parroquial Lago San Pedro, para determinar un plan estratégico de promoción, distribución y comercialización interna y externa que permita dar a conocer el producto turístico a turistas.

BIBLIOGRAFÍA

- Barrera, E. (2010). *La formación en el turismo rural*. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Buenos Aires.
- Brito, D. (2010). El agroturismo en los municipios de la Zona Metropolitana de Mérida. Realidad y posibilidades. *Visión Gerencial*, 82.
- Camara, C. (04 de 2014). Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos. *Scielo*. Recuperado el 26 de 08 de 2018, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-58982014000100005
- Castillo, E. (2015). *Turismo en Ecuador Nuevas Tendencias en el Turismo sostenible y contribución al crecimiento económico*. Recuperado el 26 de 08 de 2018, de <http://www.usc.es/econo/RGE/Vol24/rge2426.pdf>
- Chile, Servicio Nacional de Turismo. (Diciembre de 2015). *Manual Paso a paso para el Diseño de Productos*. Recuperado el 03 de Diciembre de 2018, de <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/08/244-manual-productos-turc3adsticos-chile.pdf>
- Colina, M. (2007). *Mercadeo Turístico*. Recuperado el 22 de Septiembre de 2018, de http://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/2541/1/delaColinaJuan_marketingturistico.pdf
- Díaz, B. (2015). *Diseño de productos y servicios turísticos*. España, España: Síntesis S.A.
- Dougiamas, M. (2008). *Conceptos fundamentales en turismo*. Guatemala.
- Ecuador, Congreso Nacional. (2002). *Ley de Turismo*. Quito: Registro Oficial N° 733 del 27 de diciembre de 2002. Modificada 29 de diciembre de 2014.
- Ecuador, Ministerio de Turismo . (2014). *Programa nacional para la excelencia turística*.
- Ecuador, Ministerio de Turismo . (10 de 05 de 2018). *Agroturismo, estrategia que se trabaja con los actores de la industria turística nacional*. Recuperado el 23 de 08 de 2018, de <https://www.turismo.gob.ec/?s=agroturismo>
- Ecuador, Ministerio de Turismo. (26 de 09 de 2007). *Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador*. Recuperado el 11 de Septiembre de 2018, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Ecuador, Ministerio de Turismo. (2009). *Formación de una red de agroturismo en las provincias de Guayas y los Ríos*. Guayaquil.
- Ecuador, Ministerio de agricultura y ganadería. (23 de 04 de 2018). *MAG impulsa nuevas formas de comercio en Orellana*. Recuperado el 20 de 09 de 2018, de <https://www.agricultura.gob.ec/mag-impulsa-nuevas-formas-de-comercio-en-orellana/>

- Fernández, V. (2006). *Diseño del producto turístico, un enfoque y una propuesta metodológica*. Bogotá, Colombia: Universidad de Bogotá.
- Freire, C. (2016). *Desarrollo del agroturismo*. Recuperado el 17 de 09 de 2018, de https://www.academia.edu/20274887/PAISES_EN_DESARROLLO_DEL_AGROTURISMO
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Lago San Pedro. (2014). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2014-2019. Lago San Pedro, Cantón Joya de los Sachas, Provincia de Orellana: Endavant S.A.
- Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Orellana. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Orellana 2015 - 2019*. Orellana: GADPO 2015.
- Gómez, G. (2014). *Procedimiento metodológico de diseño de producto turísticos para facilitar nuevos emprendimientos*. Cuenca.
- Hunziker, W. (Febrero de 2017). *Origen del Turismo*. Recuperado el 21 de 08 de 2018, de <https://mascotaschulas.wordpress.com/2017/02/01/walter-hunziker-kurt-krapf/>
- Jijón, P. (04 de 04 de 2018). *Agroturismo*. Recuperado el 30 de 08 de 2018, de El Telegráfo: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/cartas/1/agroturismo>
- Jiménez, C. (Mayo de 2010). *Turismo sostenible*. Recuperado el 25 de 08 de 2018, de <https://www.redalyc.org/pdf/1934/193420679001.pdf>
- La Hora. (31 de Agosto de 2018). *Dos rutas se abren al turista en la Joya de los Sachas*. Recuperado el 04 de 11 de 2018, de <https://lahora.com.ec/loja/noticia/1102182414/dos-rutas-se-abren-al-turista-en-la-joya-de-los-sachas>
- Ludeña, A. (19 de Septiembre de 2012). *Planta Turística*. Recuperado el 15 de 09 de 2018, de <https://es.slideshare.net/videoconferencias/planta-turstica-14345298>
- Morejón, L. (2017). *Diseño de un producto turístico de la parroquia Lago San Pedro, Cantón La Joya de los Sachas, Provincia de Orellana*. Recuperado el 12 de Agosto de 2018, de <http://dspace.espace.edu.ec/bitstream/123456789/7678/1/63T0020.pdf>
- Olmedo, M. (2013). *Plan de turismo comunitario para la parroquia Lago San Pedro, Cantón Joya de los Sachas, Provincia de Orellana*. Recuperado el 12 de Agosto de 2018, de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/2271/1/T-UCE-0005-375.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (s/f). *Glosario Básico del Turismo*. Recuperado el 23 de 08 de 2018, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Párraga, G. (2016). Análisis situacional del agroturismo en el Cantón Salitre provincia del Guayas. *Turydes (Turismo y Desarrollo)*, 80.
- Pazmiño, S. (2017). *Análisis DAFO cruzado*. Quito: Universidad Metropolitana del Ecuador.
- Pérez, S. (2015). *Oferta Turística*. Recuperado el 06 de 12 de 2018, de <https://in.linkedin.com/in/sara-perez-cobo-548aa430>

- Quispe, R. (04 de Diciembre de 2012). *El Agroturismo*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2018, de <https://es.slideshare.net/BARAQU/agroturismo1>
- Ramírez, Y. (2017). *Estudio de factibilidad para la implementación de una finca agroturística en la comunidad 24 de Julio, Parroquia San Sebastián del Coca, Provincia de Orellana*. Recuperado el 15 de Agosto de 2018, de <http://dspace.esoch.edu.ec/bitstream/123456789/7677/1/63T0019.pdf>
- Rodas, M. (2015). *Modelo de coaching para el fortalecimiento del liderazgo en el turismo comunitario*. Recuperado el 20 de 08 de 2018, de <http://www.eumed.net/rev/turydes/18/coaching.html>
- Rodríguez, M. (12 de Octubre de 2013). *Características de la oferta y demandada turística*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2018, de <https://aulasvirtuales.wordpress.com/2013/10/12/caracteristicas-de-la-oferta-y-la-demanda-turisticas/>
- Rubín, A. (2015). *Infraestructura turística*. Recuperado el 17 de 09 de 2018, de <https://www.lifeder.com/infraestructura-turistica/>
- Socateli, M. (2015). *Mercadeo aplicado al turismo. La comercialización de servicios, productos y destinos turísticos sostenibles*. Costa Rica: Universidad EStatal a Distancia - EUNED.
- Turismo en Perú. (29 de 03 de 2017). *Recurso, atractivo y producto turístico*. Recuperado el 26 de 08 de 2018, de <https://turismoenperusite.wordpress.com/2017/03/29/diferencia-entre-recurso-atractivo-y-producto-turistico/>
- Varisco, C. (2014). *El sistema turístico*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2018, de <http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Jerarquización de los atractivos turísticos

Ficha establecida por el Ministerio de Turismo

Atractivo 1

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	2	2	0	3	5	5	A	N	0	4	0	2	0	3	0	0	2
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
LAGO SAN PEDRO																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
ATRATIVOS_NATURALES				AMBIENTES_LACUSTRES				LAGUNA									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
ORELLANA				LA_JOYA_DE_LOS_SACHAS				LAGO SAN PEDRO									
2.4 Calle Principal				2.5 Número				2.6 Transversal									
VIA - SACHA - LAGO AGRIO				S/N				S/N									
2.7 Barrio, Sector o Comuna				2.8 Sitio poblado más cercano													
COMUNIDAD LAGO SAN PEDRO				FREDDY SILVA													
2.9 Latitud (grados decimales)				2.10 Longitud (grados decimales) Click				2.11 Altura (msnm)									
-0.2405556				-76.9463500				265									
2.12 Inmerso en Espacio Turístico				SI <input type="checkbox"/>				NO <input checked="" type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>					
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																	
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
3.1. Clima HÚMEDO TROPICAL				3.2 Temperatura(°C) 26.7				3.3 Precipitación Pluviométrica (mm) 3122.7									
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
4.1 Tipo de Ingreso (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4) <input checked="" type="checkbox"/>				4.1.2 Restringido (Continuar 4.1.4) <input type="checkbox"/>				4.1.3 Pagado (Continuar siguiente) <input type="checkbox"/>									
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):				a. Desde \$				b. Hasta \$									
				a. Efectivo <input checked="" type="checkbox"/>				b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>									
4.1.3.2 Forma de Pago (M):				c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>				d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>									
				e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>				f. Cheque <input type="checkbox"/>									
4.1.4 Horario:				a. Hora de Ingreso: 10:00				b. Hora de Salida: 18:00									
4.1.5 Atención (U):				a. Todos los días <input checked="" type="checkbox"/>				c. Fines de Semana y Feriados <input type="checkbox"/>									
				b. Sólo días hábiles <input type="checkbox"/>				d. Otro. <input type="checkbox"/> Especifique :									
Observaciones: ALQUILAN EVENTUALMENTE EL SITIO PARA EVENTOS																	

5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.1 Acceso (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.1.1 Terrestre (U)	a. Primer Orden	<input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	b. Segundo Orden	<input type="checkbox"/>		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	c. Tercer Orden	<input type="checkbox"/>		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
5.1.2 Acuático (U)	a. Marítimo	<input type="checkbox"/>	Describir:						
	b. Lacustre	<input type="checkbox"/>	Describir:						
	c. Fluvial	<input type="checkbox"/>	Describir:						
5.1.3 Aéreo	<input type="checkbox"/>	Describir:							
Observaciones: VIA ASFALTADA LLEGA HASTA EL ATRACTIVO									
5.2 Comunicación (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.2.1 Telefonía (M)	<input type="checkbox"/>	a. Fija	<input type="checkbox"/>	b. Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Satelital	<input type="checkbox"/>		
5.2.2 Conexión a Internet (M)	<input type="checkbox"/>	a. Línea Telefónica	<input type="checkbox"/>	b. Cable	<input type="checkbox"/>	c. Satélite	<input type="checkbox"/>		
		d. Redes inalámbricas	<input type="checkbox"/>	e. LMDS	<input type="checkbox"/>	f. Telefonía Móvil	<input type="checkbox"/>		
5.3 Señalización (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Señalización de aproximación al sitio	<input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
b. Señalética en el sitio	<input checked="" type="checkbox"/>		Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:									
5.4. Poblado Urbano Cercano más importante		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante:		LA JOYA DE LOS SACHAS							
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:	19,1KM	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:	26min	horas/ minutos				
Observaciones:									
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.5.1 Tipo	5.5.2 Frecuencia								
	a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual					
a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
b. Busetas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
k. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique :							
Observaciones: COOP. ALEJANDRO LABAKA DESDE LAS 06:00AM - HASTA LAS 17:00PM Y JIVINO VERDE TRES TURNOS 06:00-14:30-17:00PM									
6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.1 Planta Turística (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados:	0	Habitaciones:	0	Plazas:	0		
b. Alimentos y Bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados:	0	Mesas:	4	Plazas:	12		
c. Agencias de viaje/Operadoras	<input type="checkbox"/>	Establecimientos Registrados:	0						
d. Intermediación	<input type="checkbox"/>	Especifique :							
e. Transporte o movilización interno	<input type="checkbox"/>	Especifique :							
f. Guianza	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique :	RECORRIDO POR LOS SENDEROS						
g. Otros	<input type="checkbox"/>	Especifique :							
Observaciones: LOS ALIMENTOS SE PREPARAN SOLO CUANDO EL TURISTA SOLICITE									
6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.1 Planta Turística (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados:	0	Habitaciones:	0	Plazas:	0		
b. Alimentos y Bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados:	0	Mesas:	4	Plazas:	12		
c. Agencias de viaje/Operadoras	<input type="checkbox"/>	Establecimientos Registrados:	0						
d. Intermediación	<input type="checkbox"/>	Especifique :							
e. Transporte o movilización interno	<input type="checkbox"/>	Especifique :							
f. Guianza	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique :	RECORRIDO POR LOS SENDEROS						
g. Otros	<input type="checkbox"/>	Especifique :							
Observaciones: LOS ALIMENTOS SE PREPARAN SOLO CUANDO EL TURISTA SOLICITE									

6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.2.1 Categoría	6.2.2. Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)			
				a. Lat.	b. Long.	B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información abierto <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Punto de información cerrado <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Centro de recepción - equipamiento de visitantes <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Torres de observación de salvavidas <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Senderos <input checked="" type="checkbox"/>	2,00	JUNTA PARROQUIAL	-0.2405556	-76.946350		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y <input type="checkbox"/>								
	Área de servicio de alimentación <input checked="" type="checkbox"/>	1,00	JUNTA PARROQUIAL	-0.245556	-76.943550		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>	Garitas de guardianía <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Baterías sanitarias <input checked="" type="checkbox"/>	1,00	JUNTA PARROQUIAL	-0.245556	-76.943550		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input checked="" type="checkbox"/>	1,00	JUNTA PARROQUIAL	-0.245557	-76.943551		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observaciones: FALTA DE ASEO EN LAS BATERIAS SANITARIAS									
6.3 Complementarios (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Casa de cambio <input type="checkbox"/>	b. Alquiler y venta de equipo especializado <input checked="" type="checkbox"/>			c. Venta de Artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>					
f. Cajero automático <input type="checkbox"/>	e. Taxis <input type="checkbox"/>			h. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique :				
Observaciones: ALQUILER DE CANOAS, REMOS Y CHALECOS SALVAVIDAS									
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
7.1 Atractivo (U)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>			c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>				
Observaciones: EL ALCANTARILLA DE LAS AGUAS LLUVIAS DESEMBOCA A LA LAGUNA Y LLEVA BASURA									
7.1.1 Factores de deterioro (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
7.1.1.1 Naturales (M)		7.1.1.2 Antrópicos (M)							
a. Erosión <input type="checkbox"/>		a. Actividades Agrícolas <input checked="" type="checkbox"/>		b. Actividades Ganaderas <input type="checkbox"/>		c. Actividades Forestales <input type="checkbox"/>			
b. Humedad <input type="checkbox"/>		d. Actividades Extractivas / Minería <input type="checkbox"/>		e. Actividades Industriales <input type="checkbox"/>		f. Negligencia / Abandono <input checked="" type="checkbox"/>			
c. Desastres Naturales <input type="checkbox"/>		g. Huaquearía <input type="checkbox"/>		h. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>		i. Condiciones de uso y exposición <input checked="" type="checkbox"/>			
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>		j. Escaso o nulo mantenimiento <input type="checkbox"/>		k. Contaminación del Ambiente <input type="checkbox"/>		l. Generación de residuos <input checked="" type="checkbox"/>			
e. Clima <input type="checkbox"/>		m. Expansión urbana <input checked="" type="checkbox"/>		n. Conflicto Político / Social <input checked="" type="checkbox"/>		o. Desarrollo Industrial / <input type="checkbox"/>			
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique : POD LA JOYA DE LOS SACHAS			
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique :			
9.3. Nombre del Administrador:		Sr. GUILLERMO TANGUILA							
9.4. Tipo de Administrador (U)									
a. Público <input type="checkbox"/>	b. Privado <input type="checkbox"/>	c. Comunitario <input checked="" type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique : MANEJADO POR UNA DIRECTIVA					
9.5. Contacto									
a. Nombre:	Sra. MARTHA ORTELINA AIGAJE PILCA			b. Teléfono/Celular:	0988990358				
c. Correo Electrónico:	martha_aigaje@yahoo.com			d. Página WEB:					

10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.1.1 En el Agua (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar / lacustre	<input type="checkbox"/>	c. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>		
d. Kite Surf	<input type="checkbox"/>	e. Rafting	<input type="checkbox"/>	f. Snorkel	<input type="checkbox"/>		
g. Surf	<input type="checkbox"/>	h. Tubing	<input type="checkbox"/>	i. Regata	<input type="checkbox"/>		
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	<input checked="" type="checkbox"/>	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí	<input type="checkbox"/>	l. Banana / Inflables	<input type="checkbox"/>		
m. Pesca Deportiva	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique :			
Observaciones:							
10.1.2 En el Aire (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique :							
Observaciones:							
10.1.3 En Superficie Terrestre (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input checked="" type="checkbox"/>		
d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>		
g. Actividades Recreativas	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input checked="" type="checkbox"/>		
j. Camping	<input type="checkbox"/>	k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input checked="" type="checkbox"/>		
m. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique :			
Observaciones:							
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.1 Tangibles (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
11.1. Nivel de difusión del atractivo (U)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Local	<input type="checkbox"/>	b. Regional	<input type="checkbox"/>	c. Nacional	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Internacional	<input type="checkbox"/>
Observaciones:							
11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL:					
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre:	FACEBOOK				
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
e. Oficina de Información Turística	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre:	DEPARTAMENTO DE TURISMO DEL GADMGCJS Y CONSEJO PROVINCIAL				
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique :	REPORTAJES EN CANALES LOCALES				
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique					
11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas				
			1. Latitud (grados decimales)	2. Longitud (grados decimales)			
CENTRO TURISTICO EL BOSQUE	9,6	0:12:00	-0.2514722	-76.8906944			
CENTRO TURISTICO LA VALLADOLID	14,10	0:18:00	-0.25575	-76.85538			
CASCADA EL AMOR	1,50	0:03:00	-0.248944	-76.937525			
LAGUNA AGRUPACION TANGUILA	6,57	0:07:00	-0.249204	-76.974741			

12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)			SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
12.1 Afluencia (M)	12.2 Tipo (U)		12.3 Frecuencia (U)		
a. Local <input type="checkbox"/>	a. Turista <input type="checkbox"/>	b. Excursionista <input type="checkbox"/>	a. Alta <input type="checkbox"/>	b. Media <input type="checkbox"/>	c. Baja <input type="checkbox"/>
b. Nacional <input checked="" type="checkbox"/>	a. Turista <input type="checkbox"/>	b. Excursionista <input checked="" type="checkbox"/>	a. Alta <input type="checkbox"/>	b. Media <input checked="" type="checkbox"/>	c. Baja <input type="checkbox"/>
c. Extranjera <input checked="" type="checkbox"/>	a. Turista <input type="checkbox"/>	b. Excursionista <input checked="" type="checkbox"/>	a. Alta <input type="checkbox"/>	b. Media <input type="checkbox"/>	c. Baja <input checked="" type="checkbox"/>
14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO			SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
<p>El atractivo pertenece al GAD de la parroquia Lago San Pedro, no es aprovechado adecuadamente, no existe interes ni motivacion por parte de la gente para desarrollar el turismo. Existe mucho desconocimiento y falta de interes. El bosque es secundario y apesar de estar alterado es posible ver gran cantidad de aves, monos, peces y caimanes. la entrada es libre y el recorrido por el sendero tiene el valor de un \$1.00 por persona y el paseo por bote tiene el valor de un dolar por persona el recorrido nocturno para la observacion de caimanes tiene el valor de \$1.50,el atractivo es manejado por una directiva que busca transformarse en una asociacion turistica.</p>					
15. ANEXOS			SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
a. Archivo Fotográfico (dos)					
					
Fuente: Departamento de Turismo GADMCTS					

Atractivo 2

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	2	2	0	3	5	5	A	N	0	4	0	2	0	2	0	3	3
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
AGRUPACION TANGUILA																	
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo							
ATRATIVOS_NATURALES					AMBIENTES_LACUSTRES					LAGUNA							
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia							
ORELLANA					LA_JOYA_DE_LOS_SACHAS					LAGO SAN PEDRO							
2.4 Calle Principal					2.5 Número					2.6 Transversal							
SACHA - LAGO AGRIO																	
2.7 Barrio, Sector o Comuna					2.8 Sitio poblado más cercano												
15 DE AGOSTO					LAGO SAN PEDRO												
2.9 Latitud (grados decimales)					2.10 Longitud (grados decimales)					2.11 Altura (msnm)							
-0.249204					-76.974741					399							
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
4.1 Tipo de Ingreso (U)																	
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
4.1.1 Libre (Continuar 4.14) <input checked="" type="checkbox"/>					4.1.2 Restringido (Continúa 4.14) <input type="checkbox"/>					4.1.3 Pagado (Continuar siguiente) <input type="checkbox"/>							
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):					a. Desde \$ 0					b. Hasta \$ 0							
4.1.3.2 Forma de Pago (M):					a. Efectivo <input type="checkbox"/>					b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>							
					c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>					d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>							
					e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>					f. Cheque <input type="checkbox"/>							
4.1.4 Horario:					a. Hora de Ingreso: 8:00					b. Hora de Salida: 17:00							
4.1.5 Atención (U):					a. Todos los días <input checked="" type="checkbox"/>					c. Fines de Semana y Feriados <input type="checkbox"/>							
					b. Sólo días hábiles <input type="checkbox"/>					d. Otro. <input type="checkbox"/> Especifique:							
5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
5.1 Acceso (M)																	
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
5.1.1 Terrestre (U)		a. Primer Orden <input checked="" type="checkbox"/>		Estado (U)	Bueno <input checked="" type="checkbox"/>		Regular <input type="checkbox"/>		Malo <input type="checkbox"/>								
		b. Segundo Orden <input checked="" type="checkbox"/>			Bueno <input type="checkbox"/>		Regular <input checked="" type="checkbox"/>		Malo <input type="checkbox"/>								
		c. Tercer Orden <input checked="" type="checkbox"/>			Bueno <input type="checkbox"/>		Regular <input type="checkbox"/>		Malo <input checked="" type="checkbox"/>								
5.1.2 Acuático (U)		a. Marítimo <input type="checkbox"/>		Describir:													
		b. Lacustre <input type="checkbox"/>		Describir:													
		c. Fluvial <input type="checkbox"/>		Describir:													
5.1.3 Aéreo <input type="checkbox"/>		Describir:															
Observaciones:																	
5.2 Comunicación (M)																	
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
5.2.1 Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>		a. Fija <input type="checkbox"/>		b. Móvil <input checked="" type="checkbox"/>		c. Satelital <input type="checkbox"/>											
5.2.2 Conexión a Internet (M) <input type="checkbox"/>		a. Línea Telefónica <input type="checkbox"/>		b. Cable <input type="checkbox"/>		c. Satélite <input type="checkbox"/>											
		d. Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>		e. LMDS <input type="checkbox"/>		f. Telefonía Móvil <input type="checkbox"/>											
5.2.3 Radio Portátil (U) <input type="checkbox"/>		SI <input type="checkbox"/>		NO <input checked="" type="checkbox"/>													

7. ESTADO DE CONSERVACIÓN		E		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO										
7.1 Atractivo (U)		SI		<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Conservado	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado	<input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro		<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado		<input type="checkbox"/>	
Observaciones:										
7.1.1 Factores de deterioro (M)		SI		<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
7.1.1.1 Naturales (M)					7.1.1.2 Antrópicos (M)					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>			
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>			
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>			
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Escaso o nulo mantenimiento	<input checked="" type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>			
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>			
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:								
7.2.1 Factores de deterioro (M)		SI		<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
7.2.1.1 Naturales (M)					7.2.1.2 Antrópicos (M)					
a. Erosión	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input checked="" type="checkbox"/>			
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas /	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>			
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>			
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>			
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>			
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique :								
Observaciones:										
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea		SI		<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (U)		SI		<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:										
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI		<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):		SI		<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique : PDOT LA JOYA DE LOS SACHAS			
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):		SI		<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique :			
9.3. Nombre del Administrador:										
9.4. Tipo de Administrador (U)		a. Público		<input type="checkbox"/>	b. Privado	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Comunitario	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>
		Especifique :								
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)		SI		<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)		SI		<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
10.1.1 En el Agua (M)		SI		<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar / lacustre		<input type="checkbox"/>	c. Kayak de Río		<input type="checkbox"/>			
d. Kite Surf	<input type="checkbox"/>	e. Rafting		<input type="checkbox"/>	f. Snorkel		<input type="checkbox"/>			
g. Surf	<input type="checkbox"/>	h. Tubing		<input type="checkbox"/>	i. Regata		<input type="checkbox"/>			
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	<input checked="" type="checkbox"/>	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí		<input type="checkbox"/>	l. Banana / Inflables		<input type="checkbox"/>			
n. Pesca Deportiva	<input type="checkbox"/>	n. Otro		<input type="checkbox"/>	Especifique :					
Observaciones:										
10.1.2 En el Aire (M)		SI		<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique :		
Observaciones:										

11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO				
SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
11.1. Nivel de difusión del atractivo (U)				
a. Local	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Regional	<input type="checkbox"/>	c. Nacional <input type="checkbox"/> d. Internacional <input type="checkbox"/>
Observaciones:				
11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)				
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas	
			1. Latitud (grados decimales)	2. Longitud (grados decimales)
LAGO SAN PEDRO	6,26km	0:08:00	-0.2405556	-76.9463500
CASCADA DEL AMOR	6,75km	0:09:00	-0.248944	-76.937525
EL BOSQUE	14,09km	0:16:00	-0.2514722	-76.8906944
VALLADOLID	18,25km	0:20:00	-0.255741	-76.855374
Observaciones:				
14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO				
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
<p>para llegar a la laguna, se debe caminar un sendero en medio del bosque, donde se puede observar diversidad de flora y fauna como insectos, caiman negro, tortugas charapas, boas, etc. La laguna tiene un paisaje hermoso.</p>				
15. ANEXOS				
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
a. Archivo Fotográfico (dos)				
				

Atractivo 3

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	2	2	0	3	5	5	A	N	0	5	0	4	0	2	0	1	7
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
YURAK PAKCHA																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
ATRATIVOS_NATURALES				RÍOS				CASCADA									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
ORELLANA				LA_JOYA_DE_LOS_SACHAS				LAGO SAN PEDRO									
2.4 Calle Principal				2.5 Número				2.6 Transversal									
S/N				S/N				S/N									
2.7 Barrio, Sector o Comuna				2.8 Sitio poblado más cercano													
JUAN MONTALVO				JUAN MONTALVO													
2.9 Latitud (grados decimales)				2.10 Longitud (grados decimales) Click				2.11 Altura (msnm)									
-0.2838806				-76.9163388				326									
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																	
SI <input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>									
3.1 Clima HÚMEDO TROPICAL		3.2 Temperatura(°C)		26,7		3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)		3122,7									
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
SI <input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>									
4.1 Tipo de Ingreso (U)																	
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4) <input type="checkbox"/>				4.1.2 Restringido (Continúa 4.1.4) <input type="checkbox"/>				4.1.3 Pagado (Continuar siguiente) <input checked="" type="checkbox"/>									
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):				a. Desde \$		0,5		b. Hasta \$		1							
4.1.3.2 Forma de Pago (M):				a. Efectivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>		d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>							
				e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		f. Cheque <input type="checkbox"/>											
4.1.4 Horario:		a. Hora de Ingreso:		9:00		b. Hora de Salida:		17:00									
4.1.5 Atención (U):				a. Todos los días <input checked="" type="checkbox"/>		c. Fines de Semana y Feriados <input type="checkbox"/>											
				b. Sólo días hábiles <input type="checkbox"/>		d. Otro. <input type="checkbox"/>		Especifiqu e:									
5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
SI <input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>									
5.1 Acceso (M)																	
a. Primer Orden <input checked="" type="checkbox"/>				Estado (U)				Bueno <input checked="" type="checkbox"/>		Regular <input type="checkbox"/>		Malo <input type="checkbox"/>					
5.1.1 Terrestre (U)								b. Segundo Orden <input checked="" type="checkbox"/>		Bueno <input type="checkbox"/>		Regular <input checked="" type="checkbox"/>		Malo <input type="checkbox"/>			
								c. Tercer Orden <input type="checkbox"/>		Bueno <input type="checkbox"/>		Regular <input type="checkbox"/>		Malo <input type="checkbox"/>			
5.1.2 Acuático (U)				a. Marítimo <input type="checkbox"/>		Describir:											
				b. Lacustre <input type="checkbox"/>		Describir:											
				c. Fluvial <input type="checkbox"/>		Describir:											
5.1.3 Aéreo <input type="checkbox"/>				Describir:													

5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.5.1 Tipo	5.5.2 Frecuencia								
	a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual					
a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
b. Busetas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
c. Automóvil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
d. 4x4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
e. Tren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
f. Barco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
g. Lancha / Canoa / Bote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
h. Avión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
i. Avioneta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
k. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifiqu e: RANCHERAS							
Observaciones: COOP. JIVINO VERDE 2 TURNOS DE 6:00AM A 15:00PM									
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.2.1 Categoría	6.2.2. Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)			
				a. Lat.	b. Long.	B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de información abierto	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Punto de información cerrado	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia	Centro de recepción - equipamiento de visitantes	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso	Torres de observación de salvavidas	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Senderos	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso	<input checked="" type="checkbox"/>	2,00	COMUNITARIO	-0,2838806	-76,916338	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de Acampar	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Puentes de acceso a senderos	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Muelle	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.2.1 Factores de deterioro (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
7.2.1.1 Naturales (M)		7.2.1.2 Antrópicos (M)							
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input checked="" type="checkbox"/>		
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas /	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>		
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearías	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>		
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input checked="" type="checkbox"/>		
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input checked="" type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>		
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifiqu e:							
Observaciones:									
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (U)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
	Estacionamientos	<input checked="" type="checkbox"/>	1,00	COMUNITARIO	-0,2838806	-76,916338	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros	<input type="checkbox"/>								
Observaciones: FALTA DE MANTENIMIENTO EN LAS BATERIAS SANITARIAS									
6.3 Complementarios (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	b. Alquiler y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>	c. Venta de Artesanías y merchandising	<input type="checkbox"/>	Especifiqu e:			
f. Cajero automático	<input type="checkbox"/>	e. Taxis	<input type="checkbox"/>	h. Otro	<input type="checkbox"/>				
Observaciones:									
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
7.1 Atractivo (U)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:									
7.1.1 Factores de deterioro (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
7.1.1.1 Naturales (M)		7.1.1.2 Antrópicos (M)							
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input checked="" type="checkbox"/>		

9. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:	PDOT LA JOYA DE LOS SACHAS
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
9.3. Nombre del Administrador:		DANIEL TANGUILA					
9.4. Tipo de Administrador (U)							
a. Público <input type="checkbox"/> b. Privado <input type="checkbox"/> c. Comunitario <input checked="" type="checkbox"/> d. Otro <input type="checkbox"/>		Especifique:					
9.5. Contacto							
a. Nombre:		BENANCIO TANGUILA		b. Teléfono/Celular:		0980078836	
c. Correo Electrónico:		d. Página WEB:					
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.1.1 En el Agua (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Buceo <input type="checkbox"/>		b. Kayak de mar / lacustre <input type="checkbox"/>		c. Kayak de Río <input type="checkbox"/>			
d. Kite Surf <input type="checkbox"/>		e. Rafting <input type="checkbox"/>		f. Snorkel <input type="checkbox"/>			
g. Surf <input type="checkbox"/>		h. Tubing <input type="checkbox"/>		i. Regata <input type="checkbox"/>			
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha <input type="checkbox"/>		k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí <input type="checkbox"/>		l. Banana / Inflables <input type="checkbox"/>			
m. Pesca Deportiva <input type="checkbox"/>		n. Otro <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique:		NATACION	
Observaciones:							
10.1.2 En el Aire (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Alas Delta <input type="checkbox"/> b. Canopy <input type="checkbox"/> c. Parapente <input type="checkbox"/> d Otro <input type="checkbox"/>		Especifique:					
Observaciones:							
10.1.3 En Superficie Terrestre (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Montañismo <input type="checkbox"/>		b. Escalada <input type="checkbox"/>		c. Senderismo <input type="checkbox"/>			
d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>		e. Canyoning <input type="checkbox"/>		f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>			
g. Actividades Recreativas <input checked="" type="checkbox"/>		h. Cabalgata <input type="checkbox"/>		i. Caminata <input checked="" type="checkbox"/>			
11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
11.1. Nivel de difusión del atractivo (U)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Local <input type="checkbox"/> b. Regional <input checked="" type="checkbox"/> c. Nacional <input type="checkbox"/> d. Internacional <input type="checkbox"/>							
Observaciones:							
11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Página WEB <input type="checkbox"/> URL:							
b. Red Social <input type="checkbox"/> Nombre:							
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/> Nombre:							
d. Material POP <input type="checkbox"/> Nombre:							
e. Oficina de Información Turística <input checked="" type="checkbox"/> Nombre:		JEFATURA DE TURISMO DEL GADMCJS					
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/> Especifique:							
g. Otro <input type="checkbox"/> Especifique:							

11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)					SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas								
			1. Latitud (grados decimales)	2. Longitud (grados decimales)							
ROYAL PALM	11,43km	0:20:00	-0.281712	-76.853312							
LA VALLADOLID	14,18km	0:25:00	0.255741	-76.855374							
PARQUE LINEAL	8,76km	0:30:00	-0.2995889	-76.8580944							
EL BOSQUE	7,26km	0:15:00	-0.2514722	-76.8906944							
Observaciones: EL TIEMPO DEPENDERA DEL ESTADO DE LA VIA											
12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)					SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
12.1 Afluencia (M)		12.2 Tipo (U)		12.3 Frecuencia (U)							
a. Local	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Turista	<input type="checkbox"/>	b. Excursionista	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Alta	<input type="checkbox"/>	b. Media	<input type="checkbox"/>	c. Baja	<input checked="" type="checkbox"/>
b. Nacional	<input type="checkbox"/>	a. Turista	<input type="checkbox"/>	b. Excursionista	<input type="checkbox"/>	a. Alta	<input type="checkbox"/>	b. Media	<input type="checkbox"/>	c. Baja	<input type="checkbox"/>
c. Extranjera	<input type="checkbox"/>	a. Turista	<input type="checkbox"/>	b. Excursionista	<input type="checkbox"/>	a. Alta	<input type="checkbox"/>	b. Media	<input type="checkbox"/>	c. Baja	<input type="checkbox"/>
14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO					SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
<p>Este sitio natural mide aproximadamente 5m de alto y 48m de ancho en la parte baja de la cascada se encuentra 3 cabañas típicas hecha de pambil y paja toquilla. En la actualidad los senderos se encuentran deteriorados por la falta de mantenimiento del lugar, cuenta también con una cabaña pequeña donde sus visitantes puedan preparar los alimentos. Los fines de semana y feriados venden comida típicas y de lunes a viernes venta de bebidas alcoholicas y no alcoholicas de consumo moderado y snaks. En la actualidad el bosque primaria ha sido afectado por la deforestación con el fin de ampliar la frontera agrícola y ganadera, dando un lugar a un bosque secundario.</p>											
15. ANEXOS					SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Archivo Fotográfico (dos)											
											

Atractivo 4

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	2	2	0	3	5	5	A	N	0	5	0	2	0	2	0	0	4
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
EL BOSQUE																	
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo							
ATRATIVOS_NATURALES					RÍOS					RIACHUELO							
UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia							
ORELLANA					LA JOYA DE LOS SACHAS					LAGO SAN PEDRO							
2.4 Calle Principal					2.5 Número					2.6 Transversal							
VIA- COCA-SACHA-LAGO AGRIO					SIN					SIN							
2.7 Barrio, Sector o Comuna					2.8 Sitio poblado más cercano												
COMUNIDAD 14 DE DICIEMBRE					14 DE DICIEMBRE												
2.9 Latitud (grados decimales)					2.10 Longitud (grados decimales) Click					2.11 Altura (msnm)							
-0.2514722					-76.8906944					266							
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																	
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
3.1. Clima HÚMEDO TROPICAL			3.2 Temperatura(°C)			26,7			3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)			3122,7					
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
4.1 Tipo de Ingreso (U)																	
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4) <input type="checkbox"/>					4.1.2 Restringido (Continúa 4.1.4) <input type="checkbox"/>					4.1.3 Pagado (Continuar siguiente) <input checked="" type="checkbox"/>							
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):					a. Desde \$ 0.50					b. Hasta \$ 3							
4.1.3.2 Forma de Pago (M):					a. Efectivo <input checked="" type="checkbox"/>					b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>							
					c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>					d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>							
					e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>					f. Cheque <input type="checkbox"/>							
4.1.4 Horario:					a. Hora de Ingreso: 6:00					b. Hora de Salida: 18:00							
4.1.5 Atención (U):					a. Todos los días <input checked="" type="checkbox"/>					c. Fines de Semana y Feriados <input type="checkbox"/>							
					b. Sólo días hábiles <input type="checkbox"/>					d. Otro. <input type="checkbox"/> Especifiqu							
4.2 Temporalidad (M)																	
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
a. Alta (meses) <input checked="" type="checkbox"/>					Especifiqu e: FEBRERO (CARNAVAL)												
b. Baja (meses) <input type="checkbox"/>					Especifiqu e: RESTO DEL AÑO												
Observaciones: MAYOR AFLUENCIA LOS DIAS DOMINGOS																	

5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.1 Acceso (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.1.1 Terrestre (U)	a. Primer Orden	<input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	b. Segundo Orden	<input checked="" type="checkbox"/>		Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	c. Tercer Orden	<input type="checkbox"/>		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
5.1.2 Acuático (U)	a. Marítimo	<input type="checkbox"/>	Describir:						
	b. Lacustre	<input type="checkbox"/>	Describir:						
	c. Fluvial	<input type="checkbox"/>	Describir:						
5.1.3 Aéreo	<input type="checkbox"/>	Describir:							
Observaciones: VIA LASTRADA Y ASLFALTADA EN BUENAS CONDICIONES									
5.3 Señalización (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Señalización de aproximación al sitio	<input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
b. Señalética en el sitio	<input checked="" type="checkbox"/>		Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
Observaciones: NO EXISTE SEÑALIZACION DE APROXIMACIONAL ESTABLECIMIENTO									
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.5.1 Tipo	5.5.2 Frecuencia								
		a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual				
a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
b. Busetas	<input type="checkbox"/>								
c. Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
d. 4x4	<input type="checkbox"/>								
e. Tren	<input type="checkbox"/>								
f. Barco	<input type="checkbox"/>								
g. Lancha / Canoa/ Bote	<input type="checkbox"/>								
h. Avión	<input type="checkbox"/>								
i. Avioneta	<input type="checkbox"/>								
j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>								
k. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifiqu e:							
Observaciones: SE PUEDE ACCEDER TODOS LOS DIAS EN LOS BUSES QUE VAN A LAGO SAN PEDRO Y LOS DOMINGOS									
6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.1 Planta Turística (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados:	0	Habitaciones:	0	Plazas:	0		
b. Alimentos y Bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados:	0	Mesas:	8	Plazas:	48		
c. Agencias de viaje/Operadoras	<input type="checkbox"/>	Establecimientos Registrados:	0						
d. Intermediación	<input type="checkbox"/>	Especifiqu e:							
e. Transporte o movilización interno	<input type="checkbox"/>	Especifiqu e:							
f. Guianza	<input type="checkbox"/>	Especifiqu e:							
g. Otros	<input type="checkbox"/>	Especifiqu e:							

6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.2.1 Categoría	6.2.2. Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)			
				a. Lat.	b. Long.	B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información abierto <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Punto de información cerrado <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Centro de recepción - equipamiento de visitantes <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Torres de observación de salvavidas <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Senderos <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input checked="" type="checkbox"/>	1,00	PRIVADO	-0.2514722	-76.890694	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Áreas de Acampar <input checked="" type="checkbox"/>	1,00	PRIVADO	-0.2514722	-76.890694	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Puentes de acceso a senderos <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Refugio de alta <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Área de servicio de alimentación <input checked="" type="checkbox"/>	1,00	PRIVADO	-0.2514722	-76.890694	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Garitas de guardianía <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Baterías sanitarias <input checked="" type="checkbox"/>	1,00	PRIVADO	-0.2514722	-76.890694	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
e. Otros <input type="checkbox"/>	Estacionamientos <input checked="" type="checkbox"/>	1,00	PRIVADO	-0.2514722	-76.890694	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Observaciones: [FALTA DE MANTENIMIENTO EN LAS BATERIAS SANITARIAS](#)

7. ESTADO DE CONSERVACION E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.1 Atractivo (U)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/>		d. Deteriorado <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
7.1.1 Factores de deterioro (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.1.1.1 Naturales (M)		7.1.1.2 Antrópicos (M)					
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas <input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas <input checked="" type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales <input type="checkbox"/>				
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería <input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales <input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono <input type="checkbox"/>				
c. Desastres Naturales <input type="checkbox"/>	g. Huaquearía <input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>				
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Escaso o nulo mantenimiento <input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente <input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos <input type="checkbox"/>				
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana <input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social <input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial / <input type="checkbox"/>				
7.2.1 Factores de deterioro (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.2.1.1 Naturales (M)		7.2.1.2 Antrópicos (M)					
a. Erosión <input checked="" type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas <input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas <input checked="" type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales <input type="checkbox"/>				
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / <input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales <input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono <input type="checkbox"/>				
c. Desastres Naturales <input type="checkbox"/>	g. Huaquearía <input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>				
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente <input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos <input checked="" type="checkbox"/>				
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana <input checked="" type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social <input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial / <input type="checkbox"/>				
Otro <input type="checkbox"/>	Especifiqu						

9. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique: e: PDOT LA JOYA DE LOS SACHAS					
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: e:					
9.3. Nombre del Administrador:		Ramon Chalco									
9.4. Tipo de Administrador (U)											
a. Público		<input type="checkbox"/>	b. Privado	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Comunitario	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique: e:		
9.5. Contacto											
a. Nombre:		Ramon Chalco			b. Teléfono/Celular:		0992050099				
c. Correo Electrónico:		chalcostrans_19@hotmail.com			d. Página WEB:						
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
10.1.1 En el Agua (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar / lacustre	<input type="checkbox"/>	c. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>						
d. Kite Surf	<input type="checkbox"/>	e. Rafting	<input type="checkbox"/>	f. Snorkel	<input type="checkbox"/>						
g. Surf	<input type="checkbox"/>	h. Tubing	<input type="checkbox"/>	i. Regata	<input type="checkbox"/>						
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	<input checked="" type="checkbox"/>	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí	<input type="checkbox"/>	l. Banana / Inflables	<input type="checkbox"/>						
m. Pesca Deportiva	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: e: NATACION EN EL RIO							
Observaciones:											
10.1.2 En el Aire (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique: e:			
Observaciones:											
10.1.3 En Superficie Terrestre (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>						
d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>						
g. Actividades											
11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas								
			1. Latitud (grados decimales)	2. Longitud (grados decimales)							
LAGO SAN PEDRO	9,6KM	0:12:00	-0.2405556	-76.9463500							
LAS BRISAS	5,7KM	0:07:00	-0.2181167	-76.9071138							
VALLADOLID	5,1KM	0:06:00	-0.2514722	-76.890694							
RIVERAS DE LA VALLADOLID	5,52KM	0:07:00	-0.2557417	-76.855375							
Observaciones:											
12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
12.1 Afluencia (M)	12.2 Tipo (U)		12.3 Frecuencia (U)								
a. Local	<input type="checkbox"/>	a. Turista	<input type="checkbox"/>	b. Excursionista	<input type="checkbox"/>	a. Alta	<input type="checkbox"/>	b. Media	<input type="checkbox"/>	c. Baja	<input type="checkbox"/>
b. Nacional	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Turista	<input type="checkbox"/>	b. Excursionista	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Alta	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Media	<input type="checkbox"/>	c. Baja	<input type="checkbox"/>
c. Extranjera	<input type="checkbox"/>	a. Turista	<input type="checkbox"/>	b. Excursionista	<input type="checkbox"/>	a. Alta	<input type="checkbox"/>	b. Media	<input type="checkbox"/>	c. Baja	<input type="checkbox"/>

14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
<p>El atractivo de este lugar es un balneario natural que se forma al margen izquierdo del río jivino negro, cuenta con 2 cabañas de construcción mixta, la primera se encuentra en la parte superior del balneario donde se ofrece los servicio de alimentación y en la parte inferior se encuentra la segunda choza donde funciona un karaoke, tiene una pista de baile, en el lugar se ofrece bebidas alcohólicas y no alcohólicas de consumo moderado.</p> <p>Existen zonas de descanso donde se encuentran hamacas y un área de juegos de infantiles, cuentan también con una cancha de futbol y dos de volibol se han realizado, además, se han realizado adecuaciones para que los visitantes puedan disfrutar de las frescas aguas del río.</p>			
15. ANEXOS	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
a. Archivo Fotográfico (dos)			
			

Anexo 2 Modelo de encuesta

ENCUESTA

Estimado(a) colaborador, pertenezco a la carrera de Gestión de Empresa Turísticas y Hoteleras de la Universidad Metropolitana de Quito.

Se le pide de la manera más cordial realizar la presente encuesta que tiene como objetivo conocer el perfil del turista sobre el agroturismo en la parroquia Lago San Pedro del Cantón Joya de los Sachas, Provincia de Orellana.

Instrucciones:

Marque con una X

Género

F..... M.....

Edad

Entre 18 y 30 Entre 31 y 45..... Mayor a 46.....

11. ¿Conoce lugares en la provincia de Orellana que oferten productos de agroturismo?

Si..... No.....

12. ¿Alguna vez ha visitado la parroquia Lago San Pedro?

Si..... No.....

13. ¿Qué atractivos conoce de la Parroquia Lago San Pedro?

Laguna Agrupación Tanguila.....	Lago San Pedro.....
Cascada Yurak Pakcha.....	Cascada del amor.....
El bosque.....	Ninguna de las anteriores.....

14. ¿Qué tipo de turismo prefiere realizar?

Turismo Comunitario.....	Agroturismo.....
Turismo de salud.....	Turismo de deportes y aventura.....
Turismo de cruceros.....	Turismo cultural.....

15. ¿Alguna vez ha realizado actividades de agroturismo ?

Si..... No.....

16. ¿Mencione las actividades agroturísticas que prefiere realizar?

Observación de manejo de cultivos.....	Recolección de productos.....
Ordeño y elaboración de quesos.....	Muestras gastronómicas.....

Observación de procesos agroindustriales.....

Paseos en bote o caballo.....

17. ¿Cuánto tiempo usted destina para realizar este tipo de actividad agroturística?

1 día..... 2 días..... Más de 3 días.....

18. ¿Cómo le gustaría experimentar este tipo de actividad?

Solo..... Amigos (as)..... Familia..... Otros.....

19. ¿Cuál es su motivo de viaje?

Ocio..... Negocios..... Estudios..... Otros.....

20. ¿De los siguientes servicios turísticos cual considera de mayor relevancia para su visita?

Alojamiento..... Transporte..... Alimentación..... Guía.....