



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN TURISMO SOSTENIBLE

DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA
LAGO SAN PEDRO, CANTÓN LA JOYA DE LOS SACHAS,
PROVINCIA DE ORELLANA

TRABAJO DE TITULACIÓN
PROYECTO TÉCNICO PARA TITULACIÓN DE GRADO

PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER
EL TÍTULO DE INGENIERA EN TURISMO SOSTENIBLE

MOREJÓN RAMÍREZ LEYDI JHOMARA

ORELLANA- ECUADOR

2017

Derechos de Autor Copyright**©201X, Leydi Jhomara Morejón Ramírez**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN TURISMO SOSTENIBLE

Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de proyectos técnicos: **DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA LAGO SAN PEDRO, CANTÓN LA JOYA DE LOS SACHAS, PROVINCIA DE ORELLANA**, de responsabilidad de la señorita Leydi Jhomara Morejón Ramírez, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, quedando autorizada su presentación.

ING: DANNY DANIEL CASTILLO VIZUETE
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN



ING. SANDRA PATRICIA MIRANDA SALAZAR
MIEMBRO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Leydi Jhomara Morejón Ramírez, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes y el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 01 de agosto del 2017


Leydi Jhomara Morejón Ramírez
Cedula de ciudadanía: 220008248-1

Página de responsabilidad y compartir derechos

Yo, Leydi Jhomara Morejón Ramírez soy responsable de las ideas doctrinas y resultados expuestos en esta Tesis y el patrimonio intelectual del Trabajo de Titulación de Grado pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo



Leydi Jhomara Morejón Ramírez

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por haberme dado la fuerza, salud y todo lo necesario para seguir adelante cada día y lograr cumplir con todas mis metas propuestas.

A mis padres Jorge Morejón y Mercí Ramírez quienes me han brindado su apoyo incondicional para poder culminar esta etapa de mis estudios con éxito. A mi hija Melanny por ser el motor de mi vida, a mis hermanos / as por su cariño que me motiva a seguir adelante cada día.

A mis maestros, por permitirme prepararme para los retos que pone la vida, gracias a sus lecciones y experiencias, a cada uno de los que me acompañaron en este andar por la vida les dedico cada una de estas páginas de mi tesis.

Gracias a cada uno de ustedes por todo su apoyo por saber qué consejo y que palabras utilizar en los momentos que más necesité.

Leydi Morejón

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a Dios que por su infinita bondad me permiten existir y disfrutar de lo maravillosa que es la vida a pesar de los momentos difíciles que sin su bendición jamás habría podido superar.

A mi novio Byron por su infinito amor y apoyo durante todo este proceso, y en cada momento de mi vida.

Por otro lado, quiero expresar mi agradecimiento a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por ser la Institución donde adquirí los más valiosos conocimientos tanto académicos como aquellos que me ayudan a enfrentar a un mundo lleno de retos y sueños por cumplir.

De manera especial a mis tutores Ing. Danny Castillo e Ing. Sandra Miranda, por su tiempo y apoyo para la culminación de este trabajo.

Leydi Morejón

TABLA DE CONTENIDOS

I.	DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA LAGO SAN PEDRO, CANTÓN LA JOYA DE LOS SACHAS, PROVINCIA DE ORELLANA.....	1
II.	INTRODUCCIÓN	1
A.	IMPORTANCIA.....	1
B.	JUSTIFICACIÓN	2
III.	OBJETIVOS.....	3
IV.	REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	4
A.	TURISMO	4
1.	Definiciones	4
B.	TIPOS DE TURISMO	4
1.	Turismo tradicional.....	4
2.	Turismo alternativo.....	4
3.	Turismo cultural.....	4
4.	Turismo rural	5
5.	Agroturismo.....	5
6.	Ecoturismo	5
7.	Turismo de aventura	5
C.	POTENCIAL TURÍSTICO	6
1.	Diagnóstico situacional.....	6
D.	INVENTARIO DE ATRACTIVOS	7
1.	Clasificación de atractivos	7
2.	Recopilación de información	8
3.	Trabajo de campo.....	8
4.	Evaluación y jerarquización.....	8
E.	PRODUCTO TURÍSTICO	10
1.	Diseño de un producto turístico	10
F.	ESTUDIO DE MERCADO	12
G.	ESTUDIO TÉCNICO PRODUCTIVO	13

1.	Localización del proyecto.....	13
H.	ESTUDIO AMBIENTAL.....	14
1.	Impacto Ambiental.....	14
2.	Evaluación de Impacto Ambiental.....	14
I.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL.....	14
J.	ESTUDIO FINANCIERO.....	14
V.	MATERIALES Y MÉTODOS.....	16
A.	CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.....	16
1.	Localización.....	16
2.	Ubicación geográfica.....	16
3.	Delimitación del área.....	16
4.	Características climáticas.....	17
5.	Clasificación ecológica.....	18
6.	Materiales y equipos.....	19
B.	METODOLOGÍA.....	20
1.	Para el cumplimiento del primer objetivo: Evaluar el potencial turístico de la parroquia Lago San Pedro.....	20
2.	Para el cumplimiento del segundo objetivo: Elaborar el estudio de mercado.....	20
3.	Para el cumplimiento del tercer objetivo: Elaborar el estudio técnico del producto.....	23
4.	Para el cumplimiento del cuarto objetivo: Definir el estudio administrativo legal.....	23
5.	Para el cumplimiento del quinto objetivo: Elaborar el estudio ambiental.....	23
6.	Para el cumplimiento del sexto objetivo: Elaborar el estudio económico financiero.....	24
VI.	RESULTADOS.....	25
A.	EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA LAGO SAN PEDRO.....	25
1.	Diagnostico situacional de la parroquia Lago San Pedro.....	25
a.	Ámbito Físico-Espacial.....	25
b.	Ámbito socio cultural.....	26
c.	Ámbito Ecológico Territorial.....	32
d.	Ámbito económico productivo.....	37

e.	Ámbito político administrativo	38
2.	Resumen del inventario de atractivos turísticos.....	39
B.	ELABORACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	40
1.	Análisis de la demanda	40
2.	Análisis de la oferta turística	65
3.	Confrontación de la demanda-oferta.....	70
4.	Confrontación demanda-oferta por actividades	71
5.	Análisis mercadotécnico	72
6.	Requerimiento para el área comercial.....	76
C.	ESTUDIO TÉCNICO	78
1.	Tamaño del proyecto	78
2.	Localización de proyecto	85
3.	Diseño del paquete.....	87
4.	Estructura del costo del paquete	92
5.	Flujogramas de procesos.....	94
6.	Requerimiento para el área productiva	96
D.	DETERMINAR LA EVALUACIÓN AMBIENTAL	99
E.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL.....	100
1.	Definición del tipo de empresa	100
2.	Requisitos para el registro como Centro de turismo comunitario.....	102
3.	Requisitos para el funcionamiento del Centro de Turismo Comunitario.....	103
4.	Requerimiento para el área comercial.....	103
5.	Estructura organizativa del proyecto	106
6.	Manual de cargos y responsabilidades.....	108
F.	ELABORAR EL ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....	111
1.	Inversiones.....	111
2.	Cálculo de pago de la deuda	112
3.	Depreciaciones de activos fijos.....	112
4.	Amortizaciones de activos diferidos	113

5. Costos y gastos.....	113
7. Estados de resultados	114
8. Flujo de caja.....	115
VII. CONCLUSIONES	116
VIII. RECOMENDACIONES.....	117
IX. RESUMEN.....	118
X. SUMMARY	119
XI. BIBLIOGRAFÍA.....	120
XII. ANEXOS.....	123

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla IV-1. Rangos de Jerarquías	9
Tabla V-2. Muestra de encuestas	22
Tabla V-3. Matriz de mitigación ambiental	24
Tabla VI-4. Nivel de instrucción.....	27
Tabla VI-5. Alcantarillado	28
Tabla VI-6. Tendencia de la vivienda.....	29
Tabla VI-7. Transporte.....	31
Tabla VI-8. Tradiciones festivas	31
Tabla VI-9. Inventario de flora	34
Tabla VI-10. Inventario de fauna.....	35
Tabla VI-11. Organizaciones y asociaciones de la parroquia	38
Tabla VI-12. Resumen del inventario atractivos turísticos de la parroquia Lago San Pedro.....	39
Tabla VI-13. Universo	40
Tabla VI-14. Muestra de encuestas.....	41
Tabla VI-15. Edad de los turistas nacionales	42
Tabla VI-16. Género de turistas nacionales	43
Tabla VI-17. Procedencia de turistas nacionales	43
Tabla VI-18. Estado Civil de turistas nacionales	44
Tabla VI-19. Nivel de instrucción de turistas nacionales	45
Tabla VI-20. Motivo de viaje de turistas nacionales.....	46
Tabla VI-21. Le interesaría conocer la parroquia Lago San Pedro a los turistas nacionales	47
Tabla VI-22. Qué tipo de actividad le gustaría realizar en la parroquia	48
Tabla VI-23. Cuánto tiempo estaría dispuesto a invertir para un recorrido de una ruta	49
Tabla VI-24. Durante su visita con qué servicio le gustaría contar	49
Tabla VI-25. Gasto promedio por persona.....	50
Tabla VI-26. ¿Cuándo viaja lo hace a través de?.....	51
Tabla VI-27. Qué tipo de medio de información usted prefiere utilizar	51
Tabla VI-28. Edad de los Turistas Extranjeros	53
Tabla VI-29. Género de turistas extranjeros	54
Tabla VI-30. Procedencia de turistas extranjeros	54
Tabla VI-31. Estado Civil de turistas extranjeros	55
Tabla VI-32. Nivel de instrucción de turistas extranjeros.....	56
Tabla VI-33. Motivo de Viaje de turistas extranjeros.....	57
Tabla VI-34. Le interesaría conocer la parroquia Lago San Pedro a los turistas extranjeros	58
Tabla VI-35. Qué tipo de actividad le gustaría realizar en la parroquia	59
Tabla VI-36. Cuánto tiempo estaría usted dispuesto a invertir para recorrido de una ruta.....	60

Tabla VI-37. Durante su visita con qué servicio le gustaría contar	60
Tabla VI-38. Gasto promedio por persona.....	61
Tabla VI-39. ¿Cuándo viaja lo hace a través de?.....	62
Tabla VI-40. Qué tipo de medio de información usted prefiere utilizar	62
Tabla VI-41. Demanda potencial	64
Tabla VI-42. Demanda de clientes nacionales.....	64
Tabla VI-43. Demanda de clientes extranjeros	65
Tabla VI-44. Oferta sustitutiva de clientes nacionales.....	67
Tabla VI-45. Oferta sustitutiva de clientes extranjeros.....	67
Tabla VI-46. Proyección de la oferta por clientes nacionales.....	68
Tabla VI-47. Proyección de la oferta por clientes extranjeros.....	68
Tabla VI-48. Proyección de la oferta respecto a clientes nacionales	69
Tabla VI-49. Proyección de la oferta respecto a clientes extranjeros	69
Tabla VI-50. Demanda nacional insatisfecha	70
Tabla VI-51. Demanda extranjera insatisfecha.....	70
Tabla VI-52. Demanda insatisfecha de actividades de clientes nacionales	71
Tabla VI-53. Demanda insatisfecha de actividades de clientes extranjeros	71
Tabla VI-54. Activos fijos	76
Tabla VI-55. Inversiones diferidas.....	76
Tabla VI-56. Gastos del área comercial.....	77
Tabla VI-57. Requerimientos de talento humano para el área de comercial.	77
Tabla VI-58. Demanda objetivo de nacionales	78
Tabla VI-59. Demanda objetivo de extranjeros	78
Tabla VI-60. Demanda objetiva nacional para la actividad 1: Visita a la laguna	79
Tabla VI-61. Demanda objetiva nacional para la actividad 2: Observación de flora y fauna....	79
Tabla VI-62. Demanda objetiva nacional para la actividad 23: Caminata.....	79
Tabla VI-63. Demanda objetiva nacional para la actividad 4: Cabalgata.....	80
Tabla VI-64. Demanda objetiva nacional para la actividad 5: Pesca deportiva.....	80
Tabla VI-65. Demanda objetiva nacional para la actividad 6: Convivencia con las comunidades	80
Tabla VI-66. Demanda objetiva extranjera para la actividad 1: Visita a la laguna.....	81
Tabla VI-67. Demanda objetiva extranjera para la actividad 2: Observación de flora y fauna .	81
Tabla VI-68. Demanda objetiva extranjera para la actividad 3: Caminata	82
Tabla VI-69. Demanda objetiva extranjera para la actividad 4: cabalgata	82
Tabla VI-70. Demanda objetiva extranjera para la actividad 5: Pesca deportiva	82
Tabla VI-71. Demanda objetiva extranjera para la actividad 6: Convivencia con las comunidades.....	83

Tabla VI-72. Demanda nacional	83
Tabla VI-73. Demanda extranjera.....	84
Tabla VI-74. Actividades.....	87
Tabla VI-75. Paquete turístico N°1	88
Tabla VI-76. Paquete turístico N° 2	90
Tabla VI-77. Estructura del costo del paquete N° 01	92
Tabla VI-78. Estructura del costo del Paquete N° 02.....	93
Tabla VI-79. Activos fijos para el área productiva.....	96
Tabla VI-80. Inversión diferida	96
Tabla VI-81. Insumos y materiales	97
Tabla VI-82. Mano de obra directa.....	97
Tabla VI-83. Mano de obra indirecta.....	97
Tabla VI-84. Mantenimiento.....	98
Tabla VI-85. Combustibles	98
Tabla VI-86. Matriz de mitigación ambiental.....	99
Tabla VI-87. Requisitos para el registro como Centro de turismo comunitario	102
Tabla VI-88. Requisitos para el funcionamiento del Centro de Turismo Comunitario	103
Tabla VI-89. Selección e inducción al talento humano de la empresa	103
Tabla VI-90. Proceso de la inducción.....	103
Tabla VI-91. Capacitación de talento humano del área administrativa	104
Tabla VI-92. Requerimiento de talento humano para el área administrativa.....	104
Tabla VI-93. Requerimiento para el área administrativa	104
Tabla VI-94. Gasto para el área administrativa	105
Tabla VI-95. Gerencia	108
Tabla VI-96. Asesor jurídico	108
Tabla VI-97. Secretaria.....	109
Tabla VI-98. Área productiva	109
Tabla VI-99. Área comercial	110
Tabla VI-100. Inversiones	111
Tabla VI-101. Cuadro pago de deuda	112
Tabla VI-102. Cuadro depreciaciones de activos fijos	112
Tabla VI-103. Amortizaciones de activos diferidos	113
Tabla VI-104. Costos y gastos	113
Tabla VI-105. Presupuestos de ingresos	114
Tabla VI-106. Estados de resultados.....	114
Tabla VI-107. Flujo de caja	115
Tabla VI-108. Evaluación financiera	115

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura IV-1. Planta turística.....	10
Figura V-2. Mapa de la parroquia Lago San Pedro	16
Figura VI-3. Mapa de la parroquia	25
Figura VI-4. Vivienda.....	29
Figura VI-5. Estructura política de la parroquia	38
Figura VI-6. Edad de los turistas nacionales	42
Figura VI-7. Género de turistas nacionales	43
Figura VI-8. Procedencia de turistas nacionales.....	44
Figura VI-9. Estado Civil de turistas nacionales	44
Figura VI-10. Nivel de instrucción de turistas nacionales.....	45
Figura VI-11. Motivo de viaje de turistas nacionales	46
Figura VI-12. Le interesaría conocer la parroquia Lago San Pedro a turistas nacionales	47
Figura VI-13. Qué tipo de actividad le gustaría realizar en la parroquia a los turistas nacionales	48
Figura VI-14. Cuánto tiempo estaría usted dispuesto a invertir para recorrido de una ruta	49
Figura VI-15. Durante su visita con qué servicio le gustaría contar.....	50
Figura VI-16. Gasto promedio por persona.....	50
Figura VI-17. Durante su visita con qué servicio le gustaría contar.....	51
Figura VI-18. Qué tipo de medio de información usted prefiere utilizar	52
Figura VI-19. Edad de los turistas extranjeros.....	53
Figura VI-20. Género de turistas extranjeros.....	54
Figura VI-21. Procedencia de turistas extranjeros.....	55
Figura VI-22. Estado Civil de turistas extranjeros.....	56
Figura VI-23. Nivel de instrucción de turistas extranjeros.....	57
Figura VI-24. Motivo de viaje de turistas extranjeros	57
Figura VI-25. Le interesaría conocer la parroquia Lago San Pedro a turistas extranjeros	58
Figura VI-26. Qué tipo de actividad le gustaría realizar en la parroquia a los turistas extranjeros	59
Figura VI-27. Cuánto tiempo estaría usted dispuesto a invertir para recorrido de una ruta	60
Figura VI-28. Durante su visita con qué servicio le gustaría contar.....	61
Figura VI-29. Gasto promedio por persona.....	61
Figura VI-30. Durante su visita con qué servicio le gustaría contar.....	62
Figura VI-31. Qué tipo de medio de información usted prefiere utilizar	63
Figura VI-32. Logotipo.....	72
Figura VI-33. Página de web	73

Figura VI-34. Red social	74
Figura VI-35. Tarjeta de presentación	74
Figura VI-36. Tríptico parte frontal	75
Figura VI-37. Tríptico parte lateral	75
Figura VI-38. Mapa de macro localización	85
Figura VI-39. Mapa de micro localización	86
Figura VI-40. Flujograma del paquete uno	94
Figura VI-41. Flujograma del paquete dos	95
Figura VI-42. Organigrama estructural junta de accionistas	106
Figura VI-43. Organigrama funcional	107

I. DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA LAGO SAN PEDRO, CANTÓN LA JOYA DE LOS SACHAS, PROVINCIA DE ORELLANA

II. INTRODUCCIÓN

A. IMPORTANCIA

El turismo es una industria que está en proceso de cambio, mostrando un vigoroso crecimiento y diversificación, así como una sofisticación creciente de la demanda, que exige experiencias personalizadas y de calidad. En la actualidad, el turismo se ha convertido en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y desarrollo del mundo. En el mundo, las llegadas de turistas internacionales han aumentado de 436 millones a 1.087 millones de personas entre 1990 y 2013, generando ingresos que se incrementaron de 262 millones a 1.159 millones de dólares en igual periodo. Así, el turismo puede transformarse en un motor de progreso socioeconómico, a través de la creación de empleo, empresas, emprendimientos, infraestructura y divisas de exportación, tanto para economías avanzadas como en países emergentes (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2015).

La provincia de Orellana es una de las más favorecidas del Ecuador, cuenta con una selva pródiga, entre significativas minas de petróleo que se levanta panoramas relevantes, en la misma se encuentra el Parque Nacional Yasuní reconocido por la UNESCO Reserva de la Biosfera, que se destaca a nivel mundial.

El cantón La Joya de los Sachas, cuenta con atractivos naturales y culturales en los que sobresalen las cascadas, lagos, lagunas, ríos, su diversidad en la gastronomía, así como representaciones étnicas y culturales que constituyen un potencial turístico de gran jerarquía para realizar actividades de turismo ecológico, comunitario, agroturismo, aventura y gastronómico entre otros.

La parroquia Lago San Pedro del cantón La Joya de los Sachas este sector cuenta con patrimonio natural lo que resalta a la parroquia para así poder atraer turistas, con el fin de general beneficios económicos fomentando un turismo sostenible siendo partícipe las personas que residen en la localidad.

B. JUSTIFICACIÓN

Lago San Pedro es una parroquia rural del cantón la Joya de los Sachas, la cual posee recursos de gran beneficio turístico, el progreso de actividad turística en la parroquia es mínima por el desconocimiento y la inexistencia de investigaciones referentes al turismo, en este sentido la Junta Parroquial considera que el aprovechamiento sostenible de estos recursos se constituye en una alternativa de desarrollo para la parroquia impulsando el turismo y la potencialidad de sus territorio.

Bajo esta perspectiva, contar con un estudio técnico que plantee la estructura idónea de un producto turístico como una alternativa que aporta a la economía local, generando empleo a los habitantes de la parroquia, y a la vez teniendo como característica integrar los recursos, las actividades, los servicios turísticos, y la infraestructura, logrando así el desarrollo integral y sostenible de la actividad turística de la parroquia.

III. OBJETIVOS

A. OBJETIVO GENERAL

Diseñar un producto turístico de la parroquia Lago San Pedro, cantón La Joya de los Sachas, provincia de Orellana.

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Evaluar el potencial turístico de la parroquia Lago San Pedro, cantón La Joya de los Sachas, provincia de Orellana.
- b) Elaborar el estudio de mercado
- c) Elaborar el estudio técnico del producto turístico
- d) Definir el estudio administrativo legal
- e) Determinar la evaluación ambiental
- f) Elaborar el estudio económico financiero

C. HIPÓTESIS

1. Hipótesis del trabajo

Es factible la implementación de un producto turístico en la parroquia Lago San Pedro

IV. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. TURISMO

1. Definiciones

Es el conjunto de integraciones humanas como: transportes, hospedaje, diversión, enseñanza derivadas de los desplazamientos humanos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población, con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones (Luque, 2009).

“Turismo es 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” (Escuela Universitaria de Turismo de Murcia, 2012).

B. TIPOS DE TURISMO

1. Turismo tradicional

Se sustenta principalmente en el turismo masivo y en el desarrollo de grandes instalaciones de alojamiento y esparcimiento. Los turistas que practican este tipo de turismo regularmente presentan hábitos consumistas y demandan servicios sofisticados (Ibáñez & Rodríguez, 2007).

2. Turismo alternativo

Es una corriente de turismo que tiene como objetivo la realización de viajes donde el turista participa en actividades recreativas de contacto con la naturaleza y las expresiones culturales de comunidades rurales, indígenas y urbanas, respetando los patrimonios natural, cultural e histórico del lugar que visitan. Presupone que los organizadores están conscientes de los valores naturales, sociales y comunitarios, y que los turistas desean interactuar con la población local (Ibáñez & Rodríguez, 2007).

3. Turismo cultural

Corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de entrar en contacto con otras culturas y acercarse a sus identidades. Contempla como uno de sus objetivos el conocimiento de los bienes

de patrimonio cultural. Los turistas que practican esta modalidad turística buscan el disfrute y comunicación de valores y aprovechamiento económico para fines turísticos. Las principales actividades están relacionadas con diferentes aspectos; por ejemplo: artístico monumental, arquitectura popular, de exposiciones, étnico, folklore, costumbres y tradiciones, religioso, de formación, de acontecimientos singulares, festivo, literario, gastronómico e industrial (Ibáñez & Rodríguez, 2007).

4. Turismo rural

Es aquel tipo de turismo que se realiza en zonas no urbanas, realizando la cultura, los valores y la identidad de la población local, a través de su directa y activa participación en la prestación de los servicios turísticos. Este tipo de turismo complementa las actividades económicas tradicionales y permite el intercambio positivo entre visitantes y receptores (Luque, 2007).

5. Agroturismo

Es una actividad en la que el turista busca vincularse con las labores del campo. Otras de sus motivaciones son: el contacto con las actividades económicas tradicionales en localidades regularmente pequeñas y experimentar la vida rural campesina. Para el turista, esto significa una oportunidad de entrar en contacto con la naturaleza, aun cuando pueda tratarse de espacios sometidos a procesos productivos intensos (Ibáñez & Rodríguez, 2007).

6. Ecoturismo

Es un nuevo movimiento conservacionista, basado en la industria turística. Se plantea como viajes turísticos responsables que conservan el entorno y ayudan al bienestar de la comunidad local. Se acompaña por códigos éticos y genera un enorme flujo de viajeros internacionales. Recibe el apoyo de estudiantes, pensadores y el financiamiento de los gobiernos de algunos países industrializados (Ibáñez & Rodríguez, 2007).

7. Turismo de aventura

Algunos lo llaman turismo deportivo, turismo de aventuras, turismo de adrenalina o bien turismo de reto, y si bien su denominación es lo de menos, los conceptos si llegan a ser determinantes. Por lo que, estas denominaciones generan confusiones y preocupaciones entre el turista e inclusive entre los prestadores y comercializadores de estos servicios. Referente a las

actividades que se practican dentro de esta modalidad encontramos a, el montañismo, rappel, escalada, cabalgata, ciclismo de montaña y la caminata (Ibáñez & Rodríguez, 2007).

C. POTENCIAL TURÍSTICO

EL potencial turístico permite definir si un destino o una zona en específico pueden tener la capacidad de ser desarrollada turísticamente, ya que al tener una visión clara de lo que se puede aprovechar, se puede iniciar el desarrollo de nuevos proyectos turísticos, asimismo, si se conoce cuáles son los recursos potencialmente turísticos se puede definir una oferta turística que permita una diferenciación con los demás productos turísticos (Covarrubias, 2010).

1. Diagnóstico situacional

“Es la identificación, descripción y análisis evaluativo de la situación actual de la organización o el proceso, en función de los resultados que se esperan y que fueron planteados en la Misión. Es a la vez una mirada sistémica y contextual, retrospectiva y prospectiva, descriptiva y evaluativa” (Chaparro & Martínez, 2009).

a. Ámbito físico espacial.

División política administrativa (provincia, cantón, parroquia, barrios, comunidad), límites, vías de acceso (Tierra, 2009).

b. Ámbito sociocultural

Etnicidad (nacionalidad y pueblo), historia, población (total habitantes, número de familias, distribución por género y edad), migración, nivel de instrucción, profesión u ocupación, servicios básicos disponibles (agua, energía, alcantarillado, recolección y tratamiento de desechos), vivienda (tipo, propiedad, características), salud, educación (tipo de establecimiento, niveles, número de estudiantes y docentes), medios de transporte (unidades, frecuencia, precio), comunicación, servicios sanitarios (tipo de baños, letrina, pozo ciego, pozo séptico), combustibles utilizados, abastecimiento de productos (Tierra, 2009).

c. Ámbito ecológico territorial

Condiciones ambientales de la zona (clima, paisaje natural), clasificación ecológica, usos de suelo (tipos, porcentaje, mapas), descripción general de flora y fauna especies endémicas o en

peligro de extinción (familia, nombre común y científico, usos), hidrología, problemas ambientales (Tierra, 2009).

d. Ámbito económico productivo

Actividades económicas (tipo, ocupación), desarrollo actual del turismo en la zona, participación o interés de la población en el desarrollo turístico (Tierra, 2009).

e. Ámbito político administrativo

Administración interna (organigrama, composición administrativa, funciones), asociatividad (organizaciones) análisis respecto al apoyo público o privado para el desarrollo turístico, instituciones que trabajan en la zona (Tierra, 2009).

D. INVENTARIO DE ATRACTIVOS

El análisis se basa en el inventario de atractivos turísticos del MINTUR. Es importante diferenciar entre recursos y atractivos turísticos, la definición es la siguiente:

Recurso Turístico. Son sitios naturales y manifestaciones culturales que merezcan ser visitadas o admiradas por los visitantes. Son el fundamento para el desarrollo posterior de la atracción y son la materia prima de futuras atracciones.

Atractivos Turísticos. Son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. Esta misma metodología clasifica los atractivos turísticos por categoría, (sitios naturales y manifestaciones culturales) y varios tipos y subtipos (Ministerio de Turismo, 2014).

1. Clasificación de atractivos

Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar

2. Recopilación de información

En esta fase se selecciona tentativamente los atractivos para lo cual se investigan sus características relevantes. Esta fase de investigación es documental, cuya información debe obtenerse en las oficinas relacionadas con su manejo (Ministerio de Turismo, 2014).

3. Trabajo de campo

Consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo.

El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad. Es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional, como Municipios y Consejos Cantonales, Gobernaciones, Casas Parroquiales, así como de informantes locales, y tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo, del que se harán al menos 5 fotografías (Ministerio de Turismo, 2014).

4. Evaluación y jerarquización

Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente.

Los atractivos de acuerdo a la jerarquización que se les ha asignado, deberán responder aproximadamente a la siguiente descripción: (Ministerio de Turismo, 2014).

a. Jerarquía IV

Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial (Ministerio de Turismo, 2014).

b. Jerarquía III

Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos (Ministerio de Turismo, 2014).

c. Jerarquía II

Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento (Ministerio de Turismo, 2014).

d. Jerarquía I

Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico (Ministerio de Turismo, 2014).

Rangos de Jerarquización.- La jerarquía se establece a partir de la suma de los valores asignados a cada factor, y en función de los parámetros obtenidos se determina el rango jerárquico donde se ubica el atractivo” (Ministerio de Turismo, 2014).

Tabla IV-1. Rangos de Jerarquías

Jerarquías	
Puntuación	Jerarquía
1 a 25 puntos	Jerarquía I
26 a 50 puntos	Jerarquía II
51 a 75 puntos	Jerarquía III
76 a 100 puntos	Jerarquía IV

Nota: En (Ministerio de Turismo, 2014).

E. PRODUCTO TURÍSTICO

Según Gurria (2009), El producto es el servicio que usará o consumirá el turista, es el resultado de la suma de los elementos que ya se analizaron y se puede resumir de la siguiente manera:

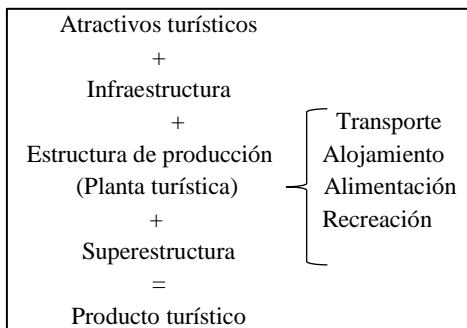


Figura IV-1. Planta turística

Nota: En Gurria (2009)

1. Diseño de un producto turístico

Diseñar 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. En una primera fase se aborda cómo 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. La obra termina con la implementación de productos o servicios turísticos y la dinamización de los recursos territoriales, para lo cual se analiza cuáles son y cómo seleccionar las variables de mayor incidencia socioeconómica para el entorno, las estrategias necesarias para un plan de marketing o los diferentes planes y programas llevados a cabo en determinadas zonas (Díaz, 2011).

a. Paquete turístico

Un paquete Turístico es la integración previa en un solo producto, de dos o más servicios turísticos o relacionados con éstos y que es ofrecido al público en general mediante material impreso, o cualquier (Turistic, 2013).

El paquete turístico, en su origen, es el paradigma de una estrategia de producto. Aunque la adquisición de un paquete turístico pueda suponer un coste del viaje menor que la compra

separada de sus componentes, el comprador del paquete valora principalmente el valor añadido de la integración de todo el viaje en un paquete de servicios.

Fonseca (2007), señala al paquete turístico como:

Paquete turístico que se comercializa de forma única y que contiene dos o más servicios de carácter turístico (alojamiento, manutención y transporte), por el que se abona un precio, dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta.

b. Elementos del paquete turístico

Según López (2015), un paquete turístico debe tener lo siguiente:

Nombre del paquete.

Codificación (numeración).

Duración (horas, días, noches).

Carácter: Historia, naturaleza, cultura, aventura.

Tiempo de actividades (inicio, duración).

Itinerario y Descripción de actividades (en orden de visita listado de atractivos naturales y culturales).

Dificultad (fácil, moderado, difícil).

Servicios que incluyen.

Precio (por número de pasajeros).

Observaciones.

Mapa y fotografía

Estrategias de comercialización de un producto

1) Definición

La estrategia de promoción consiste en comunicar a los individuos, a los grupos, a las organizaciones, en forma directa o indirecta, la existencia de nuestra empresa turística, de nuestro producto turístico, de nuestro destino turístico, de nuestra zona turística, con el propósito de llevar a cabo intercambios de valor, mediante la combinación de métodos para la promoción. Entre estos métodos están los siguientes tres, los cuales conforman lo que se conoce con el nombre de promoción-mix o mezcla de promoción.

a. La publicidad: Consiste en una comunicación no personal de nuestra empresa y sus productos, que llega a un público meta a través de medios de comunicación masiva, como, por ejemplo: televisión, radio, periódicos, revistas, correos directos, tele marketing, correo electrónico, discos compactos con información, banners o lonas publicitarias, publicidad circulante sobre vehículos y buses, vallas publicitarias, afiches, catálogos, directorios, entre otros.

b. Las ventas personales: Consiste en la comunicación escrita directa con el cliente meta, con el propósito de persuadirle a que compre nuestro producto. Esto requiere de tacto y de estrategia de quien recurre a este método, puesto que hay que lograr que el cliente acepte nuestras ideas y nuestros puntos de vista.

c. Las relaciones públicas: Consiste en una serie de actividades que lleva a cabo la empresa turística, para crear una imagen segura y una predilección de su marca, mediante la intervención de un tercero que ha disfrutado de nuestro producto o servicio turístico y que, en consecuencia, se encuentra motivado y convencido de que nuestra marca es buena. Es una típica publicidad boca oído. Lo que busca este método es influir favorablemente en las actitudes del público meta hacia nuestra empresa turística, sus productos y sus políticas (Benavides, 2007, págs. 26-43).

F. ESTUDIO DE MERCADO

Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo (Cayetano, 2006).

El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado (Cayetano, 2006).

G. ESTUDIO TÉCNICO PRODUCTIVO

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita (Rosales, 2005).

El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal (Baca, 2010).

1. Localización del proyecto

a. Macrolocalización.

También llamada macro zona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes.

Es decir, cubriendo las exigencias o requerimiento de proyecto, el estudio se constituye en un proceso detallado como. Mano de obra materiales primas, energía eléctrica, combustibles, agua, mercado, transporte, facilidades de distribución, comunicaciones, condiciones de vida leyes y reglamentos, clima, acciones para evitar la contaminación del medio ambiente, apoyo, actitud de la comunidad, zonas francas. Condiciones, sociales y culturales (Dios, 2012).

b. Microlocalización.

Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y re-limitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona (Dios, 2012).

H. ESTUDIO AMBIENTAL

1. Impacto Ambiental

Sánchez (2000), Define impacto ambiental como la “Alteración de la calidad ambiental que resulta de la modificación de los procesos naturales o sociales provocada por la acción humana” y consigna otras definiciones que apuntan en el mismo sentido.

2. Evaluación de Impacto Ambiental.

“Es un proceso global que permite incorporar los criterios ambientales a la toma de decisiones en el diseño y ejecución de políticas, planes, programas y proyectos. Incluye estudios técnicos, sistemas de participación pública, procedimientos administrativos y toma de decisiones por parte de las autoridades ambientales competentes” (Peinado, 1997).

“Es un análisis sistemático, reproducible e interdisciplinarios de los impactos potenciales, tanto de la acción propuesta como de sus alternativas, en los atributos físicos, biológicos, culturales y socioeconómicos de un área geográfica en particular” (Espinoza, 2001).

I. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte, se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales. Finalmente se muestra el aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico que debe tomar en cuenta toda organización para iniciar sus operaciones o bien para reorganizar las actividades ya definidas (Parra, 2016).

J. ESTUDIO FINANCIERO

Constituye la técnica matemático-financiera y analítica, a través de la cual se determinan los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir al pretender realizar una inversión, en donde uno de sus objetivos es obtener resultados que apoyen la toma de decisiones referente a actividades de inversión.

Permite conocer la rentabilidad del proyecto a largo plazo, se realiza a partir del estudio financiero. En base al cálculo del Flujo de Caja, Valor Actual Neto Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio - Costo y el Periodo de Recuperación de la Inversión. Mientras en el análisis económico consideramos ventas y gastos (transacciones económicas), en el análisis financiero consideramos ingresos y egresos (flujos reales de dinero hacia y desde la empresa) (Flores, 2012).

V. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

La parroquia está ubicada al norte del cantón La Joya de los Sachas, dentro de la provincia de Orellana, 14.30 km de la cabecera cantonal (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2014, pág. 9).

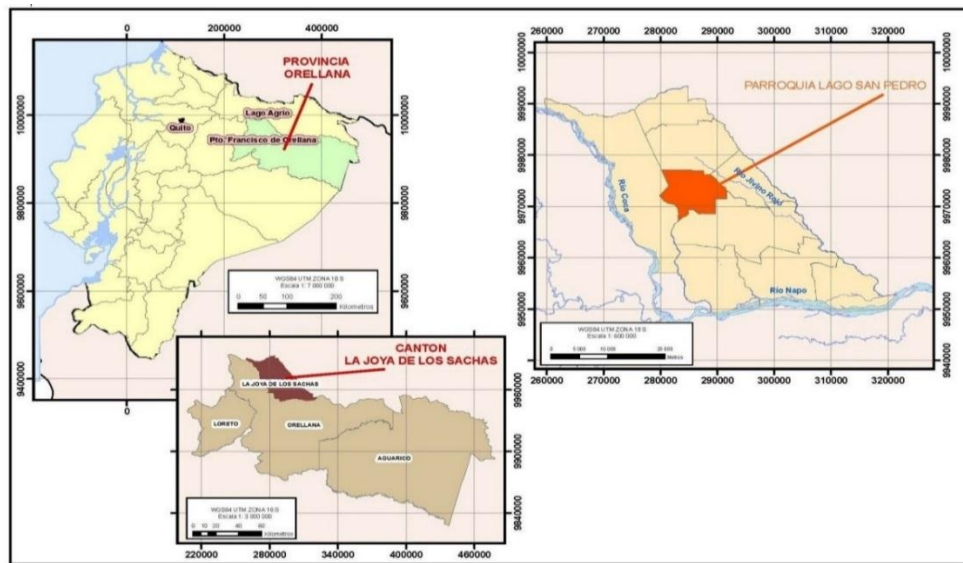


Figura V-2. Mapa de la parroquia Lago San Pedro

Nota: En (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2014, pág. 9)

2. Ubicación geográfica

- a. **Latitud:** 9973386 UTM
- b. **Longitud:** 0283393 UTM
- c. **Altitud:** 260 - 270 m.s.n.m.

3. Delimitación del área

- a. **Norte:** parroquia Tres de Noviembre
- b. **Sur:** parroquia urbana La Joya de los Sachas
- c. **Este:** parroquia Enokanqui
- d. **Oeste:** parroquia San Sebastián del Coca

4. Características climáticas

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.

El clima de una zona se define mediante datos estadísticos de un período de tiempo mínimo de información climatológica (diez años consecutivos), con lo que se pretende caracterizar la variación espacial y temporal de cada una de las variables climatológicas que cuenten con información confiable.

La estación más cercana a la zona, es la estación Coca - Aeropuerto, sobre las variables climáticas, existen más de 20 años completos consecutivos de información confiable (1981-2011), se consideró suficiente para la caracterización climática de la zona.

Además en la zona se cuenta con la estación Palmoriente - Huashito, la cual, no registra todos los parámetros requeridos por el estudio (10 años de registros). Y la estación Limoncocha que se encuentra en la zona, pero presenta datos limitados (6 años de información intermitente). La precipitación es uno de los parámetros climatológicos determinantes del ciclo del agua en una región, así como también de la ecología, paisaje y usos del suelo. Los valores de pluviosidad de la zona comparados con los de otras regiones del Ecuador fueron elevados, generalmente mayores a 150 mm mensuales.

En la distribución al interior del año de las precipitaciones, se observó en general dos períodos húmedos que corresponden a los meses de febrero, julio, y entre septiembre a diciembre con un pico máximo en abril y mayo.

En enero y agosto se presentan los períodos de menor precipitación; siendo el mes de agosto el de menores precipitaciones. El valor medio anual de precipitación es de 3.122,7 mm

a. Temperatura

Las temperaturas medias mensuales tienen una distribución uniforme al interior del año. Las mayores temperaturas se registraron entre los meses de septiembre a enero y las menores en el mes de julio. La estación Coca mostró una temperatura media anual de 26,7 °C. La precipitación es uno de los parámetros climatológicos determinantes del ciclo del agua en una

región, así como también de la ecología, paisaje y usos del suelo. Los valores de pluviosidad de la zona comparados con los de otras regiones del Ecuador fueron elevados, generalmente mayores a 150 mm mensuales.

En la distribución al interior del año de las precipitaciones, se observó en general dos períodos húmedos que corresponden a los meses de febrero, julio, y entre septiembre a diciembre con un pico máximo en abril y mayo.

En enero y agosto se presentan los períodos de menor precipitación; siendo el mes de agosto el de menores precipitaciones. El valor medio anual de precipitación es de 3.122,7 mm (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón La Joya de los Sachas , 2015).

5. Clasificación ecológica

La región amazónica con aproximadamente 9260000 hectáreas representa el 30% del territorio nacional, pero en el contexto regional solo el 2% de la Cuenca Amazónica. Esta región abarca un rango altitudinal que varía entre la región norte y sur pero que en promedio va de 180 - 190 msnm en la parte más baja de la llanura amazónica y 2900 en las cumbres de las cordilleras amazónicas. Incluye tanto las planicies de inundación de los ríos de origen andino y de origen amazónico, sus interfluvios, así como el área de piedemonte de la cordillera Oriental y las cordilleras sub andinas o amazónicas que se levantan hacia el sur.

Al norte es característica la presencia de bosques de tierra firme sobre una serie de colinas que varían de disecadas a muy disectadas, zonas de pantanos, moretales o bosques de palmas y los sistemas lacustres de aguas negras.

La Amazonía central y sur del Ecuador está dominada por un complejo de mesas de arenisca y colinas interrumpidas por terrazas aluviales asociadas con los valles de inundación de ríos de aguas blancas y negras y un relieve homogéneo asociado con el cono de esparcimiento del río Pastaza (Ministerio del Ambiente, 2012).

En términos de geomorfología a escala de meso relieve la baja Amazonía se define con la presencia de unidades que corresponden a llanuras y penillanuras conformadas por una serie de colinas, valles, mesetas, en base a estos criterios de geomorfología y a análisis de composición florística, principalmente de la composición de comunidades de árboles hemos definido como la baja Amazonía a toda la región bajo los 300 msnm (Ministerio del Ambiente, 2012).

A escala regional se distinguen cuatro grandes tipos de vegetación: los bosques de tierra firme, los bosques inundables por ríos de origen amazónico y andino, los bosques inundados localmente llamados moretales o pantanos y los bosques en sistemas lacustres - riparios de aguas negras comúnmente llamados igapós. Por algún tiempo se ha tenido la visión de que la Amazonía ecuatoriana en términos florísticos es más homogénea en comparación con zonas donde el gradiente de composición de suelos es más intenso como las regiones de Iquitos, el Medio Caquetá o Manaos.

Sin embargo, estudios recientes demuestran que la variación florística es más abrupta de lo que se pensaba y que la composición y abundancia dentro de las comunidades de árboles pueden cambiar drásticamente en distancias muy cortas a medida que se aleja de la base de los Andes hacia el este y muy presumiblemente hacia el norte y hacia el sur de la Amazonía ecuatoriana (Ministerio del Ambiente, 2012).

6. Materiales y equipos

a. Materiales

- Hojas,
- Lápiz
- Esferos
- Libreta de campo
- Carpetas
- Cd's.

b. Equipos

- Computadora
- Impresora
- Cámara digital
- Memory Stick
- GPS

B. METODOLOGÍA

Para esta investigación se aplicaron técnicas de investigación bibliográfica (secundaria) y de campo (primaria), de manera explorativa, descriptiva, y analítica.

1. Para el cumplimiento del primer objetivo: Evaluar el potencial turístico de la parroquia Lago San Pedro.

b. Diagnóstico situacional de la parroquia

Para el diagnóstico situacional, se recurrió a instituciones gubernamentales, se recopiló información secundaria obtenida del PDOT de la parroquia Lago San Pedro. Se realizó salidas de campo, talleres participativos para la actualización de información de la parroquia en base a los siguientes ámbitos:

- ✓ Ámbito Físico Espacial
- ✓ Ámbito Ecológico Territorial
- ✓ Ámbito Socio Cultural
- ✓ Ámbito Económico Territorial
- ✓ Ámbito Político – Administrativo

c. Inventario de los atractivos turísticos de la parroquia

Para realizar el cumplimiento del inventario de atractivos existentes en la parroquia se aplicó la metodología MINTUR, 2004

Las etapas a seguir fueron las siguientes:

- Clasificación de los atractivos
- Recopilación de información
- Trabajo de campo
- Evaluación y jerarquización

2. Para el cumplimiento del segundo objetivo: Elaborar el estudio de mercado.

Se tomó en cuenta tres componentes importantes la demanda, oferta y la confrontación de la demanda vs la competencia.

a. Análisis de la demanda

Para el análisis de la demanda se realizó en base a los siguientes puntos:

1) Segmentación

Las encuestas estaban dirigidas a turistas nacionales e internacionales que ingresan a la provincia de Orellana y al Parque Nacional Yasuní

2) Universo

El universo de estudio para demanda fue de 11090 turistas nacionales e internacionales que ingresan al Parque Nacional Yasuní datos proporcionados por el Ministerio del Ambiente de Provincia de Orellana.

3) Muestra

Para establecer la muestra de área de estudio se utilizó la fórmula de poblaciones finitas mismas que se indican a continuación

Turistas nacionales

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

$$n = \frac{2272 * 0,25}{(2641 - 1) (0.05/1.96)^2 + 0.25}$$

n= 337 Encuestas para turistas nacionales

Turistas Extranjeros

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

$$n = \frac{8449 * 0,25}{(8449 - 1) (0.05/1.96)^2 + 0.25}$$

n= 368 Encuestas para turistas nacionales

De la muestra obtenida se dispuso la siguiente forma para la aplicación de las encuestas:

- Turistas nacionales 24% con 337 encuestas.
- Turistas internacionales 76% con 368 encuestas.

Muestra de encuestas

Tabla V-2. Muestra de encuestas

Ingresos	Personas	%	Encuestas
Ingresos Ecuatorianos	2641	24%	337
Ingresos Extranjeros	8449	76%	368
Total	11,090	100,00	705

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016).

La técnica que se utilizó fue por medio de Encuestas.

4) Recolección de Información

Se diseñó un cuestionario en el idioma español e inglés para turistas nacionales y extranjeros que ingresan a la provincia de Orellana

5) Sistematización de información

Obtenida la información de campo, se procedió posteriormente a la sistematización de los resultados de las encuestas que indicaron los gustos y preferencias de los turistas mediante un análisis estadístico a través del programa de office Excel.

6) Perfil del turista

Se analizó la tabulación de los resultados para conocer el perfil de los turistas nacionales e internacionales

7) Análisis mercado técnico

Para la realización del análisis del mercado técnico se determinó los canales de distribución, el plan de comunicación que incluye el logotipo del proyecto, slogan, descripción del logotipo y los diseños de medios dar a conocer el producto a diseñar.

3. Para el cumplimiento del tercer objetivo: Elaborar el estudio técnico del producto

- Se identificó la demanda objetiva para el consumo del producto.
- Se identificó la macro y microlocalización del proyecto, según el diagnóstico situacional del área y la percepción del producto por parte de la demanda.
- Se determinaron las facilidades turísticas para mejorar o implementar servicios turísticos como: centro de interpretación cultural o ambiental, senderos, señalización, entre otros.
- Se diseñó el paquete turístico según el perfil del turista.
- Se diseñó los procesos productivos mediante flujogramas.
- Se identificó los requerimientos del área para que pueda funcionar.

4. Para el cumplimiento del cuarto objetivo: Definir el estudio administrativo legal.

Para la operación del producto turístico, se determinó el marco legal del Cootad. Se definió el tipo de empresa, el organigrama funcional, además de los requerimientos necesarios para que funciones correctamente esta área.

5. Para el cumplimiento del quinto objetivo: Elaborar el estudio ambiental.

Se aplicó la matriz de impactos ambientales que determinará el nivel de impacto que ocasionaría la creación del producto turístico para la parroquia La Joya de los Sachas.

Tabla V-3. Matriz de mitigación ambiental

Actividades del proyecto que causan daño	Efecto	Medida de mitigación	Requerimientos	Gastos
Suelo				
Total				
Aire				
Total				
Agua				
Total				
Biodiversidad				
Total				
Total, de gastos en requerimientos para el estudio ambiental				

Nota: En (Ing. Danny Castillo, 2016)

6. Para el cumplimiento del sexto objetivo: Elaborar el estudio económico financiero.

En el estudio financiero se identificaron las inversiones, fueron de financiamiento, amortizaciones, depreciaciones, flujo de caja balances y estados de cuentas. En el análisis económico se determinó el valor actual Neto (VAN), para tener la seguridad de que el proyecto generará un flujo de caja suficiente para cubrir la inversión inicial.

La Tasa Interna de Retorno (TIR), para identificar si el proyecto generará una relación de ganancias o pérdidas entre estos dos factores.

VI. RESULTADOS

A. **EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA LAGO SAN PEDRO**

1. Diagnostico situacional de la parroquia Lago San Pedro

a. **Ámbito Físico-Espacial**

1) **Localización**

La parroquia está ubicada al norte del Cantón Joya de los Sachas, dentro de la provincia de Orellana, a 14.30 km de la cabecera cantonal. (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2014, pág. 9).



Figura VI-3. Mapa de la parroquia

Nota: En (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2014, pág. 9)

2) **Ubicación Geográfica**

La parroquia Lago San Pedro se encuentra ubicada en las coordenadas UTM zona 18.S Datum WGS 84.

Latitud: 9973386 UTM

Longitud: 0283393 UTM

Altura: 299 msnm

Superficie: 75,87 Km² (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2014, pág. 9).

3) División política administrativa

La Parroquia se compone en su actualidad con la Tendencia Política, Sub-centro de Salud, Telefonía pública y Servicio de Internet. La Parroquia está constituida 8 comunidades (15 de agosto, Tanguila, Rio Blanco, Calumeña, Arenales, Fredy Silva, Unión Lojana, y 14 de diciembre) (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2014).

4) Límites

Límites: 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 de la Parroquia Lago San Pedro, 2014, pág. 9).

5) Vías de acceso

Tipología de vías existentes; 76% vías angostas no pavimentadas, 16% vías pavimentadas, 12% calles urbanas, 6% vías mixtas. (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2014).

b. Ámbito socio cultural

1) Etnicidad

Según (INEC, 2010) pertenecen a varios grupos étnicos, especialmente Kichwa; (el 7,57% habla dos idiomas tanto el nativo como el español). Mientras que el resto de la población es representado por mestizos 74,08%, Blanco el 3,72% y la minoría entre negros, montubios y mulatos (13,55%). (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2014).

2) Población

La parroquia Lago San Pedro es una de las ocho parroquias rurales del cantón La Joya del Sacha, 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 de la Parroquia Lago San Pedro, 2014).

3) Nivel de instrucción

La mayoría de la población de la Parroquia Lago San Pedro tiene 1.656 casos que han pasado por la primaria, un segundo grupo importante para la Tasa de Asistencia es el número de personas que han aprobado la educación Básica con 766. En tanto a la falta de educación o formación regular existe un número de casos bastante reducido, en total 111 casos (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2014).

Tabla VI-4. Nivel de instrucción

Ninguno	Centro de Alfabetización/(EBA)	Preescolar	Primario	Secundario	Educación Básica	Bachillerato - Educación Media	Ciclo Posbachillerato	Superior	Postgrado	Se ignora	Total
111	18	16	766	224	353	125	4	27	-	12	1.656

Nota: En (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2014).

4) Profesión u ocupación

La población de la parroquia es mayoritariamente agrícola, en algunas comunidades por el paisaje acogedor existen usos de turismo como es en la comunidad Fredy Silva, el centro Poblado en la cual existe el lago San Pedro, también en la 15 de Agosto y la 14 de Diciembre (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2014).

5) Servicios básicos disponible

a) Agua

La procedencia principal de agua, de las 443 viviendas recogidas en el censo, 36 que representan el 8,1% reciben el agua de red pública; mientras que 322 (72,7%) lo hacen de pozo, y 70 (15,8%) de río, vertiente, acequia o canal (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2014).

b) Energía eléctrica

En la Parroquia, de las 443 viviendas, 383 que equivalen al 86,5% tienen acceso a red eléctrica de servicio público, aunque es importante señalar que 60 (13,5%) viviendas aún no tienen acceso a luz eléctrica (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2014).

c) Alcantarillado

En Lago San Pedro, las viviendas no cuentan con conexión a red pública de alcantarillado; el 38,8% cuenta con pozo séptico; el 8,4% tienen conexión a pozo ciego y el 12,9% cuentan con letrina. Existe sin embargo un preocupante 36,8% de viviendas que no tiene ningún tipo de servicio higiénico o escusado (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2014).

Tabla VI-5. Alcantarillado

Tipo de servicio higiénico o escusado	Viviendas	Porcentaje
Conectado a pozo séptico	172	38,80%
Conectado a pozo ciego	37	8,40%
Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	14	3,20%
Letrina	57	12,90%
No tiene	163	36,80%
Total	443	100,00%

Nota: En (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2014).

d) Recolección y tratamiento de desechos

En la parroquia, el 15,1% de las viviendas eliminan la basura por medio de carro recolector, el 58,9% la queman, el 10,2% la entierran, sin embargo, hay un preocupante 12,2% que la arrojan a terrenos baldíos o quebradas, y un 2,7% la arrojan a ríos o acequias (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2014).

6) Tendencia de la vivienda

Tabla VI-6. Tendencia de la vivienda

Tendencia o propiedad de la vivienda Parroquia Lago San Pedro	%
Propia y totalmente pagada	70%
Propia y la está pagando	4%
Propia (regalada, donada, heredada o por posesión)	7%
Prestada o cedida (no pagada)	15%
Por servicios	1%
Arrendada	4%
Total	100%

Nota: En (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2014, pág. 81)

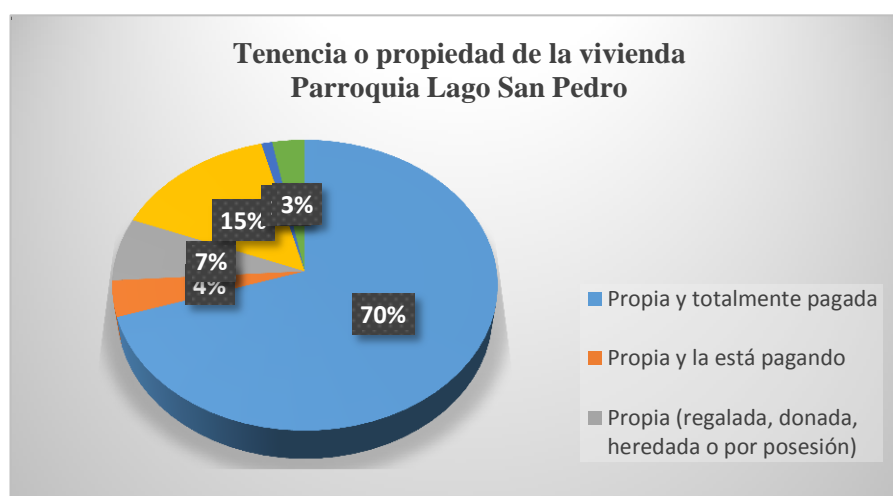


Figura VI-4. Vivienda

Nota: En (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2014, pág. 81).

Señalan que el 70% hogares cuentan con viviendas propias totalmente pagadas, el 4% está en proceso de pago, el 7% de las viviendas son propias y obtuvieron mediante donación herencia o posesión el 15% viven en casas prestadas, el 4% arrienda y el 1% esta cedida por servicios

7) Salud

La parroquia cuenta con dos sub-centros de salud; uno de ellos está ubicado en el sector 14 de diciembre que pertenece al Seguro Social Campesino y el otro que funciona en la casa parroquial que pertenece al Ministerio de Salud, los dos tienen dificultades en la provisión de medicamentos y de personal especialista para que atienda de manera permanente.

Actualmente el Sub-centro de Salud que funciona se encuentra ubicado en la cabecera parroquial, para atención de los pacientes y existe un médico tratante, un médico rural y un odontólogo, permanentes. Cada médico atiende un promedio de 20 pacientes al día. Cabe señalar que también laboran dos técnicos en salud. (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2014, pág. 85).

8) Educación

La parroquia cuenta con centros de educación básica preprimaria y primaria, la infraestructura física de las mismas se encuentran en regular estado, especialmente las cubiertas y techos de las escuelas. Casi todas las aulas carecen de equipamiento

Actualmente existe un colegio con especialización turística, pero que requiere de gran apoyo, pues funcionan en aulas prestadas de la escuela.

Los niños/as menores de 5 años son 205 de los cuales 133 están atendidos por el Programa Creciendo con Nuestros Hijos CNH7, del Instituto Nacional de la Niñez y Familia INFA-MIES, y los Centros Infantiles del Buen Vivir CIBV; 72 niños/as no cuentan con atención, por ello el GAD parroquial realiza gestiones a fin de ampliar la cobertura al 100% de los niños/as (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2014, pág. 69).

9) Transporte

Existe acceso de transporte interprovincial en gran parte de la red vial correspondiente a los tramos de los ejes principales y secundarios, Lago San Pedro tiene un total de 74.69 km de red vial. Tipología de vías existentes; 76% vías angostas no pavimentadas, 16% vías pavimentadas, 12% calles urbanas, 6% vías mixtas (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2014, pág. 87).

Tabla VI-7. Transporte

ITINERARIO	FACTORES		
	Km	TIEMPO DE VIAJE	TARIFAS
Cabecera Parroquial a la cabecera Cantonal (Lago San Pedro – Joya de los Sachas).	17	15 min.	\$ 1.00
Cabecera Parroquial a la cabecera Provincial (Lago San Pedro – Francisco de Orellana (Coca))	47	90 min.	\$ 2.00

Nota: En (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2014, pág. 87).

10) Comunicación

La parroquia Lago San Pedro actualmente se encuentra deficitaria en conectividad de telefonía fija, internet y periódico, cuenta con los servicios de telefonía móvil CLARO y tiene como medios de comunicación de recepción como la televisión y la radio. La infraestructura de electrificación presta servicios al 86% de la población actual (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2014, pág. 107).

11) Tradiciones festivas

Tabla VI-8. Tradiciones festivas

CELEBRACIÓN POR LA FUNDACIÓN	Caserío San Pedro; 29 de Junio
ANIVERSARIO DE PARROQUIALIZACIÓN	Festividades 24, 25 y 26 de Marzo
CELEBRACIÓN RELIGIOSA	En honor al patrono San Pedro; 29 de Junio
DECLARACIONES DE ÁREAS PROTEGIDAS	Reserva Natural de Flora y Fauna

Nota: En (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2014, pág. 8).

c. Ámbito Ecológico Territorial

1) Condiciones ambientales de la zona

a) 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.

El clima de una zona se define mediante datos estadísticos de un período de tiempo mínimo de información climatológica (diez años consecutivos), con lo que se pretende caracterizar la variación espacial y temporal de cada una de las variables climatológicas que cuenten con información confiable.

La estación más cercana a la zona, es la estación Coca - Aeropuerto, sobre las variables climáticas, existen más de 20 años completos consecutivos de información confiable (1981-2011), se consideró suficiente para la caracterización climática de la zona.

Además en la zona se cuenta con la estación Palmoriente - Huashito, la cual, no registra todos los parámetros requeridos por el estudio (10 años de registros). Y la estación Limoncocha que se encuentra en la zona, pero presenta datos limitados (6 años de información intermitente). La precipitación es uno de los parámetros climatológicos determinantes del ciclo del agua en una región, así como también de la ecología, paisaje y usos del suelo. Los valores de pluviosidad de la zona comparados con los de otras regiones del Ecuador fueron elevados, generalmente mayores a 150 mm mensuales.

En la distribución al interior del año de las precipitaciones, se observó en general dos períodos húmedos que corresponden a los meses de febrero, julio, y entre septiembre a diciembre con un pico máximo en abril y mayo.

En enero y agosto se presentan los períodos de menor precipitación; siendo el mes de agosto el de menores precipitaciones. El valor medio anual de precipitación es de 3.122,7 mm.

2) Clasificación ecológica

La región amazónica con aproximadamente 9260000 hectáreas representa el 30% del territorio nacional, pero en el contexto regional solo el 2% de la Cuenca Amazónica. Esta región abarca un rango altitudinal que varía entre la región norte y sur pero que en promedio va de 180 - 190 msnm en la parte más baja de la llanura amazónica y 2900 en las cumbres de las cordilleras amazónicas. Incluye tanto las planicies de inundación de los ríos de origen andino y de origen amazónico, sus interfluvios, así como el área de piedemonte de la cordillera Oriental y las cordilleras sub andinas o amazónicas que se levantan hacia el sur.

Al norte es característica la presencia de bosques de tierra firme sobre una serie de colinas que varían de disecadas a muy disectadas, zonas de pantanos, moretales o bosques de palmas y los sistemas lacustres de aguas negras.

La Amazonía central y sur del Ecuador está dominada por un complejo de mesas de arenisca y colinas interrumpidas por terrazas aluviales asociadas con los valles de inundación de ríos de aguas blancas y negras y un relieve homogéneo asociado con el cono de esparcimiento del río Pastaza (Ministerio del Ambiente, 2012).

En términos de geomorfología a escala de meso relieve la baja Amazonía se define con la presencia de unidades que corresponden a llanuras y penillanuras conformadas por una serie de colinas, valles, mesetas, en base a estos criterios de geomorfología y a análisis de composición florística, principalmente de la composición de comunidades de árboles hemos definido como la baja Amazonía a toda la región bajo los 300 msnm (Ministerio del Ambiente, 2012).

A escala regional se distinguen cuatro grandes tipos de vegetación: los bosques de tierra firme, los bosques inundables por ríos de origen amazónico y andino, los bosques inundados localmente llamados moretales o pantanos y los bosques en sistemas lacustres - riparios de aguas negras comúnmente llamados igapós. Por algún tiempo se ha tenido la visión de que la Amazonía ecuatoriana en términos florísticos es más homogénea en comparación con zonas donde el gradiente de composición de suelos es más intenso como las regiones de Iquitos, el Medio Caquetá o Manaos.

Sin embargo, estudios recientes demuestran que la variación florística es más abrupta de lo que se pensaba y que la composición y abundancia dentro de las comunidades de árboles pueden cambiar drásticamente en distancias muy cortas a medida que se aleja de la base de los Andes

hacia el este y muy presumiblemente hacia el norte y hacia el sur de la Amazonía ecuatoriana (Ministerio del Ambiente, 2012).

3) Usos de los suelos

Cultivos más destacados en la zona; Cacao, Café, Plátano, Maíz, Yuca, Arroz, Caña de Azúcar, Maní y cítricos; dentro de la ganadería se destaca la crianza de ganado bovino; porcino y de animales de corral, especialmente para el consumo interno (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2014).

4) Descripción general de la flora y fauna

a) Flora

Tabla VI-9. Inventario de flora

Nº	Orden	Familia	Nombre Científico	Nombre Común	Usos
1	Alismatales	Araceae	<i>Xanthosoma sagittifolium</i>	Malanga blanca/ Malanga morada	Comestible, Industrial y Ornamental
2	Arecales	Arecaceae	<i>Bactris gasipaes</i>	Chontaduro	Comestible
3	Arecales	Arecaceae	<i>Astrocaryum chambira</i>	Chambira	Artesanal
4	Arecales	Arecaceae	<i>Oenocarpus bataua</i>	Hungurahua	Medicinal, Comestible
5	Arecales	Arecaceae	<i>Euterpe precatoria</i>	Palmito	Comestible
6	Arecales	Arecaceae	<i>Cocos nucifera</i>	Coco	Comestible
7	Arecales	Arecaceae	<i>Mauritia flexuosa</i>	Morete	Comestible
8	Asparagales	Orchidaceae	<i>Sobralia</i>	Orquídea	Ornamental
9	Euphorbiales	Euphorbiaceae	<i>Croton lechleri</i>	Sangre de drago	Medicinal e industrial
10	Euphorbiales	Euphorbiaceae	<i>Manihot esculenta</i>	Yuca, Mandioca	Comestible
11	Fabales	Fabaceae	<i>Inga edulis mart</i>	Guaba	Comestible
12	Gentianales	Rubiaceae	<i>Duroia maguirei</i>	Borojó	Comestible
13	Gentianales	Rubiaceae	<i>Coffea arabica</i>	Café	Comestible
14	Heliconiales	Heliconiaceae	<i>Heliconia bihai</i>	Bijao	Ornamental
15	Heliconiales	Heliconiaceae	<i>Heliconia hirsuta</i>	Platanillo	Ornamental
16	Laurales	Lauráceae	<i>Laurus nobilis</i>	Laurel	Industrial
17	Malvales	Sterculiaceae	<i>Theobroma bicolor</i>	Cacao blanco	Comestible e Industrial
18	Malvales	Malvaceae	<i>Theobroma cacao L.</i>	Cacao de monte	Comestible
19	Malvales	Malvaceae	<i>Apeiba aspera</i>	Peine de mono	Maderable

20	Myrtaceae	Myrtaceae	<i>Eugenia stipitata</i>	Arazá	Comestible
21	Myrtaceae	Myrtaceae	<i>Psidium guajava</i>	Guayaba	Comestible
22	Myrtaceae	Myrtaceae	<i>Syzygium sp.</i>	Pomarrosa	Comestible y Ornamental
23	Pandanales	Cyclanthaceae	<i>Carludovica palmata</i>	Toquilla	Artesanal
24	Poales	Poaceae	<i>Zea mays</i>	Maíz	Comestible
25	Poales	Poaceae	<i>Bambusa</i>	Bambú	Construcción artesanal
26	Poales	Bromeaceae	<i>Bromelia balansae</i>	Bromelia	Ornamental
27	Poales	Poaceae	<i>Oryza sativa</i>	Arroz	Comestible
28	Poales	Gramineae	<i>Sacharum spp</i>	Caña de azúcar	Industrial
29	Rubiales	Rubiaceae	<i>Morindia citryfolia</i>	Noni	Medicinal
30	Sapindales	Meliaceae	<i>Swietenia macrophylla king</i>	Caoba	Industrial
31	Sapotales	Sapotaceae	<i>Chrysophyllum cainito L.</i>	Caimito	Comestible
32	Sapindales	Rutaceae	<i>Citrus sinensis</i>	Naranja	Comestible
33	Sapindales	Rutaceae	<i>Citruslimón</i>	Limón	Comestible
34	Sapindales	Rutaceae	<i>Citrus Aurantifolia</i>	Limón mandarina	Comestible
35	Sapindales	Rutaceae	<i>Citrus paradisi</i>	Toronja	Comestible
36	Solanales	Solanaceae	<i>Solanum dulcamara</i>	Dulcamara	Medicinal
37	Urticales	Cecropiaceae	<i>Pourouma tomentosa</i>	Uva de monte	Comestible y medicinal
38	Zingiberales	Heliconiaceae	<i>Heliconia spp</i>	Heliconia, Platanillo, Bijao	Ornamental
39	Zingiberales	Musaceae	<i>Musa paradisiaca</i>	Plátano	Comestible
40	Zingiberales	Musaceae	<i>Musa cavendis hii</i>	Verde	Comestible

Nota: En (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2014).

b) Fauna

Tabla VI-10. Inventario de fauna

N°	Mamíferos			
	Orden	Familia	Nombre Científico	Nombre Común
1	Carnivora	Mustelidae	<i>Eira barbara</i>	Cabeza de mate
2	Chiroptera	Vespertilioninae	<i>Eptesicus brasiliensis</i>	Murciélago
3	Perissodactyla	Tapiridae	<i>Tapirus terrestres</i>	Tapir
4	Primates	Aotidae	<i>Aotus vociferans</i>	Mono nocturno
5	Primates	Atelidae	<i>Alouatta seniculus</i>	Aullador rojo
6	Primates	Atelidae	<i>Lagothrix lagotricha</i>	Mono chorongó
7	Primates	Callitrichidae	<i>Saguinus nigricollis</i>	Mono chichico
8	Rodentia	Cuniculidae	<i>Agouti paca</i>	Guanta
9	Rodentia	Dasyproctidae	<i>Dasyprocta fuliginosa</i>	Guatusa
10	Rodentia	Dasyproctidae	<i>Dasyprocta cristata</i>	Guatín

11	Rodentia	Caviidae	<i>Hydrochoerus hydrochaeris</i>	Capibara
Aves				
12	Accipitriformes	Pandionidae	<i>Pandion haliaetus</i>	Águila pescadora
13	Cathartiformes	Cathartidae	<i>Coragyps atratus</i>	Gallinazo negro
14	Charadriiformes	Laridae	<i>Sterna superciliaris</i>	Gaviotín amazónico
15	Columbiformes	Columbidae	<i>Columba plúmbea</i>	Paloma
16	Cuculiformes	Cuculidae	<i>Crotophaga ani</i>	Garrapatero
17	Cuculiformes	Cuculidae	<i>Crotophaga major</i>	Garrapatero mayor
18	Opisthocomiformes	Opisthocomidae	<i>Opisthocomus hoazin</i>	Pava hedionda
19	Apodiformes	Trochilidae	<i>Phaethornis ruber</i>	Colibrí ermitaño rojizo
20	Picaformes	Picidae	<i>Celeus elegans</i>	Carpintero castaño
21	Picaformes	Ramphastidae	<i>Ramphastos culminatus</i>	Tucán filiamarillo
22	Psittaciformes	Psittacidae	<i>Amazona ochrocephala</i>	Cotorra, loro real amazónico
23	Psittaciformes	Psittacidae	<i>Amazona farinosa</i>	Lora real
24	Psittaciformes	Psittacidae	<i>Ara macao</i>	Guacamayo escarlata
25	Psittaciformes	Psittacidae	<i>Aratinga leucophthalmus</i>	Perico ojiblanco
Anfibios y reptiles				
26	Anura	Bufoidea	<i>Rhinella ceratophrys</i>	Sapo cornudo termitero
27	Anura	Bufoidea	<i>Amazophrynella minuta</i>	Sapo diminuto de hojarasca
28	Anura	Bufoidea	<i>Dendropsophus marmoratus</i>	Rana Marmorea
29	Crocodylia	Alligatoridae	<i>Paleosuchus palpebrosus</i>	Caimán
30	Squamata	Amphisbaenidae	<i>Amphisbaena fuliginosa</i>	Culebra ciega
31	Squamata	Boidae	<i>Eunectes murinus</i>	Anaconda
32	Squamata	Teiidae	<i>Anolis sp.</i>	Lagartija
33	Squamata	Viperidae	<i>Bothrops atrox</i>	Culebra equis
34	Testudines	Podocnemididae	<i>Podocnemis unifilis</i>	Charapa
Peces				
35	Characiformes	Characidae	<i>Colossoma</i>	Paco
36	Characiformes	Erythrinidae	<i>Hoplias malabaricus</i>	Guanchiche
37	Characiformes	Prochilodontidae	<i>Prochilodus nigricans</i>	Bocachico
38	Osteoglossiformes	Osteoglossidae	<i>Arapaima gigas</i>	Paiche
39	Peciformes	Cichlidae	<i>Tilapia natalensis</i>	Tilapia
40	Peciformes	Cichlidae	<i>Aequidens sp.</i>	Vieja
41	Siluriformes	Loricariidae	<i>Pterygoplichthys multiradiatus</i>	Carachama
Insectos				
42	Hymenoptera	Formicidae	<i>Paraponera clavata</i>	Hormiga conga
43	Hymenoptera	Formicidae	<i>Atta mexicana</i>	Hormiga arreadora
44	Lepidoptera	Nymphalidae	<i>Adelpha boreas</i>	Mariposa

Nota: En (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2014).

5) Hidrografía

La microcuenca hidrográfica del Río Jivino cruza por las parroquias: Rumipamba, Tres de Noviembre, Enokanqui, Lago San Pedro, La Joya de los Sachas y Unión Milagreña; y se compone de microcuencas: río Jivino Verde, río Salvador, río Quinbilla, río Jivino Negro, río Palanta y río Jivino Rojo. Ocupa una superficie de 2008 hectareas lo cual representa el 26,47% del territorio parroquia (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2015, p. 22)

d. Ámbito económico productivo

1) Actividad agrícola

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 de la Parroquia Lago San Pedro, 2014).

2) 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 de la Parroquia Lago San Pedro, 2014).

3) Piscicultura

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.

4) Desarrollo actual del Turismo

La parroquia sigue actualmente creciendo en el ámbito de turismo, por contar con atractivos turísticos como (ríos, cascadas y lagunas) cerca del cantón con fácil acceso para llegar hasta los sitios.

e. **Ámbito político administrativo**

La Parroquia está constituida 8 comunidades (15 de agosto, Tanguila, Rio Blanco, Calumeña, Arenales, Fredy Silva, Unión Lojana, y 14 de diciembre) (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro, 2014).

1) **Estructura política y administrativa en el lugar**

Administración 2014-2019 de la parroquia Lago San Pedro, cantón La Joya de los Sachas

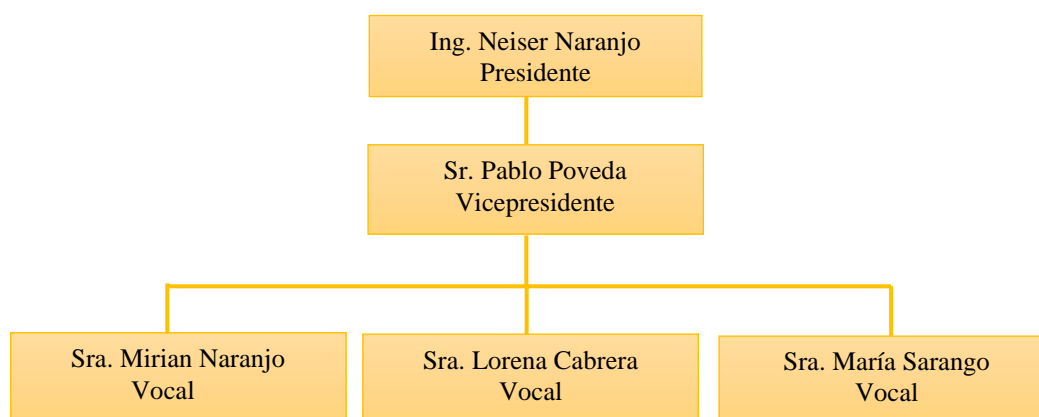


Figura VI-5. Estructura política de la parroquia

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

2) **Actores públicos, privados y sociedad civil**

La Parroquia se compone en su actualidad con la Tendencia Política, Sub-centro de Salud, Telefonía pública, Servicio de Internet y Unidad Educativa

3) **Organizaciones y asociaciones de la parroquia**

Tabla VI-11. Organizaciones y asociaciones de la parroquia

Organización	Localización
Asociación de la tercera edad	Centro de la parroquia
Asociación artesanal	Centro de la parroquia
Asociación de agricultores	Centro de la parroquia

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016).

2. Resumen del inventario de atractivos turísticos

Tabla VI-12. Resumen del inventario atractivos turísticos de la parroquia Lago San Pedro

# Ficha	Nombre del atractivo	Clasificación del atractivo			Jerarquía	Puntaje
		Categoría	Tipo	Subtipo		
PARROQUIA LAGO SAN PEDRO						
1	Laguna Lago San Pedro	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Laguna	I	25
2	Cascada Yurack Packcha	Sitios Naturales	Río	Cascada	I	25
3	Cascada del Amor	Sitios Naturales	Río	Cascada	I	23
4	Cascada del Amor 2	Sitios Naturales	Río	Cascada	I	22
5	Laguna de la Agrupación Tanguila	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Laguna	I	23
6	Balneario el Bosque	Manifestaciones Cultures	Realizaciones técnicas científicas y artísticas	Obras técnicas	I	25

Nota: En (Investigación de campo parroquia Lago San Pedro, 2016)

Análisis

Se encontraron en la parroquia Lago San Pedro 6 atractivos, el 83% son atractivos naturales y el 17% atractivos culturales. Detallando la clasificación por tipos en los atractivos naturales corresponde el 50% ríos y 33% ambiente lacustre y en los sub ámbitos en los atractivos culturales corresponde el 17% Realizaciones técnicas científicas y artístico.

B. ELABORACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO

1. Análisis de la demanda

a. Segmentación de mercado

Para el análisis de la demanda se ha tomado en cuenta variables sociodemográficas y pictográficas determinando los siguientes segmentos de mercado. Turistas nacionales e internacionales que ingresan a la provincia de Orellana en el año 2016

b. Universo

El universo está conformado por turistas nacionales e internacionales que visitaron el Parque Nacional Yasuní. De acuerdo a las estadísticas llevadas por Ministerio del Ambiente de la provincia de Orellana en relación afluencia de turistas, el promedio es de 11090 turistas en el año 2016. El 24% corresponden a los turistas nacionales y el 76% turistas extranjeros.

Tabla VI-13. Universo

Ingresos	Personas	%
Ingresos Ecuatorianos	2641	24%
Ingresos Extranjeros	8449	76%
Total	11090	100%

Nota: En (Ministerio del Ambiente, 2016)

c. Muestra

Para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizó la fórmula estadística de Canavos (1998) obteniendo los siguientes datos:

1) Turistas nacionales

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

$$n = \frac{2272 * 0,25}{(2641 - 1) (0.05/1.96)^2 + 0.25}$$

n= 337 Encuestas para turistas nacionales

2) Turistas Extranjeros

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

$$n = \frac{8449 * 0,25}{(8449 - 1) (0,05/1,96)^2 + 0,25}$$

n= 368 Encuestas para turistas nacionales

De la muestra obtenida se dispuso la siguiente forma para la aplicación de las encuestas:

- Turistas nacionales 24% con 337 encuestas.
- Turistas internacionales 76% con 368 encuestas.

Tabla VI-14. Muestra de encuestas

Ingresos	Personas	%	Encuestas
Ingresos Ecuatorianos	2641	24%	337
Ingresos Extranjeros	8449	76%	368
Total	11,090	100,00	705

Nota: En (Ministerio del Ambiente, 2016)

d. Instrumento de Investigación

El instrumento de investigación que se utilizó para medir los requerimientos y prioridades de la demanda fue la encuesta, que se encuentra adjunta en el Anexo N° 1 instrumento aplicado a turistas nacionales; y el Anexo N° 2 instrumento aplicado a turistas extranjeros

e. Técnicas de recopilación

La técnica utilizada para la recopilación fue a través de encuestas tanto para la demanda del área urbana de la Provincia de Orellana, turistas extranjeros y agencias de viaje.

f. Resultados del estudio de la demanda

1) Turistas Nacionales

a) Edad de los turistas nacionales

EDADES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
15 – 25 años	145	43%
26 – 35 años	91	27%
36 – 45 años	57	17%
46 – 55 años	30	9%
56 – o mas	14	4%
Total	337	100%

Tabla VI-15. Edad de los turistas nacionales

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

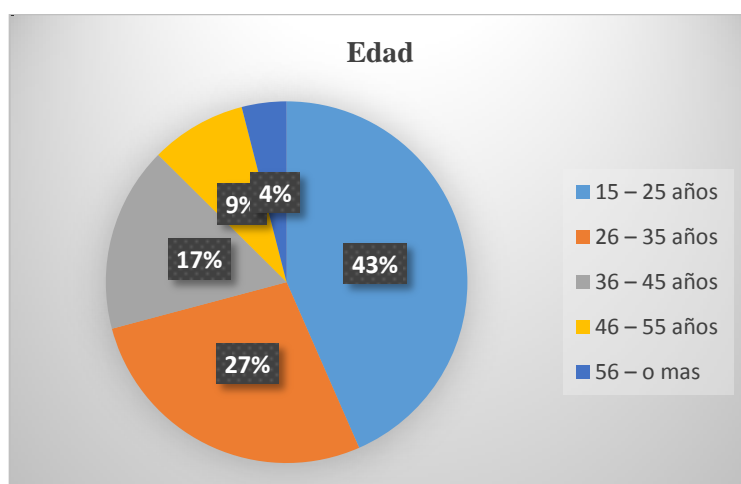


Figura VI-6. Edad de los turistas nacionales

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

Se determinó que la edad más usual de los turistas nacionales es de 15-25 años con el 43%, seguida por el rango de 26-35 años con el 27%; mientras que los del rango de edad de 36-45 años tienen el 17%, en tanto que el rango de edad de 46-55 años tienen el 9%, y mayores a 56 años de edad están representados por el 4%.

b) **Género de turistas nacionales**

Tabla VI-16. Género de turistas nacionales

GÉNERO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
Masculino	172	51%
Femenino	165	49%
Total	337	100%

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

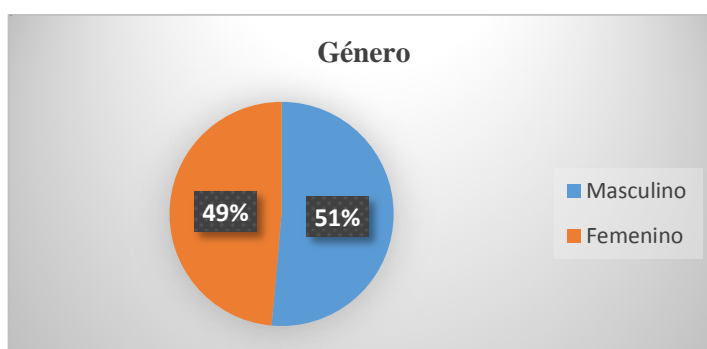


Figura VI-7. Género de turistas nacionales

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

El 51% de la demanda nacional pertenece al género masculino y el 49% el género femenino.

c) **Lugar de procedencia de turistas nacionales**

Tabla VI-17. Procedencia de turistas nacionales

PROCEDENCIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
Pichincha	121	36%
Chimborazo	61	18%
Sucumbíos	51	15%
Tungurahua	37	11%
Orellana	30	9%
Los Ríos	20	6%
Loja	17	5%
Total	337	100%

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

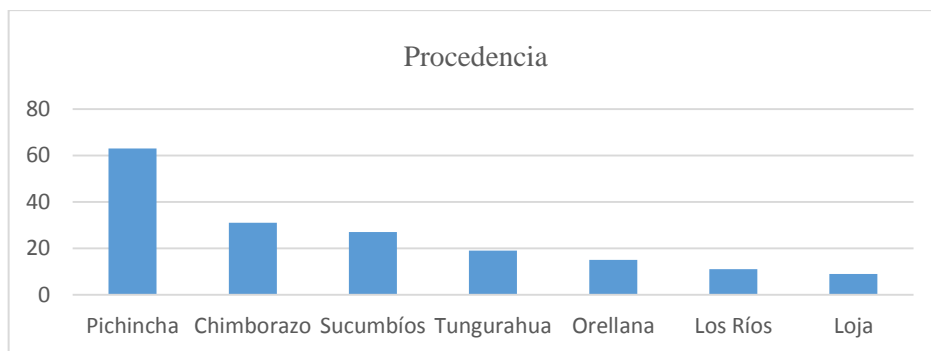


Figura VI-8. Procedencia de turistas nacionales

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

El 36% de los encuestados provienen de la provincia de Pichincha, el 18% son de la provincia de Chimborazo, el 15 % de la provincia de Sucumbíos, el 11 % de la provincia de Tungurahua, el 9% de la provincia de Orellana, el 6 % de la provincia de los Ríos, el 5% de provincia de Loja.

d) Estado civil de los turistas nacionales

Tabla VI-18. Estado Civil de turistas nacionales

ESTADO CIVIL	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
Soltero	158	47%
Casado	135	40%
Otro	44	13%
Total	175	100%

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

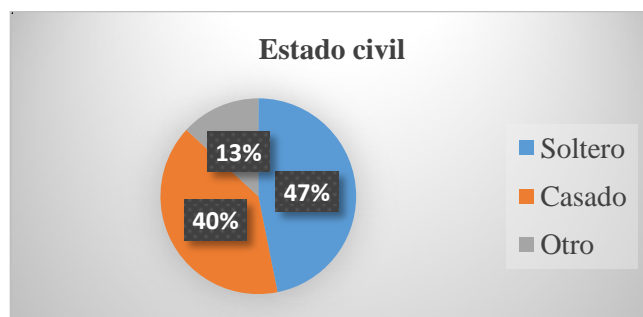


Figura VI-9. Estado Civil de turistas nacionales

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

En lo concerniente al estado civil de la demanda nacional; el 47% solteros; el 40% están casados y 13% se encuentran en otra situación.

e) **Nivel de instrucción de los turistas nacionales**

Tabla VI-19. Nivel de instrucción de turistas nacionales

NIVEL DE EDUCACIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
Primaria	17	5%
Secundaria	148	44%
Superior	98	29%
Otros	74	22%
Total	337	100%

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

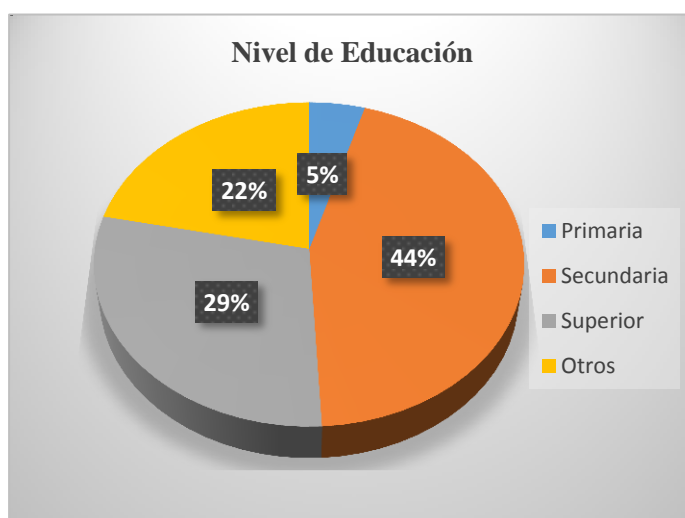


Figura VI-10. Nivel de instrucción de turistas nacionales

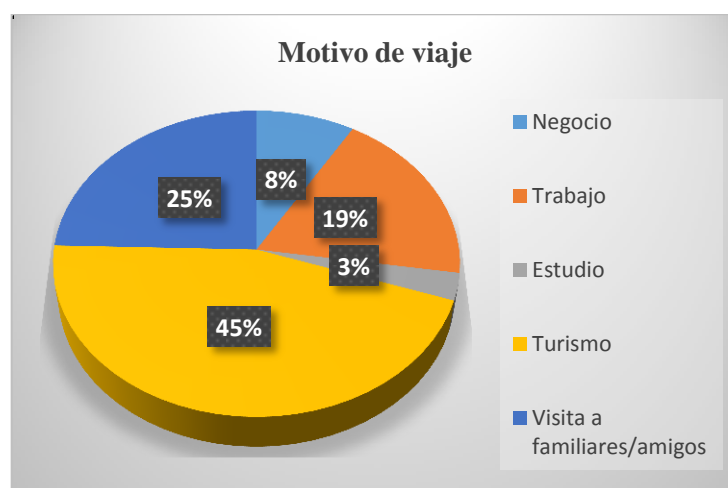
Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

El 44% de la demanda nacional cuenta con estudios secundarios; el 29% cuenta con nivel superiores, 22% otros estudios y el 5% cuenta con estudio primario.

f) **Motivo de viaje****Tabla VI-20.** Motivo de viaje de turistas nacionales

MOTIVO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
Negocio	27	8%
Trabajo	64	19%
Estudio	10	3%
Turismo	152	45%
Visita a familiares/amigos	84	25%
Total	337	100%

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

**Figura VI-11.** Motivo de viaje de turistas nacionales

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

La principal motivación que posee la demanda nacional para realizar sus viajes es el turismo con el 45%, seguido del 25% por visita familiares/amigos, mientras que el 19% lo hace por trabajo; el 8% por negocio, y el 3% lo hacen por estudio.

- g) ¿Le interesaría conocer la parroquia Lago San Pedro del cantón La Joya de los Sachas y sus atractivos turísticos?

Tabla VI-21. Le interesaría conocer la parroquia Lago San Pedro a los turistas nacionales

INTERÉS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
Si	337	100%
No	0	0%
Total	337	100%

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

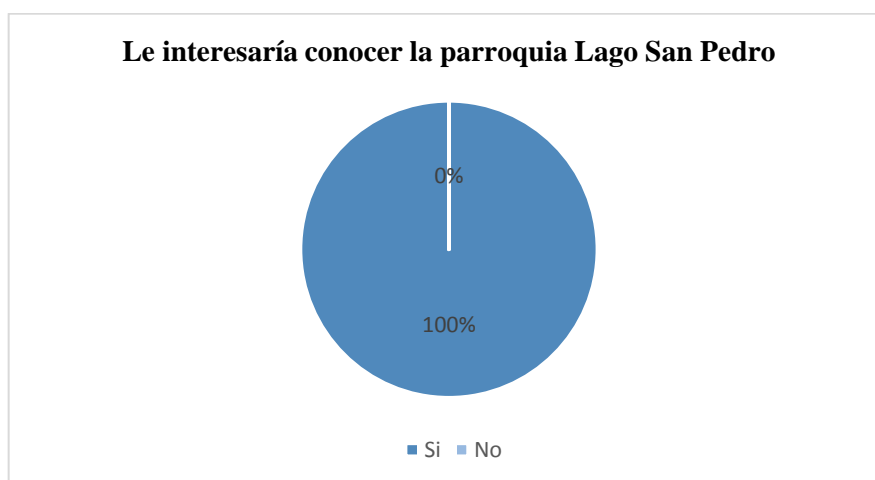


Figura VI-12. Le interesaría conocer la parroquia Lago San Pedro a turistas nacionales

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

Al 100% de turistas nacionales si les interesa conocer la parroquia Lago San Pedro lo cual indica que el potencial de la zona puede ser aprovechado con la oferta de nuevos productos turísticos.

h) Qué tipo de actividad le gustaría realizar en la parroquia Lago San Pedro

Tabla VI-22. Qué tipo de actividad le gustaría realizar en la parroquia

ACTIVIDADES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
Visita a la laguna	76	23%
Observación de flora y fauna	125	37%
Caminata	10	3%
Cabalgata	27	8%
Pesca deportiva	68	20%
Convivencia con las comunidades	31	9%
Total	337	100%

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)



Figura VI-13. Qué tipo de actividad le gustaría realizar en la parroquia a los turistas nacionales

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

El 37% de los turistas nacionales prefiere la actividad de observación de flora y fauna; 23% prefiere visitar la laguna; 20% pesca deportiva; 9% convivencia con las comunidades; 8% cabalgata y el 3% caminata.

i) **¿Cuánto tiempo estaría usted dispuesto a invertir para un recorrido de una ruta?**

Tabla VI-23. Cuánto tiempo estaría dispuesto a invertir para un recorrido de una ruta

TIEMPO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
1 Día	253	75%
2 Días	84	25%
TOTAL	337	100%

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)



Figura VI-14. Cuánto tiempo estaría usted dispuesto a invertir para recorrido de una ruta

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

De acuerdo a las encuestas realizadas a los turistas nacionales 60% desean invertir en la ruta 1 día y 2 días con el 40%.

j) **¿Durante su visita con qué servicio le gustaría contar?**

Tabla VI-24. Durante su visita con qué servicio le gustaría contar

SERVICIO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
Transporte	54	16%
Hospedaje	81	24%
Alimentación	125	37%
Guianza	77	23%
Total	337	100%

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)



Figura VI-15. Durante su visita con qué servicio le gustaría contar

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

El 37% de los turistas durante su recorrido quieren contar con alimentación; 24% con hospedaje; 23% con Guianza; y el 16% con transporte

k) Gasto promedio por persona

Tabla VI-25. Gasto promedio por persona

DINERO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
De 10 a 30 dólares	172	51%
De 31 a 50 dólares	104	31%
Más de 50 dólares	61	18%
Total	337	100%

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

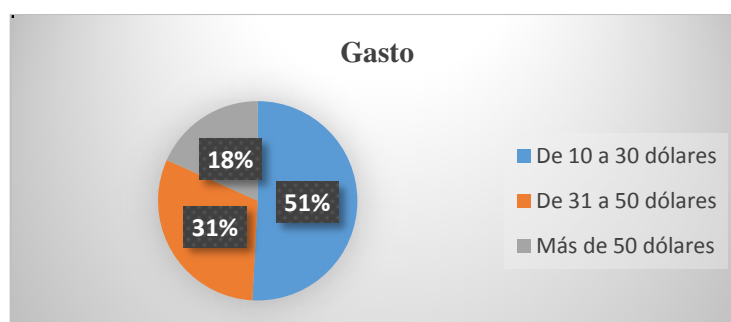


Figura VI-16. Gasto promedio por persona

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

El 51% de los turistas nacionales gastan promedio de \$10 - \$30, mientras que el 31% gastan de \$31- \$50, y sólo el 18% gasta más de \$50.

l) ¿Cuándo viaja lo hace a través de?

Tabla VI-26. ¿Cuándo viaja lo hace a través de?

OPCIÓN	FRECUENCIA ADSOLUTA	FRECUENCIA RETALIVA (%)
Agencia de viajes	111	33%
Independiente	226	67%
Total	175	100%

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

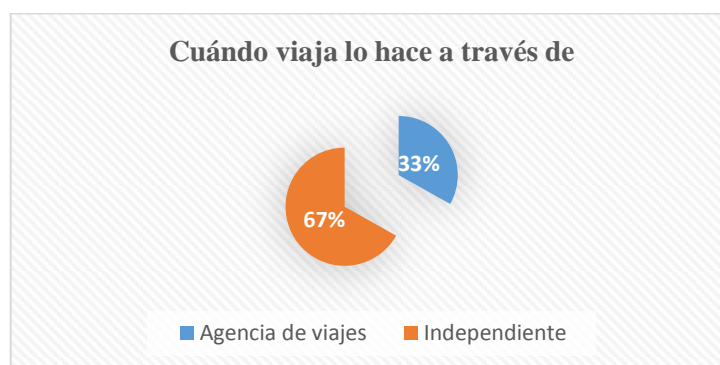


Figura VI-17. Durante su visita con qué servicio le gustaría contar

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

El 67% de los turistas nacionales viajan de forma independiente mientras que el 33% lo hace a través de agencias de viaje

m) ¿Qué tipo de medio de información usted prefiere utilizar?

Tabla VI-27. Qué tipo de medio de información usted prefiere utilizar

MEDIOS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
Radio	17	5%
Internet	206	61%
Televisión	7	2%
Amigos	74	22%
Folletos	33	10%
Total	337	100%

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

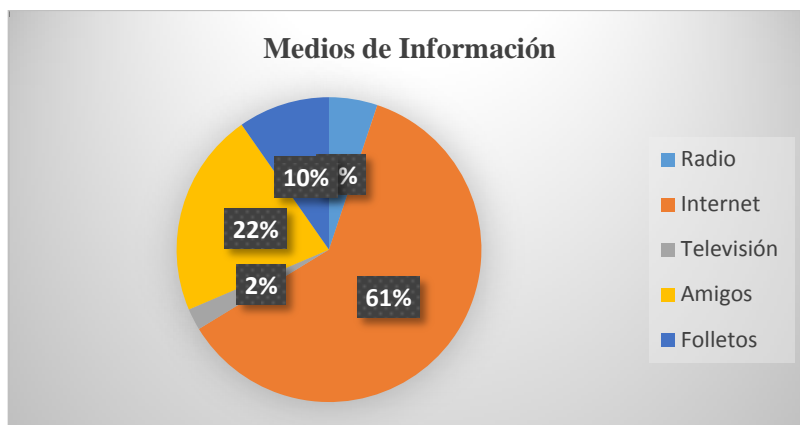


Figura VI-18. Qué tipo de medio de información usted prefiere utilizar

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

El 61% de los turistas nacionales prefieren como medio de información el internet, seguida por el 22% lo hacen por medios amigos, en tanto que el 10% lo hace a través de folletos, el 5% se informan por medio de la radio y el 2% por la televisión.

Perfil de turista nacional

De los resultados establecidos del análisis de la demanda nacional se determinó que la edad más usual es de 15 – 25 años con el (43%), pertenecen al género masculino (51%) y femenino (49%), proviene en su mayoría de la provincia de Pichincha (36%) y Chimborazo (18%) en lo referente con el estado civil la mayoría están solteros (47%), tienen nivel de instrucción secundario (44%), la principal motivación de viaje de la demanda nacional es el turismo (45%).

El (100%) de los encuestados aceptan que le gustaría conocer la parroquia de Lago San Pedro, de los cuales el (37%) de los turistas nacionales prefiere la actividad de observación de flora y fauna; (23%) prefiere visitar la laguna; (20%) visita de lugares; (9%) convivencia cultural; (8%) cabalgata y el (3%) caminata, desean invertir en un ruta 1 día (60%), el (37%) de los turistas durante su recorrido quieren contar con alimentación; (24%) con hospedaje; (23%), el (51%) de los turistas nacionales gastan promedio de \$10 - \$30, el (67%) de los turistas nacionales viajan de forma independiente mientras que el (33%) lo hace a través de agencias de viaje, el (61%) de los turistas nacionales prefieren como medio de información el internet, seguida por el (22%) lo hacen por medios amigos.

2) Turistas Extranjeros

a) Edad de los Turistas Extranjeros

Tabla VI-28. Edad de los Turistas Extranjeros

EDAD	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA (%)	RELATIVA
15 – 25 años	29		8%
26 – 35 años	184		50%
36 – 45 años	85		23%
46 – 55 años	44		12%
56 – o mas	26		7%
Total	368		100%

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

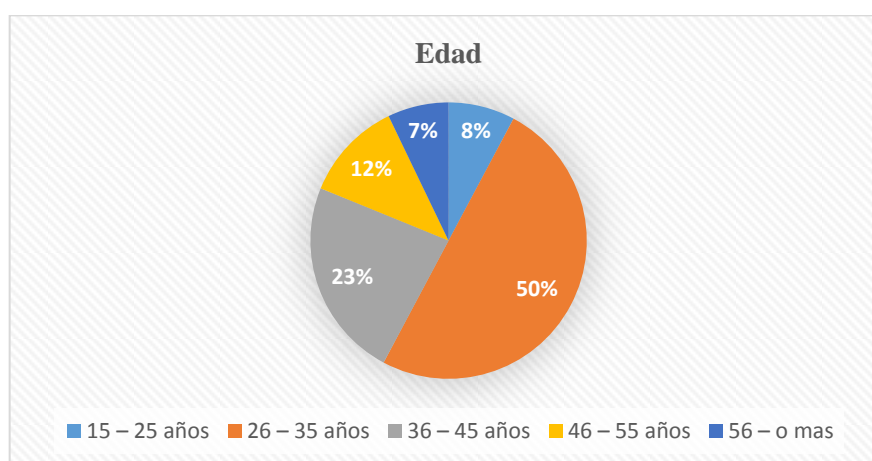


Figura VI-19. Edad de los turistas extranjeros

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

Se determinó que la edad más usual de los turistas extranjeros es de 26-35 años con el 50%, seguida por el rango de 36-45 años con el 23%; mientras que los del rango de edad de 46-55 años tienen el 12%, en tanto que el rango de edad de 12-25 años tienen el 8%, y mayores a 56 años de edad están representados por el 7%.

b) Género de turistas extranjeros

Tabla VI-29. Género de turistas extranjeros

GÉNERO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
Masculino	206	56%
Femenino	162	44%
Total	368	100%

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

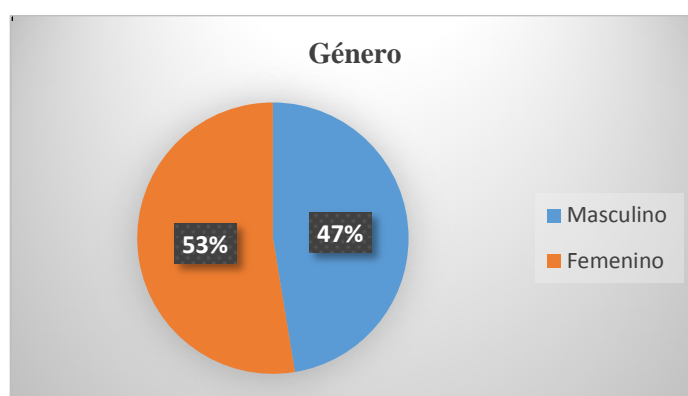


Figura VI-20. Género de turistas extranjeros

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

El 53% de la demanda extranjera pertenece al género femenino y el 47% el género masculino.

c) Lugar de procedencia de turistas extranjeros

Tabla VI-30. Procedencia de turistas extranjeros

PROCEDENCIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
Canadá	37	10%
Bélgica	18	5%
Australia	37	10%
Argentina	25	7%
Colombia	52	14%
Suiza	15	4%
Suecia	26	7%
Reino Unido	22	6%
México	37	10%

Irlanda	33	9%
Estados Unidos	29	8%
España	37	10%
Total	368	100%

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

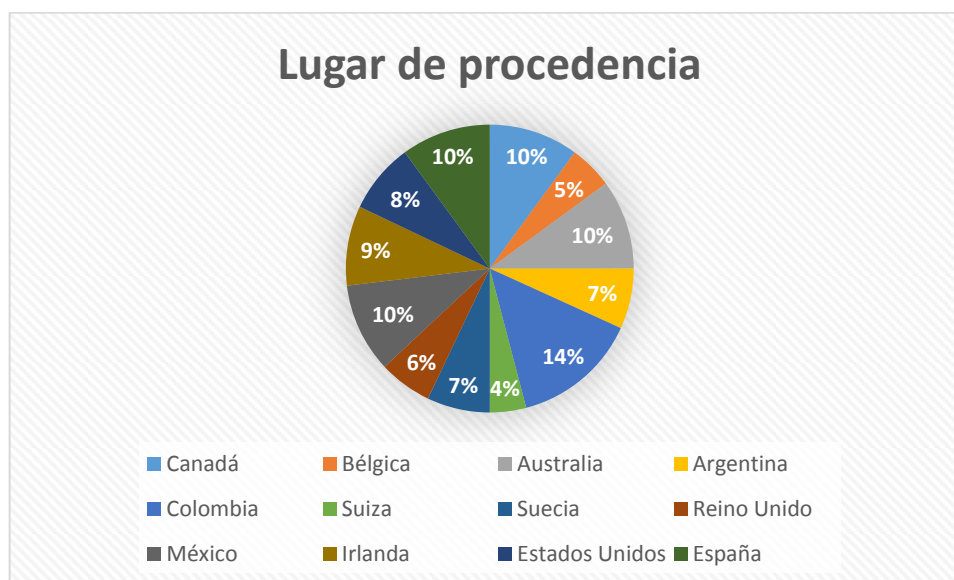


Figura VI-21. Procedencia de turistas extranjeros

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

El 14% de los turistas extranjeros pertenecen al país de Colombia, 10% son de Canadá, Australia, México y España, 9% Irlanda, 8% Estados Unidos, 7% Argentina y Suecia, Estados Unidos, 5% es Bélgica, el 4% Suiza.

d) Estado civil de los turistas extranjeros

Tabla VI-31. Estado Civil de turistas extranjeros

ESTADO CIVIL	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
Soltero	213	58%
Casado	125	34%
Otro	30	8%
Total	368	100%

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

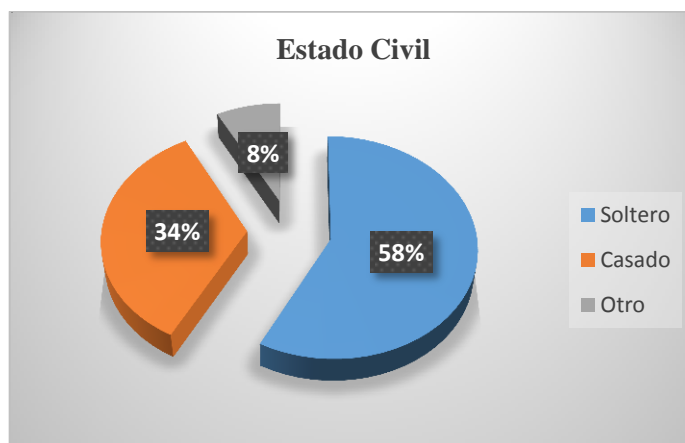


Figura VI-22. Estado Civil de turistas extranjeros

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

En lo concerniente al estado civil el 58% soltero; el 34% están casados y 8% se encuentran en otra situación.

e) Nivel de instrucción de los turistas extranjeros

Tabla VI-32. Nivel de instrucción de turistas extranjeros

EDUCACIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
Primaria	0	0%
Secundaria	25	16%
Superior	97	63%
Otros	32	21%
Total	154	100%

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

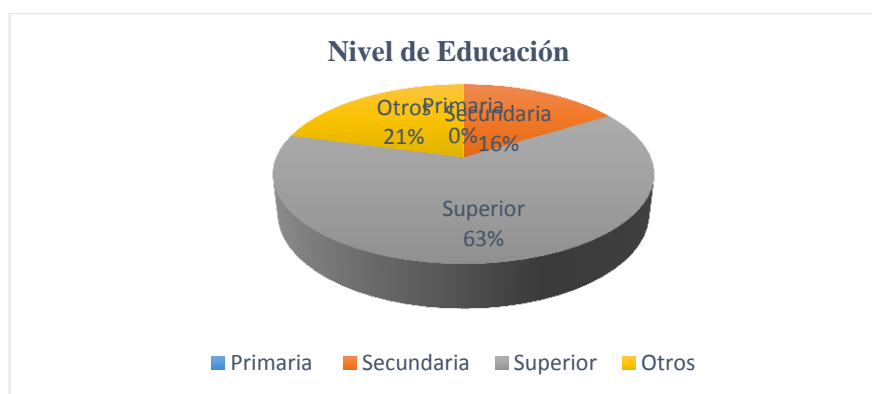


Figura VI-23. Nivel de instrucción de turistas extranjeros

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

El 63% de la demanda extranjera cuenta con estudios superiores; el 21% otros estudios y el 16% cuenta con estudio secundarios.

f) Motivo de viaje

Tabla VI-33. Motivo de Viaje de turistas extranjeros

MOTIVO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
Negocio	51	14%
Trabajo	55	15%
Estudio	0	0%
Turismo	247	67%
Visita a familiares/amigos	15	4%
Total	368	100%

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

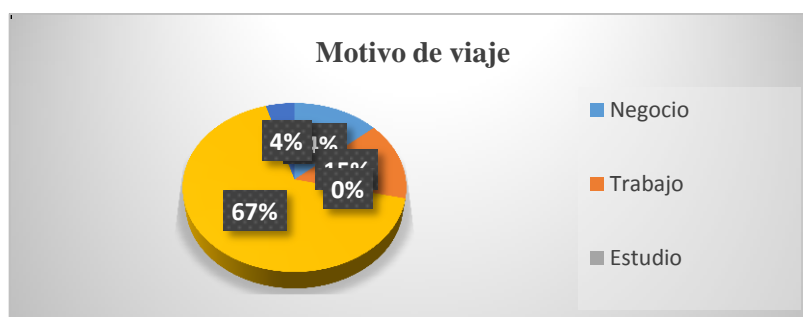


Figura VI-24. Motivo de viaje de turistas extranjeros

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

La principal motivación que posee la demanda extranjera para realizar sus viajes es el turismo con el 67%, seguido del 15% lo hace por trabajo, mientras que el 14% lo hace por negocio, y el 4% lo hacen por visita a familiares y amigos

- g) **Le interesaría conocer la parroquia Lago San Pedro del cantón La Joya de los Sachas y sus atractivos turísticos**

Tabla VI-34. Le interesaría conocer la parroquia Lago San Pedro a los turistas extranjeros

INTERÉS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
Si	368	100%
No	0	0%
Total	368	100%

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

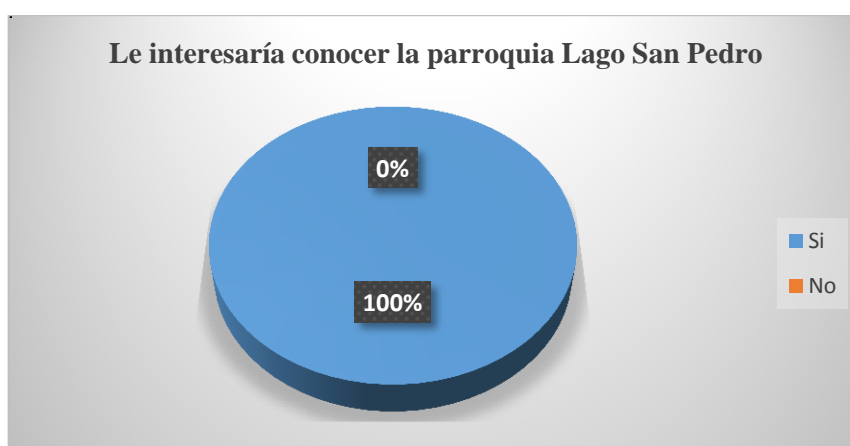


Figura VI-25. Le interesaría conocer la parroquia Lago San Pedro a turistas extranjeros

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

Al 100% de turistas extranjeros si les interesa conocer la parroquia Lago San Pedro lo cual indica que el potencial de la zona puede ser aprovechado con la oferta de nuevos productos turísticos.

h) Qué tipo de actividad le gustaría realizar en la parroquia

Tabla VI-35. Qué tipo de actividad le gustaría realizar en la parroquia

ACTIVIDADES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
Visita a la laguna	140	38%
Observación de flora y fauna	99	27%
Caminata	29	8%
Cabalgata	15	4%
Pesca deportiva	59	16%
Convivencia con las comunidades	26	7%
Total	368	100%

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

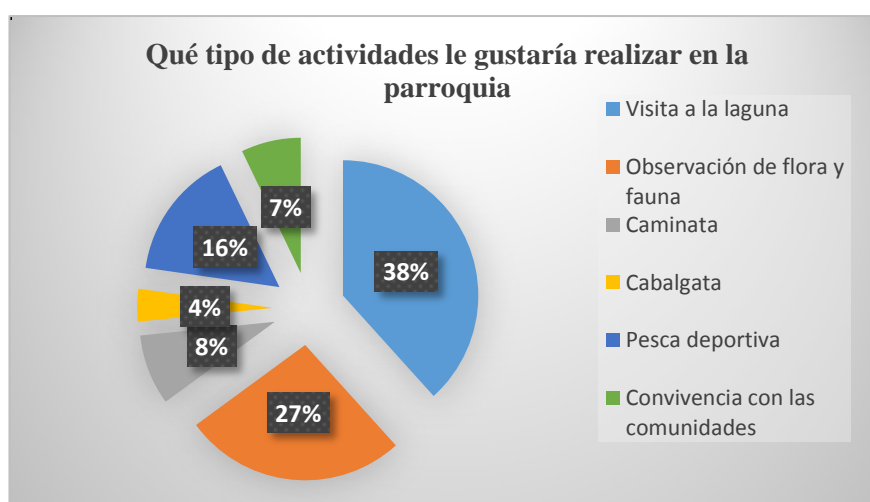


Figura VI-26. Qué tipo de actividad le gustaría realizar en la parroquia a los turistas extranjeros

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

El 38% de los turistas extranjeros prefiere la visita a la laguna; 27% prefiere la observación de flora y fauna; 16% pesca deportiva; 8% caminata; 7% convivencia con las comunidades y el 4% cabalgata.

i) **¿Cuánto tiempo estaría usted dispuesto a invertir para recorrido de una ruta?**

Tabla VI-36. Cuánto tiempo estaría usted dispuesto a invertir para recorrido de una ruta

TIEMPO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
1 Día	221	60%
2 Días	147	40%
TOTAL	368	100%

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)



Figura VI-27. Cuánto tiempo estaría usted dispuesto a invertir para recorrido de una ruta

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

Los turistas extranjeros desean invertir 1 día 60% y 2 días el 40%

j) **¿Durante su visita con qué servicio le gustaría contar?**

Tabla VI-37. Durante su visita con qué servicio le gustaría contar

SERVICIO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
Transporte	99	27%
Hospedaje	77	21%
Alimentación	136	37%
Guianza	56	15%
Total	368	100%

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)



Figura VI-28. Durante su visita con qué servicio le gustaría contar

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

El 37% de los turistas durante su recorrido quieren contar con alimentación; 27% con transporte; 21% con hospedaje; y el 15% con guianza.

k) Gasto promedio por persona

Tabla VI-38. Gasto promedio por persona

GASTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
De 10 a 30 dólares	40	11%
De 31 a 50 dólares	247	67%
Más de 50 dólares	81	22%
Total	368	100%

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

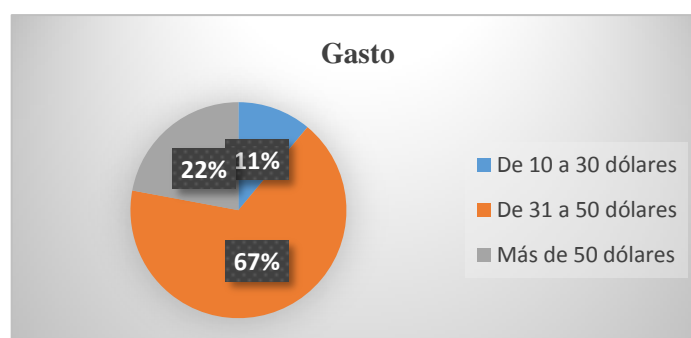


Figura VI-29. Gasto promedio por persona

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

El 67% de los turistas nacionales gastan promedio de \$31 - \$50, mientras que el 22% gastan más de \$50, y sólo el 11% gasta de \$10 - \$30.

l) **¿Cuándo viaja lo hace a través de?**

Tabla VI-39. ¿Cuándo viaja lo hace a través de?

OPCIÓN	FRECUENCIA ADSOLUTA	FRECUENCIA RETALIVA (%)
Agencia de viajes	254	69%
Independiente	114	31%
Total	368	100%

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)



Figura VI-30. Durante su visita con qué servicio le gustaría contar

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

El 69% de los turistas extranjeros viajan a través de agencias de viaje mientras que el 31% lo hace de forma independiente

m) **¿Qué tipo de medio de información usted prefiere utilizar?**

Tabla VI-40. Qué tipo de medio de información usted prefiere utilizar

MEDIOS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
Radio	8	2%
Internet	180	49%
Televisión	26	7%
Amigos	66	18%
Folletos	88	24%
Total	368	100%

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

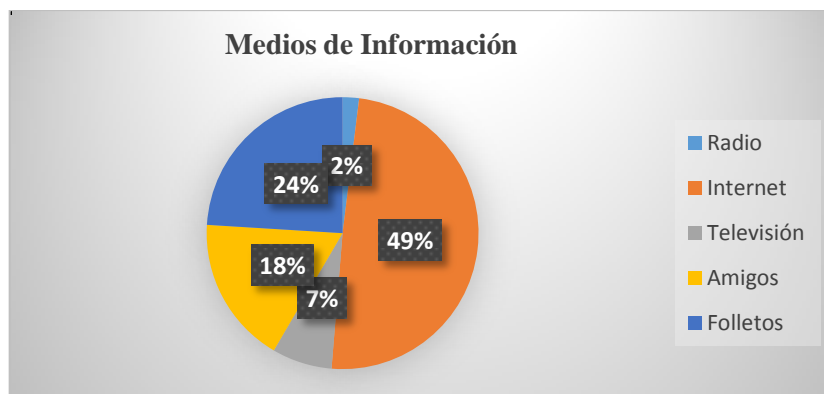


Figura VI-31. Qué tipo de medio de información usted prefiere utilizar

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

El 49% de los turistas extranjeros prefieren como medio de información el internet, seguida por el 24% lo hacen por folletos, en tanto que el 18% lo hace a través de amigos, el 7% se informan por medio de la televisión y el 2% por la radio.

Perfil del turista extranjero

De los resultados establecidos del análisis de la demanda extranjera se determinó que la edad más usual es de 26-35 años con el 50%, pertenecen al género femenino (53%) y masculino (47%), proviene en su mayoría del país de Colombia, (14%), en lo referente con el estado civil la mayoría están solteros (58%), tienen nivel de instrucción superior (63%), la principal motivación de viaje de la demanda extranjera es el turismo (67%),

El (100%) de los encuestados aceptan que le gustaría conocer la parroquia de Lago San Pedro, de los cuales, el (38%) de los turistas extranjeros prefiere la visita a la laguna; (27%) prefiere la observación de flora y fauna; (16%) visita de lugares; (8%) caminata; (7%) convivencia cultural y el (4%) cabalgata, el (37%) de los turistas durante su recorrido quieren contar con alimentación; (27%) con transporte; el (67%) de los turistas extranjeros gastan promedio de \$31 - \$50, el (69%) de los turistas extranjeros viajan de a través de agencias de viaje, mientras que el (31%) lo hace a través de forma independiente, el (49%) de los turistas extranjeros prefieren como medio de información el internet, seguida por el (24%) lo hacen por medios de folletos.

g. Análisis de la demanda potencial

De acuerdo con universo de 11090 turistas nacionales y extranjeros que visitaron la provincia de Orellana en el año 2016, el 24% corresponde a los turistas nacionales dando un total de 2641 personas; el 76% corresponde a turistas extranjeros siendo un total de 8449 personas.

De los 2641 turistas nacionales el 100% le gustaría visitar la parroquia lo que equivale a 2641 turistas que harían usos de este producto turístico. En cuanto a los 8449 turistas extranjeros el 100% si visitaría la parroquia lo que significa una demanda de 8449 turistas que les interesa el producto turístico.

h. Proyección de la demanda potencial

Para realizar el cálculo de la demanda potencial se utilizó la fórmula de incremento compuesto utilizado una tasa de crecimiento turístico anual del 7% en el año 2016 en la provincia de Orellana dato obtenido del Ministerio de Turismo de Orellana.

Tabla VI-41. Demanda potencial

Nº	Año	Turistas nacionales	Turistas extranjeros	Demanda potencial
0	2017	2641	8449	11090
1	2018	2826	9040	11866
2	2019	3024	9673	12697
3	2020	3224	10350	13585
4	2021	3462	11074	14536
5	2022	3704	11850	15554

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016).

i. Demanda potencial de productos

1) Demanda de clientes nacionales

Tabla VI-42. Demanda de clientes nacionales

Año	Visita a la laguna 23%	Observación de flora y fauna 37%	Caminata 3%	Cabalgata 8%	Pesca deportiva 20%	Convivencia con las comunidades 9%
2017	607	977	79	211	529	238

2018	643	1045	85	226	566	255
2019	688	1119	90	242	606	272
2020	736	1197	97	258	648	292
2021	788	1281	104	277	693	312
2022	843	1370	111	296	742	334

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016).

2) Demanda de clientes extranjeros

Tabla VI-43. Demanda de clientes extranjeros

Año	Visita a la laguna 38%	Observación de flora y fauna 27%	Caminata 8%	Cabalgata 4%	Pesca deportiva 16%	Convivencia con las comunidades 7%
2017	3211	2281	676	338	1352	591
2018	3436	2441	723	362	1447	632
2019	3676	2612	774	387	1548	677
2020	3934	2794	828	414	1656	724
2021	4209	2990	886	443	1772	775
2022	4504	3199	948	474	1896	829

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

2. Análisis de la oferta turística

a. Atractivos y actividades turística

La parroquia Lago San Pedro cuenta con sitios naturales los cuales son: Laguna Lago San Pedro, Laguna de la Agrupación Tanguila, Cascada Yurack Packcha, Cascada del Amor y Cascada del Amor 2 en relación a los sitios culturales cuenta con el Balneario el Bosque.

Los habitantes del sector están interesados en la actividad turística, pero les falta asesoramiento en temas de turismo para involucrarse en las actividades

b. Productos turísticos que se comercializan

En el cantón La Joya de los Sachas no existen agencias de viaje ni operadoras turísticas para ofertar los productos

c. Plantas turísticas del cantón joya de los sachas

Actualmente en el cantón La Joya de los Sachas se encuentran funcionando legalmente 34 establecimientos prestadores de servicio turísticos los cuales el 59% prestan servicios de alojamiento, 26% alimentos y bebidas y 15% centros de recreación y descanso.

d. Prestadores de servicio

En el cantón La Joya de los Sachas existen 20 establecimientos de hospedajes registrados en el Ministerio de Turismo

De acuerdo a su tipología 9 son hoteles correspondiente al 45% siendo estos los existentes en mayor proporción perteneciente 3 están dentro de la segunda categoría, 3 a la tercera categoría y 3 a la cuarta categoría, 1 es cabaña correspondiendo al 5% pertenece a la tercera categoría, 4 establecimientos son pensiones equivale al 20% perteneciendo a la tercera categoría, 5 son hostales corresponden al 25%, de los cuales 4 pertenecen a la tercera categoría, 1 a la segunda categoría. 1 es hostería corresponde al 5% pertenece a la primera categoría.

En total existe una oferta de 830 plazas distribuidas en 436 habitaciones, con el servicio de restaurante para lo cual disponen de 296 sillas distribuidas en 74 mesas.

En los 20 establecimientos laboran 75 personas las mismas que desarrollan distintas funciones de acuerdo a su cargo.

En el registro de establecimientos de alimentos y bebidas suma un total 9 empresas: 3 fuentes de soda de (segunda categorías); y 6 restaurantes (1 segunda categoría, 3 de tercera categoría y 2 de cuarta categoría)

En total existe una oferta de 368 sillas distribuidas en 92 mesas.

En los 9 establecimientos laboran 63 personas las mismas que desarrollan distintas funciones de acuerdo a su cargo

En el registro de centros de creación y descanso suman un total 5 empresas las cuales son: 5 termas y balnearios (3 de segunda categoría y 2 de tercera categoría).

En total existe una oferta de 500 sillas distribuidas en 120 mesas.

En los 5 establecimientos laboran 25 personas las mismas que desarrollan distintas funciones de acuerdo a su cargo

e. Oferta sustitutiva

Para realizar el análisis de competencia, se tomó en cuenta el registro del año 2016 de turistas nacionales y extranjero de la cabaña Lago Verde y la Hostería Capirona Lodge, ya que son las únicas que llevan registro anual de turismo en el cantón La joya de los Sachas.

Tabla VI-44. Oferta sustitutiva de clientes nacionales

Denominación	Clientes anuales	Tipo de actividad que ofrecen					
		1	2	3	4	5	6
Cabaña Lago Verde	349	189	59	8	17	29	47
Hostería Capirona Lodge,	271	0	198	7	0	67	0
Total	620	189	257	15	17	96	47

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

Tabla VI-45. Oferta sustitutiva de clientes extranjeros

Denominación	Clientes anuales	Tipo de actividad que ofrecen					
		1	2	3	4	5	6
Cabaña Lago Verde	443	297	53	15	19	12	47
Hostería Capirona Lodge,	339	0	158	39	0	142	0
Total	782	297	211	54	19	154	47

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

f. Proyección de la Oferta

Proyección de la oferta por clientes

1) Demanda nacional

Tabla VI-46. Proyección de la oferta por clientes nacionales

Año	Competencia
2018	620
2019	663
2020	710
2021	759
2022	813
2023	870

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

2) Demanda extranjera

Tabla VI-47. Proyección de la oferta por clientes extranjeros

Año	Competencia
2017	782
2018	837
2019	895
2020	958
2021	1025
2022	1097

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

g. Proyección de la competencia por actividades

Tabla VI-48. Proyección de la oferta respecto a clientes nacionales

Año	Actividades					
	Visita a la laguna	Observación de flora y fauna	Caminata	Cabalgata	Pesca deportiva	Convivencia con las comunidades
2017	189	257	15	17	96	47
2018	202	275	16	18	103	50
2019	216	294	17	19	110	54
2020	232	315	18	21	118	58
2021	248	337	20	22	126	62
2022	265	360	21	24	135	66

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

Tabla VI-49. Proyección de la oferta respecto a clientes extranjeros

Año	Actividades					
	Visita a la laguna	Observación de flora y fauna	Caminata	Cabalgata	Pesca deportiva	Convivencia con las comunidades
2017	297	211	54	19	154	47
2018	318	226	58	20	165	50
2019	340	242	62	22	176	54
2020	364	258	66	23	189	58
2021	389	277	71	25	202	62
2022	417	296	76	27	216	62

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

3. Confrontación de la demanda-oferta

a. Confrontación demanda – oferta por clientes

1) Demanda nacional insatisfecha

Tabla VI-50. Demanda nacional insatisfecha

Nº	Año	Cantidad de demanda	Cantidad de la Oferta	Demanda insatisfecha
0	2017	2641	620	2021
1	2018	2826	663	2163
2	2019	3024	710	2314
3	2020	3224	759	2465
4	2021	3462	813	2649
5	2022	3704	870	2834

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

2) Demanda extranjera insatisfecha

Tabla VI-51. Demanda extranjera insatisfecha

Nº	Año	Cantidad de demanda	Cantidad de la Oferta	Demanda insatisfecha
0	2017	8449	782	7667
1	2018	9040	837	8203
2	2019	9673	895	8778
3	2020	10350	958	9392
4	2021	11074	1025	10049
5	2022	11850	1097	10753

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

4. Confrontación demanda-oferta por actividades

a. Demanda insatisfecha de actividades de clientes nacionales

Tabla VI-52. Demanda insatisfecha de actividades de clientes nacionales

Año	Actividades					
	Visita a la laguna	Observación de flora y fauna	Caminata	Cabalgata	Pesca deportiva	Convivencia con las comunidades
2017	418	720	64	194	433	191
2018	441	770	69	208	463	205
2019	472	825	73	223	496	218
2020	504	882	79	237	530	234
2021	540	944	84	255	567	250
2022	578	1010	90	272	607	268

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

b. Demanda insatisfecha de actividades de clientes extranjeros

Tabla VI-53. Demanda insatisfecha de actividades de clientes extranjeros

Año	Actividades					
	Visita a la laguna	Observación de flora y fauna	Caminata	Cabalgata	Pesca deportiva	Convivencia con las comunidades
2017	2914	2070	622	319	1198	544
2018	3118	2215	665	342	1282	582
2019	3336	2370	712	365	1372	623
2020	3570	2536	762	391	1467	666
2021	3820	2713	815	418	1570	713
2022	4087	2903	872	447	1680	767

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

5. Análisis mercadotécnico

a. **Canales de distribución**

Se puede trabajar por medio de venta directa a través del internet, pagina web y vía telefónica, también se puede distribuir los paquetes por medio de venta indirecta acuerdos con operadoras que trabajen en la provincia y el país.

b. **Plan de comunicación**

1) **Logotipo**



Figura VI-32. Logotipo

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

2) **Slogan**

Lago San Pedro-“Todo en un solo lugar”

3) **Descripción de logotipo**

El diseño del logotipo consiste en la representación de un sol que significa el clima de la parroquia a además el agua que representa las lagunas y cascadas que se encuentran en la misma y el pez que se puede observar en la laguna que se encuentra en el mismo sitio.

a) Colores

- **Celeste:** Representa el cielo y la pureza de las cascadas y lagunas existentes en la parroquia
- **Verde:** Este color está afín con las montañas, los árboles, los arbustos y demás paisajes verdes existentes en la parroquia.
- **Café:** Este color es seleccionado por el color de la madera que existe en la parroquia
- **Amarillo:** El color amarillo significa la alegría, la felicidad y la energía al realizarse las actividades con las comunidades y al recorrido de la ruta. Tiene como significado la simpatía y se vincula con el sol

4) Diseño de medios

a) Anuncio radio

El anuncio para la radio dice textualmente lo siguiente:

Ven y disfruta de una naturaleza extraordinaria y sitios encantadores, todo en un solo lugar, en la parroquia “Lago San Pedro” a tan solo unos pocos kilómetros de la ciudad La Joya de los Sachas te esperamos.

Para mayor información en GAD parroquial o al número de teléfono 0985955274.

b) Página de web



Figura VI-33. Página de web

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

c) **Red social**

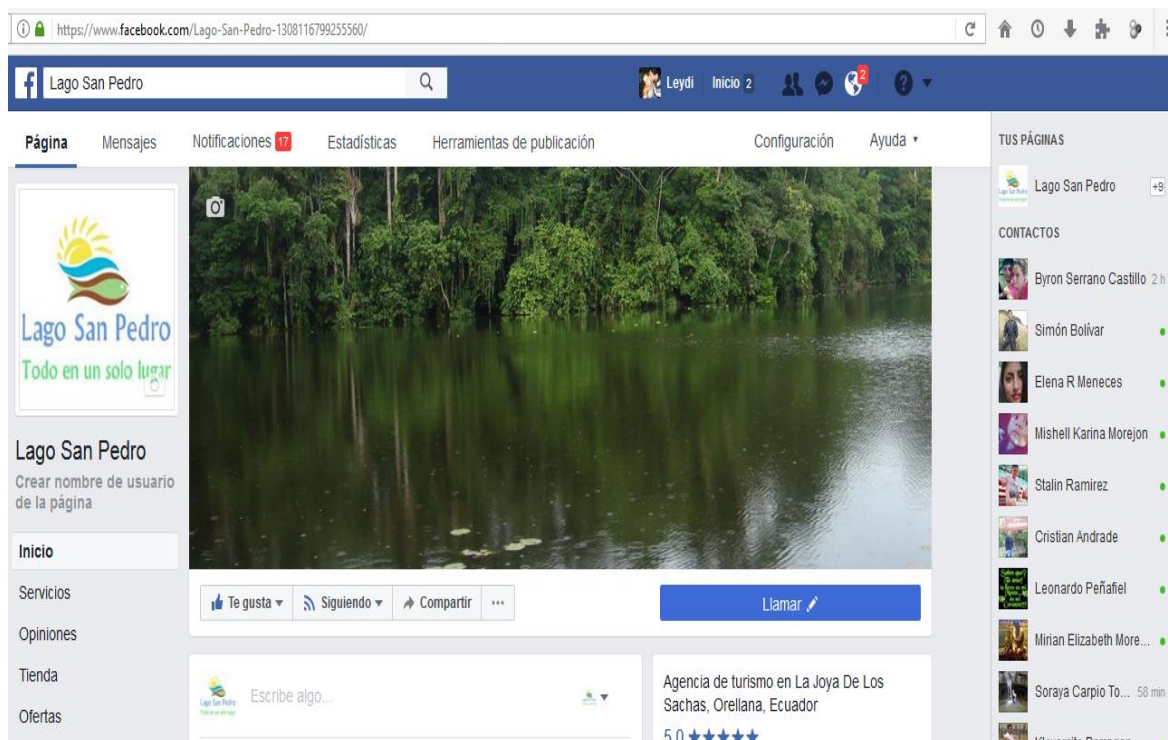


Figura VI-34. Red social

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016).

d) **Tarjeta de presentación**



Figura VI-35. Tarjeta de presentación

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

e) Tríptico



Figura VI-36. Tríptico parte frontal

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016).



Figura VI-37. Tríptico parte lateral

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

6. Requerimiento para el área comercial

a. Activos fijos

Tabla VI-54. Activos fijos

ACTIVO	UNIDADES	CANTIDAD	INVERSIÓN UNITARIA	INVERSIÓN TOTAL
Equipo de cómputo				
Laptops	U	2	1.000,00	2.000,00
Muebles y enseres				
Escritorios	U	2	120,00	240,00
Impresora	U	1	400,00	400,00
Proyector	U	1	200,00	200,00
Sillas	U	6	23,00	138,00
Teléfono	U	1	40,00	40,00
TOTAL				2.018,00

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

b. Inversiones diferidas

Tabla VI-55. Inversiones diferidas

Denominación	Costo unitario	Inversión total
Adecuación de oficina antes	500,00	500,00
Capacitaciones al personal del área comercial antes	900,00	900,00
Publicidad y promoción antes		
2 Gigantografías	150,00	300,00
8 Cuñas radiales	10,00	80,00
8 Spots en TV	20,00	160,00
Fiesta de inauguración	800,00	800,00
Total		1.940,00

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

c. Gastos

Tabla VI-56. Gastos del área comercial

Denominación	Cantidad	Gasto mensual	Gasto total
Materiales e insumos			
Paquetes de para impresión	1	4,00	48,00
Recargas de cartuchos	2	20,00	240,00
Esferos	3	0,90	10,80
Grapas	1	1,00	12,00
Grapadora	1	6,00	6,00
Facturero	3	9,00	108,00
Publicidad y promoción			
Trípticos	50	100,00	1200,00
Página web	10	50,00	600,00
Spots en televisión	10	200,00	2400,00
Cuñas en radio	10	100,00	1200,00
Capacitación (1)			
Carpetas	5	2,00	24,00
Folleto	5	5,00	60,00
Total			5,908.8

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

d. Requerimientos de talento humano para el área de comercial

Tabla VI-57. Requerimientos de talento humano para el área de comercial.

Denominación	Cantidad	Gasto mensual	Gasto anual
Agente de ventas	1	600,00	7.200,00
Capacitador	1	1000	1.000,00
Total			8.200,00

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

C. ESTUDIO TÉCNICO

1. Tamaño del proyecto

a. Demanda Objetivo

1) Demanda objetivo para clientes

Tabla VI-58. Demanda objetivo de nacionales

Nº	Año	Demanda	Competencia	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva 44%
0	2017	2641	620	2021	889
1	2018	2826	663	2163	952
2	2019	3024	710	2314	1018
3	2020	3224	759	2465	1085
4	2021	3462	813	2649	1166
5	2022	3704	870	2834	1247

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

Tabla VI-59. Demanda objetivo de extranjeros

Nº	Año	Demanda	Competencia	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva 44%
0	2017	8449	782	7667	3373
1	2018	9040	837	8203	3609
2	2019	9673	895	8778	3862
3	2020	10350	958	9392	4132
4	2021	11074	1025	10049	4422
5	2022	11850	1097	10753	4731

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

2) Demanda objetiva por actividades

a) Demanda nacionales

1) Demanda objetiva nacional para la actividad 1: Visita a la laguna

Tabla VI-60. Demanda objetiva nacional para la actividad 1: Visita a la laguna

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva (44%)
2017	418	184
2018	441	194
2019	472	208
2020	504	222
2021	540	238
2022	578	254

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

2) Demanda objetiva nacional para la actividad 2: Observación de flora y fauna

Tabla VI-61. Demanda objetiva nacional para la actividad 2: Observación de flora y fauna

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva (44%)
2017	720	317
2018	770	339
2019	825	363
2020	882	388
2021	944	415
2022	1010	444

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

3) Demanda objetiva nacional para la actividad 3: Caminata

Tabla VI-62. Demanda objetiva nacional para la actividad 23: Caminata

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva (44%)
2017	64	28
2018	69	30
2019	73	32

2020	79	35
2021	84	37
2022	90	40

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

4) Demanda objetiva nacional para la actividad 4: cabalgata

Tabla VI-63. Demanda objetiva nacional para la actividad 4: Cabalgata

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva (44%)
2017	194	85
2018	208	92
2019	223	98
2020	237	104
2021	255	112
2022	272	120

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

5) Demanda objetiva nacional para la actividad 5: Pesca deportiva

Tabla VI-64. Demanda objetiva nacional para la actividad 5: Pesca deportiva

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva (44%)
2017	433	191
2018	463	204
2019	496	218
2020	530	233
2021	567	249
2022	607	267

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

6) Demanda objetiva nacional para la actividad 6: Convivencia con las comunidades

Tabla VI-65. Demanda objetiva nacional para la actividad 6: Convivencia con las comunidades

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva (44%)
2017	191	84
2018	205	90

2019	218	96
2020	234	103
2021	250	110
2022	268	118

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

b) Demanda extranjera

1) Demanda objetiva extranjera para la actividad 1: Visita a la laguna

Tabla VI-66. Demanda objetiva extranjera para la actividad 1: Visita a la laguna

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva (44%)
2017	2914	1282
2018	3118	1372
2019	3336	14678
2020	3570	1571
2021	3820	1681
2022	4087	1798

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

2) Demanda objetiva extranjera para la actividad 2: Observación de flora y fauna

Tabla VI-67. Demanda objetiva extranjera para la actividad 2: Observación de flora y fauna

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva (44%)
2017	2070	911
2018	2215	975
2019	2370	1043
2020	2536	1116
2021	2713	1194
2022	2903	1277

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

3) Demanda objetiva extranjera para la actividad 3: Caminata

Tabla VI-68. Demanda objetiva extranjera para la actividad 3: Caminata

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva (44%)
2017	622	274
2018	665	293
2019	712	313
2020	762	335
2021	815	359
2022	872	384

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

4) Demanda objetiva extranjera para la actividad 4: Cabalgata

Tabla VI-69. Demanda objetiva extranjera para la actividad 4: Cabalgata

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva (44%)
2017	319	140
2018	342	150
2019	365	161
2020	391	172
2021	418	184
2022	447	197

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

5) Demanda objetiva extranjera para la actividad 5: Pesca deportiva

Tabla VI-70. Demanda objetiva extranjera para la actividad 5: Pesca deportiva

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva (44%)
2017	1198	527
2018	1282	564
2019	1372	604
2020	1467	645

2021	1570	691
2022	1680	739

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

6) Demanda objetiva nacional para la actividad 6: Convivencia con las comunidades

Tabla VI-71. Demanda objetiva extranjera para la actividad 6: Convivencia con las comunidades

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva (44%)
2017	544	125
2018	582	134
2019	623	143
2020	666	153
2021	713	164
2022	767	176

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

3) Consumo aparente

a) Demanda nacional

Tabla VI-72. Demanda nacional

Año	Demanda objetiva	Semestre	Trimestre	Mes	Día
2017	889	445	222	74	2
2018	952	476	238	79	3
2019	1018	509	255	85	3
2020	1085	543	271	90	3
2021	1166	583	292	97	3
2022	1247	624	312	104	3

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

b) Demanda extranjera

Tabla VI-73. Demanda extranjera

Año	Demanda objetiva	Semestre	Trimestre	Mes	Día
2017	3373	1687	843	281	9
2018	3609	1805	906	301	10
2019	3862	1931	966	322	11
2020	4132	2066	1033	344	11
2021	4422	2211	1106	369	12
2022	4731	2366	1183	394	13

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

2. Localización de proyecto

a. Macrolocalización

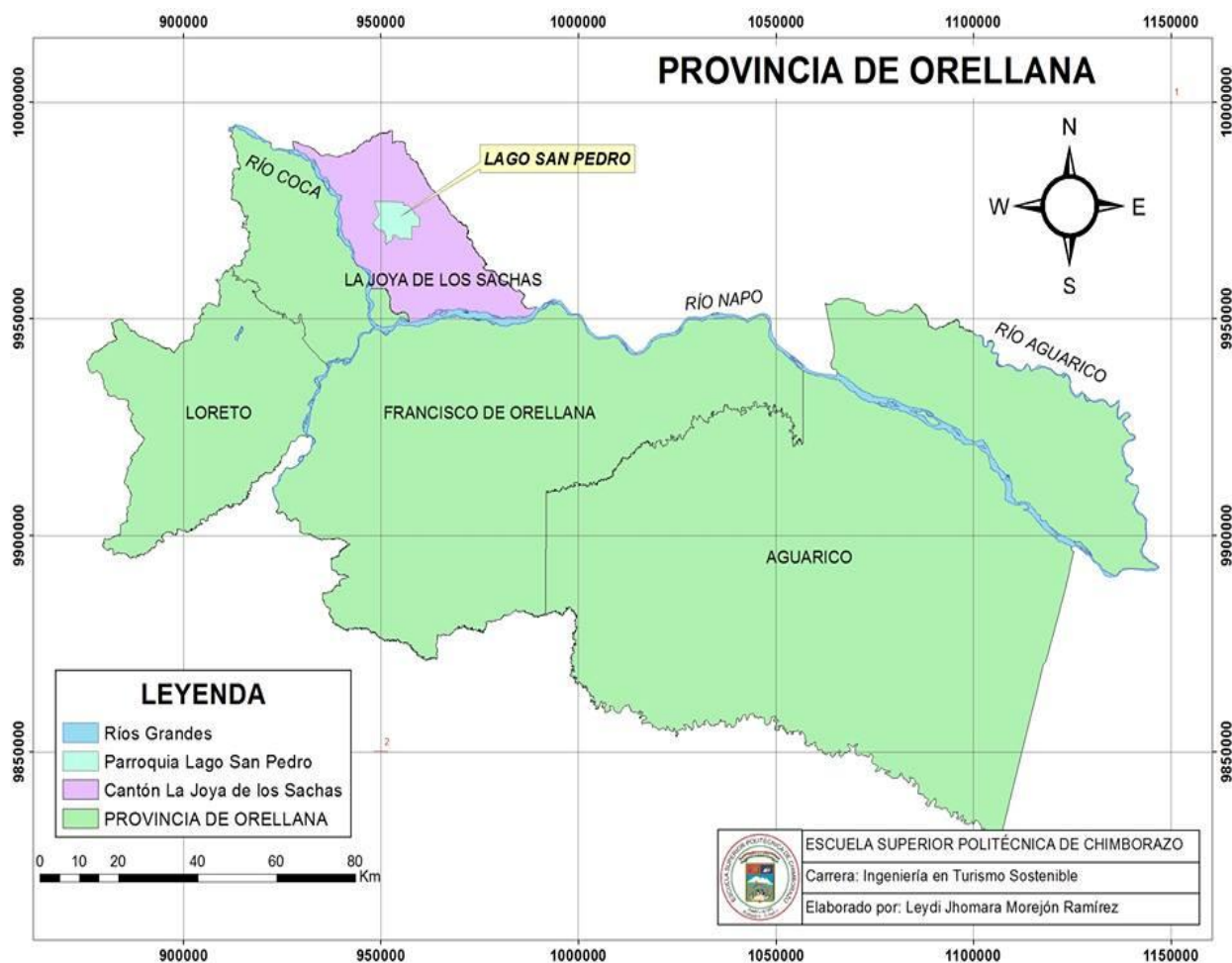


Figura VI-38. Mapa de macro localización

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

b. Microlocalización

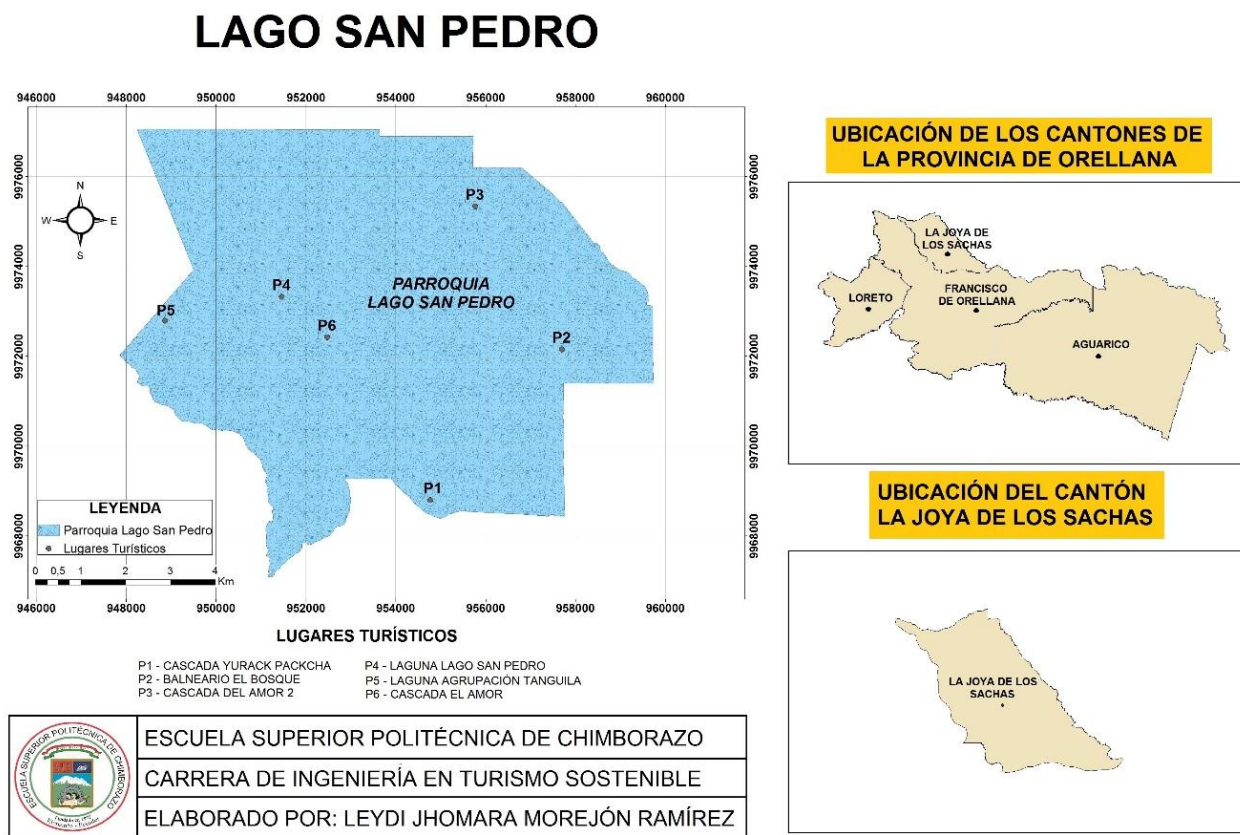


Figura VI-39. Mapa de micro localización

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

3. Diseño del paquete

a. Circuito

El cantón La Joya de los Sachas se caracteriza por poseer atractivos naturales y culturales potenciales de la provincia de Orellana, los mismos constituyen elementos fundamentales para el desarrollo de la actividad turística del cantón.

La parroquia Lago San Pedro posee atractivos sobre salientes, en el cantón La Joya de los Sachas, donde al analizar el perfil entre los turistas extranjeros y nacionales se determinaron lo siguiente:

Tomando en cuenta que el atractivo principal de la parroquia Lago San Pedro son atractivos naturales, que se constituyen espacios adecuados para realizar actividades recreacionales y de aventura.

b. Actividades

El producto a implementarse en el sector contará con atractivos turísticos donde los turistas podrán disfrutar de actividades como, visitita a laguna y observación de flora y fauna, caminata, cabalgata, pesca deportiva y convivencia con las comunidades; a continuación, el detalle de atractivos y actividades que integran el circuito turístico.

Tabla VI-74. Actividades

Atractivos turísticos	Actividades
• Laguna Lago San Pedro	• Visita a la laguna
• Cascada Yurack Packcha	• Observación de flora y fauna
• Cascada del Amor	• Caminata
• Cascada del Amor 2	• Cabalgata
• Laguna de Agrupación Tanguila	• Pesca deportiva
• Balneario el Bosque	• Convivencia con la comunidades

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

c. Diseño de paquete

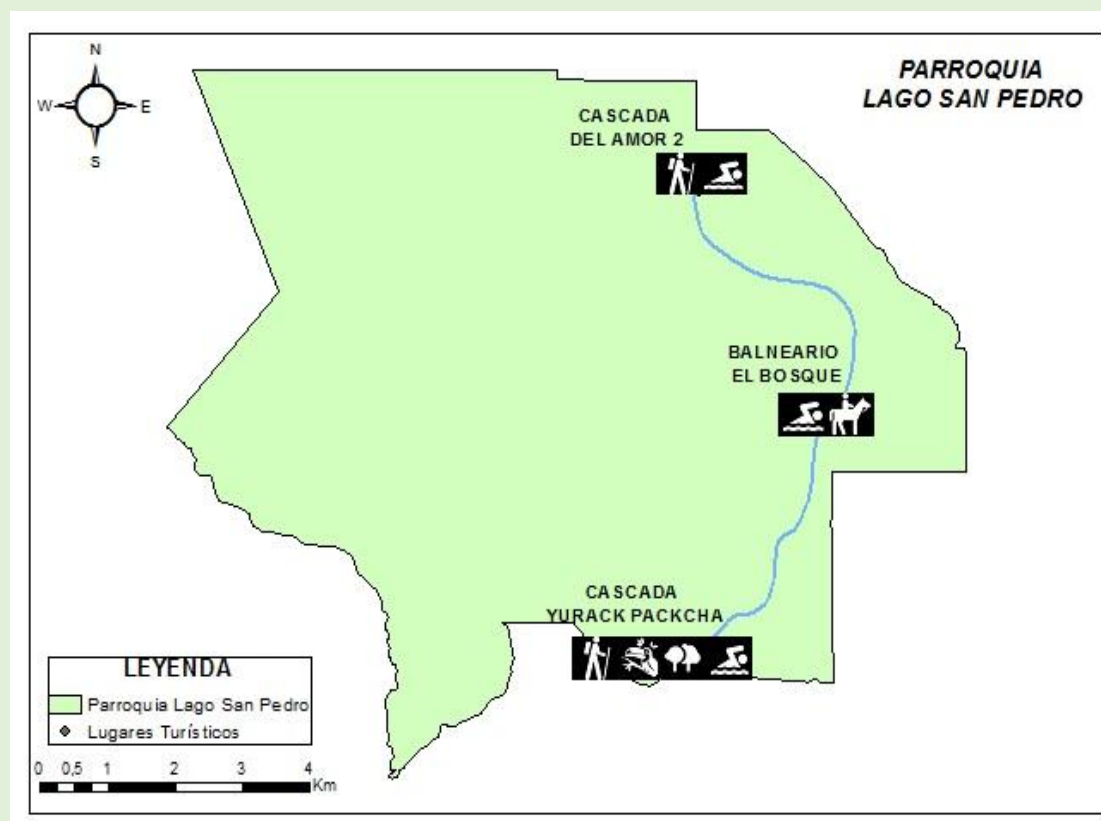
1) Paquete Turístico N°1

Tabla VI-75. Paquete turístico N°1

PAQUETE N°1		
Denominación: LAGO SAN PEDRO – TODO EN UN SOLO LUGAR		
Código: CTCLSP001	Carácter: Turismo Comunitario	Estilo: Convivencia
Dificultad: Moderado	Idioma de guianza: Español	Duración: 1 día
Recorrido: Sacha – Lago San Pedro – Sacha		
Centro de Operaciones: Centro de turismo Comunitario Lago San Pedro		
Itinerario		
Día	Hora	Actividades
	08:00	Encuentro en el Centro de Turismo Comunitario de la Parroquia Lago San Pedro, presentación del guía e indicaciones generales
	08:30	Desayuno
	09:30	Inicio del recorrido por en la cascada Yurack Packcha, observando la flora y fauna y fotografía de la zona
	10:30	Cabalgata en el Balneario el Bosque
	13:00	Almuerzo tradicional
	14:30	Caminata y recreación en la cascada del Amor 2 y por sus alrededores
	16:00	Despedida
Descripción del paquete		
<p>En la mañana nos encontramos en Centro de Turismo Comunitario de la Parroquia Lago San Pedro para poder realizar las actividades (caminata, observación de flora y fauna y cabalgata).</p> <p>En la tarde regreso a la ciudad Joya de los Sachas.</p>		
Requerimientos de la visita	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos personales • Ropa ligera, gorra para el sol • Poncho de aguas • Protector solar • Cámara fotográfica 	
Prohibiciones	<ul style="list-style-type: none"> • Bebidas alcohólicas • Armas blancas 	

Normas de comportamiento		<ul style="list-style-type: none"> • No arrojar basura • No destruir los sitios • No llevarse las especies de flora y fauna 	
Paquete incluye	<ul style="list-style-type: none"> • Desayuno • Almuerzo • Guía • Equipo de cabalgata • Transporte 	Paquete no incluye	<ul style="list-style-type: none"> • Gastos personales (compras y propinas)
Facilidades turísticas	<ul style="list-style-type: none"> • La alimentación se lo brinda por el CTC Lago San Pedro • Transporte 		
Observaciones	El paquete empezara en la mañana		
Precio	13.00 \$		

Mapa temático del recorrido



Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

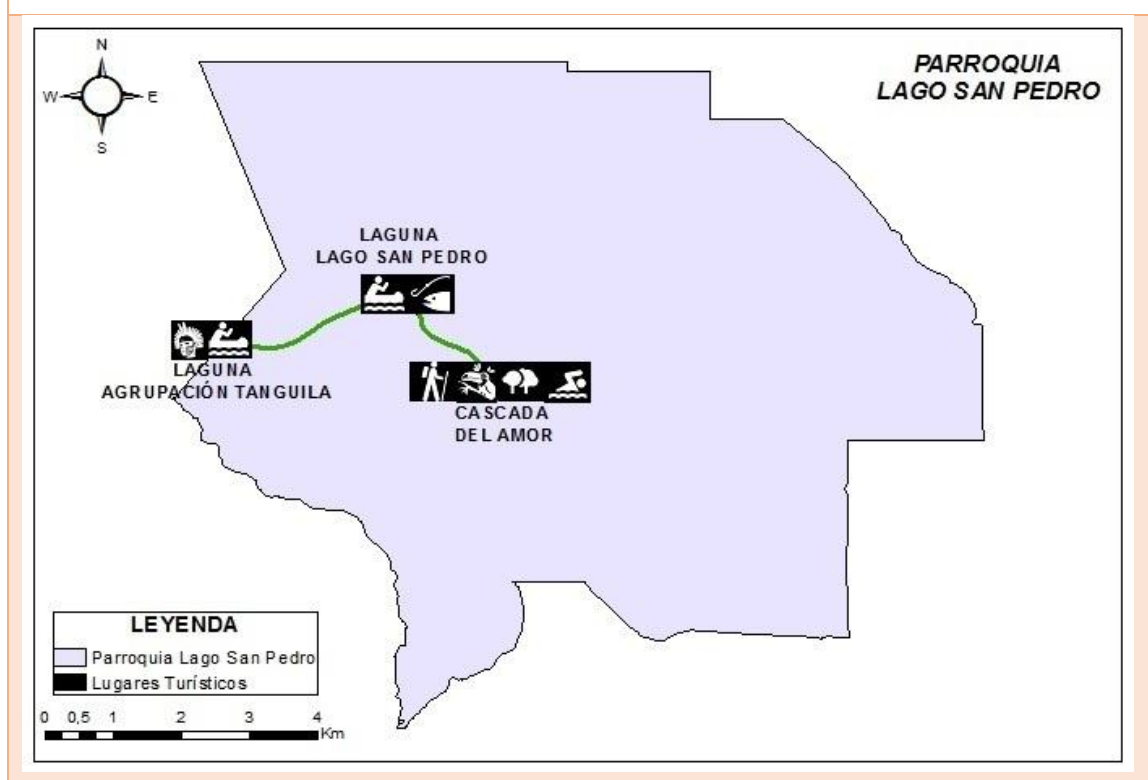
2) Paquete Turístico N°1

Tabla VI-76. Paquete turístico N° 2

PAQUETE N°2		
Denominación: LAGO SAN PEDRO – TODO EN UN SOLO LUGAR		
Código: CTCLSP002	Carácter: Turismo Comunitario	Estilo: Convivencia
Dificultad: Moderado	Idioma de guianza: Español	Duración: 1 día
Recorrido: Sacha – Lago San Pedro – Sacha		
Centro de Operaciones: Centro de turismo Comunitario Lago San Pedro		
Itinerario		
Día	Hora	Actividades
	08:00	Encuentro en el Centro de Turismo Comunitario de la Parroquia Lago San Pedro, presentación del guía e indicaciones generales
	08:30	Desayuno
	09:30	Inicio caminata en la cascada del Amor y observación de flora y fauna.
	10:30	Recorrido por la Laguna Lago San Pedro, pesca deportiva y fotografía de la zona
	13:00	Almuerzo tradicional
	14:30	Convivencia con la comunidad y recorrido por la Laguna de Agrupación Tanguila
	16:00	Despedida
Descripción del paquete		
En la mañana nos encontramos en Centro de Turismo Comunitario de la Parroquia Lago San Pedro para poder realizar las actividades (caminata, fotografía observación de flora y fauna, y convivencia cultural).		
En la tarde regreso a la ciudad Joya de los Sachas.		
Requerimientos de la visita	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos personales • Ropa ligera, gorra para el sol • Poncho de aguas • Protector solar • Cámara fotográfica 	
Prohibiciones	<ul style="list-style-type: none"> • Bebidas alcohólicas • Armas blancas 	

Normas de comportamiento		<ul style="list-style-type: none"> • No arrojar basura • No destruir los sitios • No llevarse las especies de flora y fauna 	
Paquete incluye	<ul style="list-style-type: none"> • Desayuno • Almuerzo • Guía • Caña de pescar • Transporte 	Paquete no incluye	<ul style="list-style-type: none"> • Gastos personales (compras y propinas)
Facilidades turísticas	<ul style="list-style-type: none"> • La alimentación se lo brinda por el CTC Lago San Pedro • Transporte 		
Observaciones	El paquete empezara en la mañana		
Precio	15.00 \$		

Mapa temático del recorrido



Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

Determinación de paquetes elaborados

El costo total está conformado por los costos de producción: fijos más variables totales (gastos administrativos que se estiman en el 10%).

La utilidad estimada en los paquetes corresponde entre el 15%, con la finalidad de generar rentabilidad.

4. Estructura del costo del paquete

a. Estructura del costo del paquete N° 01

Tabla VI-77. Estructura del costo del paquete N° 01

COSTOS DEL TOUR			Duración 1 día			
Costos generales	Cant.	Prec. Unit.	Total	Rangos de pax		
				4	6	10
Transporte		10,00	10,00	2,50	1,66	1,00
Guianza		10,00	10,00	2,50	1,66	1,00
Total de costos generales				5,00	3,32	2,00
Costos individuales por pax						
Desayuno				2,00	2,00	2,00
Almuerzo				3,00	3,00	3,00
Alquiler de equipo				3,50	3,50	3,50
Total de costos individuales				8,50	8,50	8,50
Costos totales por personas						
Total costos generales				5,00	3,32	2,00
Total costos individuales				8,50	8,50	8,50
Total de costos				13,50	11,82	10,50
Gastos administrativos 10%				1,35	1,18	1,05
Margen de rango (utilidad) 15%				2,02	1,77	1,57
Precio de venta final				16,87	14,77	13,12

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

b. Estructura del costo del Paquete N° 02

Tabla VI-78. Estructura del costo del Paquete N° 02

COSTOS DEL TOUR			Duración 1 día			
Costos generales	Cant.	Prec. Unit.	Total	Rangos de pax		
				4	6	10
Transporte		10,00	10,00	2,50	1,66	1,00
Guianza		10,00	10,00	2,50	1,66	1,00
Total de costos generales				5,00	3,32	2,00
Costos individuales por pax						
Desayuno				2,00	2,00	2,00
Almuerzo				3,00	3,00	3,00
Alquiler de equipo				3,00	3,00	3,00
Recuerdo				2,00	2,00	2,00
Total de costos individuales				10,00	10,00	10,00
Costos totales por personas						
Total costos generales				5,00	3,32	2,00
Total costos individuales				10,00	10,00	10,00
Total de costos				15,00	13,32	12,00
Gastos administrativos 10%				1,50	1,33	1,20
Margen de rango (utilidad) 15%				2,25	1,99	1,80
Precio de venta final				18,75	16,64	15,00

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

5. Flujogramas de procesos

a. Flujograma del paquete uno

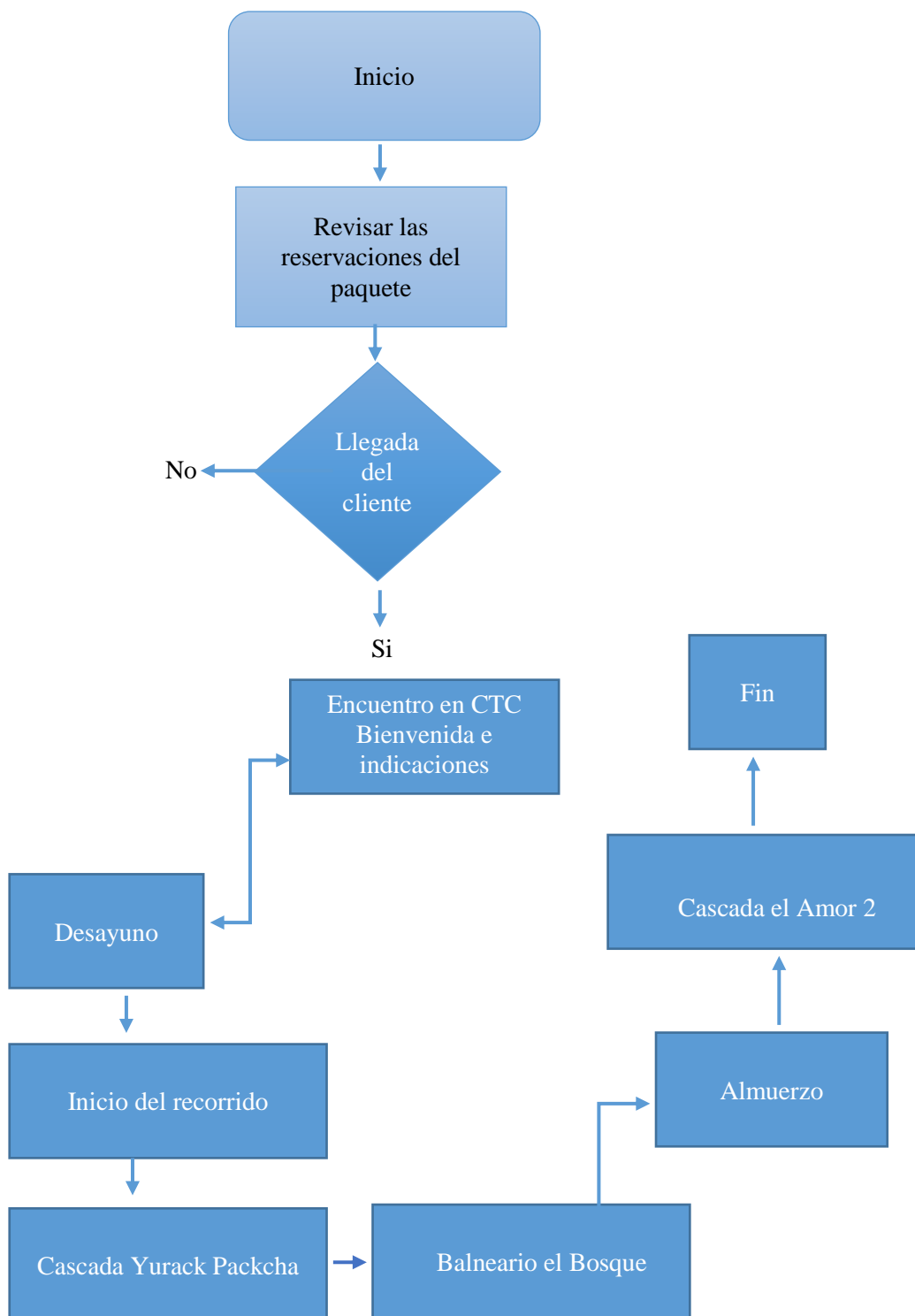


Figura VI-40. Flujograma del paquete uno

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

b. Flujograma del paquete dos

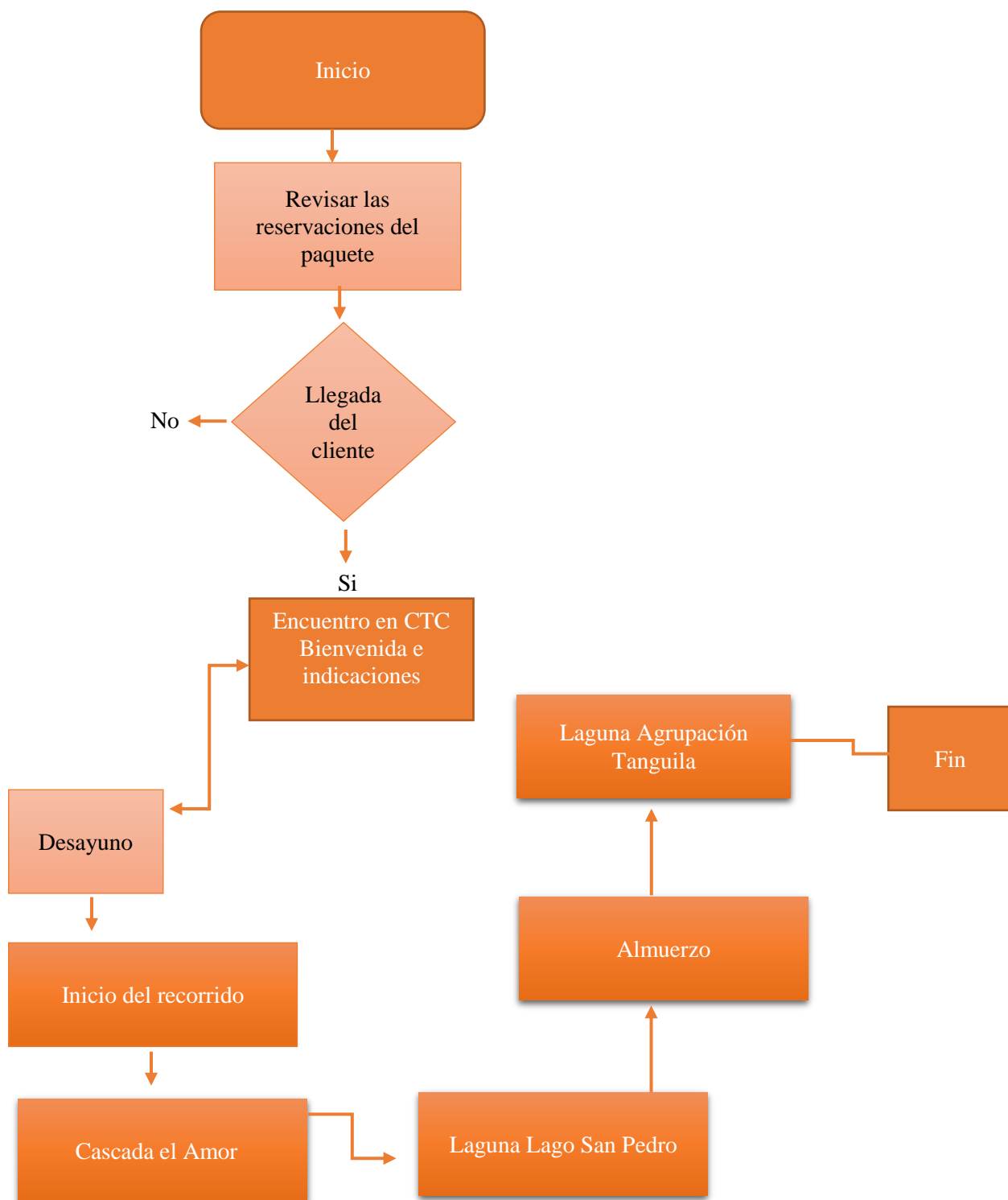


Figura VI-41. Flujograma del paquete dos

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

6. Requerimiento para el área productiva

a. Activos Fijos.

Tabla VI-79. Activos fijos para el área productiva

Activo	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Maquinaria y Equipo			
Muebles y enseres			
Mesa plástica	1	70,00	70,00
Sillas plásticas	6	8,00	48,00
Maquinaria y equipo			
Vehículo	1	30.000,00	30.000,00
Binoculares	5	20,00	100,00
Cañas de pescar	10	30,00	300,00
Equipo para cabalgata	10	60,00	600,00
Equipo para caminata	10	20,00	200,00
Radios de comunicación	4	200,00	800,00
GPS	1	700,00	750,00
Equipo de computo			
Laptop	1	1.000,00	1.000,00
Total			33.868,00

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

b. Inversión diferidas

Tabla VI-80. Inversión diferida

Denominación	Inversión unitaria	Inversión total
Capacitación a los guías	20\$ x h	80,00
Total		80,00

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

c. Costo

Insumos y materiales

Tabla VI-81. Insumos y materiales

Denominación	Cantidad	Costo mensual	Costo total anual
Nylon	1 rollo	6,00	72,00
Anzuelos	20	3,50	42,00
Total			114,00

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

Talento humano

Tabla VI-82. Mano de obra directa

Denominación	Cantidad	Costo mensual	Costo total anual
Guías	4	1.600,00	19.200,00
Total			19.200,00

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

Mano de obra indirecta

Tabla VI-83. Mano de obra indirecta

Denominación	Cantidad	Costo mensual	Costo total anual
Arrieros	2	760,00	9.120,00
Chofer	1	560,00	6.720,00
Total			15.840,00

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

Mantenimiento

Tabla VI-84. Mantenimiento

Denominación	Cantidad	Costo mensual	Costo total anual
Mantenimiento equipos	7	100,00	1.200,00
Total			1.200,00

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

Combustibles

Tabla VI-85. Combustibles

Denominación	Cantidad	Costo mensual	Costo total anual
Diésel	60 galones	61,80	741,60
Total			741,60

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

D. DETERMINAR LA EVALUACIÓN AMBIENTAL

Tabla VI-86. Matriz de mitigación ambiental

ACTIVIDADES DEL PROYECTO QUE CAUSAN DAÑO	EFECTO	MEDIDA DE MITIGACIÓN	REQUERIMIENTOS	GASTOS
Suelo y Agua				
Recorridos turísticos	Alteración del ecosistema, y contaminación de suelo y agua con desechos sólidos.	Recolección de los sólidos por parte del encargado	Adecuada recolección y clasificación de los desechos	1000,00
Construcción de infraestructura turística	Contaminación al utilizar materiales de construcción ajenos al entorno.	Reciclar y recoger los desperdicios que sobren en la construcción.	Maquinaria de reciclaje	1000,00
Aire				
Uso de productos químicos para limpieza y desinfección	Contaminación con partículas químicas.	Usar productos naturales	Asesoramiento ambiental	500,00
Flora y Fauna				
Emisión de ruidos	Alejamiento de la fauna	Disminución al máximo del ruido	Charlas preventivas antes de iniciar el recorrido	500,00
Total, de gastos en requerimientos para el estudio ambiental				3000,00

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

E. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

1. Definición del tipo de empresa

a. Marco legal para la constitución

El producto turístico será operado y promocionado por la Junta Parroquial de Lago San Pedro en base a los siguientes artículos:

Constitución:

Organización territorial del estado

Capítulo primero

Art. 238.- Los gobiernos autónomos descentralizados gozarán de autonomía política, administrativa y financiera, y se regirán por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana (Asamblea Costituyente, 2008).

Capítulo cuarto

Régimen de competencias

Art. 267.- Los gobiernos parroquiales rurales ejercerán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de las adicionales que determine la ley:

2. Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales.

4. Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente (Asamblea Costituyente, 2008).

Código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización

Capítulo IV

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural

Sección Primera Naturaleza Jurídica, sede y funciones

Artículo 64.- Funciones. - Son funciones del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural:

a) Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial parroquial, para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas parroquiales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales.

b) Diseñar e impulsar políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión en su territorio, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;

g) Fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados;

h) Articular a los actores de la economía popular y solidaria a la provisión de bienes y servicios públicos

i) Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad (Código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización, 2010).

Artículo 65.- Competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural:

b) Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales;

d) Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente

r) Impulsar la conformación de organizaciones de la población parroquial, tendientes a promover el fomento de la producción, la seguridad ciudadana, el mejoramiento del nivel de vida y el fomento de la cultura y el deporte (Código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización, 2010).

Podemos concluir que la Junta Parroquial de Lago San Pedro está en la capacidad de operar el producto turístico en base a los artículos señalados, los cuales le permiten incentivar el

desarrollo de actividades productivas como es el turismo por lo que la empresa se va a constituir de la siguiente manera:

La figura legal de Lago San Pedro va hacer centro de turismo comunitario amparado bajo la ley y reglamento de turismo, donde la junta parroquial será la encargada de realizar todas las gestiones en las instituciones pertinentes.

Un trabajo coordinado entre el Ministerio de Turismo del Ecuador y la FEPTCE, promueve que las comunidades reconozcas legalmente su operación bajo la categoría de CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO (CTC), en consecuencia, ésta será la condición más óptima a ser adoptada por la parroquia Lago San Pedro para participar de la actividad turística.

2. Requisitos para el registro como Centro de turismo comunitario

Tabla VI-87. Requisitos para el registro como Centro de turismo comunitario

Requisitos	Inversión
Constitucional	
Solicitud registro MINTUR	2,50
Documento Jurídico	60,00
Acta de la Asamblea	60,00
Certificado de capacitación	250,00
Copia certificada del RUC	5,00
Informe técnico	250,00
Pago registro en el MINTUR	\$115,00
Total	742,50

Nota: Investigación documental, 2017.

3. Requisitos para el funcionamiento del Centro de Turismo Comunitario

Tabla VI-88. Requisitos para el funcionamiento del Centro de Turismo Comunitario

Requisitos para el funcionamiento	Gasto anual
Permiso de LUAF	100,00
Solicitud LUAF	5,00
Copia certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio	10,00
Copia de la cedula y certificado de votación	1,00
Copia del RUC del establecimiento	1,00
Copia del permiso de funcionamiento del cuerpo de Bomberos	10,00
TOTAL	127,00

Nota: Investigación documental, 2017.

4. Requerimiento para el área comercial

a. Selección e inducción al talento humano de la empresa

Tabla VI-89. Selección e inducción al talento humano de la empresa

Actividades	Inversiones
Convocatoria por radio	70,00
Entrevista (asesoría de un profesional en entrevista)	30,00
Contratación (asesoría de un profesional en contratación)	30,00
Total	130,00

Nota: Investigación documental, 2017.

b. Proceso de inducción

Tabla VI-90. Proceso de la inducción

Actividades	Inversión
Capacitación (Asesoría de un profesional)	50,00
Total	50,00

Nota: Investigación documental, 2017.

c. Capacitación de talento humano del área administrativa

Tabla VI-91. Capacitación de talento humano del área administrativa

Actividades	Inversiones
Capacitación gerente y secretaria una vez al año	500,00
Total	500,00

Nota: Investigación documental, 2017.

d. Requerimiento de talento humano para el área administrativa

Tabla VI-92. Requerimiento de talento humano para el área administrativa

Denominación	Cantidad	Gasto mensual	Gasto anual
Gerente	1	800,00	9.6000
Secretaria (o)	1	370,00	4.440
Total	2	1.170,00	14,040

Nota: Investigación documental, 2017.

e. Activos fijos para el área administrativa

Tabla VI-93. Requerimiento para el área administrativa

Activo	Unidad	Inversión unitaria	Inversión total
Muebles y enseres			
• Sillas	6	25,00	150,00
• Escritorios	2	80,00	160,00
• Anaquel	2	50,00	100,00
Equipos de oficina			
• Computadora	2	1000,00	2.000,00
• Calculadora	2	10,00	20,00
• Teléfono convencional	1	40,00	40,00
Total			2.470,00

Nota: Investigación documental, 2017.

f. Gasto para el área administrativa

Tabla VI-94. Gasto para el área administrativa

Rubro	Cantidad	Inversión unitaria	Inversión total	Inversión anual
Alquiler de semovientes	10	70,00	700,00	2.800,00
Servicios básicos	--	--	80,00	960,00
Esferos	4	0,25	1,00	4,00
Grapas	1	2,00	2,00	8,00
Carpetas de plástico	4	0,50	2,00	8,00
Archivadores	2	3,00	6,00	24,00
Engrapadora	1	6,50	6,50	6,50
Perforadora	1	7,00	7,00	7,00
Cinta adhesiva	1	0,75	0,75	3,00
Lápices	4	0,30	1,20	4,80
Borradores	3	0,75	2,25	9,00
Papel bon	3 resmas	4,00	12,00	48,00
Saca grapas	1	0,90	0,90	3,60
Corrector	1	1,20	1,20	4,80
Papel de notal	1	1,00	1,00	4,00
Total			1523,8	3.894,70

Nota: Investigación documental, 2017.

5. Estructura organizativa del proyecto

a. Organigrama estructural

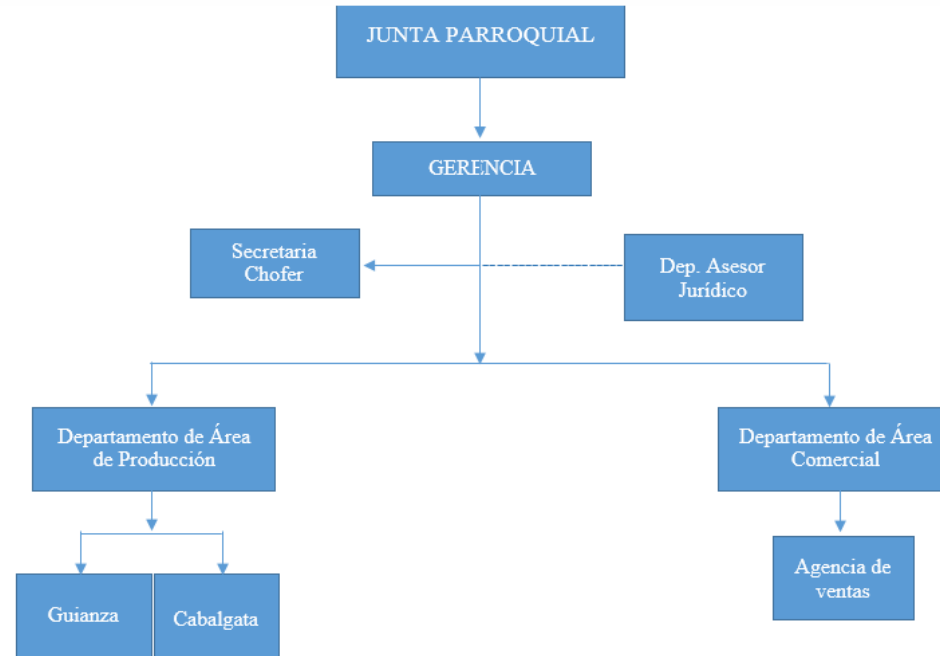
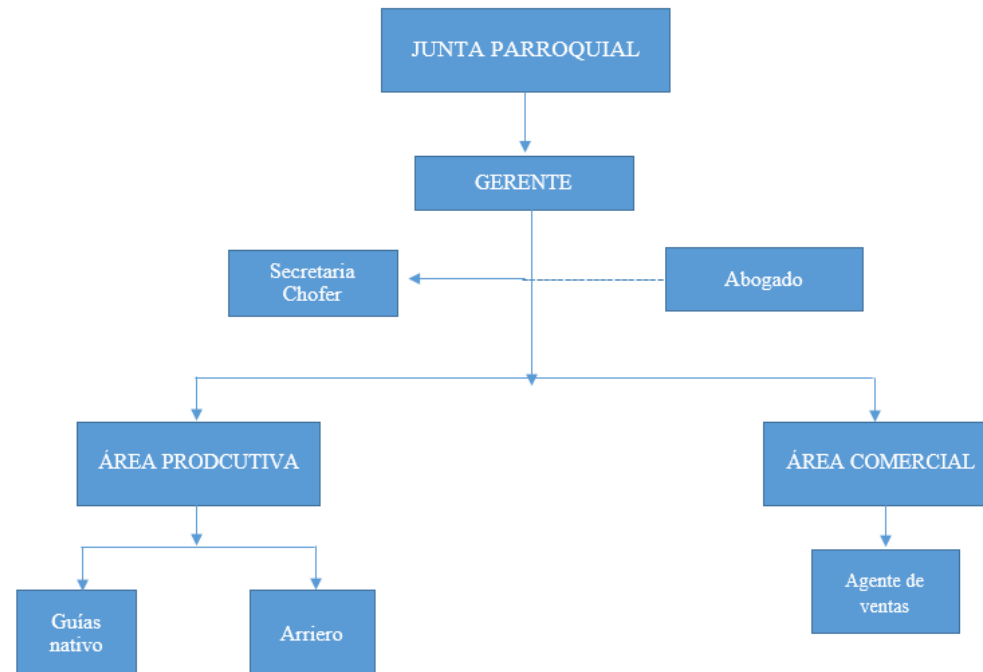


Figura VI-42. Organigrama estructural junta de accionistas

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

b. Organigrama funcional**Figura VI-43.** Organigrama funcional**Nota:** Investigación documental, 2017.

6. Manual de cargos y responsabilidades

a. Gerencia

Tabla VI-95. Gerencia

1) Cargo	Administrador
2) Naturaleza del trabajo	Liderar la gestión estratégica, dirigiendo y coordinando a las distintas áreas para asegurar la rentabilidad, competitividad, continuidad y sustentabilidad de la empresa, cumpliendo con los lineamientos estratégicos del directorio y las normativas y reglamentos vigentes.
3) Responsabilidades	Determinar las tareas de sus subordinados Atender a las contingencias que pueden surgir Ser líder del equipo Dirigir el CTC Informarse acerca de satisfacción de los clientes
4) Requisitos	Ingeniero en administración turística o Ingeniero en turismo Conocimiento de la ley de turismo y reglamentos Dominio del inglés hablado y escrito

Nota: Investigación documental, 2017.

b. Asesor jurídico

Tabla VI-96. Asesor jurídico

1) Cargo	Abogado
2) Naturaleza del trabajo	El abogado es un profesional independiente que le asiste como asesor y representante en la defensa de sus derechos e intereses frente a los organismos públicos y el resto de las personas y entidades privadas.
3) Responsabilidades	Operar asuntos legales

	Expresar e interpretar las leyes Asesorar a sus clientes
4) Requisitos	Licenciado en derecho Experiencia laboral

Nota: Investigación documental, 2017.

c. Secretaria

Tabla VI-97. Secretaria

1) Cargo	Secretaria
2) Naturaleza del trabajo	Elaborar actividades pertinentes al área secretarial y asistir a su supervisor inmediato, además de conocer las funciones y manejo de la empresa.
3) Responsabilidades	Redactar documentos Toma mensajes y los transmite. Actualiza el archivo de la unidad. Lleva control de caja chica.
4) Requisitos	Bachiller Conocimientos de inglés básico computación básico

Nota: Investigación documental, 2017.

d. Área productiva

Tabla VI-98. Área productiva

1) Cargo	Guía
2) Naturaleza del trabajo	Dirigir grupos de turistas y brindar información sobre determinado atractivo natural o cultural de interés turístico.
3) Responsabilidades	Determinar el inicio del guiado del atractivo turístico y/o lugar de visita. Seleccionar adecuadamente los aspectos y objetos a mostrar y explicar, y determinar el orden de presentación de los mismos. Brindar información precisa y breve de los

	<p>diversos puntos de interés en la ruta, en el momento oportuno.</p> <p>Verificar la presencia de todos los pasajeros en el lugar para iniciar la explicación.</p> <p>Explicación del atractivo turístico de forma amena, clara y precisa, brindando una información veraz sobre los diversos elementos que se observen.</p> <p>Reemitir las inquietudes del turista adecuadamente con información precisa y veraz.</p>
4) Requisitos	<p>Licencia de guía actualizada</p> <p>Conocimientos de ingles</p>

Nota: Investigación documental, 2017.

e. Área comercial

Tabla VI-99. Área comercial

1) Cargo	Agente de ventas
2) Naturaleza del trabajo	Promocionar y comercializar los sitios turísticos de la parroquia
3) Responsabilidades	<p>Asumir la promoción turística de la parroquia</p> <p>Hacer cumplir el horario de los paquetes</p> <p>Desarrollar programas de capacitación y educación turística</p> <p>Promover el desarrollo de productos turístico</p>
4) Requisitos	Ingeniero en turismo sostenible o a fin

Nota: Investigación documental, 2017.

F. ELABORAR EL ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

1. Inversiones

Considerando la planificación área comercial, productiva y administrativa las inversiones del proyecto se resumen en el siguiente cuadro.

Tabla VI-100. Inversiones

INVERSIONES			
Inversiones	Inversión propia	Inversión financiera	Total
Activos fijos			36.886,00
Maquinaria y equipos		2.750,00	2.750,00
Equipo de computo		3.000,00	3.000,00
Muebles y enseres		1.136,00	1.136,00
Vehículo		30.000,00	30.000,00
inversiones diferidas	11.088,82		11.088,82
Adecuaciones (antes)	500,00		500,00
Capacitaciones (antes)	900,00		900,00
Promoción y publicidad	1.340,00		1.340,00
patentes	-	-	-
Estudios	3.000,00		3.000,00
Gastos de constitución	742,50		742,50
Selección del personal	180,00		180,00
Interés del préstamo	4.426,32		4.426,32
Capital de trabajo	9.660,00		9.660,00
Mano de obra Directa	3.200,00		3.200,00
Mano de obra indirecta	2.640,00		2.640,00
sueldo y salarios	3.706,00		3.706,00
Materiales e insumos	114,00		114,00
Total	20.748,82	36.886,00	57.634,82

Nota: Investigación documental, 2017.

2. Cálculo de pago de la deuda

Monto: 36.886,00

Interés anual: 12%

Financiera: BanEcuador

Tabla VI-101. Cuadro pago de deuda

Año	Préstamo	Capital a pagar	Interés	Cuota anual	Saldo
2018 (0)	36.886,00	7.377,20	4.426,32	11.803,52	29.508,80
2019 (1)	29.508,80	7.377,20	3.541,06	10.918,26	22.131,60
2020 (2)	22.131,60	7.377,20	2.655,79	10.032,99	14.754,40
2021 (3)	14.754,40	7.377,20	1.770,53	9.147,73	7.377,20
2022 (4)	7.377,20	7.377,20	885,26	8.262,46	-
Total		36.886,00	13.278,96	50.164,96	

Nota: Investigación documental, 2017.

3. Depreciaciones de activos fijos

Tabla VI-102. Cuadro depreciaciones de activos fijos

Depreciaciones de activos fijos					
Activo	Valor del bien	Depreciación por ley (años)	Depreciación anual	Depreciación por uso en el proyecto	Valor de salvamento
Maquinaria y equipo	2.750,00	10	275,00	1.375,00	1.375,00
Muebles y enseres	1.136,00	10	113,60	568,00	568,00
Equipo de computo	3.000,00	3	1.000,00	5.000,00	- 2.000,00
Vehículo	30.000,00	5	6.000,00	30.000,00	-
Total	36.886,00		7.388,60	36.943,00	57,00

Nota: Investigación documental, 2017.

4. Amortizaciones de activos diferidos

Tabla VI-103. Amortizaciones de activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	2018	2019	2020	2021	2022
7.432,07	1.486,41	1.486,41	1.486,41	1.486,41	1.486,41

Nota: Investigación documental, 2017.

5. Costos y gastos

Tabla VI-104. Costos y gastos

Denominación	Año				
	2018	2019	2020	2021	2022
Costos de producción					
Materias prima	-	-	-	-	-
Insumo y materiales	114,00	115,71	117,49	119,25	121,04
Mano de obra directa	19.200,00	19.488,00	19.780,32	20.077,02	20.378,17
Mano de obra indirecta	15.840,00	16.077,60	16.318,76	16.563,54	16.811,99
Mantenimiento	1.200,00	1.218,00	1.236,00	1.254,00	1.273,00
Combustible	741,60	758,20	769,57	781,11	792,82
SUBTOTAL 1	37.095,60	37.657,51	38.222,14	38.794,92	39.377,02
Gastos Administrativos					
Sueldos y salarios	22.240,00	22.573,60	22.912,20	23.255,88	23.604,71
Alquiler de semovientes	2.800,00	2.842,00	2.884,63	2.927,90	2.971,81
Servicios básicos	960,00	974,40	989,02	1.003,85	1.018,90
Depreciaciones	7.388,60	7.499,43	7.611,92	7.726,10	7.841,99
Permisos para el funcionamiento de la empresa	869,50	882,54	895,78	909,22	922,86
SUBTOTAL 2	34.258,10	34.771,97	35.293,55	35.822,95	36.360,27
Gastos Comerciales					
Materiales e insumos	424,80	431,17	437,64	444,20	450,86
Promoción y publicidad	5.400,00	5.481,00	5.563,21	5.646,66	5.731,35
Capacitación durante	664,00	673,96	684,07	694,33	704,74
SUBTOTAL 3	6.488,80	6.586,13	6.684,92	6.785,19	6.886,95
Gastos Financieros					
Intereses durante el funcionamiento	885,26	898,54	912,02	925,70	939,59
SUBTOTAL 4	885,26	898,54	912,02	925,70	939,59
TOTAL	72.238,96	73.328,02	74.427,71	75.543,57	76.676,88

Nota: Investigación documental, 2017

6. Presupuestos de ingresos

Tabla VI-105. Presupuestos de ingresos

Denominación	Prec.	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Paquete 1	14,92	40.149,99	42.960,38	45.968,70	49.130,63	52.624,42	56.308,26
Paquete 2	16,79	45.182,19	48.344,82	51.730,19	55.288,43	59.220,11	63.365,66
Total		85.332,18	91.305,20	97.698,89	104.419,06	111.844,53	119.673,92

Nota: Investigación documental, 2017

7. Estados de resultados

Tabla VI-106. Estados de resultados

Estado de resultado					
Rubro/año	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas				111.844,5	
	91.305,20	97.698,89	104.419,06	3	119.673,92
Costo de producción	37.095,60	37.657,51	38.222,14	38.794,92	39.377,02
Utilidad Bruta	54.209,60	60.041,38	66.196,92	73.049,61	80.296,90
Gastos Administrativos	34.258,10	34.771,97	35.293,55	35.822,95	36.360,27
Gastos Comerciales	6.488,80	6.586,13	6.684,92	6.785,19	6.886,95
Gastos Financieros	885,26	898,54	912,02	925,70	939,59
Utilidades antes de impuestos y utilidades	12.577,44	17.784,74	23.306,43	29.515,77	36.110,09
Impuestos (25%)	3.144,36	4.446,19	5.826,61	7.378,94	9.027,52
Utilidad antes de repartición de utilidades	9.433,08	13.338,56	17.479,82	22.136,83	27.082,57
Repartición de utilidades (15%)	1.414,96	2.000,78	2.621,97	3.320,52	4.062,39
Utilidad neta	8.018,12	11.337,77	14.857,85	18.816,30	23.020,18

Nota: Investigación documental, 2017

8. Flujo de caja

Tabla VI-107. Flujo de caja

Flujo de caja						
Denominación	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Inversiones	53.208,50					
Recuperación del capital del trabajo						9.660,00
Valor del salvamento						57,00
Depreciaciones		7.388,60	7.388,60	7.388,60	7.388,60	7.388,60
UTILIDAD NETA		8.018,12	11.337,77	14.857,85	18.816,30	23.020,18
flujo de caja neta	-53.208,50	15.406,72	18.726,37	22.246,45	26.204,90	40.125,78

Nota: Investigación documental, 2017

Tabla VI-108. Evaluación financiera

Valor Actual Neto	137.149,77
Tasa Interna de Retorno	30%

Nota: Investigación documental, 2017

VII. CONCLUSIONES

- A.** Mediante el estudio del potencial turístico se determinó 6 atractivos turísticos, 5 naturales y 1 cultural, los cuales alcanzan jerarquía I, esta caracterización nos indica que son atractivos que pueden motivar la visitación hacia la parroquia Lago San Pedro.
- B.** El estudio de mercado permitió conocer los gustos y preferencias de los turistas, indicando que existe un porcentaje adecuado de turistas que están dispuestos a visitar la parroquia de Lago San Pedro, considerando una demanda objetiva de 23% visitantes entre nacionales y extranjeros, lo cual sirvió para el diseño del paquete turístico enfocado a sus necesidades y a su vez articulado a la oferta
- C.** El diseño técnico del producto se encuentra elaborado en base a las preferencias de la demanda, por tal razón se ha diseñado 2 paquetes turísticos, de un día, los mismos que serán ofertados a través de la venta directa, su principal medio es el internet y en el CTC de la parroquia.
- D.** El proyecto determina las acciones de mitigación ambiental con relación a las actividades a desarrollarse en el CTC de la parroquia Lago San Pedro
- E.** Para el estudio legal y administrativo se creará un Centro de turismo comunitario aprobado por el reglamento de aplicación de la Ley de Turismo, bajo las bases legales para poder ofertar el producto turístico.
- F.** El estudio financiero determina que el producto turístico diseñado es económica y financieramente rentable pues alcanza un TIR de 30%, un VAN de \$137.149,77.

VIII. RECOMENDACIONES

- A.** Aprovechar sustentablemente el potencial turístico de cada una de las comunidades de la parroquia mediante convenios con la junta parroquial y el municipio del cantón e impulsar el desarrollo turístico comunitario en la parroquia.
- B.** Es necesario el mantenimiento de la señalética turística de la parroquia para poder acceder a los sitios turísticos de la parroquia.
- C.** Actualizar periódicamente los precios de venta de los paquetes turísticos de acuerdo a las condiciones del mercado
- D.** Elevar el nivel de participación de los moradores de la parroquia Lago San Pedro en el proceso de implementación y operación del producto turístico.

IX. RESUMEN

La presente investigación propone: diseñar un producto turístico en la parroquia Lago San Pedro, cantón La Joya de los Sachas, provincia de Orellana; se realizó la evaluación del potencial turístico, mediante la recopilación de información primaria, secundaria y salidas de campo. Se identificó 6 atractivos turísticos con jerarquía I. Para la elaboración del estudio de mercado, se tomó como universo el estudio a turistas que visitaron el Parque Nacional Yasuní, que permitió conocer el perfil del turista nacional y extranjero. Para la elaboración del estudio técnico productivo se diseñó un plan mercadotécnico basado en canales de distribución directo, un plan de comunicación integrado por slogan, diseño de página web, tarjeta de presentación, trípticos y otros medios que contribuirán a la captación de clientes que asegure el éxito. El producto está basado en 2 paquetes con sus respectivos itinerarios y costos. Para la elaboración del estudio administrativo legal se constituirá un Centro de Turismo Comunitario. Para la determinación de la evaluación ambiental se realizó una tabla de mitigación ambiental, por último la elaboración del estudio económico financiero que determina que la inversión inicial será \$ 57.634,82 dando un VAN positivo de \$137.149,77, alcanzando un TIR del 30%. Se concluye que el proyecto es factible y se recomienda su implementación como aporte al crecimiento y desarrollo de la oferta turística de la parroquia.

Palabras claves: producto turístico - atractivos turísticos - paquetes turísticos.

Por: Leydi Morejón



X. SUMMARY

This research proposes: designing a tourist product in the parish of San Pedro, La Joya de los Sachas, province of Orellana; The evaluation of tourism potencial was carried out, through the collection of primary, secondary and field information. It identified 6 tourist attractions with hieranchy 1. Fort he elaboration of the market study, as a universe the study to tourists who visited the Yasuni National Park was taken, which allowed to know the profile of the national and foreing tourist. A marketing plan based on direct distribution channels, a communication plan consisting of a slogan, web page design, presentatiion card, triptychs and other means that will contribute to customer acquisition is designed for the preparation of the productive tecnical study to guarantee success. The product is based in 2 packages with their respective itineraries and costs. Fort he preparation of the legal administrative study, a Community Tourism Center will be established. Fort he determination of the enviromental assessment, an enviromental mitigation table was drawn up. Finally, the economic and financial study was carried out, which determines that the initial investment will be \$ 57, 683. 82 giving a positive NPV of \$ 137,149.77, reaching a 30% IRR. It is concluded that the project is feasible and its implementatiion is recomend as a contribution to the growth and development of the tourist offerof the parish.

Keywords: tourist product – tourist attractions – tourist packages



XI. BIBLIOGRAFÍA

- Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro. (2014). *Plan de Ordenamiento Territorial de la Parroquia Lago San Pedro*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2016, de <https://lagosanpedro.gob.ec/index.php/gobierno-parroquial/plan-de-desarrollo/47-pdot-gadpr-gm/file>
- Asamblea Costituyente. (2008). *Organización territorial del estado*. Recuperado el 17 de marzo de 2017, de <http://www.efemerides.ec/1/cons/index5.htm>
- Baca, G. (2010). *Estudio Técnico*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2016, de http://www.academica.mx/sites/default/files/adjuntos/35272/e.2_capitulo_del_estudio_tecnico.pdf
- Benavides, J. (2007). *Comercialización del producto turístico*. Madrid: Comprotur. Recuperado el 20 de Septiembre de 2016
- Cayetano , A. (2006). *Estudio de Mercado*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2016, de <http://mercadotecnia-alex.blogspot.com/2006/05/estudio-de-mercado.html>
- Chacon, J. (2016). *Matriz Lázaro*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2016, de <http://www.slideserve.com/arne/matriz-de-identificaci-n-descripci-n-y-evaluaci-n-de-impactos-lazaro-lago-p-rez-prof-johnny-chac-n>
- Chaparro, E., & Martinez , M. (2009). *Diagnóstico situacional*. Recuperado el 15 de septiembre de 2016, de <http://www.seduca2.uaemex.mx/material/LIA/AEPyMES/Cnt21.php>
- Código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización. (2010). *Ley Oficial Suplemento*. Recuperado el 17 de marzo de 2017, de http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_org.pdf
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2015). *Análisis de la Cadena del Turismo*. Recuperado el 22 de octubre de 2016, de <http://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2015/07/Resumen-Cadena-Turismo-1.pdf>
- Covarrubias, R. (2010). *Evaluación del potencial en municipios a través de metodologías turísticas participativas*. Recuperado el 15 de septiembre de 2016, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/potencial-turistico.htm>
- Diaz, B. (2011). *Diseño de productos turísticos*. Madrid-España: Síntesis, S.A.
- Dios , J. (2012). *Macrolocalización*. Recuperado el 2016 de Septiembre de 2016, de <http://macroymicrolocalizacin.blogspot.com/>
- Escuela Universitaria de Turismo de Murcia. (2012). *El turismo*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2016, de Conceptos y definiciones e importancia actual: <http://www.um.es/aulasenor/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>

- Espinoza. (2001). *Manual para la evaluación de impacto ambiental*. Medellín , Colombia: Mundi-prensa.
- Flores. (2012). *Estudio Financiero*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2016, de http://florescanecon.mex.tl/871725_30--Definicion-de-Estudio-Financiero.html
- Fonseca , E. (2007). *Turismo hotelería y restaurantes*. Lima, Perú: Lexus Editores.
- Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Lago San Pedro. (2015). *Características general de la parroquia Lago San Pedro*. Recuperado el 22 de Diciembre de 2016, de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/2260004370001_PDOT%20Lago%20San%20Pedro130515_14-05-2015_22-32-14.pdf
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón La Joya de los Sachas . (2015). *Plan de Ordenamiento Territorial del cantón La Joya de los Sachas*. Recuperado el 19 de septiembre de 2016
- Gurria, M. (2009). *Introducción al Turismo*. Mexico D.F, Mexico: Trillas.
- Ibáñez, R., & Rodríguez, I. (2007). *Tipología y antecedentes del turismo*. Recuperado el 2016 de 09 de 15, de <http://www2.inecc.gob.mx/publicaciones/libros/669/tipologias.pdf>
- Lopez , I. (2015). *Productos Turísticos*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2016, de <http://w.w.w.eumed.net.ce/>
- Luque, Y. (2007). *Conceptos de Turismo*. Recuperado el 24 de marzo de 2016, de Monografias.com: <http://www.monografias.com/trabajos17/turismo/turismo.shtml>
- Luque, Y. (2009). *Definiciones de Turismo*. Recuperado el 15 de octubre de 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos17/turismo/turismo.shtml>
- Manzano, J. (Enero de 2014). *Características del Suelo*. Recuperado el 17 de diciembre de 2016, de [dspace.espace.edu.ec: http://dspace.espace.edu.ec/bitstream/123456789/3515/1/23T0420%20MANZANO%20JOHANNA.pdf](http://dspace.espace.edu.ec/bitstream/123456789/3515/1/23T0420%20MANZANO%20JOHANNA.pdf)
- Ministerio de Turismo. (2014). *Metodología para inventarios de atractivos turísticos*. Recuperado el 15 de septiembre de 2016, de http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/proyecto_plandetur_2011_2014VERSION2.pdf
- Ministerio del Ambiente. (2012). *Sistema de clasificación de los Ecosistemas del Ecuador Continental*. Recuperado el 19 de septiembre de 2016, de http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEYENDA-ECOSISTEMAS_ECUADOR_2.pdf
- Organización Mundial del Turismo. (1995). *Productos Turísticos*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2016, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010a/655/Producto%20turistico.htm>

- Parra. (2016). *Estudio Administrativo y Legal*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2016, de <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudioadmtivo.pdf>
- Peinado. (1997). *Manual para la evaluación de Impacto ambiental*. Medellín Colombia: Mundi-prensa.
- Rosales. (2005). *Estudio Técnico Productivo*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2016, de http://www.academica.mx/sites/default/files/adjuntos/35272/e.2_capitulo_del_estudio_tecnico.pdf
- Sanchez. (2015). *Importancia de turismo*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2016, de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/619/1/T-UTC-1079.pdf>
- Sanchez, D. (2000). *Manual para la evaluación de Impacto Ambientale*. Medellín, Colombia: Mundi-prensa.
- Tierra, P. (2009). *“Texto Básico de Planificación Territorial”*. Riobamba, Chimborazo: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Facultad de Recursos Naturales. Escuela de Ingeniería en Ecoturismo.
- Turistic. (2013). *Productos Turísticos*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2016, de <http://turistic.co/servicios/producto-turistico>

XII. ANEXOS

Anexo 1. Encuesta para turista nacional



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN TURISMO SOSTENIBLE



La presente encuesta tiene como objetivo diseñar un producto turístico en la parroquia Lago San Pedro, cantón La Joya de los Sachas.

1. **Edad:** 15 – 25 () 26 -35 () 36 – 45 () 46 – 55 () 56 – o más ()

2. **Género:** Masculino () Femenino ()

3. **Procedencia:** Provincia _____

4. **Estado civil:** Soltero () Casado () Otro ()

5. **Nivel de Instrucción:** Primaria () Secundaria () Superior () Otros ()

6. **¿Cuál es el motivo de su viaje?**

Amigos ()

Familia ()

Vacaciones ()

Otros ()

7. **¿Le interesaría conocer la parroquia Lago San Pedro del cantón La Joya de los Sachas y sus atractivos turísticos?**

Si ()

No ()

8. **¿Qué tipo de actividad le gustaría realizar en la parroquia Lago San Pedro?**

Visita a la laguna ()

Observación de flora y de fauna ()

- Caminata ()
Cabalgatas ()
Pesca deportiva ()
Convivencia con las comunidades ()

9. ¿Cuánto tiempo estaría usted dispuesto a invertir para un recorrido de una ruta?

- 1 día ()
2 días ()

10. ¿Durante su visita con qué servicio le gustaría contar?

- Transporte ()
Hospedaje ()
Alimentación ()
Guianza ()

11. Cuánto estaría dispuesto a pagar por un tour de calidad (incluida alimentación, guianza transporte)

- De 10 a 30 ()
De 31 a 50 ()
De 50 a más ()

12. ¿Cuándo viaja lo hace a través de?

- Agencias de viaje ()
Independiente ()

13. ¿Qué tipo de medio de información usted prefiere utilizar?

- Radio ()
Internet ()
Televisión ()
Amigos ()
Folletos ()

Gracias por su colaboración

Anexo 2. Encuesta para turistas extranjeros

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
 FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
 ESCUELA DE INGENIERÍA EN TURISMO SOSTENIBLE



The present survey aims to design a tourism product in the parish of San Pedro Lake, La Joya de los Sacha

1) **Age:** 15 – 25 () 26 -35 () 36 – 45 () 46 – 55 () 56 – or more ()

2) **Gender:** Male () Female ()

3) **Origin:** Country _____

4) **Civil status:** Single () Married () Other ()

5) **Instruction level :** Primary () High school () Higher () Other ()

6) **¿What is the reason of your trip?**

Friends ()

Family ()

Holidays ()

Other ()

7) **¿Would you be interested in seeing the parish of San Pedro Lake in the canton La Joya de los Sachas and its tourist attractions?**

Yes ()

Do not ()

8) **What type of activity would you like to do in the parish of San Pedro Lake**

Visit to the lagoon ()

Observation of flora and fauna ()

Hike ()

Horseback Riding ()
 Visiting places ()

9) ¿How long would you be willing to invest for a route of a route?

One day ()

Two days ()

10) ¿During your visit with what service you would like to count?

Transportation ()

Accommodation ()

Food ()

Guidance ()

11) How much would you be willing to pay for a quality tour (including food, transportation guiding)

From 10 to 30 ()

From 31 to 50 ()

From 50 to over ()

12) ¿When you travel you do it through?

Travel agencies ()

Independent ()

13) What type of information medium do you prefer to use

Radio ()

Internet ()


TV ()

Friends ()

Brochures ()

Thank you for your cooperation

Anexo 3. Fichas de atractivos turísticos**1.** Laguna Lago San Pedro


1.DATOS GENERALES	
1.1Encuestador: Leydi Morejón	1.2Ficha 01
1.3Supervisor Evaluador: Ing Danny Castillo	1.4Fecha: 2016 -12 -17
1.5Nombre del atractivo: Laguna Lago San Pedro	
1.6Categoría: Sitios Naturales	
1.7Tipo: Ambiente Lacustre	
1.8Subtipo: Laguna	
Fotografía 1. Laguna Lago San Pedro	
	
2.UBICACIÓN	
2.1Provincia: Orellana	2.2Ciudad y/o Cantón: La Joya de los Sachas
2.3Parroquia: Lago San Pedro	
2.4Latitud: 9973386	2.5Longitud: 0283393
3.CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1Nombre del poblado: La Joya de los Sachas	3.2Distancia: 16 Km
4.CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1Altitud: 299 m.s.n.m.	
4.2Temperatura: 26,5°C	
4.3Precipitación pluviométrica: 3000 mm	
4.4Ubicación del Atractivo:	
El atractivo se encuentra ubicado en la provincia de Francisco de Orellana en el cantón La Joya	

de los Sachas en la parroquia Lago San Pedro en el sector de su mismo nombre, su localización	
4.5 Descripción del atractivo:	
El lago aproximadamente 600m de largo por 200m de ancho, a su alrededor existe un bosque de 35 hectáreas. Sus aguas negro son hábitat natural de algunas especies de ictiofauna, entre las que se destacan especies como piraña (<i>Serrasalmus rhombeus</i>), Caimán negro (<i>caimán crocodylus</i>), conchas, charapas (<i>Podocnemis unifilis</i>) y guanchinche (<i>Hoplias malabaricus</i>). En la rivera del lago se encuentran 2 chozas que prestan servicios de alimentación y bebidas, existen además canchas donde los visitantes pueden realizar actividades deportivas y recreativas.	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman:	
Selva y flora y fauna típica de la zona	
4.7 Permisos y restricciones	
No existe ningún tipo de restricción para ingresar a este atractivo, aunque es importante contactar alguien de la comunidad para que sirva de guía.	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos actuales	
Es visitada por pobladores de la parroquia asemejando un turismo	
4.8.2 Usos potenciales	
En el lago se pueden realizar actividades de pesca deportiva, buceo, recolección de conchas y paseos en canoa.	
4.8.3 Necesidades Turísticas	
Definir una adecuada señalización, además de un ingreso adecuado hacia el atractivo junto con la estructuración de un producto turístico.	
4.9 Impactos	
4.9.1 Impactos positivos	
Utilización del agua en actividades productivas, conservación del entorno.	
4.9.2 Impactos negativos	
Compactación del suelo por ingreso de turistas, reducción de biodiversidad de flora y fauna.	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	
5.1 Estado: Conservación	
5.2 Causas: Se mantiene las condiciones del atractivo	
6. ENTORNO	
6.1 Estado: Conservado	
6.2 Causas: Se mantiene las condiciones del atractivo	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Sendero

7.3Estado de vías: Bueno		7.4Transporte: Vehículo
7.5Frecuencia: Todos los días		7.6Temporalidad de acceso: Todo el año
8.FACILIDADES TURÍSTICAS		
En la cabecera parroquial existe pequeños emprendimientos de dedicados al expendio de comidas		
9.INFRAESTRUCTURA		
9.1Agua: Entubada		
9.2Energía eléctrica: Sistema Interconectado		
9.3Alcantarillado: (pozo séptico)		
10.ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
10.1Nombre del atractivo:	10.2Distancia:	
Cascada del Amor 2	5,5 Km	
Laguna de la Agrupación Tanguila	3 Km	
11.DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
11.1Difusión: Local		
12.VALORES DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a)Valor intrínseco	4
	b)Valor extrínseco	2
	c)Entorno	5
	d)Estado de Conservación y/o Organización	6
		17
APOYO	a)Acceso	2
	b)Servicios	2
	c)Asociación con otros atractivos	2
		6
SIGNIFICADO	a)Local	2
	b)Provincial	
	c)Nacional	
	d)Internacional	
		2
TOTAL		25
13.JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía I		

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

2. Cascada Yurack Packcha


1.DATOS GENERALES	
1.1Encuestador: Leydi Morejón	1.2Ficha 02
1.3Supervisor Evaluador: Ing Danny Castillo	1.4Fecha: 2016 -12 -17
1.5Nombre del atractivo: Cascada Yurack Packcha	
1.6Categoría: Sitios Naturales	
1.7Tipo: Río	
1.8Subtipo: Cascada	
Fotografía 2. Cascada Yurack Packcha	
	
2.UBICACIÓN	
2.1Provincia: Orellana	2.2Ciudad y/o Cantón: La Joya de los Sachas
2.3Parroquia: Lago San Pedro	
2.4Latitud: 9968538	2.5Longitud: 286753
3.CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1Nombre del poblado: La Joya de los Sachas	3.2Distancia: 8,5 Km
4.CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1Altitud: 275 m.s.n.m.	
4.2Temperatura: 26,5 °C	
4.3Precipitación pluviométrica: 3.000 mm	
4.4Ubicación del Atractivo:	
El atractivo se encuentra ubicado en la provincia de Francisco de Orellana en el cantón La Joya de los Sachas en la parroquia Lago San Pedro en la comunidad Juan Montalvo	
4.5Descripción del atractivo:	
Esta caída de agua mide aproximadamente 5m de alto y 8m de ancho. Desde la comuna Juan Montalvo se camina aproximadamente 300m hasta llegar a la cascada. Junto a la cascada, en la	

<p>parte baja, existe una cabaña típica resguardados con pasamanos de caña guadua o bambú (Guadua agustifolia) esta se encuentra en deterioro confeccionada con pambil y paja toquilla, senderos, en este sector el bosque primario ha sido afectado por la deforestación con fines de ampliar la frontera agrícola y ganadera y la comercialización de madera.</p>	
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman: Selva y flora y fauna de la zona</p>	
<p>4.7 Permisos y restricciones: No existe ningún tipo de restricción para ingresar a este atractivo, aunque es importante contactar alguien de la comunidad para que sirva de guía.</p>	
<p>4.8 Usos</p>	
<p>4.8.1 Usos actuales Es visitada por pobladores de la parroquia asemejando un turismo</p>	
<p>4.8.2 Usos potenciales En la cascada se puede disfrutar de la natación y el disfrute de la naturaleza. En la cabaña generalmente proceden a realizar parrilladas, para la realización de caminatas por el bosque se solicita con dos horas de anticipación hasta alistar todos los implementos de seguridad para la realización de la misma.</p>	
<p>4.8.3 Necesidades Turísticas Definir una adecuada señalización, además de un ingreso adecuado hacia el atractivo junto con la estructuración de un producto turístico.</p>	
<p>4.9 Impactos</p>	
<p>4.9.1 Impactos positivos Utilización del agua en actividades productivas, conservación del entorno.</p>	
<p>4.9.2 Impactos negativos Compactación del suelo por ingreso de turistas, reducción de biodiversidad de flora y fauna.</p>	
<p>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p>	
<p>5.1 Estado: Conservado</p>	
<p>5.2 Causas: Se mantiene las condiciones del atractivo</p>	
<p>6. ENTORNO</p>	
<p>6.1 Estado: Conservado</p>	
<p>6.2 Causas: Se mantiene las condiciones del atractivo</p>	
<p>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</p>	
<p>7.1 Tipo: Terrestre</p>	<p>7.2 Subtipo: Sendero</p>
<p>7.3 Estado de vías: Regular</p>	<p>7.4 Transporte: Vehículo</p>
<p>7.5 Frecuencia: Todos los días</p>	<p>7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año</p>

8.FACILIDADES TURÍSTICAS		
En la cascada existen pequeños emprendimientos de dedicados al expendio de comidas		
9.INFRAESTRUCTURA		
9.1Agua: (Cascada)		
9.2Energía eléctrica: No cuenta		
9.3Alcantarillado: (pozo séptico)		
10.ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
10.1Nombre del atractivo:	10.2Distancia:	
Laguna Lago San Pedro	16 Km	
11.DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
11.1Difusión: Local		
12.VALORES DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a)Valor intrínseco	4
	b)Valor extrínseco	2
	c)Entorno	5
	d)Estado de Conservación y/o Organización	6
		17
APOYO	a)Acceso	2
	b)Servicios	2
	c)Asociación con otros atractivos	2
		6
SIGNIFICADO	a)Local	2
	b)Provincial	
	c)Nacional	
	d)Internacional	
		2
TOTAL		25
13.JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía I		

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

3. Cascada del Amor


1.DATOS GENERALES	
1.1Encuestador: Leydi Morejón	1.2Ficha 03
1.3Supervisor Evaluador: Ing Danny Castillo	1.4Fecha: 2016 -12 -17
1.5Nombre del atractivo: Cascada del Amor	
1.6Categoría: Sitios Naturales	
1.7Tipo: Río	
1.8Subtipo: Cascada	
	
2.UBICACIÓN	
2.1Provincia: Orellana	2.2Ciudad y/o Cantón: La Joya de los Sachas
2.3Parroquia: Lago San Pedro	
2.4Latitud: 9972485	2.5Longitud: 284407
3.CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1Nombre del poblado: La Joya de los Sachas	3.2Distancia: 19 Km
4.CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1Altitud: 292 m.s.n.m	
4.2Temperatura: 26,6 °C	
4.3Precipitación pluviométrica: 3.000 mm	
4.4Ubicación del Atractivo:	
El atractivo se encuentra ubicado en la provincia de Francisco de Orellana en el cantón La Joya de los Sachas en la parroquia Lago San Pedro, desde ahí se hace un recorrido por una guardarraya (vía de tercer orden) en un tramo de 2,5 Km.	
4.5Descripción del atractivo:	
Este atractivo tiene una altura de 3,00 m por 2,50 m de ancho y se encuentra dentro de una finca	

de 50 Ha de propiedad del Sr. Manuel Veloz Morales. El agua se aprecia cristalina, gracias a la acción del propietario de permitir el desarrollo de vegetación, amañera de una reserva forestal, en 2 Ha de terreno ubicadas a ambos lados en la cabecera de la cascada. El resto de bosque ha sido talado para desarrollar actividades agrícolas y pecuarias.	
4.6Atractivos individuales que lo conforman:	
Selva y flora y fauna de la zona	
4.7Permisos y restricciones :	
No existe ningún tipo de restricción para ingresar a este atractivo, aunque es importante contactar alguien de la comunidad para que sirva de guía.	
4.8Usos	
4.8.1Usos actuales	
Es visitada por pobladores de la parroquia asemejando un turismo	
4.8.2Usos potenciales	
Este sitio es visitado esporádicamente por personas y familias que arriban para tomar un baño en las aguas frescas de la cascada, realizar parrilladas (barbacoa), pesca deportiva y observar las guatusas en el sistema de crianza confinada.	
4.8.3Necesidades Turísticas	
4.9Impactos	
4.9.1Impactos positivos	
Utilización del agua en actividades productivas, conservación del entorno.	
4.9.2Impactos negativos	
Compactación del suelo por ingreso de turistas, reducción de biodiversidad de flora y fauna.	
5.ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	
5.1Estado: Conservado	
5.2Causas: Se mantiene las condiciones del atractivo	
6.ENTORNO	
6.1Estado: Conservado	
6.2Causas: Se mantiene las condiciones del atractivo	
7.INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1Tipo: Terrestre	7.2Subtipo: Sendero
7.3Estado de vías: Regular	7.4Transporte: Vehículo
7.5Frecuencia: Todos los días	7.6Temporalidad de acceso: Todo el año
8.FACILIDADES TURÍSTICAS	
En la cascada existen pequeños emprendimientos de dedicados al expendio de comidas	
9.INFRAESTRUCTURA	

9.1 Agua: Entubada		
9.2 Energía eléctrica: Sistema Interconectado		
9.3 Alcantarillado: (pozo séptico)		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
10.1 Nombre del atractivo:	10.2 Distancia:	
Laguna Lago San Pedro	2,5 Km	
Cascada del Amor 2	5,5 Km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORES DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	4
	b) Valor extrínseco	2
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
		15
APOYO	a) Acceso	2
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	2
		6
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
		2
TOTAL		23
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía I		

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

4. Cascada del Amor 2


1.DATOS GENERALES	
1.1Encuestador: Leydi Morejón	1.2Ficha 04
1.3Supervisor Evaluador: Ing Danny Castillo	1.4Fecha: 2016 -12 -17
1.5Nombre del atractivo: Cascada del Amor 2	
1.6Categoría: Sitios Naturales	
1.7Tipo: Río	
1.8Subtipo: Cascada	
	
2.UBICACIÓN	
2.1Provincia: Orellana	2.2Ciudad y/o Cantón: La Joya de los Sachas
2.3Parroquia: Lago San Pedro	
2.4Latitud: 9975393	2.5Longitud: 287691
3.CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1Nombre del poblado: La Joya de los Sachas	3.2Distancia: 13,5 Km
4.CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1Altitud: 288 m.s.n.m.	
4.2Temperatura: 26,6 °C	
4.3Precipitación pluviométrica: 3.000 mm	
4.4Ubicación del Atractivo:	
El atractivo se encuentra ubicado en la provincia de Francisco de Orellana en el cantón La Joya de los Sachas en la parroquia Lago San Pedro en la Pre-cooperativa Freddy Silva en un tramo de 9Km	
4.5Descripción del atractivo:	

La cascada tiene 1,5 m de alto por 12 m de ancho, de agua cristalina a pesar de que a sus alrededores la vegetación es pobre. Se pueden apreciar cultivos de cacao. Tanto la flora como la fauna es reducida, se pueden apreciar especies arbóreas como el morete, chonta y uva del monte entre otras.	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: Selva y flora y fauna de la zona	
4.7 Permisos y restricciones: No existe ningún tipo de restricción para ingresar a este atractivo, aunque es importante contactar alguien de la comunidad para que sirva de guía.	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos actuales Es visitada por pobladores de la parroquia asemejando un turismo	
4.8.2 Usos potenciales En la cascada se puede disfrutar de la natación y disfrute de la naturaleza, se puede realizar caminatas por el bosque.	
4.8.3 Necesidades Turísticas Definir una adecuada señalización, además de un ingreso adecuado hacia el atractivo junto con la estructuración de un producto turístico.	
4.9 Impactos	
4.9.1 Impactos positivos Utilización del agua en actividades productivas, conservación del entorno	
4.9.2 Impactos negativos Compactación del suelo por ingreso de turistas, reducción de biodiversidad de flora y fauna.	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	
5.1 Estado: Conservado	
5.2 Causas: Se mantiene las condiciones del atractivo	
6. ENTORNO	
6.1 Estado: Conservado	
6.2 Causas: Se mantiene las condiciones del atractivo	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Sendero
7.3 Estado de vías: Regular	7.4 Transporte: Vehículo
7.5 Frecuencia: Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
8. FACILIDADES TURÍSTICAS	
En la cascada existen pequeños emprendimientos de dedicados al expendio de comidas	

9.INFRAESTRUCTURA		
9.1Agua: Cascada		
9.2Energía eléctrica: No cuenta		
9.3Alcantarillado: (pozo séptico)		
10.ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
10.1Nombre del atractivo:	10.2Distancia:	
Laguna Lago San Pedro	6 Km	
Laguna de la Agrupación Tanguila	9 Km	
11.DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
11.1Difusión: Local		
12.VALORES DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a)Valor intrínseco	3
	b)Valor extrínseco	2
	c)Entorno	5
	d)Estado de Conservación y/o Organización	4
		14
APOYO	a)Acceso	2
	b)Servicios	2
	c)Asociación con otros atractivos	2
		6
SIGNIFICADO	a)Local	2
	b)Provincial	
	c)Nacional	
	d)Internacional	
		2
TOTAL		22
13.JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía I		

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

5. Laguna de la Agrupación Tanguila


1.DATOS GENERALES	
1.1Encuestador: Leydi Morejón	1.2Ficha 05
1.3Supervisor Evaluador: Ing Danny Castillo	1.4Fecha: 2016 -12 -17
1.5Nombre del atractivo: Laguna de la Agrupación Tanguila	
1.6Categoría: Sitios Naturales	
1.7Tipo: Ambiente Lacustre	
1.8Subtipo: Laguna	
	
2.UBICACIÓN	
2.1Provincia: Orellana	2.2Ciudad y/o Cantón: La Joya de los Sachas
2.3Parroquia: Lago San Pedro	
2.4Latitud: 9973016	2.5Longitud: 280534
3.CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1Nombre del poblado: La Joya de los Sachas	3.2Distancia: 16 Km
4.CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1Altitud: 277 m.s.n.m.	
4.2Temperatura: 26,6 °C	
4.3Precipitación pluviométrica: 3.000 mm	
4.4Ubicación del Atractivo:	
El atractivo se encuentra ubicado en la provincia de Francisco de Orellana en el cantón La Joya de los Sachas en la parroquia Lago San Pedro, aquí se toma una guardarraya hasta la Pre-	

cooperativa 15 de agosto en un tramo de 3 Km.; y, finalmente, se camina durante 30 minutos por un sendero peatonal que atraviesa la finca del Sr. Vicente Pinos hasta llegar a la laguna.	
4.5 Descripción del atractivo:	
La laguna ubicada entre la Pre-cooperativa 15 de agosto y la Comuna Huataraco tiene una longitud aproximada de 1.000 m por un ancho de 200 m. Es un ambiente lacustre de aguas cristalinas, sin contaminación, ubicada en tierras comunales rodeada de exuberante vegetación y una biodiversidad envidiable.	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman:	
Selva y flora y fauna de la zona	
4.7 Permisos y restricciones	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos actuales	
Es visitada por pobladores de la parroquia asemejando un turismo	
4.8.2 Usos potenciales	
En esta laguna se podrían efectuar paseos en quillas (canoas) para observar la flora y fauna silvestre	
4.8.3 Necesidades Turísticas	
Definir una adecuada señalización, además de un ingreso adecuado hacia el atractivo junto con la estructuración de un producto turístico.	
4.9 Impactos	
4.9.1 Impactos positivos	
Utilización del agua en actividades productivas, conservación del entorno.	
4.9.2 Impactos negativos	
Compactación del suelo por ingreso de turistas, reducción de biodiversidad de flora y fauna	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	
5.1 Estado: Conservación	
5.2 Causas: Se mantiene las condiciones del atractivo	
6. ENTORNO	
6.1 Estado: Conservado	
6.2 Causas: Se mantiene las condiciones del atractivo	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Sendero
7.3 Estado de vías: Regular	7.4 Transporte: Vehículo
7.5 Frecuencia: Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año

8.FACILIDADES TURÍSTICAS		
Bajo pedidos en la Laguna se puede realizar platos típicos de la zona		
9.INFRAESTRUCTURA		
9.1Agua: Vertiente		
9.2Energía eléctrica: No cuenta		
9.3Alcantarillado: Pozo séptico		
10.ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
10.1Nombre del atractivo:	10.2Distancia:	
Cascada del Amor	8 Km	
Laguna Lago San Pedro	5,5 Km	
11.DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
11.1Difusión: Local		
12.VALORES DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a)Valor intrínseco	3
	b)Valor extrínseco	2
	c)Entorno	5
	d)Estado de Conservación y/o Organización	5
		15
APOYO	a)Acceso	2
	b)Servicios	2
	c)Asociación con otros atractivos	2
		6
SIGNIFICADO	a)Local	2
	b)Provincial	
	c)Nacional	
	d)Internacional	
		2
TOTAL		23
13.JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía I		

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)

6. Balneario el Bosque

1.DATOS GENERALES	
1.1Encuestador: Leydi Morejón	1.2Ficha 06
1.3Supervisor Evaluador: Ing Danny Castillo	1.4Fecha: 2016 -12 -17
1.5Nombre del atractivo: Balneario el Bosque	
1.6Categoría: Manifestaciones Culturales	
1.7Tipo: Realizaciones técnicas científicas y artísticas	
1.8Subtipo: Obras técnicas	
	
2.UBICACIÓN	
2.1Provincia: Orellana	2.2Ciudad y/o Cantón: La Joya de los Sachas
2.3Parroquia: Lago San Pedro	
2.4Latitud: 9972215	2.5Longitud: 289622
3.CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1Nombre del poblado: La Joya de los Sachas	3.2Distancia: 9 Km
4.CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1Altitud: 280 m.s.n.m.	
4.2Temperatura: 26,5 °C	
4.3Precipitación pluviométrica: 3.000 mm	
4.4Ubicación del Atractivo:	
El atractivo se encuentra ubicado en la provincia de Francisco de Orellana en el cantón La Joya de los Sachas en la parroquia Lago San Pedro en el sector de la Pre-cooperativa 14 de Diciembre.	
4.5Descripción del atractivo:	
El atractivo de este lugar es un balneario natural que se forma al margen izquierdo del río Jivino Negro, cuenta con una cabaña de construcción mixta, se presta servicio de alimentación por	

pedido por lo general solo los fines de semana, karaoke, tiene una pista de baile, cuenta con una cancha de futbol y dos de vóley. Se han realizado adecuaciones para que los bañistas puedan disfrutar de las frescas Aguas del rio, que tiene un ancho de 20 metros por 1,50 m de profundidad.	
4.6Atractivos individuales que lo conforman: Selva y flora y fauna de la zona	
4.7Permisos y restricciones No existe ningún tipo de restricción para ingresar a este atractivo, aunque es importante contactar alguien de la comunidad para que sirva de guía.	
4.8Usos	
4.8.1Usos actuales Es visitada por pobladores de la parroquia asemejando un turismo	
4.8.2Usos potenciales En este balneario se desarrollan eventos sociales en los feriados de mayor importancia como carnaval y fin de año. Los fines de semanas acuden un número razonable de personas para practicar deportes y natación.	
4.8.3Necesidades Turísticas Definir una adecuada señalización, además de un ingreso adecuado hacia el atractivo junto con la estructuración de un producto turístico.	
4.9Impactos	
4.9.1Impactos positivos Utilización del agua en actividades productivas, conservación del entorno.	
4.9.2Impactos negativos Compactación del suelo por ingreso de turistas, reducción de biodiversidad de flora y fauna.	
5.ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	
5.1Estado: Conservado	
5.2Causas: Se mantiene las condiciones del atractivo	
6.ENTORNO	
6.1Estado: Conservado	
6.2Causas: Se mantiene las condiciones del atractivo	
7.INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1Tipo: Terrestre	7.2Subtipo: Sendero
7.3Estado de vías: Regular	7.4Transporte: Vehículo
7.5Frecuencia: Todos los días	7.6Temporalidad de acceso: Todo el año
8.FACILIDADES TURÍSTICAS	
En el Balneario existe restaurante	

9.INFRAESTRUCTURA		
9.1Agua: Entubada		
9.2Energía eléctrica: Sistema Interconectado		
9.3Alcantarillado:		
10.ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
10.1Nombre del atractivo:	10.2Distancia:	
Laguna Lago San Pedro	8 Km	
Cascada del Amor	10,5 Km	
11.DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
11.1Difusión: Local		
12.VALORES DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a)Valor intrínseco	4
	b)Valor extrínseco	2
	c)Entorno	5
	d)Estado de Conservación y/o Organización	6
		17
APOYO	a)Acceso	2
	b)Servicios	2
	c)Asociación con otros atractivos	2
		6
SIGNIFICADO	a)Local	2
	b)Provincial	
	c)Nacional	
	d)Internacional	
		2
TOTAL		25
13.JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía I		

Nota: En (Trabajo de campo realizado por: Leydi Morejón, 2016)