UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

"EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA VALLADOLID, CANTÓN PALANDA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE, PARA SU PROMOCIÓN TURÍSTICA."

Tesis previa a la obtención del grado de Ingeniera en Administración Turística

AUTORA:

Leidi Tatiana Castillo Loaiza

DIRECTOR:

Dr. Carlos Leonel Escudero Sánchez PhD.

LOJA – ECUADOR

2022

Certificación

Dr. Carlos Leonel Escudero Sánchez PhD.

DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

C E R T I F I C A:

Que la tesis titulada **"EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA VALLADOLID, CANTÓN PALANDA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE, PARA SU PROMOCIÓN TURÍSTICA"** elaborada por la egresada Leidi Tatiana Castillo Loaiza previo a otorgar el Grado y Título de ingeniero en Administración Turística, ha sido realizada bajo mi dirección y luego de haber realizado su contenido teórico – práctico, autorizo su presentación ante el respectivo Tribunal de Grado.

Loja, 23 de marzo de 2022

Firmado electrónicamente por:
CARLOS LEONEL ESCUDERO SANCHEZ

Dr. Carlos Escudero PhD.

DIRECTOR DE TESIS

Autoría

Yo, Leidi Tatiana Catillo Loaiza declaro ser autor del presente trabajo de tesis “Evaluación del potencial turístico de la parroquia Valladolid, cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe, para su promoción turística” y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus Representantes Jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional Biblioteca Virtual.

FIRMA: Firmado electrónicamente por:
LEIDI TATIANA CASTILLO LOAIZA

AUTOR: Leidi Tatiana Castillo Loaiza

CÉDULA: 1900671601

FECHA: Loja, 26 de abril de 2022

Carta de autorización de tesis por parte del autor para la consulta, reproducción parcial o total, y publicación electrónica del texto completo.

Yo, **Leidi Tatiana Castillo Loaiza**, declaro ser el autor de la tesis titulada: **"**Evaluación de potencial turístico de la parroquia Valladolid, cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe, para su promoción turística", como requisito para obtener el grado de: Ingeniera en Administración Turística; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines Académicos, publique la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el repositorio Digital Institucional. Los usuarios pueden consultar en contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio con la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o por la copia de tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 26 días del mes de abril del años dos mil veinte y dos.

Firmado electrónicamente por:
LEIDI TATIANA CASTILLO LOAIZA

Autor: Leidi Tatiana Castillo Loaiza

C.I: 1900671601

Dirección: Valladolid, Calle Larreátegui y 13 de Abril

Correo electrónico: leidi.castillo@unl.edu.ec

Teléfono: 0985788718

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director De Tesis: Dr. Carlos Escudero PhD.

Presidente del Tribunal: Ing. Alex Javier Quito Ramón Mg. Sc

Miembro del Tribunal. Ing. Agustín Nicolás Arias Riofrío Mg. Sc.

Miembro del Tribunal: Ing. David Vladimir Cartuche Paqui Mg. Sc

Dedicatoria

El presente trabajo se lo dedico al forjador de mi camino, Dios, por darme fuerzas para recorrer este largo camino, por estar presente en cada momento de prosperidad y adversidad, y darme fortaleza en esta etapa de mi vida

A mi madre Lupita Loaiza, a mis hermanos Abel y Anabel y a mi eterno ángel Abel Castillo quienes son el apoyo incondicional que tengo para lograr mis metas, por ayudar a mi formación académica, por enseñarme valores y principios que serán los más fundamentales a lo largo de mi vida.

Leidi Castillo

Agradecimiento

Mi gratitud eterna a la Universidad Nacional de Loja y la carrera de Administración Turística, a los docentes de la carrera quienes con dedicación, responsabilidad y experiencia académica me impartieron sus sabias enseñanzas y me brindaron su apoyo en todos los momentos y poder contribuir a mi formación profesional.

De manera especial a los docentes de la carrera, por su tiempo y con sus valiosos conocimientos ha sabido guiarme de manera acertada durante todo el desarrollo de mi presente tesis.

Finalmente, agradezco al presidente del GAD parroquial Valladolid por brindarme el apoyo necesario para el cumplimiento de mis objetivos personales y de tesis. De igual manera agradezco infinitamente a Fredy Ramón, un gran amigo y calidad de persona, por su tiempo, su apoyo y sus conocimientos impartidos en esta investigación.

Leidi Castillo

Índice

Certificación ii

Autoría iii

Carta de autorización de tesis por parte del autor para la consulta, reproducción parcial o total, y publicación electrónica del texto completo. iv

Dedicatoria v

Agradecimiento vi

Índice de tablas .....

Índice de figuras .....

Índice de gráficos .....

Índice de anexos .....

1. Título: 1

2. Resumen 2

2.1. Abstract 4

3. Introducción 6

4. Marco teórico 8

4.1. Potencial turístico 8

4.2. Recursos turísticos 8

4.3. Atractivo turístico 8

4.4. Infraestructura Turística 9

4.5. Evaluación del potencial turístico según IICA (2019) 9

4.5.2. Inventario y jerarquización de atractivos turísticos según MINTUR (2018)..... 10

4.5.3. Análisis de la oferta turística 10

4.5.4. Análisis la demanda turística 10

4.5.5. Análisis FODA 11

4.5.6. Productos turísticos 11

4.5.7. Diseño 12

4.5.8. Organización 12

4.5.9. Promoción Turística..... 12

4.6. Marco referencial..... 13

4.6.1. Ubicación..... 13

4.7. Marco Legal..... 15

4.7.1. Constitución de la República del Ecuador..... 15

4.7.2. Plan del Buen Vivir 16

4.7.3. Ley de Turismo..... 16

4.7.4. Ordenanza Turística del GAD Cantonal Palanda..... 17

5. Metodología..... 19

5.1. Materiales..... 19

5.2. Métodos..... 19

5.3. Técnicas..... 20

5.4. Metodología por objetivo..... 20

5.4.1. Primer objetivo: Diagnóstico turístico natural y cultural de la parroquia Valladolid del

cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe. 20

5.4.1.1. Caracterizar el territorio 21

5.4.1.2. Inventario de atractivos turísticos según MINTUR 2018 24

5.4.1.3. Análisis de oferta turística 25

5.4.1.4. Análisis de demanda turística 26

5.4.1.5. Evaluación del potencial turístico del territorio 26

5.4.1.6. FODA 26

5.4.2. Segundo objetivo: Diseño de una propuesta para el desarrollo de actividades turísticas en la parroquia Valladolid 27

5.4.2.1. Principios básicos para identificar productos turísticos 27

5.4.2.2. Diseño del portafolio del producto turístico 28

5.4.2.3. Organización de productos turísticos 29

5.4.3. Tercer objetivo: Elaborar un plan de promoción turística para la parroquia Valladolid 30

5.4.3.1. Promoción turística 30

5.4.3.1.2. Publicidad de la promoción 30

5.4.3.1.3. Aplicaciones de la promoción 31

5.4.3.2. Difusión turística 31

5.4.3.2.1. Principios centrales de Promoción y Difusión 31

6. Resultados 33

6.1. Diagnóstico turístico natural y cultural de la parroquia Valladolid del cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe. 33

6.1.1. Caracterizar el territorio 33

6.1.1.1. Dimensión sociocultural 34

6.1.1.2. Dimensión Económica Actividades económicas 36

6.1.1.3. Dimensión Ambiental Superficie 38

6.1.2. Inventario de los atractivos turísticos según MINTUR 2018 51

6.1.3. Oferta turística 91

6.1.4. Demanda turística 107

6.1.4.1. Demanda actual 107

6.1.4.2. Patrones de consumo 108

6.2. Diseño de una propuesta para el desarrollo de actividades turísticas en la parroquia Valladolid. 111

6.2.1. Matriz FODA 147

6.2.2. Análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) 149

6.2.3. Revisión de principios básicos para identificar productos turísticos: 154

6.2.4. Diseños del portafolio de productos turísticos: 154

6.2.5. Organización de productos turísticos: 155

6.3. Elaborar un plan de promoción turística para la parroquia Valladolid 157

6.3.1. Misión turística 157

6.3.2. Visión turística 157

6.3.3. Objetivos turísticos 157

6.3.4. Estrategia turística para la parroquia Valladolid 157

6.3.5. Estrategias de Promoción y Difusión Turística 157

7. Discusión 160

8. Conclusiones 161

9. Recomendaciones 162

10. Bibliografía 163

11. Anexos 165

Índice de tablas

Tabla 1 Caracterización del territorio por dimensiones 21
Tabla 2 Tabla de habitantes por año 22
Tabla 3 Ficha resumen de atractivos turísticos MINTUR 2018 24
Tabla 4 Análisis de oferta 25
Tabla 5 Análisis FODA 27
Tabla 6 Principios básicos para identificar productos turísticos 27
Tabla 7 Portafolio de productos turísticos 28
Tabla 8 Clasificación de la oferta de productos turísticos 29
Tabla 9 Valoración de productos 29
Tabla 10 Organizaciones sociales de la parroquia Valladolid 34
Tabla 11 Fechas de festividades de cada barrio de la parroquia Valladolid 35
Tabla 12 Emprendimientos de productos lácteos de la parroquia Valladolid 37
Tabla 13 Flora endémica representativa 39
Tabla 14. Especies de flora con valor económico potencial en la parroquia de Valladolid 41
Tabla 15 Orquídeas endémicas de la parroquia Valladolid 43
Tabla 16 Especies de fauna endémica de la zona 45
Tabla 17 Especies de aves endémicas en la parroquia Valladolid 48
Tabla 18 Tabla resumen de los atractivos de la parroquia Valladolid 52
Tabla 19 Ficha resumen del atractivo Laguna Larga 53
Tabla 20. Ficha Resumen del atractivo Laguna La Tuna 55
Tabla 21 Ficha resumen del atractivo Laguna del Oso 57
Tabla 22 Ficha resumen del atractivo Cascada Fátima 1 59
Tabla 23 Ficha resumen del atractivo Cascada Fátima 2 61
Tabla 24 Ficha resumen del atractivo turístico Cascada Santa Elena 63
Tabla 25 Ficha resumen del atractivo Cascada Salto del Ángel 65
Tabla 26 Ficha resumen del atractivo Cascada Cabellera de la Virgen 67
Tabla 27 Ficha resumen del atractivo Cascada La Escondida 69
Tabla 28 Ficha resumen del atractivo Cascada Nanchima 1 71
Tabla 29 Ficha resumen del atractivo Cascada Nanchima 2 73
Tabla 30. Ficha resumen del atractivo Cascada Cinclo Gorripardo 75
Tabla 31 Ficha resumen del atractivo Ruinas Arqueológicas Pucará del Indio 77

Tabla 32. Ficha resumen del atractivo Reserva Tapichalaca 79
Tabla 33 Ficha resumen del atractivo Avión El Cóndor 81
Tabla 34 Ficha resumen del atractivo Quinta Vergara..... 83
Tabla 35 Ficha resumen del atractivo Santuario "Nuestra Señora de Fátima" 85
Tabla 36. Ficha resumen del atractivo Cruz del Soldado 86
Tabla 37 Ficha resumen del atractivo Feria ganadera de la parroquia Valladolid..... 88
Tabla 38 Criterios técnicos de los atractivos de la parroquia Valladolid 90
Tabla 39 Ficha de inventario de oferta turística “Pensión Valladolid” 92
Tabla 40. Ficha de Inventario de Oferta Turística de la Casa Simpson 93
Tabla 41 Ficha de inventario de oferta turística del Restaurante "Ciudad Encantada" 96
Tabla 42. Ficha resumen del inventario de oferta turística del Restaurante "Delicias al paso Valladolid” 97
Tabla 43. Ficha resumen del inventario de oferta del Restaurante "El Guiso"..... 99
Tabla 44 Ficha de inventario de oferta turística del Mercado "Ciudad Encantada"..... 101
Tabla 45 Ficha de inventario de oferta turística del Restaurante "El Mágico Sabor" 102
Tabla 46. Ficha de inventario de oferta turística de la Finca Agroturística "El Manantial"..... 103
Tabla 47 Transporte interprovincial Loja – Valladolid, Palanda, Zumba 106
Tabla 48. Edad de las personas encuestadas..... 111
Tabla 49 Sexo de las personas encuestadas..... 112
Tabla 50. Estado civil de las personas encuestadas 112
Tabla 51 Ocupación actual de las personas encuestadas..... 113
Tabla 52 Conocimiento sobre atractivos o actividades turísticas de la parroquia 114
Tabla 53 Atractivos que se consideran importantes en la parroquia..... 115
Tabla 54. Actividades turísticas que se pueden desarrollar en la parroquia 113
Tabla 55. Razones por las que los turistas llegan a Valladolid 114
Tabla 56. Días de mayor movimiento en la parroquia 115
Tabla 57. Tipos de emprendimientos turísticos que se pueden implementar en la parroquia.. 116
Tabla 58. Disponibilidad de capacitación para brindar un mejor servicio al visitante 117
Tabla 59 Costumbres que caracterizan a Valladolid 118
Tabla 60 Tradiciones que caracterizan a Valladolid 119
Tabla 61 Frecuencia con la que los turistas visitan la parroquia..... 120
Tabla 62 Disponibilidad de colaboración con el GAD parroquial para promocionar turísticamente Valladolid 121
Tabla 63. Ámbitos de colaboración para promoción turística de la parroquia..... 122

Tabla 64 Tipo de infraestructura turística que se debe implementar en la parroquia..... 123
Tabla 65 Alternativas ´propuestas por la población para mejorar la parroquia y promocionarla turísticamente..... 124
Tabla 66. Edad de la persona encuestada..... 126
Tabla 67. Sexo de las personas encuestadas..... 127
Tabla 68 Estado civil de las personas encuestadas..... 128
Tabla 69 Ocupación actual de las personas encuestadas..... 129
70. Ingresos mensuales de las personas encuestadas 130
Tabla 71 Cantidad de veces que ha visitado la zona 131
Tabla 72 Meses del año que acostumbra a viajar con fines turísticos. 132
Tabla 73 Motivo principal del viaje 133
Tabla 74 Días que ha permanecido en la zona 134
Tabla 75. Lugares que ha visitado 135
Tabla 76. Lugar en donde se ha alojado 136
Tabla 77. Personas con las que realiza el viaje 137
Tabla 78 Cuántas personas le acompañan en el viaje incluido usted..... 138
Tabla 79. Viaje organizado por: 140
Tabla 80 Actividades que ha desarrollado en la zona 141
Tabla 81 Grado de satisfacción de servicios turísticos ofrecidos en la zona 142
Tabla 82 cómo se informó sobre la zona o actividades a realizar 143
Tabla 83 Que influye en su decisión al momento de decidir un viaje..... 143
Tabla 84. Estaría dispuesto a conocerla en caso de promocionar turísticamente Valladolid ... 144
Tabla 85 Frecuencia con la que visitarían la zona..... 145
Tabla 86. Servicios básicos que le faltarían a Valladolid 146
Tabla 87. Análisis FODA..... 148
Tabla 88. Matriz de estrategias 150
Tabla 89 Principios básicos para identificar productos turísticos..... 154
Tabla 90 Portafolio de productos turísticos 154
Tabla 91 Portafolio de productos turísticos 155
Tabla 92. Valoración de productos..... 156
Tabla 93. Estrategia N°1: Diseño de la Guía Turística Digital de la Parroquia Valladolid 158
Tabla 94 Estrategia N°2: Afiche promocional de los atractivos con alta demanda de turistas en la parroquia de Valladolid 158

Índice de figuras

Figura 1. Mapa de ubicación de la parroquia Valladolid 13

Índice de gráficos

Gráfico 1. Representación gráfica de edad de personas encuestadas 111
Gráfico 2 Representación gráfica del sexo de las personas encuestadas 112
Gráfico 3 Representación gráfica del estado civil de las personas encuestadas 113
Gráfico 4 Representación gráfica de la ocupación actual de las personas encuestadas 114
Gráfico 5 Representación gráfica de los conocimientos sobre atractivos o actividades turísticas de la parroquia 115
Gráfico 6 Representación gráfica de los atractivos importantes en la parroquia..... 113
Gráfico 7. Representación gráfica de actividades turísticas a desarrollar en la parroquia..... 114
Gráfico 8 Representación gráfica de las razones por las que los turistas llegan a Valladolid.. 115
Gráfico 9 Representación gráfica de los días de mayor movimiento en la parroquia 116
Gráfico 10 Representación gráfica de los emprendimientos turísticos que se pueden implementar 117
Gráfico 11 Representación gráfica de la disponibilidad de la población para capacitarse y brindar un mejor servicio 118
Gráfico 12. Representación gráfica de las costumbres que caracterizan a Valladolid 119
Gráfico 13. Representación gráfica de las tradiciones que caracterizan a Valladolid..... 120
Gráfico 14 Representación gráfica de la frecuencia con la que los turistas llegan a la parroquia..... 121
Gráfico 15 Representación gráfica de la disponibilidad para colaborar con el GAD parroquial para promoción turística..... 122
Gráfico 16 Representación gráfica de los ámbitos a colaborar para promoción turística en la parroquia..... 123
Gráfico 17. Representación gráfica del tipo de infraestructura turística que se debe implementar en la parroquia 124
Gráfico 18 Representación gráfica de la edad de las personas encuestas..... 127
Gráfico 19 Representación gráfica del sexo de las personas encuestadas 128
Gráfico 20 Representación gráfica del estado civil de las personas encuestadas 129

Gráfico 21. Representación gráfica de la ocupación actual de las personas encuestadas 130
Gráfico 22. Representación gráfica de los ingresos mensuales de las personas encuestadas..... 131
Gráfico 23. Representación gráfica de las veces que han visitado la zona..... 132
Gráfico 24 Representación gráfica de los meses en los que viaja con fines turísticos..... 133
Gráfico 25 Representación gráfica del motivo principal de viaje 134
Gráfico 26. Representación gráfica de los días que ha permanecido en la zona..... 135
Gráfico 27 Representación gráfica de los lugares visitados..... 136
Gráfico 28. Representación gráfica del lugar que se ha alojado 137
Gráfico 29 .Representación gráfica de con quién realiza el viaje..... 138
Gráfico 30. Representación gráfica de las personas que le acompañan en el viaje, incluido usted 139
Gráfico 31 Representación gráfica de quien organizó el viaje 140
Gráfico 32 Representación gráfica de las actividades turísticas desarrolladas en la zona..... 141
Gráfico 33. Representación gráfica del grado de satisfacción de servicios turísticos ofrecidos en la zona 142
Gráfico 34 Representación gráfica de cómo se informó sobre la zona o actividades a realizar 143
Gráfico 35 Representación gráfica de qué influye en su decisión al planear un viaje 144
Gráfico 36. Representación gráfica de la disponibilidad para conocer la parroquia en caso de promocionarla turísticamente 145
Gráfico 37 Representación gráfica con la que visitarían la zona..... 146
Gráfico 38 Representación gráfica de los servicios turísticos que necesita Valladolid..... 147

Índice de anexos

Anexo 1 Anteproyecto de tesis 165
Anexo 2 Encuesta aplicada a la población vallesoletana 189
Anexo 3 Ficha resumen del inventario de atractivos turísticos 192
Anexo 4 Ficha Técnica MINTUR (2018) 193
Anexo 5 Ficha de inventario de oferta turística 203
Anexo 6 Ficha de campo para determinar la demanda actual 204
Anexo 7 Encuesta para determinar los patrones de consumo 205
Anexo 8 Análisis FODA 209
Anexo 9 : Encuesta de satisfacción a personas que recibieron la capacitación 211
Anexo 10 Registro fotográfico 214
Anexo 11 Certificado de traducción de Abstract 218
Anexo 12 Oficio de aprobación y designación de director del trabajo de titulación 219

1. Título

“Evaluación del potencial turístico de la parroquia Valladolid, cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe, para su promoción turística.

2. Resumen

El presente trabajo de investigación, **“Evaluación del potencial turístico de la parroquia Valladolid, cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe, para su promoción turística”,** fue una iniciativa desarrollada con el propósito de coadyuvar al progreso efectivo de la actividad turística. De la misma manera para el desarrollo del estudio se determinó el objetivo general: “Evaluación del potencial turístico natural y cultural de la parroquia Valladolid del cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe”; y tres objetivos específicos, siendo el primero el diagnóstico turístico natural y cultural de la parroquia Valladolid del cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe; el segundo, el diseño de una propuesta para el desarrollo de actividades turísticas en la parroquia Valladolid del cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe y el tercero la elaboración de un plan de promoción turística para la parroquia Valladolid del cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe.

La metodología que se aplicó en el primer objetivo fue la del IICA (2019), la cual permitió desarrollar un diagnóstico turístico del territorio que consta de dimensión sociocultural, dimensión económica, dimensión ambiental y dimensión política-institucional bajo la técnica de observación directa, encuesta y entrevista. Luego se realizó el inventario de atractivos turísticos de la parroquia bajo la técnica de observación directa a través de las fichas técnicas del MINTUR (2018). Posteriormente la determinación de oferta y demanda turística a través de encuestas y entrevistas, y finalmente la realización de la matriz FODA, la cual permitió conocer la realidad local e identificar estrategias de desarrollo turístico.

En el segundo objetivo se aplicó la metodología IICA (2019) para diseñar un producto que permita las actividades turísticas en la parroquia. Primeramente, se realizó una revisión de principios básicos para identificar productos turísticos, luego se realizó el diseño de portafolio de productos turísticos identificando los macro productos y los productos turísticos específicos. Finalmente, se organizó los dos productos turísticos a realizar y se describieron tomando en cuenta ejes principales como: interpretación, definición de rutas turísticas, puesta en valor, integración de los actores y determinando las acciones y actividades de cada eje.

En el tercer objetivo se aplicó la metodología IICA (2019) para elaborar un plan de promoción turística para las propuestas a desarrollar en la parroquia Valladolid. Se determinó estrategias de promoción creando el nombre, isotipo, logotipo y slogan que defina al producto a promocionar. Por otra parte, como medios de promoción se consideró afiches publicitarios para la capacitación de conocimientos básicos en

guianza y las redes sociales del GAD parroquial y las redes sociales personales de la tesista para la promoción de la guía turística de la parroquia de Valladolid.

Los resultados evidencian que la parroquia Valladolid posee potencial turístico natural y cultural, cuenta con 3 emprendimientos de lácteos, 5 asociaciones agrícolas y 1 ganadera, 1 Reserva Tapichalaca y 1 reserva de conservación Corazón de la Amazonía, 1 club ambiental “Dejando Huella” y 6 clubes deportivos. Además, cuenta con 1 hostal para hospedaje y 6 restaurantes. Dentro de la flora existen: 22 especies comestibles, 6 especies maderables, 23 plantas medicinales y 8 orquídeas endémicas. Dentro de la fauna existen: 67 especies endémicas de vertebrados, 351 especies de aves 6 de ellas endémicas. Por otra parte, existen 2 Áreas Nacionales Protegidas. También cuenta con 18 atractivos naturales y 3 culturales mismos que permiten variedad de actividades como: camping, senderismo, aviturismo, picnic, fotografía, cocinar en leña, etc. Teniendo en cuenta la riqueza natural existente se desarrolló una guía turística de la parroquia Valladolid y capacitaciones con conocimientos básicos sobre guianza, dichas propuestas son con el objetivo de dinamizar el turismo en la parroquia.

Luego del diagnóstico se desarrolló la evaluación del potencial turístico existente en la parroquia Valladolid según la metodología LEADER II, Evaluar el potencial turístico de un territorio (Zimmer & Grassmann, 1996), la cual sirvió de base y permitió determinar el análisis de la oferta, demanda, competencia y tendencia de mercado, así mismo el análisis de mercado, oportunidades, debilidades y riesgos de diferentes variables turísticas.

Se concluye que la metodología aplicada para la elaboración de la presente investigación tiene una influencia positiva en el desarrollo de cada objetivo y los resultados obtenidos permiten potenciar el turismo en la parroquia de Valladolid.

2.1. Abstract

The present research work, "Evaluation of the tourism potential of Valladolid parish, Canton Palanda, Province of Zamora Chinchipe, for its tourism promotion", is an initiative developed with the purpose of contributing to the effective progress of the tourism activity. Likewise, for the development of the study, a general objective and three specific objectives were determined, the first being the natural and cultural tourism diagnosis of the Valladolid parish of the canton of Palanda, province of Zamora Chinchipe; the second, the design of a proposal for the development of tourism activities in the Valladolid parish of the canton Palanda, province of Zamora Chinchipe; and the third, the elaboration of a tourism promotion plan for the Valladolid parish of the canton Palanda, province of Zamora Chinchipe.

The methodology applied in the first objective was the IICA methodology (2019), which allowed the development of a tourism diagnosis of the territory consisting of sociocultural dimension, economic dimension, environmental dimension and political-institutional dimension under the technique of direct observation, survey and interview. Then the inventory of tourist attractions of the parish was carried out under the technique of direct observation through the MINTUR (2018) technical sheets. Subsequently, the determination of tourism supply and demand through surveys and interviews, and finally the realization of the SWOT matrix, which allowed to know the local reality and identify tourism development strategies.

In the second objective, the IICA methodology (2019) was applied to design a product that allows tourism activities in the parish. First, a review of basic principles for identifying tourism products was conducted, then the design of the tourism product portfolio was carried out, identifying macro- products and specific tourism products. Finally, the two tourism products to be developed were organized and described taking into account main axes such as: interpretation, definition of tourist routes, enhancement, integration of stakeholders and determining the actions and activities of each axis.

In the third objective, a tourism promotion plan was developed for the proposals to be implemented in the parish of Valladolid. Promotion strategies were determined by creating the name, isotype, logo and slogan that define the product to be promoted. On the other hand, as promotional media, advertising posters were considered for the training of basic knowledge in guiding and the social networks of the "GAD parroquial" and the personal social networks of the thesis student for the promotion of the tourist guide of the parish of Valladolid.

The results show that the parish of Valladolid has natural and cultural tourism potential, 3 dairy farms, 5 agricultural associations and 1 livestock association, 1 Tapichalaca Reserve and 1 Heart of the Amazon conservation reserve, 1 environmental club "Dejando Huella" and 6 sports clubs. There is also 1 hostel for lodging and 6 restaurants. The flora includes 22 edible species, 6 timber species, 23 medicinal plants and 8 endemic orchids. The fauna includes 67 endemic species of vertebrates, 351 species of birds, 6 of which are endemic. On the other hand, there are 2 National Protected Areas. It also has 18 natural and 3 cultural attractions that allow a variety of activities such as camping, hiking, bird watching, picnics, photography, cooking with firewood, etc. Taking into account the existing natural wealth, a tourist guide was developed for the parish of Valladolid and training with basic knowledge about guiding, these proposals are aimed at boosting tourism in the parish.

The recommendations include the importance that the parish government of Valladolid prioritize tourism projects for implementation, as well as include tourist information in its offices and develop tourism activities to promote the parish. Furthermore, research on birds, conservation of flora and fauna, and the design of groups to develop tourist activities are important to the people of Valladolid.

It is concluded that the methodology applied for the elaboration of this research has a positive influence on the development of each objective and the results obtained allow the promotion of tourism in the parish of Valladolid.

3. Introducción

El potencial turístico relacionado con la investigación radica en la capacidad de atracción de turistas y satisfacción de sus necesidades; por ello, es importante dotar de infraestructura necesaria para el desarrollo de actividades turísticas que de acuerdo al diagnóstico desarrollado puede ayudar a los pueblos a salir de la pobreza y a construir mejores niveles de vida. La actividad turística tiene un gran potencial para promover el crecimiento económico y la inversión a nivel local, lo cual a su vez se traduce en oportunidades de empleo, distribución de rentas y en impulso de otras actividades como la agricultura, pesca y artesanía en las localidades receptoras (Sanchez Ruiz et al. 2020, p.55).

El turismo como actividad dinamizadora de la economía internacional, regional y local, nos ha llevado a la reflexión que la planificación y la evaluación del potencial turístico en estos tiempos de pandemia y crisis nos obliga a revisar los instrumentos de planificación y diseñar una nueva estructura en todos los campos sociales, culturales, económicos y ambientales, debido a que el crecimiento paulatino del turismo necesita desarrollar nuevas metodologías de evaluación del potencial turístico (Plumed Lasarte et al. 2018; López Franco 2018; Ramírez, 2020 y Sanchez Ruiz et al. 2021a).

Teniendo en cuenta que el potencial turístico es la suma de posibilidades que el ambiente natural y social pone a disposición de las actividades turísticas y que la determinación de una metodología para realizar un diagnóstico constituye la fuente directa de información para aplicar futuras estrategias y herramientas con las cuales faciliten resultados óptimos en las actividades turísticas, se puede dar el cambio ante una problemática latente en la falta de investigación turística en las comunidades, el desplazamiento a la ciudad en busca de fuentes de trabajo y el aprovechamiento erróneo de las bondades turísticas que posee un lugar.

Por otro lado, como es conocido el turismo es una actividad adherida a los territorios debido a los valores ambientales, el entorno paisajístico y el patrimonio cultural que estos proveen para llevar a cabo distintas actividades relacionadas al ocio, el descanso y la recreación. En este contexto para la evaluación y la planificación de los territorios con potencial; autores como (Cartuche P et al. 2018; Sánchez Ruiz et al. 2021b; Pérez & Crispín, 2005; Reyes & Sánchez, 2005 y IICA, 2019) explican que la evaluación de los atractivos es fundamental en el proceso de la producción de los productos turísticos.

Por lo tanto, en el contexto de la investigación “Evaluación del potencial turístico de la parroquia Valladolid, cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe”, se tomó como base para el

desarrollo del estudio la metodología de IICA (2019) que se fundamenta en la caracterización del territorio, inventario y jerarquización de los atractivos turísticos, análisis de la oferta, análisis de la demanda, análisis interno y externo (FODA), productos turísticos y promoción turística. Misma que aportará satisfactoriamente al campo de la investigación y servirá como base para próximos temas investigativos en la parroquia.

Por lo anterior mencionado, antes de realizar el estudio se establecieron las siguientes preguntas de investigación; ¿Cuál es el diagnóstico turístico natural y cultural de la parroquia Valladolid del cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe? ¿Qué estrategia turística se puede aplicar para desarrollar el turismo en la parroquia Valladolid? y ¿Qué propuesta se puede desarrollar para la promoción de los productos turísticos de la parroquia Valladolid? las cuales fueron planteadas teniendo en cuenta estudios desarrollados en Francia, México, Pichincha y Limón Indanza, sobre el potencial turístico de sus territorios.

En este contexto se desarrolló como primer objetivo específico, realizar un diagnóstico turístico natural y cultural de la parroquia Valladolid del cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe; el segundo, diseñar una propuesta para el desarrollo de actividades turísticas en la parroquia Valladolid del cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe y el tercero elaborar un plan de promoción turística para la parroquia Valladolid del cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe, y así poder aportar al desarrollo turístico local.

La investigación tendrá un alcance importante al ser la primera investigación turística en el territorio la cual servirá de referencia para próximos temas investigativos. Por otro lado, las limitantes presentadas durante la investigación fueron las condiciones climáticas que afectaron las vías donde existió problemas de movilización. Además, la pandemia del COVID-19 dificultó en parte la realización del trabajo de campo.

Para finalizar se concluye que la investigación servirá como base para nuevas investigaciones en el campo turístico, además el estudio permitirá desarrollar nuevas líneas de investigación en la implementación de rutas turísticas de aviturismo, turismo de naturaleza, entre otras. A ello, el convenio efectuado entre el GAD parroquial y la Carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja permitió generar investigación y resultados significativos para el desarrollo local.

4. Marco teórico

4.1. Potencial turístico

El potencial turístico de un territorio radica en su capacidad de atracción de turistas y satisfacción de sus necesidades, se establece la necesidad de dotar a los atractivos de instalaciones e infraestructuras necesarias para la realización actividades turísticas (Reyes & Sánchez, 2005)

Importancia: La determinación del potencial turístico es importante porque permite realizar un diagnóstico actual que establezca si se puede contar con características particulares como: conectividad, accesibilidad, infraestructura, entre otros, para que se facilite el desarrollo de planes, proyectos y programas (Bastidas M., 2017)**.**

Componentes: Según Reyes y Sánchez (2005) los componentes que conforman la potencialidad de un determinado sitio son: los recursos, la accesibilidad y el equipamiento (Reyes & Sánchez, 2005).

4.2. Recursos turísticos

En una publicación de la OMT y con base en Zimmermann (1933) se entiende por recurso turístico a «todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda» (Navarro, 2015).

4.3. Atractivo turístico

Según Acerenza (1984) citado por Navarro (2015) identifica los atractivos turísticos como “el componente más importante del producto turístico «por cuanto son los que determinan la selección, por parte del turista, del punto del destino de su viaje, y son los que generan, por tanto, una corriente turística hacia su localización” (Navarro, 2015).

Mientras que Boullón (1985: 44) citado por Navarro (2015) señala que los atractivos turísticos conforman la «materia prima» que permite que la planta turística (equipamiento e instalaciones) opere (Navarro, 2015). Por ello se debe tener en cuenta lo siguiente:

Accesibilidad: Hace referencia a vías de acceso, movilización, etc.
Equipamientos: Señalética, información del sitio, mapas de ruta, cabañas, etc.

Infraestructura: servicios, medios técnicos e instalaciones que permiten el desarrollo de una actividad.

Recurso humano**:** Constituyen la capacidad de provocar visitas turísticas de determinadas personas, grupos sociales, etc.

Entonces, estas definiciones implican bienes culturales y naturales que tienen la capacidad de captar visitas.

4.4. Infraestructura Turística

Según Varisco & Benseny la infraestructura turística es el conjunto de obras y servicios que sirven de base para el desarrollo de todas las actividades económicas, es decir, es el soporte que permite la conexión entre los emisores y receptores en el desarrollo del destino (Varisco & G, 2013). Se considera: restauración, alojamiento, comunicación, accesibilidad y servicios variados que puede ofrecer el destino.

4.5. Evaluación del potencial turístico según IICA (2019)

4.5.1. Caracterizar el territorio.

Dimensión Sociocultural: Se refiere al conjunto de relaciones sociales y económicas que se establecen en cualquier sociedad y que tienen como base la religión, la ética y la cultura. Tiene como referente obligatorio a la población y presta especial atención a sus formas de organización y de participación en la toma de decisiones (González, Blanco, Araujo, & Escarramán, 2019)

Dimensión económica: El eje se relaciona con la capacidad productiva y con el potencial económico del territorio desde una perspectiva que incluya los tres sectores de la economía (primario, secundario y terciario). Muy importante es integrar en esta dimensión la provisión de bienes y servicios públicos (González, Blanco, Araujo, & Escarramán, 2019)

Dimensión ambiental: El futuro del desarrollo depende de la capacidad que tengan los actores institucionales y los agentes económicos para conocer y manejar, según una perspectiva de largo plazo, su *stock* de recursos naturales renovables y su medio ambiente (González, Blanco, Araujo, & Escarramán, 2019)

Dimensión política – Institucional: Involucra al sistema institucional público y privado, a las organizaciones no gubernamentales y a las organizaciones gremiales y grupos de interés, entre

otros (González, Blanco, Araujo, & Escarramán, 2019).

4.5.2. Inventario y jerarquización de atractivos turísticos según MINTUR (2018).

Etapa 1. Elaboración del inventario de atractivos turísticos

Fase 1. Levantamiento y registro.

Fase 2. Ponderación y jerarquización

Fase 3. Sistematización gráfica de las fichas

Etapa 2. Generación de espacios turísticos

Fase 1. Identificación y asociatividad de atractivos

Fase 2. Tipificación de espacios turísticos

4.5.3. Análisis de la oferta turística

Es el conjunto de bienes y servicios puestos en el mercado como:

Alojamiento**:** Se puede considerar residencias, hostales, hoteles, etc.

Gastronomía**:** De preferencia pueden constar platos típicos para poder determinar la oferta del sitio.

Actividades de ocio: Se puede considerar sitios culturales, deportivos, de salud, senderismo, cabalgatas, etc.

Eventos: Se puede considerar congresos, talleres, festividades, etc.

4.5.4. Análisis la demanda turística

Es la cantidad de personas que viajan y desean utilizar de servicios fuera de su lugar habitual.

Demanda actual: Cantidad de turistas que hay en un momento y lugar dado, y la suma de bienes y servicios solicitados efectivamente por los consumidores durante su estancia en el lugar.

Patrones de consumo: Grado de aceptación y de satisfacción de un producto y/o servicio, entre otros fines, de quienes visitan el territorio.

4.5.5. Análisis FODA

Consiste en el reconocimiento de factores internos (fortalezas y debilidades) y de impulsores externos (oportunidades y amenazas) que favorecen u obstaculizan el desarrollo de los productos turísticos, los cuales se ponderan para definir las primeras líneas de actuación estratégica.

4.5.6. Productos turísticos

Es un conjunto de atractivos turísticos (naturales y artificiales), servicios (alojamiento, alimentación, actividades de entretenimiento y servicios básicos), y accesibilidades (vías de comunicación, puertos y demás medios de transporte) puestos a disposición del turista para que disfrute una experiencia de vida (González, Blanco, Araujo, & Escarramán, 2019).

Componentes: Se compone por:

atractivos + servicios + accesibilidad = Producto turístico (González, Blanco, Araujo, & Escarramán, 2019).

Los principios básicos para identificar productos turísticos son cuatro:

Atractividad. Los productos turísticos que se identifiquen deben tener la capacidad de atraer flujos turísticos; se debe aspirar a que dichos productos propicien que los visitantes se queden por lo menos una noche en el territorio.

Implementación. Los productos turísticos se deben poder implementarse a corto plazo y, sobre todo, deben contar con la participación y compromisos de los actores clave.

Territorialidad. Para que el producto turístico sea competitivo, es necesario que este se articule y contribuya a diversificar la oferta turística del territorio.

Pluralidad. Este principio sugiere el establecimiento de relaciones de colaboración y competencia entre los oferentes turísticos en el territorio, tanto para generar una oferta diversificada del destino como para lograr que esta sea competitiva y visible en el mercado turístico.

4.5.7. Diseño

Consiste en valorar el conjunto de atractivos del territorio de estudio y analizar con cuál modalidad turística se relaciona más la actividad. Con base en los análisis de la oferta y la demanda, se identifican cuáles productos existen y cuáles no. Por último, se decide si se diseña un producto turístico nuevo (en caso de no existir) o si se pueden mejorar o complementar los existentes. Es importante clasificar en macroproductos y estos a su vez en productos turísticos específicos.

4.5.8. Organización

Se debe especificar las acciones y actividades que se desarrollarán en cinco ejes principales: interpretación, definición de rutas turísticas, puesta en valor, integración de los actores y comercialización y promoción (González, Blanco, Araujo, & Escarramán, 2019).

4.5.9. Promoción Turística

Son acciones desarrolladas con el objetivo de dar a conocer un lugar. Es importante definir cómo se quiere promover un destino y, a partir de allí, definir las acciones que se desarrollarán con el objetivo de llegar al público potencial.

Como estrategias de promoción pueden ser consideradas:
Nombre: Palabras que describen y definen a los atractivos.
Isotipo: Símbolos que identifican visualmente el atractivo.
Logotipo: Es el nombre e isotipo en su conjunto.
Eslogan: Es el lema publicitario; debe ser corto y comunicar los beneficios diferenciadores del producto turístico. Puede o no acompañar al logotipo

4.5.10. Difusión Turística

Publicidad: Es la difusión del producto y se puede promocionar mediante revistas, radio, folletos, páginas web propias, etc.

Ferias locales: Encuentros anuales de corta duración que tienen lugar en la misma fecha y lugar (Castillo & Castaño, 2014)

4.5.11. Evaluación del Potencial Turístico del territorio

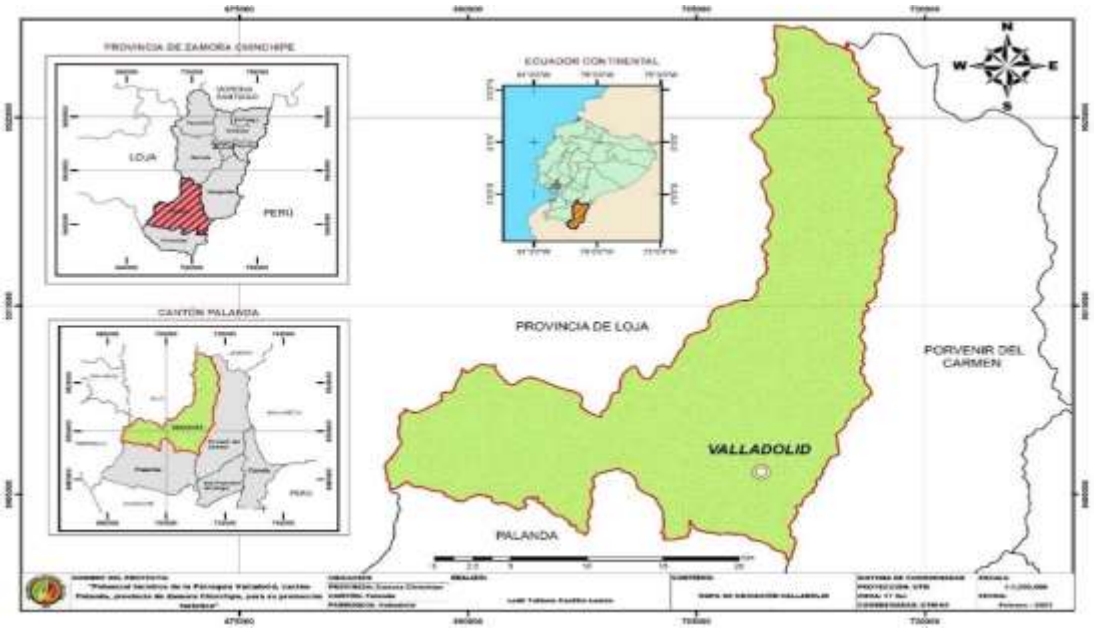
El término potencial turístico de un territorio se ha definido como la evaluación de la oferta, la demanda, la competencia, las tendencias del mercado y las características o “vocación” del mismo para la actividad turística (Blanco, 2007).

4.6. Marco referencial

4.6.1. Ubicación

La presente investigación tiene como área de estudio la parroquia Valladolid del cantón Palanda perteneciente a la provincia de Zamora Chinchipe. Valladolid se encuentra ubicada a 41.7 km (49 min) desde la parroquia Yangana y a 100.4 km (1h 59min) desde la ciudad de Loja, forma parte de las 6 parroquias que conforman el cantón Palanda y limita al Norte: parroquia Zamora, Sur: parroquia Palanda, al Este: parroquias San Francisco del Vergel y La Canela, y Oeste: cantones Loja y Espíndola. Ubicándose al sureste de la provincia en las siguientes coordenadas UTM: longitud 9496259 y latitud 707090 (Ilustración N°1, Pág. 20). Presenta un rango altitudinal mínimo de 1.000 m.s.n.m. y máxima de 3.776 m.s.n.m. y un rango climático de 15°C. Según datos del INEC (2010), Valladolid tiene 1406 habitantes.

Figura 1*. Mapa de ubicación de la parroquia Valladolid*



Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

A continuación, se describen algunos ejemplos de investigaciones realizadas en Ecuador y otras partes del mundo:

Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France (Camara & Morcate, 2014)

En la investigación se pretende analizar los recursos turísticos que este centro permite conocer sistemáticamente el patrimonio turístico, de acuerdo con el nivel de importancia de cada uno de ellos y contar con instrumentos metodológicos para la elaboración de planes y proyectos de desarrollo turístico de ese centro. En el artículo se presenta una propuesta metodológica que involucra conceptos, fundamentos, instrumentos y herramientas para la identificación clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France con el fin de lograr uniformidad conceptual y metódica en los criterios a emplear para la evaluación del potencial turístico actual y futuro.

Metodología para determinar el potencial de los recursos turísticos naturales en el estado de Oaxaca, México (Pérez & Crispín, 2005)

La investigación analiza los elementos naturales y la infraestructura del estado de Oaxaca para el desarrollo de la actividad turística. En un primer apartado, se mencionan los tipos de atractivos naturales que posee el territorio. En una segunda sección, se describe el proceso metodológico que se utilizó para la valoración cuantitativa de los bienes y servicios turísticos de los distritos que integran a esta entidad federativa. Posteriormente, se describen las particularidades turístico-naturales encontradas. Por último, se demuestra que, desde la perspectiva de esta actividad económica, la riqueza natural de este estado se desaprovecha al no contar con una infraestructura turística adecuada.

Métodos para el análisis del potencial turístico del territorio rural (Mikery & Pérez, 2014)

La investigación permite analizar los métodos de investigación utilizados para determinar el potencial turístico del territorio rural y discutir los alcances y limitantes de estos métodos. Se analiza la literatura internacional en métodos y enfoques de investigación utilizados para abordar la capacidad del territorio rural para actividades turísticas en sus diferentes modalidades. Los métodos se agrupan por dimensión (social, económica, ambiental) para determinar el potencial turístico y por paradigma de investigación. Aclara que existe diversidad en métodos, desde diferentes paradigmas de investigación y diferentes disciplinas con objetivos similares. Además de inconsistencias entre el objetivo de sustentabilidad en el desarrollo rural; donde se estudia una dimensión de la realidad y se atribuye mayor relevancia a los recursos biogeográficos sin considerar las dimensiones sociales o económicas. Se requiere la integración de diferentes

dimensiones (social, ambiental, económica, política e institucional) que definan las características propias de cada territorio, bajo un enfoque de sistemas complejos considerando la interacción entre sus componentes y al contexto.

Diagnóstico de la potencialidad turística de la parroquia de Tumbaco, provincia de Pichincha (Jarrín, 2014)

La investigación se ha fundamentado en la identificación de los atractivos turísticos, servicios básicos, servicios turísticos, situación económica y social del lugar, en donde se ha destacado el criterio de sus pobladores, de quienes han obtenido información referente a la forma cómo ellos ven a su lugar de residencia en los actuales momentos, cuál es su percepción de seguridad e inseguridad y cuáles son sus apreciaciones y aspiraciones con relación a que Tumbaco pueda convertirse en un lugar apetecido por los turistas, tomando en consideración la presencia del nuevo aeropuerto Mariscal Sucre, muy cerca de la parroquia.

Guía Turística del Cantón Limón Indanza, provincia de Morona Santiago, 2013

La investigación ha permitido identificar y documentar el potencial turístico del cantón, sus servicios, cultura, gastronomía, tradiciones y su gran variedad de atractivos que posee el cantón. La guía turística engloba la historia de su pueblo, describe los 33 atractivos que lo conforman y las 15 comunidades que habitan en esta zona. Además, narra las costumbres y tradiciones de su pueblo, describe sus comunidades y hace énfasis en el gran potencial natural que ofrece al turista.

4.7. Marco Legal

La presente investigación tiene como base los siguientes fundamentos legales:

4.7.1. Constitución de la República del Ecuador

El Capítulo I de la Constitución de la República del Ecuador, con relación al turismo define de la siguiente:

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;

Participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento

La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.

4.7.2. Plan del Buen Vivir

Objetivo 7: Sostenibilidad ambiental

Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global.

Objetivo 7.2: Conocer, valorar, conservar y manejar sustentablemente el patrimonio natural y su biodiversidad terrestre, acuática continental, marina y costera, con el acceso justo y equitativo a sus beneficios.

Objetivo 12: Soberanía y Paz

Garantizar la soberanía y la paz, profundizar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana

Objetivo 12.7: Consolidar una gestión soberana de la cooperación internacional, en consonancia con la transformación de la matriz productiva y el fortalecimiento de la cooperación Sur – Sur.

4.7.3. Ley de Turismo

En el Capítulo I, artículo 4 menciona que la política estatal con relación al sector de turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante fomento y promoción de un producto turístico competitivo;

Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la

nación;

Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;

Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;

Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;

Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,

Fomentar e incentivar el turismo interno.

En el Capítulo V, artículo 19 menciona que el Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías especiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría.

4.7.4. Ordenanza Turística del GAD Cantonal Palanda

Que, en el artículo 3 literales b) y e) de la Ley de Turismo (en adelante LT) dispone como principios de la actividad turística: "b) La participación de los gobiernos provincia/es y cantonales para impulsar y apoyar el desarrollo turístico dentro del marco de la descentralización; e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia y afro-ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en la ley y sus reglamentos";

Que, el artículo 4 de la Ley de Turismo determina que la política estatal con relación al sector de turismo debe cumplir con los objetivos: "a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potenciar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo; b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación; c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística; d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos; e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen

legalmente la actividad turística; f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y, g) Fomentar e incentivar el turismo interno".

5. Metodología

La presente investigación se realizó con recursos importantes para su desarrollo, mismos que se describen a continuación:

5.1. Materiales

Material bibliográfico: Como papers, artículos científicos, libros, tesis, que sirvieron como bibliografía y sustento de la investigación, así mismo para la búsqueda del estado del arte.

Materiales de oficina: hojas impresas, lápices, esferográficos, cuadernos de apuntes que sirvieron durante el desarrollo de toda la investigación.

Equipos de oficina: se utilizó la computadora portátil para el desarrollo y procesamiento de toda la información recabada durante la investigación.

GPS: dispositivo que permitió obtener coordenadas geográficas.

Cámara: instrumento que permitió evidenciar el desarrollo del trabajo de campo.

5.2. Métodos

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó los métodos que se describen a continuación:

Método Inductivo: este método fue de gran ayuda para determinar las circunstancias y particularidades en las que se encontraba cada establecimiento de restauración y hospedaje frente a la pandemia COVID – 19 y a los meses de baja demanda de turistas, y ante ello plantear estrategias de desarrollo turístico en la parroquia.

Método Deductivo: mediante este método se determinó las propuestas para diversificar el turismo en la parroquia teniendo en cuenta el potencial de la localidad y la problemática existente, además se determinaron las conclusiones de la investigación.

Método Analítico: este método se utilizó para determinar información detallada de la situación actual de la parroquia Valladolid frente a la oferta y demanda ofrecida al turista, mediante la aplicación de encuestas a la población y a los visitantes. Los resultados se describieron en las

fichas d campo utilizadas y en puntos específicos del primer objetivo y en el análisis FODA.

Método Sintético: mediante este método se sintetizó la información investigada en campo, variedad de datos levantados por las fichas técnicas, características de los habitantes, características de los turistas que visitaron la parroquia y plantear propuestas para contribuir al desarrollo turístico.

5.3. Técnicas

La presente investigación se realizó utilizando las técnicas que se describen a continuación:

Encuesta: esta técnica fue muy útil para determinar la oferta turística de la parroquia Valladolid y los patrones de consumo del turista. Los resultados permitieron realizar el análisis FODA, plantear estrategias y establecer medios de promoción adecuados.

Entrevista: mediante esta técnica se determinó la dimensión política - institucional que lleva a cabo el GAD parroquial Valladolid con el apoyo que recibe por parte de la prefectura de Zamora Chinchipe, y la demanda actual del turista con referencia a visitantes de la Reserva Tapichalaca – Fundación Jocotoco.

Observación Directa: esta técnica fue vital para el levantamiento de información y el llenado de las fichas técnicas de los atractivos turísticos y las fichas de oferta turística de la parroquia.

5.4. Metodología por objetivo

La información detallada en la presente investigación se determinó de acuerdo a la revisión de literatura en diferentes fuentes de consulta de la web. La metodología IICA utilizada como base para el desarrollo de esta investigación es tomada con el fin de cumplir ampliamente con cada objetivo propuesto.

5.4.1. Primer objetivo: Diagnóstico turístico natural y cultural de la parroquia Valladolid del cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe.

En el desarrollo del primer objetivo se utilizó la metodología propuesta por IICA (2019), la cual se describe a continuación:

5.4.1.1. Caracterizar el territorio

Para caracterizar el territorio se revisará el PDOT (2019) de la parroquia Valladolid el cual aportará con información sobre desarrollo turístico en general, mapas geológicos, hidrológicos, suelos, etc. También se buscará información en el INEC sobre datos estadísticos de las variables más relevantes de cada dimensión del territorio, misma que será redactada teniendo como base la siguiente tabla.

Tabla 1 Caracterización del territorio por dimensiones

DIMENSIÓN	DESCRIPCIÓN	FUENTE
Sociocultural	**Variables:** Historia, estructura y procesos demográficos, ingresos económicos, cultura y tradiciones, conflictos sociales, actitud de la población local hacia el turismo.	Historia, estructura y procesos demográficos*:* (PDOT 2019 de la parroquia Valladolid) Actitud de la población local hacia el turismo, ingresos económicos, cultura y tradiciones, conflictos sociales: aplicación de encuesta (Anexo: Pág.:)
Económica	**Variables:** Actividades económicas, tipos de empresas, tecnología mano de obra.	PDOT 2019 de la parroquia Valladolid, investigación de campo.
Ambiental	**Variables:** Ubicación geográfica, superficie del territorio y uso de suelo, clima, paisaje, flora y fauna, recursos hídricos, situación ambiental.	PDOT 2019 de la parroquia Valladolid, trabajo de campo y ortofoto 2017
Política – Institucional	**Variables:** Grupos de interés, políticas públicas, iniciativas en operación y planificadas.	Políticas públicas: PDOT 2019 de la parroquia Valladolid, entrevista al presidente del GAD Valladolid, iniciativas de emprendimiento: aplicación de encuesta (Ver Anexo)

Fuente: Metodología IICA 2019

Elaboración*: Leidi Castillo*

Para complementar la información requerida en la tabla anterior se aplicó la siguiente fórmula

que determinó la población a encuestar:

Desde el último censo (2010) hasta el 2020, la población de la parroquia Valladolid experimentará un crecimiento muy importante que va desde los 1.311 habitantes (2010) a 1.406 habitantes (2020).

Tabla 2 Tabla de habitantes por año

N	AÑO	No. HABITANTES
0	2010	1.311
1	2011	1.320
2	2012	1.329
3	2013	1.339
4	2014	1.348
5	2015	1.358
6	2016	1.367
7	2017	1.377
8	2018	1.386
9	2019	1.396
10	2020	1.406

Fuente: *Resultados del VII Censo de Población 2010 – INEC*

***Elaboración**: Leidi Castillo*

Teniendo en cuenta la crisis sanitaria que atraviesa el país debido a la pandemia del COVID-19 se tomó la población de la cabecera parroquial (720 habitantes), para aplicar las encuestas y determinar su cultura, tradiciones y actitud de los pobladores frente al turismo en la parroquia.

La fórmula para calcular el tamaño de la muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n = \frac{N \times Z_a^{\ 2} \times p \times q}{d^2 \times (N-1) + Z_a^{\ 2} \times p \times q}$$

N = tamaño de la población (720)

Z = nivel de confianza, (1,96)

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada (0,50)

Q = probabilidad de fracaso (0,50)

E= precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) (0,05)

$$n = \frac{720 * (1{,}96)^2 * 0{,}50 * 0{,}50}{(0{,}05)^2 * (720 - 1) + (1{,}96)^2 * 0{,}50 * 0{,}50}$$

$$n = \frac{720 * 3{,}84 * 0{,}50 * 0{,}50}{0{,}0025 * 719 + 3{,}84 * 0{,}50 * 0{,}50}$$

n = **49, 6 encuestas**

Luego de aplicar las encuestas se tabuló los resultados obtenidos y se clasificó la información correspondiente sobre la dimensión económica, dimensión ambiental y dimensión política – institucional.

5.4.1.2. Inventario de atractivos turísticos según MINTUR 2018

Para desarrollar el inventario de atractivos de la parroquia se realizó una revisión en el PDOT 2019 de la parroquia para identificar algunos atractivos turísticos; se elaboró un listado y luego se realizó el levantamiento de información con trabajo de campo para recolectar datos e imágenes aplicando las fichas de levantamiento de información y jerarquización del MINTUR 2018 (Anexo 4, Pág. 195). Además, los atractivos se describieron en una tabla guía y luego se describieron en fichas resumen cada uno.

Tabla 3 Ficha resumen de atractivos turísticos MINTUR 2018

Nombre del atractivo:		**Jerarquía:**
Categoría:	**Tipo:**	**Subtipo:**
Provincia:	**Cantón:**	**Localidad:**
Fuete:	**Ubicación**: **Georreferenciación:**	
Características		
Actividades Turísticas		
Recomendaciones turísticas		

Fuente: MINTUR 2018

Elaboración*: Leidi Castillo*

5.4.1.3. Análisis de oferta turística

El levantamiento de información sobre la oferta turística se determinó por medio de la identificación de los diferentes establecimientos de restauración, alojamiento, centros de esparcimiento que permitan actividades de ocio para posterior aplicar fichas técnicas sobre la oferta turística para lo cual se realizó salidas de campo y se entrevistó a los propietarios de los establecimientos turísticos teniendo en cuenta la descripción requerida para cada variable.

Tabla 4 Análisis de oferta

OFERTA TURÍSTICA	DESCRIPCIÓN
Alojamiento	**Variables:** Ubicación, nombre del negocio, total de habitaciones y camas, tipos de establecimientos (hoteles, hostales, residencias), calidad, precio, ocupación promedio, meses de mayor ocupación.
Gastronomía	**Variables:** Ubicación, nombre del negocio, capacidad global (mesas, personas), tipos de establecimientos (restaurantes, sodas, cafés, etc.), calidad, precios, menús (comida internacional, comida típica, etc.).
Actividades de ocio	**Variables:** Ubicación, nombre del negocio, actividades (senderismo, cabalgatas, bicicleta de montaña, paseos en bote, pesca, termalismo, etc.), calidad y precio.

Fuente: Metodología IICA 2019

Elaboración: *Leidi Castillo*

5.4.1.4. Análisis de demanda turística

Posteriormente se realizó el análisis de la demanda, en donde la demanda actual se determinó mediante una entrevista brindada por un guardaparque de la Reserva Tapichalaca debido a que este establecimiento recibe turistas durante todo el año. Los patrones de consumo se determinaron al aplicar una encuesta a los turistas que visitaron la parroquia en el mes de diciembre de 2020 al evento de "Conteo Navideño de aves" al cual asistieron turistas a nivel nacional e internacional.

5.4.1.5. Evaluación del potencial turístico del territorio

El realizar un diagnóstico, inventariar todos los atractivos y determinar todos los recursos existentes, a pesar de ser necesarios, no son suficientes para conocer el potencial real de un territorio porque no se mide por la cantidad de atractivos sino por la calidad de los mismos. Por lo tanto, una vez determinado un diagnóstico, inventariar, jerarquizar y clasificar en tipos y subtipos, el siguiente paso importante es la evaluación de dichos recursos.

Según *Peter Zimmer y Simone Grassmann (1996), para e*valuar el potencial turístico local conlleva dos fases fundamentales:

- El **análisis de la situación** turística existente, una fase en la que se examina la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado;
- El **diagnóstico**, que, comparando los resultados del análisis de la situación, permitirá identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, las oportunidades y los riesgos, y por último, decidir la conveniencia de desarrollar o no el turismo en la zona.

5.4.1.6. FODA

Finalmente se elaboró un análisis FODA considerando el análisis multidimensional del territorio, el de la oferta y el de la demanda, así como el inventario de atractivos turísticos, lo cual determinará objetivos estratégicos que permitirán establecer propuestas en el segundo objetivo.

Tabla 5 Análisis FODA

INTERNO / EXTERNO	FORTALEZAS F1. F2.	DEBILIDADES D1. D2.
OPORTUNIDADES O1. O2.	FO	DO
AMENAZAS A1. A2.	FA	DA

Elaboración: Leidi Castillo

5.4.2. Segundo objetivo: Diseño de una propuesta para el desarrollo de actividades turísticas en la parroquia Valladolid

En el desarrollo del segundo objetivo se va a diseñar una propuesta en base al potencial identificado y la información reflejada del FODA mismo que será estructurada teniendo como base la metodología propuesta por IICA (2019), la cual se describe a continuación:

5.4.2.1. Principios básicos para identificar productos turísticos

Tomando los resultados del análisis FODA se aplicó la metodología del IICA para diseñar de la mejor manera la agrupación de las propuestas y determinar su ejecución. Primeramente, se realizó una revisión de principios básicos de las propuestas a ejecutar y se ubicó la información en el siguiente cuadro:

Tabla 6 Principios básicos para identificar productos turísticos

PRINCIPIO	ALCANCE
Atractividad	Los productos turísticos que se identifiquen deben tener la capacidad de atraer flujos turísticos; se debe aspirar a que dichos productos propicien que los visitantes se queden por lo menos una noche en el territorio.

Implementación	Los productos turísticos deben poder implementarse a corto plazo y, sobre todo, deben contar con la participación y compromisos de los actores clave.
Territorialidad	Para que el producto turístico sea competitivo, es necesario que este se articule y contribuya a diversificar la oferta turística del Territorio
Pluralidad	Este principio sugiere el establecimiento de relaciones de colaboración y competencia entre los oferentes turísticos en el territorio, tanto para generar una oferta diversificada del destino como para lograr que esta sea competitiva y visible en el mercado turístico.

Fuente: IICA 2019

Elaboración: Leidi Castillo

5.4.2.2. Diseño del portafolio del producto turístico

La información que se describirá en la siguiente tabla se determinará de acuerdo a las propuestas determinadas a para su ejecución.

Tabla 7 Portafolio de productos turísticos

Portafolio de productos turísticos	
Macroproductos	**Productos turísticos específicos**
Se identificará las modalidades del turismo en espacios rurales con potencial de desarrollo en el territorio de acuerdo con los atractivos existentes determinados en el primer objetivo y los análisis realizados en el proceso de evaluación del potencial turístico.	Se tomará en cuenta los productos que estén compuestos por atractivos, servicios y accesibilidad, mismos que serán identificados en el primer objetivo y en el primer punto del segundo objetivo.

Fuente: *IICA 2019*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Se determinó con base al macroproducto determinado anteriormente. La clasificación de la oferta de productos turísticos se estructurará en la siguiente tabla:

Tabla 8 Clasificación de la oferta de productos turísticos

Macroproductos	Productos turísticos específicos
Macroproducto 1	Producto turístico 1 Producto turístico 2 Producto turístico n...
Macroproducto 2	Producto turístico 1 Producto turístico 2 Producto turístico n...
Macroproducto 3	Producto turístico 1 Producto turístico 2 Producto turístico n...

***Fuente**: IICA 2019*

Elaboración: *Leidi Castillo*

5.4.2.3. Organización de productos turísticos

Se elaborará una tabla en la cual se especifiquen las acciones y actividades que se desarrollarán en cinco ejes principales: interpretación, definición de rutas turísticas, puesta en valor, integración de los actores, comercialización y promoción.

Tabla 9 Valoración de productos

Ejes principales	Acciones y Actividades
Interpretación	La interpretación permitirá identificar la línea lógica que une todos los atractivos que forman parte de un producto turístico.
Tours, paquetes y rutas turísticas	Una vez diseñados los productos turísticos, se está en posibilidad de diseñar una oferta integral con los ejes principales (Tours, paquetes y rutas turísticas)
Puesta en valor	Se determinará de acuerdo a la organización (señalización, ubicación, etc.) de espacios específicos por donde el turista transitará para disfrutar de los lugares.
Integración de los actores	La integración de actores hace referencia a favorecer esta disponibilidad "permanente" de los productos locales.

Fuente: *IICA 2019*

Elaboración: *Leidi Castillo*

5.4.3. Tercer objetivo: Elaborar un plan de promoción turística para la parroquia Valladolid

Para el desarrollo del tercer objetivo se determinó un plan de promoción adecuado para el producto turístico propuesto en el segundo objetivo, el cual será en base a la metodología IICA (2019) y a conformidad del GAD parroquial. La metodología a utilizar es la siguiente:

5.4.3.1. Promoción turística

5.4.3.1.1. Planes y programas:

De acuerdo al efecto de la acción promocional, es preciso determinar un plan que integre entre sí todos los objetivos planteados. La realización de planes y programas delimita el alcance en el mercado turístico. Los objetivos responden a aspectos como:

Venta de productos turísticos a través de material promocional informativo concerniente a tradiciones, costumbres, historia, población, gastronomía, festividades, etc.

Material impreso para las agencias de viajes u operadoras turísticas. Esto hace que el producto turístico sea especial por lo cual es importante mantener la calidad por medio de fotografía profesional y diseño gráfico.

Es importante la participación en ferias de diferentes lugares, en las que es posible vender directamente al turista de una manera eficaz.

Se puede considerar un filme o reportaje turístico para publicar y promover el potencial del producto.

La promoción permite motivar y es una forma poco costosa para hacer llegar al receptor un producto turístico.

5.4.3.1.2. Publicidad de la promoción

Es importante que la promoción vaya acompañada de una publicidad adecuada para dar a conocer características de innovación, novedad y nuevas oportunidades de viaje.

La publicidad se la debe realizar para la presentación del producto y para mantener la atención en todo lo posible, debe mantenerse la motivación a largo plazo y de esta manera evitar la

reducción de la imagen del producto y marca turística.

5.4.3.1.3. Aplicaciones de la promoción

La promoción es de suma importancia cuando un nuevo producto turístico o destino está en lanzamiento. Esto permite captar el público consumidor que contribuirá a la difusión del mismo.

Aumenta la eficacia de ventas, influye en el mercado, da mayor conocimiento del producto y permite mayor interacción en el mercado.

5.4.3.2. Difusión turística

Al ser considerada un proceso de divulgación y comunicación de acciones para un producto turístico, permite generar conocimiento con la finalidad de mantener viva la memoria de habitantes locales y turistas.

Se desarrolla de acuerdo a la ejecución del proyecto, misma que apoya, explica y promueve la estructura completa del producto turístico. Es importante hacer llegar información de los servicios ofrecidos para poner en marcha con grupos demandantes.

Es determinante los medios masivos de fácil acceso, alta audiencia y comunicación social. No debe perder el enfoque al difundir, debe abordar elementos de interés que orienten a todos los interesados.

5.4.3.2.1. Principios centrales de Promoción y Difusión

Estos principios son:

Descripción: Esta estrategia permitirá emplear la tecnología y diferentes medios disponibles de comunicación clara para dar a conocer información referente al proyecto a diferentes actores.

Participativo: Es importante participar en las diferentes etapas de preparación, ejecución y seguimiento de los resultados de la difusión. Es importante que el GAD parroquial de Valladolid difunda el proyecto tomando en cuenta acciones conjuntas con otras entidades públicas o privadas.

Representatividad: Debe ser desarrollado en diferentes eventos en donde se tiene determinado

desarrollar las acciones para distribuir la información de manera adecuada.

Acceso constante a la información: Es necesario actualizar de forma permanente la información cuidando el lenguaje y el contenido a difundir.

Transparencia: Esta parte es fundamental debido a que garantiza al turista el funcionamiento óptimo y la confianza en su ejecución.

6. Resultados

6.1. Diagnóstico turístico natural y cultural de la parroquia Valladolid del cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe.

El turismo permite el desarrollo y el crecimiento de los pueblos de una manera sostenible es por eso que los atractivos dan el valor agregado y son de gran importancia al ofrecer diferentes actividades como: senderismo, fotografía, camping, cocinar en leña, avistamiento de aves, pesca deportiva, fogatas, picnic, etc. Permiten al turista vivir experiencias diferentes y disfrutar del ambiente, además pueden conocer la cultura, tradiciones, costumbres, gastronomía e historia de la localidad visitando los atractivos culturales y los eventos que se realizan en la zona. Por otra parte, los atractivos van de la mano con los servicios que brinda la comunidad y eso permite crecimiento económico y experiencia a quienes brindan diferentes servicios turísticos.

Valladolid tiene un potencial hídrico impresionante, las aguas cristalinas de sus ríos le brindan al turista la magnífica experiencia de pesca deportiva, la pureza de sus bosques brinda una conexión única a quienes caminan por diferentes senderos, a quienes comparten con familia y amigos un delicioso picnic, a los fanáticos de las aves que pueden admirar la diversidad de cantos y colores, en fin, el turismo natural que ofrece la parroquia a través de sus atractivos naturales es único.

Por otra parte, la falta de compromiso por parte de diferentes entidades parroquiales, cantonales y provinciales anteriores no se ha desarrollado proyectos enfocados al turismo, pero en la actualidad el GAD parroquial Valladolid apoya y trabaja para que el turismo local pueda desarrollarse, coordina capacitaciones y apoya las iniciativas turísticas.

De esta manera presentamos a continuación los resultados de la investigación realizada en la parroquia Valladolid a través de la metodología utilizada para el levantamiento de información.

6.1.1. Caracterizar el territorio

De acuerdo al PDOT (2019 - 2023) de la parroquia Valladolid se recopiló información sobre desarrollo turístico en general y mapas geológicos. Además, se buscó información en el INEC sobre datos estadísticos de las variables más relevantes de cada dimensión del territorio.

6.1.1.1. Dimensión sociocultural

La historia de la parroquia data debido a la expedición encabezada por Juan de Salinas el 8 de julio de 1557 desde Loja por Malacatos, Vilcabamba, Yangana por el nudo de Sabanilla descendiendo al río Palanda y en cuyos márgenes se posicionó en lo que denominaría como "Valladolid". (PDyOT Valladolid, 2019)

La parroquia Valladolid fue creada mediante decreto ejecutivo N°25 el 11 de febrero del año 1963 y que, por su riqueza en producción, la conocería como "ciudad encantada".

Su nombre es español y es el antiguo asentamiento. La conforman a la comunidad 144 familias, aglutina una población total de 720 personas, con un promedio de 5 personas por familia, corresponde al 35% de la población total de la parroquia de Valladolid. (PDyOT Valladolid, 2019).

La parroquia Valladolid es una de las 5 parroquias del cantón Palanda perteneciente a la Provincia de Zamora Chinchipe. Los barrios que la conforman son: San Gabriel, Tapala, Palmeras, Libertad, Fátima, Quebrada Onda, Pueblo Viejo, Nanchima y Río Blanco.

Organización social

En la parroquia Valladolid las organizaciones están constituidas con el fin de unir actuaciones para alcanzar determinados propósitos. Una de las características principales es contar con personas que comparten intereses y valores en común ante determinadas situaciones.

Dentro de la parroquia se encuentran las siguientes organizaciones:

Tabla 10 Organizaciones sociales de la parroquia Valladolid

NOMBRE	BARRIO
Asociación Agropecuaria de Productores Valladolid	Valladolid
Asociación de Ganaderos de la Región Sur Oriental del Ecuador	Valladolid
Asociación de Cafetaleros PROAGRO	Valladolid
Reserva Tapichalaca	Valladolid
Club Ambiental "Dejando Huella"	Valladolid

Club social, Cultural y Deportivo 1° de Mayo	Valladolid
Club Social, Cultural y Deportivo Independiente	Valladolid
Club Deportivo Atlético	Valladolid
Club Deportivo Real Valladolid	Valladolid
Club Deportivo 19 de marzo	Tapala
Club Deportivo Real Madrid	Fátima
Club Deportivo Amazonas	San Gabriel

Fuente: *PDyOT Valladolid (2019 - 2023) e investigación de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Además, cada barrio tiene su fecha de celebración de festividades:

Tabla 11 Fechas de festividades de cada barrio de la parroquia Valladolid

Barrio	Fecha	Tipo	Patrono
Barrio San Gabriel	8 y 9 de noviembre	Religiosa	Sr. De la Buena Esperanza
Barrio Tapala	19 de marzo	Social	San José
Barrio Palmeras	3 de mayo	Religiosa	Santa Cruz
Barrio Libertad	24 de mayo	Religiosa	Virgen Dolorosa
Barrio Fátima	12 de agosto	Religiosa	Virgen del Cisne
Barrio Quebrada Onda	13 de noviembre	Religiosa	San Diego
Barrio Pueblo Viejo	10 de enero	Religiosa	Divino Niño
Barrio Nanchima	10 de enero	Religiosa	Divino Niño
Barrio Río Blanco	23 de mayo	Religiosa	Las Cruces
Valladolid	11 de febrero	Social	Fundación Parroquial
	13 de mayo	Religiosa	Virgen de Fátima

Fuente: *PDyOT Valladolid (2019 - 2023) e investigación de campo*

Elaboración*: Leidi Castillo*

6.1.1.2. Dimensión Económica

Actividades económicas

Las principales actividades económicas giran en torno al sector ganadero representada por un 45.21%, seguido del sector agrícola con un 26.20%, siendo estas las actividades de mayor relevancia, lo que permite inferir que la economía local se basa en la producción y comercialización de bienes primarios con escaso valor agregado (PDyOT Valladolid, 2019)

La principal actividad económica gira en torno al sector ganadero representada por un 37.33%, lo que permite establecer que la parroquia es eminentemente ganadera. La ganadería es realizada por la mayor parte de pobladores, mismos que reciben el apoyo del GAD parroquial, municipio del cantón Palanda, prefectura de la provincia de Zamora Chinchipe y en ocasiones por parte de la Asociación de Ganaderos de la Región Suroriental del Ecuador. Según Agrocalidad (2019) las principales razas de leche son: Gyr, Brown Swiss, Holstein, Jersey, Gyrolando y las principales razas de carne son: Charolais y Charbray teniendo un total de 7.998 bovinos en la parroquia.

Los agricultores de la parroquia pertenecen a la Asociación de pequeños productores de Valladolid, mismos que reciben el apoyo del GAD parroquial, MAGAP y en ocasiones de parte del municipio del cantón Palanda y la prefectura de la provincia de Zamora Chinchipe. Los principales cultivos de los pequeños productores que abastecen el mercado de la parroquia durante toda la semana y en las ferias de domingo son: verduras (brócoli, espinaca, remolacha, zanahoria, tomate, cebolla, pimiento, coliflor), legumbres (poroto, haba, maní, arveja), frutas (naranja, limón, toronja, tomate de árbol, aguacate, papaya, mora, fresas, mandarina), entre otros productos; de todos los cultivos solamente se vende procesado la caña de azúcar (panela, miel y aguardiente) y el café (tostado, molido)..

Trabajo y empleo

Según los datos estadísticos del INEC (2010), la población total de la parroquia representaba un total de 1.231 habitantes, de los cuales, 498 personas forman parte de la Población Económicamente Activa (PEA), estando en la capacidad de trabajar y generar ingresos para la economía de la parroquia.

La información reportada revela que la PEA para el año 2001 representaba el 36%, por su parte, en el año 2010 alcanza el 40.45%. En la parroquia destaca la Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca como la principal rama de actividad, pues representa el 57.03%. (PDyOT Valladolid,

2019)

El trabajo diario, constando las 8 horas, tiene un valor de $12,00 con desayuno, almuerzo y merienda, y $15,00 sin comida. Generalmente mantienen contratos para limpia de potreros, ordeña y trabajos en elaboración de lácteos (queso, yogurt, etc.)

Producción manufacturera

La producción manufacturera en la parroquia representa el 1.06% del total de las actividades económicas. Para la elaboración de productos lácteos se utiliza maquinaria especializada para brindar calidad y sanidad a la clientela. Además, su capacitación es constante. Dada la fuerte vocación ganadera, se produce grandes cantidades de lácteos, donde destacan los "Quesos de Valladolid" que son comercializados en la parroquia, en distintos puntos del cantón Palanda, provincia de Loja, Zumba y sus parroquias aledañas.

Los emprendimientos derivados de los lácteos han sido productos que han permitido promocionar de alguna manera Valladolid debido a su calidad ganadera y calidad de productos procesados. Entre los principales emprendimientos están:

Tabla 12 Emprendimientos de productos lácteos de la parroquia Valladolid

Productor	Nombre Empresa	Quesos diarios	Nombre	Yogurt/litros diarios	Nombre
Jamil Ramón	El Gran Vallesoletano	100	Queso Arte - Sano	250 litros	Yogurt Arte - Sano
María Erazo	Produ – Quesos	200	Produ - Quesos	100 litros	Jogus – Valle

Fuente: *Investigación de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Turismo

El GAD parroquial (2019 - 2023) apoya y coordina actividades con el Ministerio de Ambiente y Reserva Tapichalaca que son enfocadas a la conservación ambiental que indirectamente permiten conocer y explorar la zona, por una parte, genera sostenibilidad a las futuras generaciones y por otra parte fomenta la economía, todo esto aportando al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes y en efecto al desarrollo de la parroquia (PDyOT Valladolid, 2019).

6.1.1.3. Dimensión Ambiental

Superficie

La extensión territorial de nuestra parroquia es de 52.937,09 hectáreas, cubriendo el 26,64% de la superficie cantonal de Palanda y el 2% de la superficie provincial de Zamora Chinchipe. El perímetro parroquial es de 162,93 km.

Uso de suelo

En la parroquia Valladolid existen 9 concesiones mineras registradas en la Agencia de Regulación y Control Minero (ARCOM), de las cuales 7 se dedican a la extracción de materiales de construcción: siendo 2 de carácter privado, 1 perteneciente al Ministerio de Transportes y Obras Públicas, 2 de propiedad del Municipio de Palanda y 2 del Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe, los 2 restantes se dedican a la extracción de minerales metálicos y son de propiedad privada.

La minería no aporta a gran escala en la parroquia, sus consecuencias generan contaminación y mal manejo de residuos, en algunos casos han llevado a acciones legales, es por ello que la mayor parte de la población no está de acuerdo en permitir la minería en la localidad.

Clima

De acuerdo a interpretación propia la parroquia Valladolid se caracteriza por su clima frío que oscila entre 13°C y 15°C, la mayor parte del tiempo existen lluvias fuertes, en otras ocasiones lloviznas y neblina. Los días soleados son escasos y normalmente se considera verano en los meses de agosto, septiembre y octubre. El clima en la localidad es muy variable.

Paisaje

El paisaje natural que posee Valladolid, es de gran impacto para el turista, en tiempo de lluvia sus cascadas y sus campos netamente verdes hacen un paisaje único y en los meses de mayor verano sus atardeceres son dignos de una gran fotografía.

Existen flora y fauna nativa, cascadas, bosque primario, playa de ríos, lagunas, etc. que caracterizan a la parroquia con una gran variedad de atractivos turísticos.

Flora

En los bosques conservados de la parroquia Valladolid se considera un sitio de concentración de especies endémicas de flora y fauna. Se considera que existe 46 especies de flora endémica, 6

especies de flora con valor económico y 8 especies de orquídeas endémicas conservadas con fines ornamentales.

La gran variedad de flora endémica es muy representativa en la zona y se describe a continuación:

Tabla 13 Flora endémica representativa

Nombre	**Familia**	**Género**
Meriania tormentosa	Melastomataceae	*Meriania*
Chusquea falcata L.G. Clark	Poaceae	*Chusquea*
Gordonia fruticosa (Schrad)	Theaceae	*Gordonia*
Hedyosmun spectabile	Chlorantaceae	*Hedyosmum*
Cyathea sp	Cyatheaceae	*Cyathea*
Huertea sp	Staphyleaceae	*Loxopterygium*
Hieronyma macrocarpa	Euphorbiaceae	*Hieronyma*
Graffenrieda harlingii	Melastomataceae	*Graffenrieda*
Hedyosmun traslucidum	Chlorantaceae	*Hedyosmun*
Tillandsia sp (huicundo)	Bromeliaceae	*Epifitas*
Cinchona pubesens (cascarilla)	Rubiaceae	*Cinchona*
Persea ferruginea (aguacatillo)	Lauraceae	*Persea*
Weinmannia pubescens (cashco)	Cunoniaceae	*Weinmannia*
Vailia mucronata Rusby	Asclepiadaceae	*Vailia*
Hyptis sp.	Lamiaceae	*Hyptis*
Hyptis obtusiflora C. Presi ex.	Lamiaceae	*Hyptis*
Piper sp.	Piperaceae	*Piper*
Meriania tormentosa	Melastomataceae	*Meriania*
Miconia sp.	Melastomataceae	*Miconia*
Baccharis sp.	Asteraceae	*Baccharis*
Clusia ducoides Engl.	Clisisceae	*Clusia*
Hedyosmum translucidum	Chloranthaceae	*Hedyosmum*
Graffenrieda harlingil Wurdack	Melastomataceae	*Graffenrieda*
Miconia sp.	Melastomataceae	*Miconia*
Miconia of theaezans	Melastomataceae	*Miconia*
Hyeronima macrocarpa	Euphorbiaceae	*Hyeronima*

Aulonernia haenkei	Poaceae	*Aulonernia*
Klaprothia mentzelioides Kunth	Loasaceae	*Klaprothia*
Lycianthes sp.	Solanaceae	*Lycianthes*
Centropogon sp.	Campanulaceae	*Centropogon*
Palicourea anceps Standl.	Rubiaceae	*Palicourea*
Oreanthes hypogaeus	Ericaceae	*Oreanthes*
Palicourea sp.	Rubiaceae	*Palicourea*
Pilea sp.	Urticaceae	*Pilea*
Alloplectus hispidus (Kunth)	Gesneriaceae	*Alloplectus*
Alloplectus bolivianus (Britton)	Gesneriaceae	*Alloplectus*
Fuchsia sp.	Onagraceae	*Fuchsia*
Neurolepsis aperta (Munro)	Poaceae	*Neurolepsis*
Braccharis oblongifolia	Asteraceae	*Braccharis*
Palicourea apicata Kunth	Rubiaceae	*Palicourea*
Miconia of. Thtaezans	Melastomataceae	*Miconia*
Miconia aspérrima Triana	Melastomataceae	*Miconia*
Palicourea amethystina	Rubiaceae	*Palicourea*
Hedyosmum spectabile Todzia	Chloranthaceae	*Hedyosmum*
Fuchsia ayavacensis Kunth	Onagraceae	*Fuchsia*
Razisea sp.	Acanthaceae	*Razisea*

Fuente: *"Libro Rojo de Plantas Endémicas del Ecuador" (2011), con apoyo de Fredy Ramón (vocal del GAD Valladolid* y guía local)

Elaboración: *Leidi Castillo*

En la zona se han identificado algunas potencialidades de los recursos florísticos con especies: comestibles, económicas, medicinales, ornamentales y con potencial turístico como las orquídeas. Algunas plantas han sido empleadas tradicionalmente por la gente local para diversos fines: medicinal, usos mitológicos, alimentos, construcción de viviendas, explotación comercial, artesanía, etc.

Las especies comestibles caracterizadas por sus frutos dulces, constituyen claras posibilidades para el mejoramiento de las variedades cultivadas, para la domesticación y para alimentación de nuevas especies de aves y animales silvestres. Entre las especies endémicas de la zona están: guaba, guayaba, nona, aguacates, granadilla, naranjilla, zapotes, caimito, uva de campo, moras,

limones dulces, naranjas, mandarinas, tomate de árbol, tumbos, berenjena, guato, maracuyá, munchis, tumbos y piña del zorro. Dentro de los tubérculos están: yuca, papa china (malanga) y camote.

Las especies maderables o económicas: a más de ser consideradas de buena calidad por la gente local, tienen un valor económico importante, por lo que son propensas a ser explotadas y muchas de las especies de uso maderable son escasas, tendiendo aun representantes principalmente en zonas escarpadas. Existen pocas especies con un potencial valor económico, entre las que se puede mencionar:

Tabla 14. Especies de flora con valor económico potencial en la parroquia de Valladolid

Imagen	Nombre común	Nombre científico
	Romerillos	*Podocarpus oleifolius*
	Cedro	*Cedrela odorata*
	Laurel	*Cordia alliodora*

	Balsa	*Ochroma Pyramidale*
	Pituca	*Clarisia racemosa Ruiz & Pav.*
	Latero	*Ocotea piurensis Mez*

Fuente: *Investigación propia, con apoyo de Fredy Ramón (vocal del GAD Valladolid y guía local)*

Elaboración*: Leidi Castillo*

Las plantas medicinales son muy importantes de conservar porque son eficaces al utilizarlas como apoyo medicinal. En la zona se encuentran: zarza parrilla, mortiño, culantrillo, cominillo, tipo, menta, hierba luisa, cola de caballo, buscapina, verdolaga, flor de rey (hibiscos), ortiga, chulco, caña agria, sangre de drago, verbena, matico, cascarilla, hierba buena, pena pena, esencia de rosa, hinojo, albaca, etc.

Las plantas ornamentales son importantes en las casas de campo y selvas en conservación. Entre ellas están: alturio, moraca, begonia, geranio, dalias, lengua de suegra, platanillos (heliconia), lirios, etc.

Las plantas consideradas con potencial turístico (orquídeas) son importantes en la zona debido a la importancia ornamental que le dan los habitantes de la parroquia, algunas personas poseen orquidiario en casa. Existen gran variedad y algunas especies endémicas son:

Tabla 15 Orquídeas endémicas de la parroquia Valladolid

Orquídea	Nombre científico	Género	Familia
	Elleanthus aurantiacus	Elleanthus	Orchideaceae
	Myoxanthus affinis	Myoxanthus	Orchideaceae
	Sobralia crocea	Sobralia	Orchideaceae
	Anguloa virginales	Anguloa	Orchideaceae
	Iycaste cinnabarina	Iycaste	Orchideaceae
	Cyrtochilum sp.	Cyrtochilum	Orchidaceae

	Elleanthus aureus	Elleanthus	Orchidaceae
	Drácula Tapichalaca	Drácula	Orchidaceae
	Drácula Simia	Drácula	Orchidaceae

Fuente: *Libro Rojo de las Plantas Endémicas del Ecuador* (León, y otros, 2011)*, con apoyo de Fredy Ramón (vocal del GAD Valladolid y guía local)*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Fauna

Se estima que en el Parque Nacional Podocarpus (zona de Valladolid) existen 606 especies de vertebrados. El grupo más representativo en términos de abundancia son las aves con 351 especies identificadas en la zona, seguido por los mamíferos con 46 especies.

Algunas especies de fauna endémicas de la zona son:

Tabla 16 Especies de fauna endémica de la zona

Imagen	Nombre real	Nombre científico	Nombre común
	Agutíes	*Dasyprocta fuliginosa*	Guatusa
	Armadillo de nueve bandas	*Dasypus novemcinctus*	Armadillo o tumulle
	Tapir andino	*Tapirus pinchaque*	Danta
	Zarigüeya andina de orejas blancas	*Andean White-eared Opossum Didelphis pernigra*	Guanchaca
	Puma	*Puma concolor*	Puma
	Perezoso de dos dedos	*Megalonychidae*	Perezoso o sachobejo

	Oso andino	*Tremarctos ornatus*	Oso de anteojos
	Taira	*Eira barbara*	Cabeza de mate
	Tigrina norteña	*Leopardus tigrinus*	Tigrillo
	Yaguarundi	*Herpailurus yagouaroundi*	Yaguarundi
	Paca	*Cuniculus paca*	Yamala
	Paca de montaña	*Cuniculus taczanowskii*	Yamala negra

	Ardilla enana	*Microsciurus flaviventer*	Ardilla
	Puerco espín del nuevo mundo	*Erethizontidae*	Puerco espín
	Coatí	*Procyonidae*	Cuchucho
	Pecarí de labio blanco	*Tayassu pecari*	Sajino
	Tamandúa sureño	*Tamandua Tetradactyla*	Oso hormiguero
	Rana Tapichalaca	*Hyloscirtus Tapichalaca*	Rana Tapichalaca
	Coordenadas: X: 0708150 Y: 9502941 Altura 2.465 m.s.n.m.		

Fuente*: Guía de campo de los Mamíferos del Ecuador* (Tirira, 2017)*, con apoyo de Fredy Ramón (vocal del GAD Valladolid y guía local)*
Elaboración: *Leidi Castillo*

La Reserva Tapichalaca posee gran variedad en fauna, la presencia de aves destaca a la Reserva la cual se ha constituido en una IBA (Important Bird Area,). En gran parte, esto se da debido a que, en la zona, “la variabilidad de hábitats la convierten en un área de transición entre diferentes zonas ecológicas como las ecorregiones de los Andes del Norte, los elementos florísticos y faunísticos de la Amazonía y del Pacífico y la zona muy húmeda de la cordillera Real y la zona Tumbesina semiárida. Esta condición ecotonal es una de las causas de la alta biodiversidad y el alto grado de endemismo en la región sur” (Jocotoco, 2020).

Se considera que Valladolid es el nacimiento del Marañón, por este motivo la calidad de hábitats da como origen especies endémicas como:

Tabla 17 Especies de aves endémicas en la parroquia Valladolid

Imagen	Nombre científico	Nombre común
	Gralaria ridgleyi	Gralaria Jocotoco
	Turdus maranonicus	Mirlo del Marañón
	Malenopareia maranonica	Pecholuna del Marañón
	Phacellodomus rufifrons	Espinero Frentirrufo

	Coryphospingus cucullatus	Brasita de Fuego Rojo
	Thlypopisis innornata	Tangara Ventrianteada
	Schistochlamys melanopsis	Tangara Carinegra

Fuente*: Guía de campo de Aves del Ecuador* (Ridgely & Paul, 2006)*, con apoyo de Fredy Ramón (vocal del GAD Valladolid y guía local)*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Recursos Hídricos

El río Valladolid nace en la cordillera sector Sabanilla a ella se unen la quebrada Tapichalaca, Quebrada Los Molinos y varias vertientes a lo largo de su distancia. En temporadas fuertes de lluvia el río aumenta su caudal el cual causa a propietarios de las fincas las pérdidas de animales vacunos, porcinos y aves de corral. Hay lugares de nacimiento de agua como peñascos de los cuales el agua es totalmente cristalina y es la fuente de líquido vital para la parroquia, de igual manera las vertientes que forman las quebradas brindan a la parroquia el agua suficiente para las lagunas de trucha y tilapia, para la crianza de cerdos y para abastecer al ganado vacuno.

Situación Ambiental

La parroquia está rodeada por dos Áreas Protegidas, al sureste el Parque Nacional Yacuri y al suroeste el Parque Nacional Podocarpus. Además, posee cuatro Reservas Privadas: Ciudad de Loyola, Numbala, Tapichalaca, Reserva Palmitera – Crucero, una Reserva Municipal: Los Molinos y en proceso de creación la Reserva Ecológica “Corazón de la Amazonía”.

En la parroquia el Ministerio del Ambiente y la Reserva Biológica Cerro Plateado realizan

campañas de conservación, para generar conciencia sobre la tala de bosques y la importancia de conservarlos. Algunos propietarios de fincas ganaderas mantienen un contrato con el Proyecto Socio Bosque, actualmente liderado por el viceministro del Ambiente, el cual tiene como meta “la conservación de más de 3600.000 hectáreas de bosque nativo, páramo y otras formaciones vegetales nativas en el Ecuador; con la participación de 5.000 a 15000 beneficiarios”. El incentivo para personas naturales que registren un título de propiedad de igual o menor a 20 ha el valor es de $60,00/ha/año, mientras que para las personas naturales que registren una cantidad mayor a 20ha se distribuye de la siguiente manera:

1ha a 50ha = $ 30,00

51ha a 100ha = $ 20,00

101ha a 500ha = $ 10,00

501ha a 5.000ha = $ 5,00

5.001ha a 10.000ha = $ 2,00

10.001 en adelante = $ 0,50

La estructura de los incentivos podrá ser revisados por el Medio Ambiente. Los pagos son en dos cuotas iguales, uno en mayo y otro en octubre, por medio de transferencia a través del Sistema de Pagos Interbancarios (Proyecto Socio Bosque, 2019)

Dimensión Política – Institucional

Valladolid es una zona de gran riqueza en flora y fauna, es por eso que el actual GAD parroquial (2019 - 2023) liderado por Lic. Edgar Carrión, se encuentra gestionando estrategias de protección y creación de una Reserva Ecológica “Corazón de la Amazonía” que tiene como fin la conservación de bosque primario, flora y fauna endémica, algunas vertientes de agua y darle un valor agregado como el turismo. Gracias a la recuperación de estos sitios naturales de influencia se podrá potenciar y canalizar de una forma sostenible el turismo.

Actualmente, el proyecto macro para el desarrollo del turismo en la parroquia es una consultoría

que consiste en la puerta de entrada a la ciudad con el corredor turístico o la regeneración urbana de la ribera del río Valladolid que comprende desde el puente de llegada hasta la vía que conduce a los diferentes barrios, el costo del proyecto es de 300.000 dólares, se está buscando financiamiento por parte de la prefectura para complementar con el presupuesto por parte del GAD Valladolid y buscando un financiamiento con el Banco de Desarrollo para poder ejecutar el proyecto. Se tiene previsto que en este año realizar la primera etapa.

Además, se está trabajando en la adecuación de senderos y señalética de las Cascadas de Nanchima, mismo que se ha avanzado con 3 kilómetros de reconstrucción de sendero y se ha colocado la señalética del lugar.

Al gestionar la legalización de la Reserva Ecológica "Corazón de la Amazonía" se vienen proyectos inmersos a ello como es la siembra de plantas que sirvan de alimento a fauna del lugar, por registros levantados por el Sr. Fredy Ramón, se conoce que en lugar habitan especies endémicas del lugar y subespecies de aves.

Los proyectos turísticos y las diferentes actividades realizadas hasta la actualidad aportarían de manera positiva al desarrollo turístico de la parroquia, considerando que Valladolid es potencia natural y todo lo planificado es para el uso sostenible de las bondades que posee. Valladolid tiene una materia prima única que debe ser utilizada de manera responsable y para llegar a posicionarla como lugar turístico hay que seguir un proceso y trabajar a corto y mediano plazo.

El gobierno ha limitado recursos que afectan directamente al turismo. Los inconvenientes presentados han sido aprendizajes que han brindado las posibilidades de mejorar y buscar otras alternativas de apoyo que permitan ejecutar cada uno de los proyectos.

Por otra parte, es importante buscar la forma de empoderar a la población, incentivar a emprender y trazar un horizonte a corto o largo plazo que permita el aporte al desarrollo local. Promover la importancia de invertir en el tema privado y ahí apoyar mediante capacitaciones, talleres, etc. a los propietarios y ciudadanía en general para generar cambios.

6.1.2. Inventario de los atractivos turísticos según MINTUR 2018

Primeramente, se realizó una revisión en el PDyOT (2019-2023) de la parroquia para identificar los atractivos turísticos documentados; luego se inició con el trabajo de campo para recolectar datos, imágenes e información de los atractivos turísticos y posteriormente aplicar las fichas de levantamiento de información y jerarquización del MINTUR (2018) (Ver Anexo 3).

En el análisis e investigación de campo realizado se identificaron los siguientes atractivos:

Tabla 18 Tabla resumen de los atractivos de la parroquia Valladolid

N°	ATRACTIVOS	UBICACIÓN	JERARQUÍA
1	Laguna Larga	Límite Parque Nacional Yacuri con Reserva Tapichalaca	II
2	Laguna La Tuna	Límite con el Parque Nacional Yacuri	II
3	Laguna del Oso	Límite con el Parque Nacional Yacuri	II
4	Cascada Fátima 1	Barrio Fátima	II
5	Cascada Fátima 2	Barrio Fátima	II
6	Cascada Santa Elena	Santa Elena	II
7	Cascada Salto del Ángel	Santa Elena	II
8	Cascada Cabellera de la Virgen	La Florida	II
9	Cascada La Escondida	La Florida	II
10	Cascada Nanchima 1	Nanchima	II
11	Cascada Nanchima 2	Nanchima	II
12	Cascada Cinclo Gorripardo	Nanchima	II
13	Ruinas Arqueológicas “Pucará del Indio”	Río Blanco	II
14	Reserva Tapichalaca	Tapichalaca	III
15	Cruz del Soldado	Tapichalaca	II
16	Avión El Cóndor	Quebrada de los Muertos	II
17	Quinta Vergara	Valladolid	II
18	Santuario “Nuestra Señora de Fátima”	Valladolid	II
19	Feria Ganadera Vallesoletana	Valladolid	II

Fuente: *PDyOT (2019 - 2023) e investigación de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

De acuerdo a las fichas técnicas del MINTUR (2018) (Anexo:4, pág.) se pudo inventariar los 19 atractivos turísticos que posee la parroquia Valladolid, mismos que a continuación son presentados en las fichas resumen:

Tabla 19 Ficha resumen del atractivo Laguna Larga

Nombre del atractivo:		**Jerarquía:**
Laguna Larga		II
Categoría:	**Tipo:**	**Subtipo:**
Atractivo Natural	Ambiente Lacustre	Laguna
Provincia:	**Cantón:**	**Localidad:**
Zamora Chinchipe	Palanda	Límite entre PNY y Reserva Tapichalaca

Fuente: Visita al atractivo

Ubicación:

Se ubica en el límite del parque Nacional Yacuriy la Reserva Tapichalaca, se encuentra a 9 horas desde el centro de la parroquia Valladolid.

Georreferenciación:
Altitud:3.324 m.s.n.m
Latitud (X): 0701555
Longitud (Y): 9499954

Características

La Laguna Larga tiene un ancho de 20 metros por 150 metros de largo, para dar la vuelta se toma un tiempo de 35 minutos, por la fisonomía de la laguna se deriva su nombre. Su agua es turbia, es represa de agua lluvia y nacimiento interno de agua que a pocos metros tiene unas salidas. Está cubierto por un bosque húmedo musgoso que la mayor parte del tiempo está cubierto de neblina. La flora existente en el lugar es: arbustos pequeños, líquenes, musgo, paja, etc. Dentro de las especies de fauna está el oso andino (oso de anteojos) en raras ocasiones se pueden presenciar al tapir andino (danta) y pumas. La laguna tiene gran importancia para el Parque Nacional Yacuri porque forma parte de la ruta a visitar

y también para la comunidad de Valladolid porque es una fuente hídrica importante y turística para los visitantes extranjeros. Es un atractivo representativo de las altas montañas, rodeada de bosque primario, fuente hídrica para la fauna del lugar y las comunidades aledañas, además de tener una vista impresionante como mirador. El paisaje que rodea la laguna es único y aunque el frío y el viento es fuerte se siente y se respira aire puro y libertad extrema. La felicidad de formar parte de la naturaleza genera momentos inolvidables
Actividades Turísticas - Camping - Fotografía - Senderismo - Caminata
Recomendaciones turísticas - Llevar ropa abrigada e impermeable - Levar GPS - Levar cámara fotográfica - Llevar refrigerio y/o bebidas calientes - Se puede acampar solo en temporada de verano. - No acceder en temporada de lluvia. - Acceder con personas conocedoras del lugar

Fuente: *Investigación de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Tabla 20. Ficha Resumen del atractivo Laguna La Tuna

Nombre del atractivo:		**Jerarquía:**
Laguna La Tuna		II
Categoría:	**Tipo:**	**Subtipo:**
Atractivo Natural	Ambiente Lacustre	Laguna
Provincia:	**Cantón:**	**Localidad:**
Zamora Chinchipe	Palanda	Límite entre PNY y Reserva Tapichalaca

Fuente: Visita al atractivo

Ubicación:

Se ubica dentro del territorio del Parque Nacional Yacuri. Desde el centro de la parroquia Valladolid hasta el lugar hay 9 horas de camino. Se encuentra al suroeste de la parroquia y forma parte de las tres lagunas a visitar.

Georreferenciación:
Altitud:3.323 m.s.n.m
Latitud (X): 0701553
Longitud (Y): 9499962

Características

La Laguna La Tuna tiene un ancho de 40 metros por 20 metros de largo, para dar la vuelta se toma un tiempo de 30 minutos, su nombre se deriva de la gran cantidad de plantas de tuna existentes en el lugar. Su agua es cristalina, posee un nacimiento interno de agua y una salida que a pocos metros hacia abajo se une con varios arroyos que desembocan en el río Valladolid. Está cubierto por un bosque húmedo musgoso que la mayor parte del tiempo está cubierto de neblina, pero en temporada de verano es un verdadero encanto. Su rango altitudinal es de 10°C a 12 °C. La flora existente en el lugar es: arbustos pequeños, líquenes, musgo, etc. Dentro de las especies de fauna, en raras ocasiones se puede presenciar al yaguarundi. La laguna tiene gran importancia para el Parque Nacional Yacuri porque forma parte de la ruta a visitar y también para la comunidad de Valladolid por ser un sitio turístico para los visitantes extranjeros. Es un atractivo representativo de las altas montañas, rodeada de bosque primario, fuente hídrica para la fauna del lugar y las comunidades aledañas, además de tener una vista impresionante como mirador. El paisaje que rodea la laguna es único y aunque el frío y el viento es fuerte se siente y se respira aire puro y libertad extrema. La felicidad de formar parte de la

naturaleza genera momentos inolvidables
Actividades Turísticas - Camping - Fotografía - Senderismo - Caminata
Recomendaciones turísticas - Llevar ropa abrigada e impermeable - Levar GPS - Levar cámara fotográfica - Llevar refrigerio y/o bebidas calientes - Se puede acampar solo en temporada de verano. - No acceder en temporada de lluvia. - Acceder con guía

Fuente: *Investigación de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Tabla 21 Ficha resumen del atractivo Laguna del Oso

Nombre del atractivo:		**Jerarquía:**
Laguna El Oso		II
Categoría:	**Tipo:**	**Subtipo:**
Atractivos Naturales	Ambiente Lacustre	Laguna
Provincia:	**Cantón:**	**Localidad:**
Zamora Chinchipe	Palanda	Límite entre PNY y Reserva Tapichalaca

Fuente: Visita al atractivo

Ubicación:

Se encuentra a 4 horas del cuarto eje vial. Tiene la entrada en el sector Ventanillas, sendero el Tapir de la Reserva Tapichalaca.

Georreferenciación:

Altitud: 3.398 m.s.n.m

Latitud (X): 0703032

Longitud (Y): 9504834

Características

La Laguna del Oso tiene un diámetro de 35 metros aproximadamente, se puede divisar la transparencia del agua y caminar alrededor por sus firmes orillas. Su nombre se debe a la presencia de osos en el lugar. Su rango altitudinal varía desde 10°C a 12°C. La mayor parte del tiempo está cubierto de neblina, su clima es frío y el páramo es constante, pero en temporada de verano (septiembre, octubre y noviembre) es un lugar digno de visitar para los amantes del senderismo, camping y fotógrafos de paisajes.

La flora existente en el lugar es: arbustos pequeños, líquenes, musgo, paja, plantas de tuna, etc. Dentro de las especies de fauna están los osos andinos, en raras ocasiones se ha divisado pumas y venados. La laguna tiene gran importancia para la Reserva Tapichalaca debido al hábitat que favorece a los osos y otras especies de fauna. Además, queda cerca al sendero del tapir y las pavas que posee la Reserva. Su distancia es corta y la accesibilidad hasta la laguna es buena. Es un atractivo representativo que le da realce a la Reserva y a la diversidad turística y natural de la parroquia Valladolid.

Su paisaje es majestuoso para fotografiar, disfrutar del aire puro y freso, de conocer

las bondades la naturaleza y vivir momentos inolvidables con una libertad extrema
Actividades Turísticas - Camping - Fotografía - Senderismo - Caminata
Recomendaciones turísticas - Llevar ropa abrigada e impermeable - Llevar cámara fotográfica - Levar GPS - Llevar refrigerio y/o bebidas calientes - Se puede acampar solo en temporada de verano. - No acceder en temporada de lluvia. - Acceder con personas conocedoras del lugar

Fuente: *Investigación de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Tabla 22 *Ficha resumen del atractivo Cascada Fátima 1*

Nombre del atractivo:		**Jerarquía:**
Cascada Fátima 1		II
Categoría:	**Tipo:**	**Subtipo:**
Atractivos Naturales	Río	Cascada
Provincia:	**Cantón:**	**Localidad:**
Zamora Chinchipe	Palanda	Barrio Fátima – Parroquia Valladolid

Fuente: Visita al atractivo

Ubicación:

Se encuentra en el sector de Fátima a 26km del centro de la parroquia Valladolid, en vía de pavimento desde el centro urbano a la visera hay 4km y desde la visera a la cascada hay 22.12 km en vía de tercer orden.

Georreferenciación:

Altitud: 1.518 m.s.n.m.

Latitud (X): 0702667

Longitud (Y): 9491649

Características

La primera Cascada de Fátima, es un atractivo natural formado por una caída de agua de aproximadamente 20 metros de altura. Se ubica a 53 minutos desde el centro de la parroquia Valladolid, su nombre se debe a que está ubicada en el barrio Fátima y es la primera cascada a visitar. Su rango altitudinal es de 16°C. En temporada de verano (agosto, septiembre, octubre y noviembre) la cascada no posee gran cantidad de agua, pero en invierno o después algunos días de lluvia se puede presenciar la majestuosidad de su caudal y la belleza de la misma. Se encuentra a orillas de la vía, su alrededor se mantiene conservado, con caminos descubiertos, con una mini cabaña para cocinar en leña, compartir con amigos y relajarse.

La flora existente en el lugar es: árboles de balsa, cetropias, higuerones, arbustos pequeños, plantas ornamentales de campo, etc. Dentro de las especies de fauna está: quetzal cabecidorado (Golden headed Quetzal), quetzal crestado (Crested Quetzal), urraca inca (Inca Jay), gallo de la peña andino (Andean Cock of the Rock), tangara paraíso (Paradise Tanager). La cascada tiene gran importancia para el barrio Fátima, la parroquia Valladolid y el cantón Palanda, este último la promociona a nivel cantonal y le da mantenimiento a la cabaña y a la limpieza de maleza en el lugar. Es un atractivo representativo que complementa la diversidad turística y natural de la parroquia Valladolid. Su paisaje es majestuoso para sesiones fotográficas, disfrutar tiempo con familia y amigos, de conocer las bondades la naturaleza y vivir momentos inolvidables con una libertad extrema.
Actividades Turísticas - Cocinar en leña - Camping - Fotografía - Avistamiento de aves
Recomendaciones turísticas - Llevar ropa adecuada para campo - Repelente, protector solar, gorra o sombrero - Llevar binoculares y cámara - Refrigerio y bebidas al ambiente - Levar carpa (en caso de acampar) - No acampar en temporada de lluvia. - Llevar comida para cocinar en leña - Llevar ropa para bañarse

Fuente*: Investigación de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Tabla 23 Ficha resumen del atractivo Cascada Fátima 2

Nombre del atractivo:		**Jerarquía:**
Cascada Fátima 2		II
Categoría:	**Tipo:**	**Subtipo:**
Atractivos Naturales	Río	Cascada
Provincia:	**Cantón:**	**Localidad:**
Zamora Chinchipe	Palanda	Barrio Fátima – Parroquia Valladolid

Fuente: Visita al atractivo

Ubicación:

Se encuentra en el sector de Fátima a 25.8 km del centro de la parroquia Valladolid, en vía de pavimento desde el centro urbano a la visera hay 4km y desde la visera a la cascada hay 21.9 km en vía de lastre.

Georreferenciación:

Altitud: 1.529 m.s.n.m.

Latitud (X): 0702744

Longitud (Y): 9491672

Características

La segunda Cascada de Fátima, es un atractivo natural formado por dos caídas de agua de aproximadamente 20 metros de altura la primera y 10 metros la segunda. Se ubica a 50 minutos desde el centro de la parroquia Valladolid, su nombre se debe a que está ubicada en el barrio Fátima y es la segunda cascada a visitar. Su rango altitudinal es de 16°C. En temporada de verano (agosto, septiembre, octubre y noviembre) la cascada no posee gran cantidad de agua, pero en invierno o después algunos días de lluvia se puede presenciar la majestuosidad de su caudal y la belleza de la misma. Se encuentra a 5 minutos de la orilla de la vía, su alrededor se mantiene conservado, con sendero accesible hasta la segunda caída de agua y un pequeño camino para la primera caída.

El bosque primario que rodea el lugar tiene gran variedad de flora como: balsa, cetropias, higuerones, arbustos pequeños, plantas ornamentales de campo, etc. Dentro de las especies de fauna está: quetzal cabecidorado (Golden headed Quetzal), quetzal crestado (Crested Quetzal), urraca inca (Inca Jay), gallo de la peña andino (Andean Cock of the Rock), tangara paraíso (Paradise Tanager). La cascada tiene gran importancia para el barrio Fátima, la parroquia Valladolid y el cantón Palanda, este último la promociona a nivel cantonal al igual que la primera y le da mantenimiento al sendero y limpia la maleza en el lugar. Además, es un atractivo representativo que complementa la diversidad turística y natural de la parroquia Valladolid. Su paisaje es majestuoso para fotografiar, disfrutar tiempo con familia y amigos, de conocer las bondades, la naturaleza y vivir momentos inolvidables con una libertad extrema.
Actividades Turísticas - Senderismo - Fotografía - Avistamiento de aves - Caminata
Recomendaciones turísticas - Llevar ropa adecuada para caminar - Repelente, protector solar, gorra o sombrero - Llevar binoculares y cámara - Refrigerio y bebidas al ambiente

Fuente*: Investigación de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Tabla 24 Ficha resumen del atractivo turístico Cascada Santa Elena

Nombre del atractivo:		**Jerarquía:**
Cascada Santa Elena		II
Categoría:	**Tipo:**	**Subtipo:**
Atractivos Naturales	Río	Cascada
Provincia:	**Cantón:**	**Localidad:**
Zamora Chinchipe	Palanda	Sector Crucero – Parroquia Valladolid

Fuente: Visita al atractivo

Ubicación:

Se encuentra en el sector de Santa Elena - Crucero a 4 km del centro de la parroquia Valladolid, en vía de pavimento desde el centro a la visera hay 2 km y desde la visera a la cascada hay 2 km en vía de tercer orden.

Georreferenciación:

Altitud: 1.523 m.s.n.m.

Latitud (X): 0706250

Longitud (Y): 9491877

Características
La Cascada Santa Elena, es un atractivo natural formado por una caída de agua de aproximadamente 10 metros de altura. Está a orilla de la vía y su nombre se debe a que está ubicada en el barrio Santa Elena. Su rango altitudinal es de 18°C. En temporada de verano (agosto, septiembre, octubre y noviembre) la cascada no posee gran cantidad de agua, pero en invierno o después algunos días de lluvia se puede presenciar la majestuosidad de su caudal y la belleza de la misma. Su alrededor se mantiene conservado y su acceso es libre. El bosque primario que rodea el lugar tiene gran variedad de flora como: balsa, cetropias, higuerones, arbustos pequeños, plantas ornamentales de campo, etc. Dentro de las especies de fauna está: gallinazo negro (Black Vulture), águila andina (Black and chesnut eagle), cuclillo crespín (Striped Cockoo), quetzal cabecidorado (Golden headed Quetzal), quetzal crestado (Crested Quetzal), urraca inca (Inca Jay), gallo de la peña andino (Andean Cock of the Rock), tangara paraíso (Paradise Tanager), Elanio Muslirrufo (Rofous thighed Kite). La cascada tiene gran importancia para la parroquia Valladolid debido a su cercanía, la gran variedad de aves y nidos de gallo de la peña andino (Andean Cock of the Rock). Además, es un atractivo representativo que complementa la diversidad turística y natural de la parroquia Valladolid. Su paisaje es majestuoso para fotografiar, disfrutar tiempo con familia y amigos, de conocer las bondades la naturaleza y vivir momentos inolvidables con una libertad extrema.
Actividades Turísticas - Observación de flora y fauna - Fotografía - Avistamiento de aves - Caminata
Recomendaciones turísticas: - Llevar ropa adecuada para caminar - Repelente, protector solar, gorra o sombrero - Llevar binoculares y cámara - Refrigerio y bebidas al ambiente

Fuente*: Investigación de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Tabla 25 Ficha resumen del atractivo Cascada Salto del Ángel

Nombre del atractivo:		**Jerarquía:**
Cascada Salto del Ángel		II
Categoría:	**Tipo:**	**Subtipo:**
Atractivos Naturales	Río	Cascada
Provincia:	**Cantón:**	**Localidad:**
Zamora Chinchipe	Palanda	Sector Santa Elena – Parroquia Valladolid

Fuente: Visita al atractivo

Ubicación:

Se encuentra en el sector de Santa Elena – Crucero a 4 km del centro de la parroquia Valladolid, en vía de pavimento desde el centro a la visera hay 2km y desde la visera a la cascada hay 2 km en vía de tercer orden. Se camina 10 minutos hasta llegar a la cascada.

Georreferenciación:

Altitud: 1.534 m.s.n.m.

Latitud (X): 0706254
Longitud (Y): 9491889

Características
La Cascada Salto del Ángel, es un atractivo natural formado por una caída de agua de aproximadamente 12 metros de altura. En temporada de verano (agosto, septiembre, octubre y noviembre) la cascada no posee gran cantidad de agua, pero en invierno o después algunos días de lluvia se puede presenciar la majestuosidad de su caudal y la belleza de la misma. Su alrededor se mantiene conservado y su acceso es libre. El bosque primario que rodea el lugar tiene gran variedad de flora como: balsa, cetropias, higuerones, arbustos pequeños, plantas ornamentales de campo, etc. Dentro de las especies de fauna está: gallinazo negro (Black Vulture), águila andina (Black and chesnut eagle), cuclillo crespín (Striped Cockoo), quetzal cabecidorado (Golden headed Quetzal), quetzal crestado (Crested Quetzal), urraca inca (Inca Jay), gallo de la peña andino (Andean Cock of the Rock), tangara paraíso (Paradise Tanager), Elanio Muslirrufo (Rofous thighed Kite). La cascada tiene gran importancia para la parroquia Valladolid debido a su cercanía, sus aguas cristalinas. Además, es un atractivo representativo que complementa la diversidad turística y natural de la parroquia Valladolid. Su paisaje es majestuoso para fotografiar, disfrutar tiempo con familia y amigos, de conocer las bondades la naturaleza y vivir momentos inolvidables con una libertad extrema.
Actividades Turísticas - Senderismo - Fotografía - Avistamiento de aves - Caminata
Recomendaciones turísticas: - Llevar ropa adecuada para caminar - Repelente, protector solar, gorra o sombrero - Llevar binoculares y cámara - Refrigerio y bebidas al ambiente - Llevar ropa para bañarse

Fuente: *Investigación de campo*

Elaboración*: Leidi Castillo*

Tabla 26 Ficha resumen del atractivo Cascada Cabellera de la Virgen

Nombre del atractivo:		**Jerarquía:**
Cascada Cabellera de la Virgen		II
Categoría:	**Tipo:**	**Subtipo:**
Atractivos Naturales	Río	Cascada
Provincia:	**Cantón:**	**Localidad:**
Zamora Chinchipe	Palanda	Sector La Florida – Parroquia Valladolid

Fuente: Visita al atractivo

Ubicación:

Se encuentra en el sector de La Florida – Crucero a 3 km del centro de la parroquia Valladolid, en vía de pavimento desde el centro a la visera hay 2 km y desde la visera al lugar de entrada (finca del Sr. Fredy Ramón) hay 800 m (40 minutos) por camino de herradura. Se camina 45 minutos por potreros de la finca para llegar al sitio.

Georreferenciación:

Altitud: 1.542 m.s.n.m.

Latitud (X): 0706254

Longitud (Y): 9491889

Características
La Cascada Cabellera de la Virgen, es un atractivo natural formado por una caída de agua de aproximadamente 100 metros de altura. Se ubica a 45 minutos desde la vía y a 20 minutos desde el centro de la parroquia, su nombre se debe a su gran altura y al ser única en la parroquia lleva el nombre de cabellera de la Virgen por ser la Virgen de Fátima la patrona del Santuario de la parroquia de Valladolid. Su rango altitudinal es de 18°C. En temporada de verano (agosto, septiembre, octubre y noviembre) la cascada no posee gran cantidad de agua, pero en invierno o después algunos días de lluvia se puede presenciar la majestuosidad de su caudal y la belleza de la misma. Su alrededor se mantiene conservado, aunque esté dentro de una finca ganadera y su acceso sea privado. El bosque primario que rodea el lugar tiene gran variedad de flora como: arrayán, balsa, cetropias, higuerones, yamilas, arbustos pequeños, plantas ornamentales de campo, etc. Dentro de las especies de fauna está: gallinazo negro (Black Vulture), águila andina (Black and chesnut eagle), cuclillo crespín (Striped Cockoo), quetzal cabecidorado (Golden headed Quetzal), urraca inca (Inca Jay), gallo de la peña andino (Andean Cock of the Rock), tangara paraíso (Paradise Tanager), Elanio Muslirrufo (Rofous thighed Kite). La cascada tiene gran importancia para la parroquia Valladolid debido a su gran altura, su cercanía al centro de la parroquia y aunque no se ha promocionado el propietario del lugar está considerando su adecuación para una futura promoción
Actividades Turísticas - Senderismo - Fotografía - Avistamiento de aves - Caminata
Recomendaciones turísticas: - Llevar ropa adecuada para caminar - Repelente, protector solar, gorra o sombrero - Llevar binoculares y cámara - Refrigerio y bebidas al ambiente - Llevar ropa para bañarse

Fuente: *Investigación de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Tabla 27 Ficha resumen del atractivo Cascada La Escondida

Nombre del atractivo:		**Jerarquía:**
Cascada La Escondida		II
Categoría:	**Tipo:**	**Subtipo:**
Atractivos Naturales	Río	Cascada
Provincia:	**Cantón:**	**Localidad:**
Zamora Chinchipe	Palanda	Sector La Florida – Parroquia Valladolid

Fuente: Visita al atractivo

Ubicación:

Se encuentra en el sector de La Florida – Crucero a 3 km del centro de la parroquia Valladolid, en vía de pavimento desde el centro a la visera hay 2 km y desde la visera al lugar de entrada (finca del Sr. Fredy Ramón) hay 800 m en vía de lastre. Se camina 45 minutos por potreros de la finca para llegar al sitio.

Georreferenciación:

Altitud: 1.646 m.s.n.m

Latitud (X): 0706187

Longitud (Y): 9492715

Características
La Cascada La Escondida, es un atractivo natural formado por dos caídas de agua, la primera de aproximadamente 15 metros de altura y la segunda de 5 metros. Se encuentra a 10 minutos desde la Cascada Cabellera de La Virgen. Su nombre es por estar escondida en la naturaleza y por el sonido se guía hasta llegar a verla. Su rango altitudinal es de 18°C. Su nombre es por estar escondida en la naturaleza y por el sonido que guía para encontrarla. Está rodeada de bosque primario y pureza de sus aguas. Su alrededor se mantiene conservado, aunque esté dentro de una finca ganadera y su acceso sea privado. El bosque primario que rodea el lugar tiene gran variedad de flora como: arrayán, balsa, cetropias, higuerones, yamilas, arbustos pequeños, plantas ornamentales de campo, merkeron, etc. Dentro de las especies de fauna está: gallinazo negro (Black Vulture), águila andina (Black and chesnut eagle), cuclillo crespín (Striped Cockoo), quetzal cabecidorado (Golden headed Quetzal), urraca inca (Inca Jay), gallo de la peña andino (Andean Cock of the Rock), tangara paraíso (Paradise Tanager), Elanio Muslirrufo (Rofous thighed Kite). La cascada tiene gran importancia para la parroquia Valladolid debido sus características únicas, su cercanía al centro de la parroquia y aunque no se ha promocionado el propietario del lugar está considerando su adecuación para una futura promoción. Además, es un atractivo representativo con un paisaje majestuoso para fotografiar, disfrutar tiempo con familia y amigos, de conocer las bondades de la naturaleza y vivir momentos inolvidables con una libertad extrema
Actividades Turísticas - Senderismo - Fotografía - Caminata
Recomendaciones turísticas - Llevar ropa adecuada para caminar - Repelente, protector solar, gorra o sombrero - Llevar binoculares y cámara - Refrigerio y bebidas al ambiente - Acceder con guía

Fuente: *Investigación de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Tabla 28 Ficha resumen del atractivo Cascada Nanchima 1

Nombre del atractivo:		**Jerarquía:**
Cascada Nanchima 1		II
Categoría:	**Tipo:**	**Subtipo:**
Atractivos Naturales	Río	Cascada
Provincia:	**Cantón:**	**Localidad:**
Zamora Chinchipe	Palanda	Barrio Nanchima – Valladolid

Fuente: Visita al atractivo

Ubicación:

Se encuentra en el sector de Nanchima a 1km del centro de la parroquia Valladolid. Desde la vía de pavimento se camina 20 minutos hasta llegar al lugar. Se guía por la señalética existente en el lugar.

Georreferenciación:

Altitud: 1.673 m.s.n.m.

Latitud (X): 0705904

Longitud (Y): 9494441

Características
La Cascada Nanchima 1, es un atractivo natural formado por una caída de agua de aproximadamente 25 metros de altura. Se encuentra a 30 minutos desde el centro de la parroquia Valladolid. Es la primera de todas las cascadas del Circuito Nanchima, su rango altitudinal es de 15°C. En invierno o después algunos días de lluvia se debe tener cuidado al llegar debido a su fuerte caudal. Su alrededor se mantiene conservado, está dentro de una finca ganadera pero su acceso es libre. El bosque primario que rodea el lugar tiene gran variedad de flora como: platanillos, sangos, arrayán, balsa, cetropias, higuerones, yamilas, arbustos pequeños, plantas ornamentales de campo, etc. Dentro de las especies de fauna está: gallinazo negro (Black Vulture), águila andina (Black and chesnut eagle), cuclillo crespín (Striped Cockoo), quetzal cabecidorado (Golden headed Quetzal), urraca inca (Inca Jay), gallo de la peña andino (Andean Cock of the Rock), tangara paraíso (Paradise Tanager), Elanio Muslirrufo (Rofous thighed Kite). La cascada tiene gran importancia para la parroquia Valladolid debido la gran cantidad de visitas y su cercanía al centro de la parroquia. Actualmente está siendo promocionada por parte del GAD parroquial Valladolid en redes sociales y algunas publicaciones del GAD cantonal Palanda. Además, es un atractivo representativo con un paisaje majestuoso para fotografiar, disfrutar tiempo con familia y amigos, de conocer las bondades la naturaleza y vivir momentos inolvidables con una libertad extrema.
Actividades Turísticas - Senderismo - Observación de aves - Fotografía - Caminata - Apta para bañarse
Recomendaciones turísticas - Llevar ropa adecuada para caminar - Repelente, protector solar, gorra o sombrero - Llevar binoculares y cámara - Refrigerio y bebidas al ambiente - Llevar ropa para bañarse - Acampar solo en temporada de verano

Fuente: *Investigación de campo*
Elaboración*: Leidi Castillo*

Tabla 29 Ficha resumen del atractivo Cascada Nanchima 2

Nombre del atractivo:		**Jerarquía:**
Cascada Nanchima 2		II
Categoría:	**Tipo:**	**Subtipo:**
Atractivos Naturales	Río	Cascada
Provincia:	**Cantón:**	**Localidad:**
Zamora Chinchipe	Palanda	Barrio Nanchima - Valladolid

Fuente: Visita al atractivo

Ubicación:

Se encuentra en el sector de Nanchima a 1km del centro de la parroquia Valladolid. Desde la vía de pavimento se camina 40 minutos hasta llegar al lugar.

Georreferenciación:

Altitud: 1.732 m.s.n.m.

Latitud: 0705652

Longitud: 9494230

Características
La Cascada Nanchima 2, es un atractivo natural formado por una caída de agua de aproximadamente 10 metros de altura. Se encuentra a 40 minutos desde el centro de la parroquia Valladolid y a 20 minutos de la Cascada 1. Es la segunda cascada de la Quebrada Nanchima, su rango altitudinal es de 15°C. Es muy visitada por las familias y grupos de amigos, en invierno o después algunos días de lluvia se debe tener cuidado al llegar debido a su fuerte caudal. Su alrededor se mantiene conservado, está dentro de una finca ganadera pero su acceso es libre. Dentro de las especies de fauna está: gallinazo negro (Black Vulture), águila andina (Black and chesnut eagle), cuclillo crespín (Striped Cockoo), quetzal cabecidorado (Golden headed Quetzal), urraca inca (Inca Jay), gallo de la peña andino (Andean Cock of the Rock), tangara paraíso (Paradise Tanager), Elanio Muslirrufo (Rofous thighed Kite). La cascada tiene gran importancia para la parroquia Valladolid debido la gran cantidad de visitas y su cercanía al centro de la parroquia. Además, es un atractivo representativo con un paisaje majestuoso para fotografiar, disfrutar tiempo con familia y amigos, de conocer las bondades la naturaleza y vivir momentos inolvidables con una libertad extrema.
Actividades Turísticas - Senderismo - Observación de aves - Fotografía - Caminata - Apta para bañarse
Recomendaciones turísticas - Llevar ropa adecuada para caminar - Repelente, protector solar, gorra o sombrero - Llevar binoculares y cámara - Refrigerio y bebidas al ambiente

Fuente: *Investigación de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Tabla 30. Ficha resumen del atractivo Cascada Cinclo Gorripardo

Nombre del atractivo:		**Jerarquía:**
Cascada Cinclo Gorripardo		II
Categoría:	**Tipo:**	**Subtipo:**
Atractivos Naturales	Río	Cascada
Provincia:	**Cantón:**	**Localidad:**
Zamora Chinchipe	Palanda	Valladolid

Fuente: Visita al atractivo

Ubicación:

Se encuentra en el sector de Nanchima a 1km y medio del centro de la parroquia Valladolid. desde la vía de pavimento se camina 1 hora hasta llegar al lugar.

Georreferenciación:

Altitud: 1.765 m.s.n.m.

Latitud: 0705290

Longitud: 9494573

Características

La Cascada Cinclo Gorripardo, es un atractivo natural formado por una caída de agua de aproximadamente 30 metros de altura. Su nombre se debe a que en lugar anida el ave Cinclo Gorripardo por ser un lugar propicio para obtener alimento. A pocos metros siguiendo el cauce de la cascada se encuentra un declive de roca por el cual el agua de la cascada se desliza y forma una laguna de 3 metros de diámetro, hace un lugar perfecto para bañarse. Además, es un sitio muy acogedor para los amantes de la fotografía, aventura y para el avistamiento de aves.

Actividades Turísticas
- Observación de aves - Fotografía - Caminata - Apta para bañarse
Recomendaciones turísticas
- Llevar ropa adecuada para caminar - Repelente, protector solar, gorra o sombrero - Llevar binoculares y cámara - Refrigerio y bebidas al ambiente - Acceder con alguien que conozca el lugar

Fuente: *Investigación de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Tabla 31 Ficha resumen del atractivo Ruinas Arqueológicas Pucará del Indio

Nombre del atractivo:		**Jerarquía:**
Ruinas Arqueológicas Pucará del Indio		II
Categoría:	**Tipo:**	**Subtipo:**
Atractivos Naturales	Arquitectura	Área Arqueológica
Provincia:	**Cantón:**	**Localidad:**
Zamora Chinchipe	Palanda	Barrio Río Blanco - Valladolid

Fuente: Visita al atractivo

Ubicación:

Se encuentra en el sector del Barrio Río Blanco a 10 km de distancia y 1 hora del centro de la parroquia Valladolid. Desde la vía al lugar existen 40 minutos por un camino de herradura.

Georreferenciación:

Altitud: 1.696 m.s.n.m.

Latitud: 0698742

Longitud: 9490389

Características

Las Ruinas Arqueológicas Pucará del Indio se encuentran a 40 minutos desde la vía. El propietario del terreno es el Sr. Floresmilo Abad, para visitar el lugar se debe contactar al propietario y solicitar permiso. El sitio lleva ese nombre debido a que en lugar existe un monumento de piedra de la cara de un indio, alrededor hace semejanza a un sitio de adoración compuesto por circunferencias de piedra que se lo relaciona con un centro importante de los incas. Tiene una temperatura de 15°C. Además, el lugar se ubica en una parte alta que lo asemeja a un mirador de todo lo existente alrededor

Actividades Turísticas

- Senderismo
  - Avistamiento de aves
  - Fotografía

Recomendaciones turísticas - Ropa adecuada para caminar - Repelente, protector solar, gorra o sombrero - Llevar binoculares y cámara - Refrigerio - Acceder con personas que conozcan el lugar y con autorización del propietario.

Fuente: *Investigación de campo*

Elaboración*: Leidi Castillo*

Tabla 32. Ficha resumen del atractivo Reserva Tapichalaca

Nombre del atractivo:		**Jerarquía:**
Reserva Tapichalaca		II
Categoría:	**Tipo:**	**Subtipo:**
Atractivos Naturales	Bosques	Húmedo Tropical
Provincia:	**Cantón:**	**Localidad:**
Zamora Chinchipe	Palanda	Tapichalaca – Valladolid

Fuente: Visita al atractivo

Ubicación:

Se encuentra en el sector de Tapichalaca a 5km del centro de la parroquia y 20 minutos de distancia. Viniendo desde Yangana a mano izquierda a pocos metros de la Cruz del Soldado.

Georreferenciación:

Altura: 2.482 m.s.n.m.

Latitud: 0707243

Longitud: 9502859

Características

La Reserva Tapichalaca es una de las 16 reservas que conforman la Fundación Jocotoco la cual fue creada en 1998 para conservar la Grallaria Rigdelyi (en peligro de extinción). Posee grandes hectáreas de terrero destinadas a la reforestación y conservación de bosque primario mismas que permiten mejorar la calidad del hábitat de gran variedad de flora y fauna endémica. Este bosque primario posee gran variedad de aves, entre ellos los colibrís que dan la bienvenida al turista. Dentro de la misma se encuentra la Casa Simpson la cual ofrece hospedaje, alimentación, todo manejado a través de reservaciones vía online.
Su temperatura promedio es de 13°C. Actualmente laboran 3 guardaparques los cuales también ofrecen servicio de guianza.

Actividades Turísticas
- Senderismo - Observación de Flora y Fauna - Fotografía - Avistamiento de aves - Picnic - Camping
Recomendaciones turísticas
- Ropa abrigada e impermeable y adecuada para caminar - Repelente, protector solar, gorra o sombrero - Llevar binoculares y cámara - Refrigerio y/o bebidas calientes - Reservar a través de la página web de la reserva - Zapatos de montaña o botas

Fuente: *Investigación de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Tabla 33 Ficha resumen del atractivo Avión El Cóndor

Nombre del atractivo:		**Jerarquía:**
Avión el Cóndor		II
Categoría:	**Tipo:**	**Subtipo:**
Atractivos Naturales	Bosque	Húmedo Tropical
Provincia:	**Cantón:**	**Localidad:**
Zamora Chinchipe	Palanda	Quebrada de los Muertos - Valladolid

Fuente: Visita al atractivo

Ubicación:

Se encuentra en el sector de la Quebrada de los Muertos a 10km del centro de la parroquia Valladolid, 30 minutos aproximadamente. Desde el sector Ventanillas se camina aproximadamente 1 hora hasta llegar al lugar.

Georreferencias:

Altura: 3.331 m.s.n.m.

Latitud: 0703709

Longitud: 9504755

Características

El Avión El Cóndor es un sitio visitado por turistas amantes de la naturaleza, el senderismo, la aventura que desean conocer el lugar del accidente del avión que cubría la ruta Zumba - Catamayo. El accidente dio nombre a un afluente de agua cercano que actualmente es llamada Quebrada de los Muertos (por las víctimas del accidente que cayeron a la quebrada). Durante el camino existen gran variedad de orquídeas y fauna. Su altura permite observar la naturaleza y áreas verdes de la parte más baja. Su temperatura promedio es de 12°C.

Actividades Turísticas

- Senderismo
  - Observación de Flora y Fauna
  - Fotografía
  - Camping

Recomendaciones turísticas
- Ropa abrigada e impermeable y adecuada para caminar - Repelente, protector solar, gorra o sombrero - Llevar binoculares y cámara - Refrigerio y/o bebidas calientes - Ingresar en temporada de verano - Acceder con personas que conozcan el lugar

Fuente: *Investigación de campo*

Elaboración*: Leidi Castillo*

Tabla 34 Ficha resumen del atractivo Quinta Vergara

Nombre del atractivo:		**Jerarquía:**
Quinta Vergara		II
Categoría:	**Tipo:**	**Subtipo:**
Atractivos Naturales	Bosques	Húmedo Tropical
Provincia:	**Cantón:**	**Localidad:**
Zamora Chinchipe	Palanda	Valladolid

Fuente: Visita al atractivo

Ubicación:

Su entrada a 500 metros desde el mercado de la parroquia, vía a Palanda. Desde la vía de pavimento se camina 20 minutos por el sendero que conduce el lugar.

Georreferenciación:

Altitud: 1.791 m.s.n.m.

Latitud: 0706082

Longitud: 9496438

Características

La Quinta Vergara es un sitio de conservación y refugio de gran variedad de especies de aves como colibríes y el perico pechiblanco. Su propietario cultiva plantas que sirvan de alimentos para las aves y reconstrucción de hábitat. Actualmente ya ofrece el avistamiento de aves y lleva un registro de todas las especies del lugar. Además, se encuentra construyendo cabañas y senderos para a un futuro ofrecer el servicio de hospedaje y variedad de actividades en contacto con la naturaleza.

Actividades Turísticas

- Observación de aves
- Fotografía
- Caminata
- Camping

Recomendaciones turísticas
Llevar ropa adecuada para caminar - Repelente, protector solar, gorra o sombrero - Llevar binoculares y cámara - Refrigerio y bebidas al ambiente - Acceder con guía

Fuente: *Investigación de campo*

Elaboración*: Leidi Castillo*

Tabla 35 Ficha resumen del atractivo Santuario "Nuestra Señora de Fátima"

Nombre del atractivo:		**Jerarquía:**
Santuario “Nuestra Señora de Fátima”		II
Categoría:	**Tipo:**	**Subtipo:**
Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Infraestructura Cultural
Provincia:	**Cantón:**	**Localidad:**
Zamora Chinchipe	Palanda	Valladolid

Fuente: Visita al atractivo

Ubicación:

Se ubica en el centro de la parroquia Valladolid, frente al parque central.

Georreferenciación:
Altura: 1.700m.s.n.m.
Latitud: 707090
Longitud: 9496259

Características

El Santuario “Nuestra Señora de Fátima” de Valladolid actualmente es una réplica del Santuario existente en Portugal. Su nombre es debido a la historia de la aparición de la Virgen a los tres pastorcitos. Actualmente se encuentra en remodelación y la gran variedad de actividades que se realiza por el bienestar de la comunidad permiten dar mayor realce al Santuario. Además, es el primero y único Santuario en la provincia de Zamora Chinchipe.

Actividades Turísticas

- Fotografía

Recomendaciones turísticas

- Ropa abrigada
- Llevar cámara

Fuente: *Investigación de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Tabla 36. Ficha resumen del atractivo Cruz del Soldado

Nombre del atractivo:		**Jerarquía:**
Cruz del Soldado		II
Categoría:	**Tipo:**	**Subtipo:**
Manifestaciones Culturales	Acervo Cultural y Popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares
Provincia:	**Cantón:**	**Localidad:**
Zamora Chinchipe	Palanda	Tapichalaca – Valladolid

Fuente: Visita al atractivo

Ubicación:

Se encuentra en el sector de Tapichalaca 2 minutos antes de llegar a la Reserva Tapichalaca, está a 5 km y a 22 minutos desde el centro de la parroquia Valladolid.

Georreferenciación:

Altura: 2.500 m.s.n.m.

Latitud: 07006972

Longitud: 9502538

Características

La Cruz del Soldado, es un atractivo cultural con una historia muy importante. Esta construcción hace honor al militar Luis Orvi, fallecido el 15 de septiembre de 1959. Cada año los priostes principales: Sr. José Álvarez (Palanda) y Luciano Loján (Valladolid) organizan una misa por su alma. El terreno actualmente pertenece a la Diósesis de Zamora Chinchipe mismo que fue donado por la reserva Tapichalaca. Desde el lugar se puede tener una vista amplia a toda la vegetación que rodea el lugar. La temperatura promedio del lugar es de 13°C.

Actividades Turísticas
- Fotografía
Recomendaciones turísticas
- Ropa abrigada e impermeable - Repelente, protector solar, gorra o sombrero - Llevar cámara

Fuente: *Investigación de campo*

Elaboración*: Leidi Castillo*

Tabla 37 Ficha resumen del atractivo Feria ganadera de la parroquia Valladolid

Nombre del atractivo:		**Jerarquía:**
Feria ganadera de la parroquia Valladolid		II
Categoría:	**Tipo:**	**Subtipo:**
Manifestaciones Culturales	Acervo Cultural y Popular	Ferias y Mercados
Provincia:	**Cantón:**	**Localidad:**
Zamora Chinchipe	Palanda	Valladolid

Fuente: Visita al atractivo

Ubicación:

Se ubica a 10 minutos del centro de la parroquia de Valladolid.
A 800m distancia, en vías de adoquinado y lastre. Detrás del Centro de Salud de la parroquia.

Georreferenciación:

Altura: 1700 m.s.n.m.

Latitud: 707083

Longitud: 9496257

Características

El recinto ferial en donde se desarrolla la mejor Feria Ganadera a nivel de parroquias en la provincia y la segunda a Nivel provincial, da acogida cada mes de mayo a propios y visitantes para la feria de ganado vacuno con ejemplares de razas Gyr, Holstein, Jersey, Gyrolando, Brownswiss, Charolais, Normando, etc. Valladolid es una zona 100% ganadera razón por la cual en estas festividades se desarrollan concursos de mejor producción de leche, mejor ganado de carne, genética pura y estética de los bovinos. Además, se degusta la tradicional leche tigre acompañada de la feria de gastronomía y otras presentaciones.

Actividades Turísticas - Fotografía - Caminata - Degustaciones de gastronomía y bebidas típicas de la parroquia - Exposición de ejemplares vacunos - Exposición y concurso de emprendimientos lácteos
Tipos de Turismo - Turismo de esparcimiento - Turismo cultural
Recomendaciones turísticas - Ropa cómoda - Repelente, protector solar, gorra o sombrero - Llevar cámara

Fuente: *Investigación de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Criterios técnicos sobre turismo en la parroquia Valladolid

Tabla 38 Criterios técnicos de los atractivos de la parroquia Valladolid

Entrevistado	Cargo - Entidad	Criterio técnico
Ing. Ángel Pineda	Administrador de la Reserva Biológica Cerro Plateado - MAATE	El tema turístico de la parroquia Valladolid es muy importante por ello hay varias aristas de interés a tomar en cuenta, entre ellas el apoyo a la inversión privada que es el inicio del desarrollo y los emprendimientos de los ciudadanos, de la mano está la inversión pública que actualmente se viene dando por parte del GAD Valladolid y la oportunidad que brinda a la ciudadanía para establecer esfuerzos y empezar a promocionar turísticamente Valladolid.
Lic. Edgar Carrión	Presidente del GAD parroquial Valladolid	El turismo natural y cultural que posee Valladolid es una maravilla. Sus cascadas, lagunas, reservas de conservación, áreas protegidas que rodean a la comunidad, la feria que es una de las mejores a nivel provincial, además Valladolid posee el único Santuario de la provincia de Zamora. Valladolid tiene todas las maravillas que un turista aventurero busca.
Ing. Byron Puglla	Administrador de la Reserva Tapichalaca, Fundación Jocotoco	Valladolid es una de las parroquias, del cantón Palanda y provincia de Zamora, privilegiada en cuanto a los recursos faunísticos y de turismo. A través de Fundación Jocotoco se viene manejando el ecoturismo con el mantenimiento, conservación y

		protección de la Grallaria Ridgely (ave emblemática de la parroquia), perico pechiblanco. Es importante que la gente se vaya empoderando de las circunstancias ecoturísticas que posee la parroquia. Además, se debe mantener la historia, los vestigios de los asentamientos antiguos existentes en el lugar, la diversidad de flora endémica (orquídeas), calidad de recurso hídrico. Es importante que la población empiece a mejorar su infraestructura, sus servicios turísticos, sea consciente que el turismo genera recursos económicos y adelanto para los pueblos.
Ing. Arturo Jiménez	Director de la Fundación Ecológica Arcoiris	Valladolid es un potencial destino que confluyen varias temáticas entre ellos la calidad de ecosistema con un paisaje natural que forma parte de la cuenca alta del Río Marañón o Río Mayo comúnmente conocido, otro elemento importante son los lugares turísticos naturales, culturales y arqueológicos que conforman una historia única. A ello también suma la gran cantidad de producción y la aplicación de sostenibilidad agrícola y ganadera amigable con el ambiente.

Fuente: *Investigación de campo*

Elaboración*: Leidi Castillo*

6.1.3. Oferta turística

La recolección de información se hizo a través de entrevista y observación directa con informantes claves (propietarios o encargados de los establecimientos) debido a que los establecimientos de alojamiento y restauración existentes no están registrados en el catastro turístico y para ello se utilizó la ficha de inventario de la oferta turística para determinar los servicios de una manera detallada

Alojamiento

En la parroquia existe un establecimiento de alojamiento:

Tabla 39 Ficha de inventario de oferta turística “Pensión Valladolid”

Nombre del negocio: Pensión “Valladolid”	**Ubicación:** Calle Monseñor Jorge Mosquera entre Larreategui y Av. Amazonas
Área ocupada (m2): 60 m2	**Personal contratado:** Ninguno
Descripción de la Infraestructura: **1.** Casa de dos pisos, construida con bloque, ladrillo y cemento **2.** En la parte alta (2do piso) se encuentran las habitaciones, cada habitación con cerámica **3.** La casa aproximadamente tiene 50 años de construida **4.** Posee un pequeño espacio adecuado como mini sala **5.** Posee habitaciones simples y dobles	
Descripción de instalaciones y equipos: **1.** Posee 12 habitaciones en total Cuatro habitaciones dobles, dos de ellas con baño privado Ocho habitaciones sencillas **2.** Una mini sala	
Meses de alta demanda: Febrero, mayo y diciembre	**Meses de baja demanda:** Enero, marzo, abril, junio, julio, agosto, septiembre, octubre y noviembre
Productos/ servicios ofertados: Hospedaje Servicios básicos Información turística	**Forma de Hacer publicidad:** Ninguna

Productos/ servicios	**Precio**	**Capacidad**	**Horarios de atención:**
Hospedaje	$5,00 hab. Sencilla $8,00 con baño privado	20 pax	24 horas
Servicios básicos	Gratis	20 pax	24 horas
Información turística	Gratis	20 pax	6:00 am – 22:00 pm
FOTOGRAFÍA			

Fuente: *Investigación de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Tabla 40. Ficha de Inventario de Oferta Turística de la Casa Simpson

Nombre del negocio: Casa Simpson	**Ubicación:** Vía Panamericana, Sector Cruz del Soldado
Área ocupada (m2): 80 m2	**Personal contratado:** 3 guardaparques 1 cocinera y botón
Descripción de la Infraestructura: **1.** Casa de dos pisos, construida con madera tallada y barnizada. **2.** En la primera plata se encuentran 3 habitaciones dobles. **3.** En la segunda planta se encuentran 5 habitaciones dobles. **4.** Posee 2 cabañas con habitaciones matrimoniales. **5.** La casa tiene una remodelación nueva gracias a donación extranjera. **6.** Posee dos espacios adecuados como mini sala, un comedor con 8 mesas, cada una para 4 personas, un mini bar y balcón para avistamiento de aves. **7.** Posee habitaciones dobles y matrimoniales.	

Descripción de instalaciones y equipos:

1. Posee 10 habitaciones en total

Ocho habitaciones dobles, todas con baño privado, calefacción y Wi-Fi
Dos habitaciones matrimoniales, con baño privado, calefacción y Wi-Fi
2. Posee una mini sala cerca a la chimenea y otra mini sala cerca al comedor para compartir.

3. Posee un minibar que ofrece gran variedad de vinos y bebidas frías.

4. Cuenta con un refrigerador para todo tipo de bebidas.

5. Posee 8 mesas cuadradas apta para 4 comensales cada una.

6. Ventanales grandes y cubierto por finas mallas y vidrio para mayor protección y seguridad.

7. Adornos de las aves de emblema de la Reserva Tapichalaca, elaboradas en madera.

8. Fotografía de los fundadores, investigadores y donantes de la Reserva Tapichalaca.

9. Observación de la Guía de Aves del Ecuador en tamaño ampliado.

10. Escultura en madera del ave emblemática Grallaria Rigdelyi.

11. Fotografías de mamíferos encontrados en el lugar.

12. Mapas geográficos de la existencia de la Fundación Jocotoco en el territorio ecuatoriano.

11. Servicio de café.

Meses de alta demanda:	**Meses de baja demanda:**
Enero, febrero, marzo, abril, mayo, junio, julio, agosto, septiembre, octubre y noviembre diciembre	Ninguno
Productos/ servicios ofertados:	**Forma de Hacer publicidad:**
Hospedaje Restaurante Servicios básicos Información turística Guianza Wi-Fi	Facebook Instagram Página Web
Agua caliente	

Productos/ servicios	**Precio**	**Capacidad**	**Horarios de atención:**
	Turista Nacional $60.00		

Hospedaje	Turista Extranjero $120,00	20 pax	08H00 – 17H00 horas
Restaurante	$5,00	32 pax	08H00 – 19H00 horas
Servicios básicos	Gratis	20 pax	24 horas
Información turística	Gratis	20 pax	6H00 – 19H00
Guianza	$15,00	6 pax/guía	07H00 – 22H00
Wi-Fi	Gratis	General	24 horas
Agua caliente	Gratis	General	24 horas
FOTOGRAFÍA			

Fuente: *Investigación de campo*

Elaboración*: Leidi Castillo*

Restauración

En la parroquia existen seis establecimientos de restauración:

Tabla 41 Ficha de inventario de oferta turística del Restaurante "Ciudad Encantada"

Nombre del negocio: Restaurant “Ciudad Encantada”	**Ubicación:** Calle Larreategui, entre Monseñor Mosquera y San Francisco (frente al parque)
Área ocupada (m2): 18 m2	**Personal contratado:** 1 persona para cocina y 1 persona para servicio
Descripción de la Infraestructura: **1.-** Casa construida el primer piso de cemento y el segundo de madera **2.-** Decoración con caña guadúa **2.-** Cocina amplia con mesas de acero inoxidable **3.-** Cerámica en los pisos **4.-** Restaurante amplio con 6 mesas y capacidad para 24 personas	
Descripción de instalaciones y equipos: **1.-** Restaurante amplio con 6 mesas y 4 sillas por mesa **2.-** Direct TV gratuito	
Meses de alta demanda: Febrero, mayo y diciembre	**Meses de baja demanda:** Enero, marzo, abril, junio, julio agosto, septiembre, octubre, noviembre.
Productos/ servicios ofertados: Desayunos Almuerzos Meriendas Banquetes Platos a la carta Gaseosas	**Forma de Hacer publicidad:** Ninguna

Productos/ servicios	Precio	Capacidad	Horarios de atención:
Desayunos	$ 2,25	24 pax	7:00 am – 20:00 pm
Almuerzos	$ 2,75	24 pax	7:00 am – 20:00 pm
Meriendas	$ 2,25	24 pax	7:00 am – 20:00 pm
Banquetes	$5,00	24 pax	7:00 am – 20:00 pm
Platos a la carta	$12,00	24 pax	7:00 am – 20:00 pm
Gaseosas	$0,25	24 pax	7:00 am – 20:00 pm
FOTOGRAFÍA			

Fuente: *Investigación de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Tabla 42. *Ficha resumen del inventario de oferta turística del Restaurante "Delicias al paso Valladolid"*

Nombre del negocio:	**Ubicación:**
Restaurante Cafetería “Delicias al paso Valladolid”	Calle Larreategui, entre Monseñor Mosquera y San Francisco (frente al parque)
Área ocupada (m2):	**Personal contratado:**
25 m2	2 personas

Descripción de la Infraestructura:

1.- La casa es de 3 pisos, construida con ladrillo y cemento

2.- Su antigüedad data de un poco más de 40 años atrás

4.- Remodelación de pisos con cerámica, mesas metálicas y pintura en las paredes.

5.- prepara en gran cantidad cuando establece contratos

Descripción de instalaciones y equipos:			
1**.-** 7 mesas con 4 sillas cada una **2.-** Especialidad de comida cuando lo solicitan			
Meses de alta demanda: Mayo y diciembre		**Meses de baja demanda:** Enero, febrero, marzo, abril, junio, julio, agosto, septiembre, octubre, noviembre.	
Productos/ servicios ofertados: Cafetería (empanadas de verde, empanadas de harina, bolones, humitas, tamales) Bebidas (café, horchata, jugos de frutas, agua aromática) Desayunos Almuerzos Meriendas Salchipapas Papi pollo		**Forma de Hacer publicidad:** Ninguna	
Productos/ servicios	**Precio**	**Capacidad**	**Horarios de atención:**
1.- Empanadas de verde	$0.50	24 pax	9:00 am - 21:30 pm
2.- Empanados de harina	$0,25	24 pax	9:00 am - 21:30 pm
3.- Bolones	$1.00	24 pax	9:00 am - 21:30 pm
4.- Humitas	$1.00	24 pax	9:00 am - 21:30 pm
5.- Tamales	$1.00	24 pax	9:00 am - 21:30 pm
6.- Café	$1.00	24 pax	9:00 am - 21:30 pm
7.- Horchata	$0.50	24 pax	9:00 am - 21:30 pm
8.- Jugo de frutas	$1.50	24 pax	9:00 am - 21:30 pm
9.- Agua aromática	$0.50	24 pax	9:00 am - 21:30 pm
10.- Almuerzos	$2.50	24 pax	9:00 am - 21:30 pm
11.- Meriendas	$2.50	24 pax	9:00 am - 21:30 pm
12.- Salchipapas	$1.00	24 pax	9:00 am - 21:30 pm
13.- Papi pollo	$ 1,75	24 pax	9:00 am - 21:30 pm
FOTOGRAFÍAS			

Fuente: *Investigación de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Tabla 43. Ficha resumen del inventario de oferta del Restaurante "El Guiso"

Nombre del negocio: Restaurant “El Guiso”	**Ubicación:** Calle Larreátegui, entre Monseñor Mosquera y San Francisco (frente al parque)
Área ocupada (m2): 30 m2	**Personal contratado:** Ninguno
Descripción de la Infraestructura: **1.-** Es una casa de dos pisos, construida con madera de pituca labrada con hacha **2.-** Fue construida hace 80 años aproximadamente **3.-** Cinco mesas y cuatro sillas cada mesa **4.-** Su decoración es con cuadros de espejos, variedad de diseños de madera y plantas ornamentales **5.-** Mesas con manteles blancos	
Descripción de instalaciones y equipos: **1.-** 5 mesas redondas y 1 rectangular **2.-** Cada mesa posee 4 sillas **3.-** Tv Cable **4.-** Música **5.-** Internet **6.-** Local para eventos	

Meses de alta demanda:	**Meses de baja demanda:**
Mayo, junio, julio, agosto, septiembre, octubre, noviembre, diciembre	Enero, febrero, marzo, abril
Productos/ servicios ofertados: Continentales Desayunos Almuerzos Meriendas Banquetes Menú variado Local de eventos	**Forma de Hacer publicidad:** Ninguna

Productos/ servicios	**Precio**	**Capacidad**	**Horarios de atención:**
1.- Desayunos	$2.50	30 pax	6:30 am– 22:00 pm
2.- Almuerzos	$2.75	30 pax	6:30 am– 22:00 pm
3.- Meriendas	$2.75	30 pax	6:30 am– 22:00 pm
4.- Banquetes	$12.00 - $15.00	30 pax	6:30 am– 22:00 pm
5.- Continentales	$3.00	30 pax	6:30 am– 22:00 pm
6.- Menú variado	$3.00	30 pax	6:30 am– 22:00 pm
7.- Local de eventos	Por plato	25 pax	Según reservaciones

FOTOGRAFÍAS

Fuente: *Investigación de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Tabla 44 *Ficha de inventario de oferta turística del Mercado "Ciudad Encantada"*

Nombre del negocio: Puntos de comida del Mercado “Ciudad Encantada”		**Ubicación:** Av. Amazonas y Av. Loja (esquina del semáforo)	
Área ocupada (m2): 35m2		**Personal contratado:** 2 locales de comida, cada local contrata 1 persona	
Descripción de la Infraestructura: **1.-** Fue construido hace 3 años **2.-** Construido con ladrillo y cemento, puertas de acero enrollable, cerámica en los pisos y 14 puestos de venta. En la parte externa 4 locales comerciales. **3.-** Tiene 2 pisos y con posibilidades de construcción			
Descripción de instalaciones y equipos: **1.-** Local de comida 1: posee 3 mesas con un total de 14 sillas **2.-** Local de comida 2: posee 3 mesas con un total de 12 sillas			
Meses de alta demanda: Mayo, diciembre		**Meses de baja demanda:** Enero, febrero, marzo, abril. Junio, julio, agosto, septiembre, octubre, noviembre	
Productos/ servicios ofertados: Desayunos Almuerzos Meriendas		**Forma de hacer publicidad:** Ninguna	
Productos/ servicios	**Precio**	**Capacidad**	**Horarios de atención:**
1.- Desayunos	$2.25	26 pax	7:00 am – 19:00 pm
2.- Almuerzos	$2.50	26 pax	7:00 am – 19:00 pm
3.- Meriendas	$2.50	26 pax	7:00 am – 19:00 pm
FOTOGRAFÍAS			

Fuente: *Investigación de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Tabla 45 *Ficha de inventario de oferta turística del Restaurante "El Mágico Sabor"*

Nombre del negocio: Café - Burguer "Living"	**Ubicación:** Calle Monseñor Jorge Mosquera entre Larreategui y Av. Amazonas
Área ocupada (m2): 12 m2	**Personal contratado:** Ninguno
Descripción de la Infraestructura: **1.-** Posee paredes de ladrillo, el piso es de madera pulida **2.-** Su decoración es con cuadros de pintura y llamativos adornos reciclados. **3.-** El lugar es pequeño pero muy acogedor 4.- El lugar es apto para acoger a 12 personas	
Descripción de instalaciones y equipos: **1.-** Posee 3 mesas, 2 de ellas para dos personas y otra grande para 8 personas, pero también pueden separarse. **2.-** Brinda asesoría sobre tallado y pintura a quien solicite información los cuadros de las paredes.	
Meses de alta demanda: Febrero. mayo, diciembre	**Meses de baja demanda:** Enero, marzo, abril, junio, julio, agosto, septiembre, octubre, noviembre
Productos/ servicios ofertados: Alitas en salsa BBQ	**Forma de hacer publicidad:**

Salchipapas Bolones de queso Bolones de chicharrón Ceviche de camarón Cerveza		A través de Facebook	
Productos/ servicios	**Precio**	**Capacidad**	**Horarios de atención:**
1.- Alitas en salsa BBQ	$4.00	12 pax	7:00 am – 21:00 pm
2.- Salchipapas	$1.50	12 pax	7:00 am – 21:00 pm
3.- Bolones de queso	$1.50	12 pax	7:00 am – 21:00 pm
4.- Bolones de chicharrón	$1.50	12 pax	7:00 am – 21:00 pm
5.- Ceviche de camarón	$3.50	12 pax	7:00 am – 21:00 pm
6.- Cerveza	$2.00	12 pax	7:00 am – 21:00 pm
7.- Café	$0.25	12 pax	7:00 am – 21:00 pm
FOTOGRAFÍAS			

Fuente: *Investigación de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Tabla 46. *Ficha de inventario de oferta turística de la Finca Agroturística "El Manantial"*

Nombre del negocio: Finca Agroturística “El Manantial”	**Ubicación:** Av. Amazonas, vía a Palanda, sector Pueblo Viejo
Área ocupada (m2): 200 m2	**Personal contratado:** Ninguno

Descripción de la Infraestructura:
1.- Posee 5 lagunas, de las cuales 3 son las que ofrecen el servicio de pesca deportiva. **2.-** A la entrada existe un trapiche de madera, el turista siempre es recibido con un vaso de guarapo fresco. **3.-** Al fondo, desde la entrada, se encuentra una cabaña en la cual se prepara los alimentos en el primer piso y se sirve en el segundo piso. **4.-** Las mesas son raíces de árboles y las sillas algunas son de madera y otras de plástico. **5.-** Todo el lugar es seguro, a futuro los propietarios plantean construir más cabañas para poder ofrecer una mejor experiencia. **6.-** La Finca se ubica a orillas de la vía.
Descripción de instalaciones y equipos: **1.-** Posee 4 mesas y 4 sillas por mesa **2.-** Música **3.-** Anzuelos **4.-** Trapiche de mano y a motor **5.-** Adecúa el salón para cualquier evento

Meses de alta demanda:	**Meses de baja demanda:**
Febrero, mayo, junio, julio, agosto, diciembre	Enero, marzo, abril, septiembre, octubre, noviembre
Productos/ servicios ofertados: Tilapia frita Tilapia Asada Camarón Guarapo Banquetes	**Forma de Hacer publicidad:** Ninguna

Productos/ servicios	**Precio**	**Capacidad**	**Horarios de atención:**
1.- Tilapia frita	$5.00	50 pax	Sábados y domingos 10:00 am – 17:00 pm
2.- Tilapia asada	$5.00	50 pax	Sábados y domingos 10:00 am – 17:00 pm
3.- Platos con camarón	$7.00	50 pax	Sábados y domingos 10:00 am – 17:00 pm

4.- Guarapo (jarra)	$2.00	50 pax	Sábados y domingos 10:00 am – 17:00 pm
5.- Banquetes	$10.00	50 pax	Según reservaciones
FOTOGRAFÍA			

Fuente: *Investigación de campo*

Elaboración*: Leidi Castillo*

En la parroquia se construyó un sauna-turco por parte del Sr. Edison Tamayo, mismo que abrió sus puertas al público a inicios del mes de enero y los trabajos de construcción de la casa vacacional aún están previstos terminar para el mes de junio. La construcción del lugar ayuda a ampliar la variedad de actividades a realizar en la parroquia y mejoran la calidad de los servicios turísticos.

Por otra parte, se está construyendo un hotel en la Av. Amazonas, a pocos pasos del Mercado "Ciudad Encantada", su propietario, el Sr. Edgar Vergara inició la construcción en el mes de diciembre del año 2020 y tiene previsto terminar en el mes de octubre del año 2021, su objetivo es brindar calidad de servicios con una infraestructura hotelera cómoda y segura que permitan al turista tener recuerdos gratos de la parroquia Valladolid. Además, aportaría al desarrollo de la parroquia al nivel turístico.

Actividades de ocio

En la parroquia de Valladolid existe un mini coliseo, juegos para niños, cancha de ecuavoly y un mini parque construido en el año 2014. También, existe un estadio y una cancha de cemento en

terrenos de la Unidad Educativa “Valladolid” mismos que pueden ser utilizados cuando sea necesario. Por otra parte, los propietarios de las 2 canchas de ecuavoly privadas brindan al público servicios de bebidas, comida rápida y alquiler de las canchas.

Un lugar donde se puede acudir con la familia y amigos son las riveras de la Quebrada de los Molinos y Rio Valladolid, que en días soleados son los destinos seguros pasar una tarde amena al bañarse en aguas cristalinas y cocinar en leña.

En otras ocasiones se reúnen grupos de amigos y realizan paseos en bicicleta, ya sea para ir a visitar las Cascadas, al conocido Puente Colgante o por compartir experiencias experimentando nuevas rutas.

Transporte

En la parroquia Valladolid la cooperativa de camionetas “Tapichalaca” brinda el servicio de transporte mixto dentro y fuera de la parroquia, su ubicación es en el parque central en la calle San Francisco frente a la iglesia, en el sitio de parqueo su horario de labores comprende desde las 6:00 am hasta las 19:00 pm, pero también prestan el servicio en la noche en caso de solicitarlo.

Además, las cooperativas interprovinciales que ofrecen el servicio de transporte público desde Loja - Valladolid - Palanda – Zumba, son:

Tabla 47*Transporte interprovincial Loja – Valladolid, Palanda, Zumba*

Cooperativa	Horario	Destino
Sur Oriente	5:00 am	Loja – Zumba
	10:00 am	Loja - Palanda
	14:00 pm	Loja - Zumba
	17:30 pm	Loja – Zumba
	21:30 pm	Loja – Zumba
Cariamanga	9:00 am	Loja - Zumba
	12:00 pm	Loja - Zumba
	16:00 pm	Loja - Zumba
	23:00 pm	Loja - Zumba
Yantzaza	21:45 pm	Loja - Zumba
Nambija	13: 00 pm	Loja - Zumba
	24:00 am	Loja – Zumba
Loja	18:45 pm	Loja - Zumba

Fuente: *Investigación de campo*

Elaboración*: Leidi Castillo*

6.1.4. Demanda turística

Para analizar la demanda se determinaron dos factores: demanda actual y patrones de consumo

6.1.4.1. Demanda actual

Para conocer la demanda actual se había propuesto revisar el registro de visitantes de la Reserva Tapichalaca. Al solicitarlo, manifestaron que no existe la posibilidad de revisar el registro físico de visitantes debido a que estos documentos son enviados a Quito como informe semanal y para su acceso se debe solicitar permiso al encargado de la Fundación Jocotoco a nivel Nacional. Es por ello que se entrevistó (Anexo 6) al guía en turno de la Reserva Tapichalaca, el Sr. Diego Velásquez de 43 años de edad quien trabaja desde hace 13 años en la Reserva y manifestó que la Casa Simpson recibe turistas durante todo el año, en temporada alta 30 turistas por mes que normalmente es desde enero a julio y temporada baja 5 por mes que es desde agosto a diciembre. Por la pandemia del COVID-19 la reserva cerró desde el mes de marzo hasta el mes de octubre, ahora atiende con normalidad respetando las medidas de seguridad.

El consumo principal de los turistas es: desayuno (leche, yogurt, jugo, huevos revueltos), almuerzo (cremas, ensaladas, carnes, verduras, café) y de cena (carnes, yuca, plátano, porciones de arroz), bebidas (vino tinto antes y después de las comidas). Gran parte de los visitantes son veganos o vegetarianos, es por eso que el menú de almuerzos y cenas varía todos los días.

La Reserva Tapichalaca posee seis habitaciones dobles, entre ellas 1 matrimonial**.** Para los turistas nacionales el costo de hospedaje es de $50,00 por pareja incluido desayuno, este valor varía según la temporada y promociones existentes, en cambio para los turistas extranjeros el valor es de $145,00 por persona durante todo el año e incluye desayuno, almuerzo y cena. El turista reserva a través de la página web www.jocotoursecuador.com y desde Quito se informa la llegada del número de turistas. Su estadía dura mínimo 2 días y máximo 4 días, la actividad que realizan es Aviturismo. El gasto que generan los turistas a parte de lo cancelado es en bebidas y guías turísticos.

La edad promedio de los turistas es de 45 años en adelante, siendo aproximadamente el 60% hombres y el 40% mujeres. Su nivel de estudio es de tercer nivel (50%) y en otros casos el cuarto nivel (50%), en su mayoría son jubilados. Aproximadamente sus ingresos son mayores a

$1.000,00; son residentes de Estado Unidos, Japón, Alemania, Brasil, el 50% de ellos habla español y el otro 50% utiliza traductores.

Los turistas reportan la calidad de la atención y servicios recibidos a través de las hojas de registro y se envía a Quito a través de la página web de la Reserva.

6.1.4.2. Patrones de consumo

El día viernes 18 hasta el domingo 20 de diciembre en la parroquia de Valladolid se desarrolló el evento denominado “Primer conteo navideño de aves” en donde se conoció. la gran diversidad de fauna existente y además se dieron a conocer diferentes rutas y atractivos de la parroquia. Para determinar los patrones de consumo se aplicó una encuesta a los turistas que visitaron la parroquia en estos días.

6.1.5. Evaluación del Potencial Turístico

La evaluación del potencial consta de dos fases: el análisis de la situación turística existente y el análisis del diagnóstico, mismos que se describen a continuación:

6.1.5.1. Análisis de la situación turística existente:

A continuación, se describen los diferentes análisis que son argumento de la evaluación del potencial turístico de la parroquia Valladolid.

6.1.5.1.1. Análisis de la Oferta Turística

Tras haber realizado la búsqueda de documentación y una investigación de campo se ha determinado la organización de la actividad turística en Valladolid misma que está compuesta por 16 atractivos naturales, 3 atractivos culturales, 6 establecimientos de restauración, 2 establecimientos de alojamiento, 1 cooperativa de transporte mixto y 5 cooperativas interprovinciales que ofrecen el servicio de transporte público, 2 emprendimientos de productos lácteos, 48 especies de flora endémica, 6 especies de flora con valor económico, 8 especies de orquídeas endémicas, 351 especies de aves identificadas en la zona, 7 aves endémicas, 46 especies de mamíferos, 17 mamíferos endémicos, 1 especie de rana endémica. Por otra parte, la parroquia está rodeada de 2 Áreas Protegidas Nacionales, 4 Reservas privadas, 1 Reserva municipal y 1 Reserva parroquial, las entidades como el MAATE y Reserva Biológica Cerro Plateado actúan articuladamente para beneficio de la parroquia. A ello se suma el trabajo del GAD parroquial en la adecuación de senderos, colocación de señalética, talleres sobre aviturismo, apoyo a conteos locales de aves, construcción de la primera etapa del corredor turístico de la Parroquia, desarrollo de talleres de gastronomía para los propietarios de restaurantes y ciudadanía en general y se fortalecen posibilidades de diferentes capacitaciones

vinculadas al turismo. Además, se han unido diferentes instituciones públicas y privadas las cuales tienen como objetivo el desarrollo turístico sostenible de la parroquia y el posicionamiento de actividades anuales que permitan el incremento de turistas a la localidad.

6.1.5.1.2. Análisis de la Demanda Turística

De acuerdo a la investigación (encuesta y entrevista aplicada) y trabajo de campo realizado ha sido posible determinar el perfil de los visitantes, edad, género, ingresos aproximados, residencia habitual, motivación del viaje, sus gustos en materia de alojamiento y restauración, su opinión sobre las diferentes actividades turísticas, satisfacción de los servicios recibidos, temporadas de viaje, gasto medio, nivel de estudios, su principal consumo, medio de información turística del turista, etc. La encuesta fue aplicada al finalizar el evento denominado "I Conteo Navideño de aves" misma que permitió determinar la calidad de oferta turística que ofrece en la actualidad la parroquia, la satisfacción del turista y la perspectiva turística que tuvo cada uno de los participantes, en cambio, la entrevista fue aplicada a la persona de turno en la Reserva Tapichalaca – Fundación Jocotoco que recibe de manera permanente a turistas durante todo el año por lo cual facilitó información sobre los patrones de consumo que consumo del turista y ver que la oferta turística local es desconocida y limitada ya que solo el 20% de información llega al público receptor y diferentes operadores de turismo externos lo cual no beneficia a la economía local actualmente.

6.1.5.1.3. Análisis de la Competencia

Considerando la documentación revisada e investigada y conociendo las ventajas y desventajas del territorio ha sido posible desarrollar una mejor evaluación del potencial y riesgos del propio territorio lo cual permite identificar claramente la competencia. Actualmente, existe gran variedad de publicaciones referentes al Centro arqueológico Santa Ana – La Florida, promoción del café y cacao y sus derivados que van de la mano con la marca y soportes publicitarios ya establecidos. Sin embargo, los grupos turísticos que ofertan servicios de guianza y full day desarrollan su itinerario considerando las bondades turísticas naturales y culturales de la parroquia Valladolid para fortalecer su producto ofertado.

6.1.5.1.4. Análisis de las tendencias de mercado

Es considerable organizar una mesa técnica con los principales interesados en materia de turismo de la localidad para determinar tendencias de la sociedad (tipo de alimentación, tipo de souvenirs de mayor demanda, temporadas de mayor afluencia de turistas, etc.) y cambios perceptibles en la zona (aumento de productos para ofertar) para obtener una línea base de mejoras y posteriormente organizar un debate con los propietarios de los diferentes establecimientos de alojamiento, restauración, emprendimientos y personas que brinden servicios complementarios para delimitar

estrategias que aporten cambios positivos en la parroquia.

6.1.5.2. Análisis del diagnóstico

El diagnóstico, es el resultado del proceso de evaluación del potencial que consiste en un cotejo de los análisis de la oferta, demanda, la competencia y las tendencias, para conocer los puntos fuertes y débiles de territorio, así como las oportunidades y amenazas que servirán para determinar una posición estratégica con éxito para el territorio.

6.1.5.2.1. Análisis de los puntos fuertes y débiles del territorio

- Según el punto de vista del cliente

De acuerdo a la encuesta planteada a los turistas participantes del “I Conteo Navideño de aves” se determinó que como punto fuerte está la gran variedad de riqueza natural y cultural, la gran variedad de flora y fauna, la pureza del líquido vital y la posibilidad del desarrollo de variedad de actividades turísticas en la localidad. Por otra parte, las sugerencias hacen referencia a la falta de establecimientos de alojamiento, falta de organización de eventos o actividades turísticas, mayor publicidad de festividades, promoción de atractivos existentes y la capacitación sobre atención al cliente a los propietarios de los establecimientos de restauración.

- Según el punto de vista de la población

Según la encuesta aplicada a los habitantes de la cabecera parroquial de Valladolid el punto turístico fuerte que ofrece la parroquia son sus cascadas, las aves, las festividades de la parroquia en el mes de mayo, la feria ganadera anual, las costumbres y tradiciones, sin embargo, los puntos débiles es la falta de apoyo para emprendimientos y la falta de organización en la comunidad para gestionar y trabajar con fines turísticos.

- Según el punto de vista de los expertos

Considerando la oferta que posee la parroquia y la competencia existente se puede determinar que los puntos fuertes son: atractivos turísticos naturales y culturales, gran variedad de flora y fauna, emprendimientos, belleza natural y paisajística, áreas de conservación, etc., mientras que la competencia tiene ventaja en promoción, marca, soporte publicitario y organización de las diferentes entidades relacionadas.

6.1.5.2.2. Análisis de las oportunidades y riesgos del territorio

Analizando la competencia, la demanda y las tendencias de mercado se puede determinar que las oportunidades de desarrollar el turismo son la disponibilidad de los profesionales en diferentes áreas que apuestas por el desarrollo del turismo local, la valoración de la oferta existente y l apoyo del GAD parroquial para el desarrollo turístico de la localidad. Por otra parte, las limitantes son la inversión privada, el mejoramiento de servicios de alojamiento y restauración de establecimientos ya existentes, la ausencia de comercialización y la falta nuevas estrategias de comercialización.

6.2. Diseño de una propuesta para el desarrollo de actividades turísticas en la parroquia Valladolid.

Análisis de las encuestas aplicadas a la población de la parroquia Valladolid

Para complementar la información requerida se aplicó una encuesta (Ver Anexo) a la población de la cabecera parroquial para determinar su cultura, tradiciones y su actitud frente al turismo local.

Una vez aplicada la fórmula con los datos correspondientes a la cabecera parroquial y aplicada las 50 encuestas se obtuvieron los siguientes resultados:

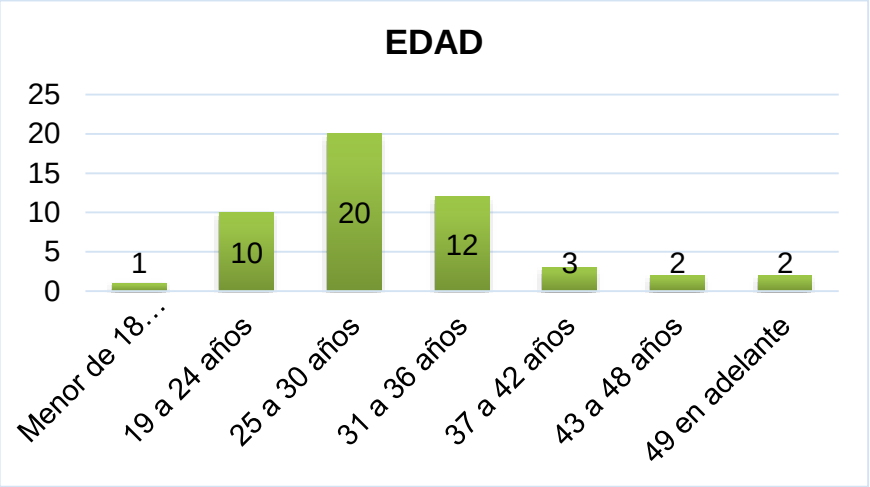
Tabla 48. *Edad de las personas encuestadas*

EDAD	CANTIDAD	PORCENTAJE
Menor de 18 años	1	2%
19 a 24 años	10	20%
25 a 30 años	20	40%
31 a 36 años	12	24%
37 a 42 años	3	6%
43 a 48 años	2	4%
49 en adelante	2	4%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 1. Representación gráfica de edad de personas encuestadas



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

El 2% de las personas encuestadas son menores de 18 años, el 20% poseen entre 19 y 24 años, el 29% están entre 25 y 30 años, el 21% están entre 31 a 36 años, el otro 7% poseen entre 37 y 42 años, el 6% están entre 43 y 48 años y el 7% restante tiene 49 años en adelante. Lo cual indica que las personas de entre 25 y 36 años son mayores y conocen la realidad que vive la parroquia.

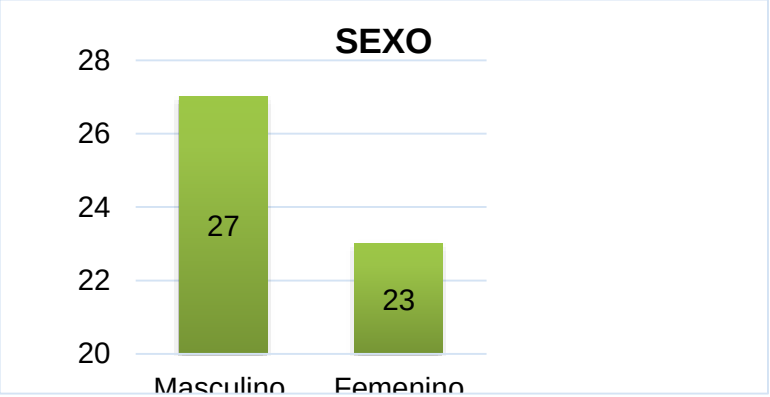
Tabla 49 Sexo de las personas encuestadas

SEXO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Masculino	27	54%
Femenino	23	46%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 2 Representación gráfica del sexo de las personas encuestadas



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

El 54% de personas encuestadas son de sexo masculino y el 46% restante es de sexo femenino.

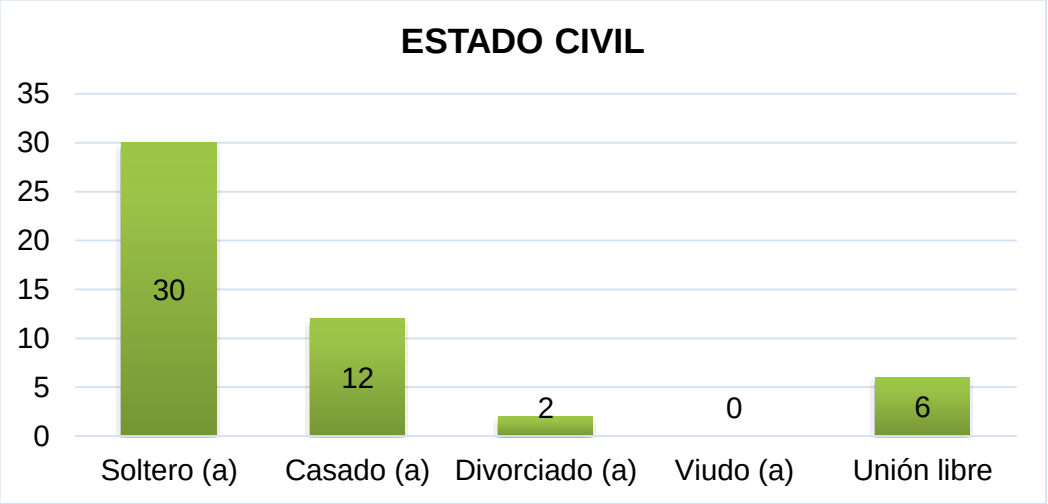
Tabla 50. Estado civil de las personas encuestadas

ESTADO CIVIL	CANTIDAD	PORCENTAJE
Soltero (a)	30	60%
Casado (a)	12	24%
Divorciado (a)	2	4%
Viudo (a)	0	0%
Unión libre	6	12%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 3 Representación gráfica del estado civil de las personas encuestadas



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

Las personas encuestadas en su mayoría son solteros (as) representando un 60% del total, luego están las personas con estado civil casado (a) con el 24%, el 12% siguiente están en unión libre y el 4% restante son divorciados (as). Al estado civil viudo (a) le corresponde el 0%.

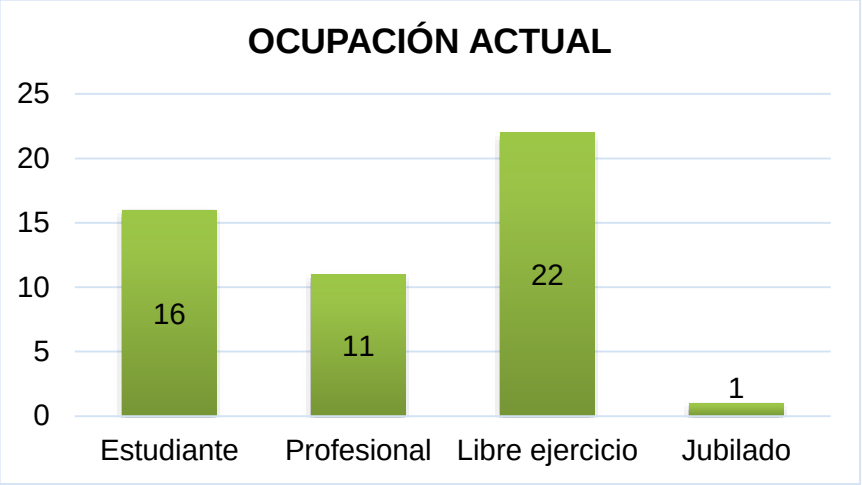
Tabla 51 Ocupación actual de las personas encuestadas

OCUPACIÓN ACTUAL	CANTIDAD	PORCENTAJE
Estudiante	16	32%
Profesional	11	22%
Libre ejercicio	22	44%
Jubilado	1	2%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 4 Representación gráfica de la ocupación actual de las personas encuestadas



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

El 44% de las personas encuestadas trabajan en libre ejercicio, es decir, trabajan a diario como jornaleros, en sus emprendimientos como: tienda, almacén, salones de belleza, fábrica de lácteos, restaurantes y otros tienen contrato para trabajar en ordeño. El 32% siguiente son estudiantes en su mayoría universitarios, además el 22% siguiente son profesionales que trabajan en diferentes instituciones de la parroquia y el cantón. El 2% restante corresponde a jubilado (a).

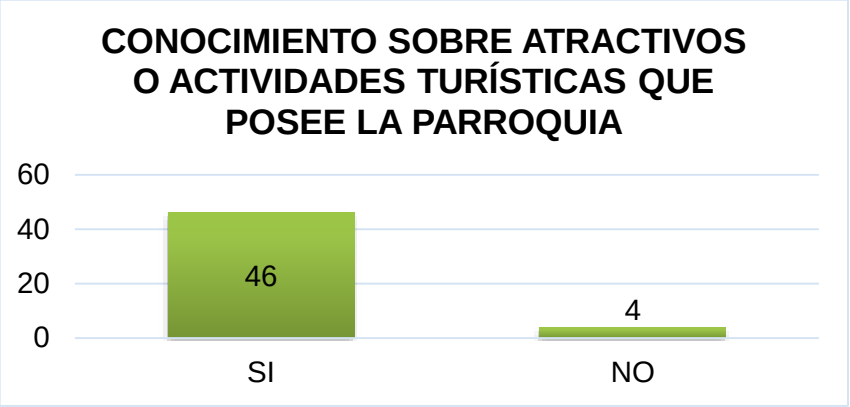
Tabla 52 Conocimiento sobre atractivos o actividades turísticas de la parroquia

Pregunta 1. ¿Tiene conocimiento sobre los atractivos o actividades turísticas que posee la parroquia Valladolid?		
Respuesta	**Cantidad**	**Porcentaje**
SI	46	92%
NO	4	8%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 5 Representación gráfica de los conocimientos sobre atractivos o actividades turísticas de la parroquia



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

El 92% de la población encuestada tiene conocimiento sobre los atractivos o actividades turísticas de la parroquia y el 8% restante no tiene conocimiento de lo que posee la parroquia.

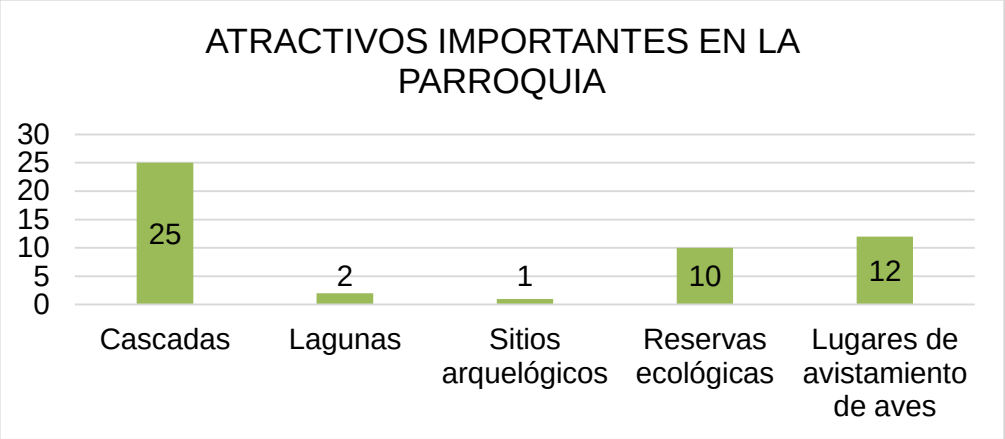
Tabla 53 Atractivos que se consideran importantes en la parroquia

Pregunta 2. ¿Qué atractivos considera usted que son más importantes en la parroquia?		
Respuesta	**Cantidad**	**Porcentaje**
Cascadas	25	50%
Lagunas	2	4%
Sitios arqueológicos	1	2%
Reservas ecológicas	10	20%
Lugares de avistamiento de aves	12	24%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 6 Representación gráfica de los atractivos importantes en la parroquia



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

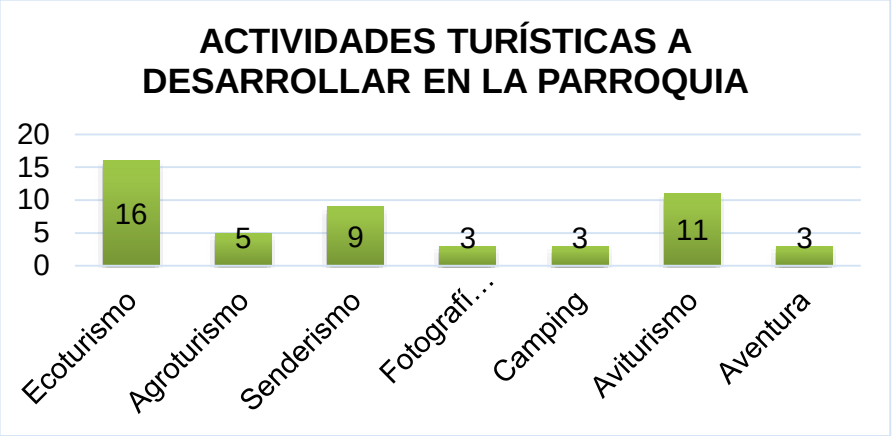
Las personas encuestadas es su mayoría comprendían la edad de 18 a 30 años, por lo tanto, las respuestas a que atractivos consideraban más importantes, mencionaron que eran cascadas, debido a que las actividades al aire libre y actividades de deportes extremos se vincula a la juventud. Así mismo se considera que las personas que mencionaron las zonas arqueológicas ya que sus intereses son exclusivamente de carácter cultural.

Tabla 54. Actividades turísticas que se pueden desarrollar en la parroquia

Pregunta 3. ¿Qué actividades turísticas considera que se pueden desarrollar en la parroquia?		
Respuesta	**Cantidad**	**Porcentaje**
Ecoturismo	16	32%
Agroturismo	5	10%
Senderismo	9	18%
Fotografía rural	3	6%
Camping	3	6%
Aviturismo	11	22%
Aventura	3	6%

Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 7. Representación gráfica de actividades turísticas a desarrollar en la parroquia



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

Del total de las personas encuestadas el 32% considera que el ecoturismo es una actividad que se puede desarrollar en la parroquia, el 22% considera que se puede desarrollar el aviturismo, el 18% siguiente considera que se puede desarrollar senderismo, el 10% siguiente considera la actividad del agroturismo, el 6% siguiente considera la actividad de la fotografía rural, el otro 6% considera la actividad de camping y el 6% restante considera las actividades de aventura.

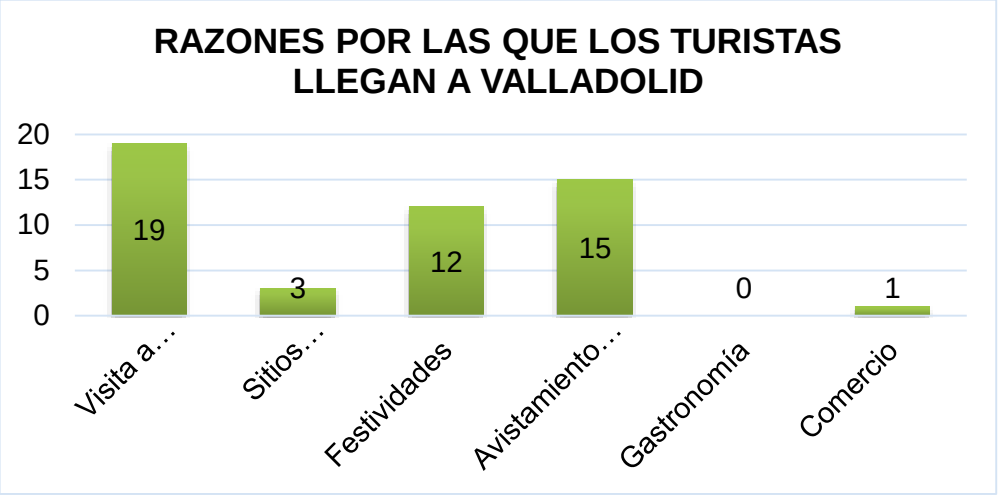
Tabla 55. Razones por las que los turistas llegan a Valladolid

Pregunta 4. ¿Por qué razones considera usted que los turistas llegan a Valladolid?		
Respuesta	**Cantidad**	**Porcentaje**
Visita a cascadas	19	38%
Sitios arqueológicos	3	6%
Festividades	12	24%
Avistamiento de aves	15	30%
Gastronomía	0	0%
Comercio	1	2%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 8 Representación gráfica de las razones por las que los turistas llegan a Valladolid



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

Del total de las personas encuestadas el 38% de las personas consideran que los turistas llegan por visita a las cascadas, el 30% siguiente consideran que los turistas llegan por avistamiento de aves, el 24% siguiente llegan por las festividades de la parroquia, el otro 6% considera por visita a sitios arqueológicos y el 2% restante por comercio (negociantes de ganado).

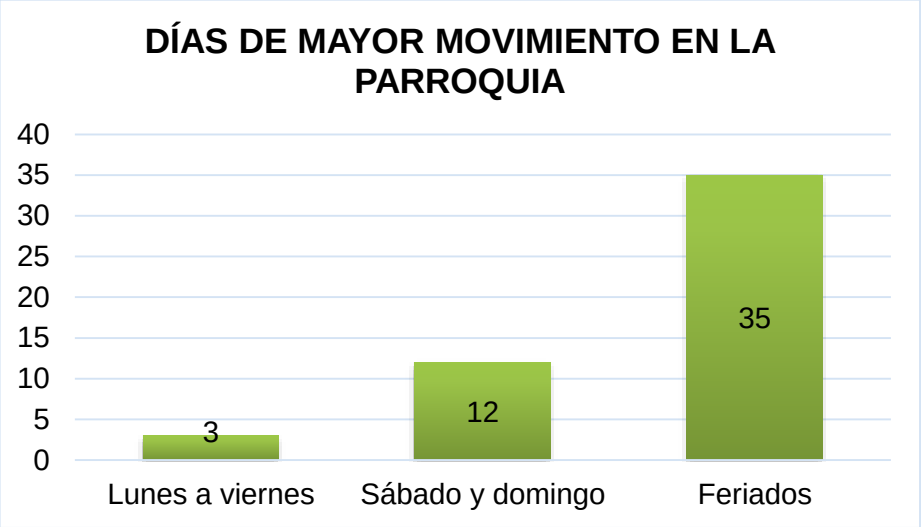
Tabla 56. Días de mayor movimiento en la parroquia

Pregunta 5. ¿Qué días son de mayor movimiento en la parroquia?		
Respuesta	**Cantidad**	**Porcentaje**
Lunes a viernes	3	6%
Sábado y domingo	12	24%
Feriados	35	70%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 9 Representación gráfica de los días de mayor movimiento en la parroquia



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

Del total de personas encuestadas el 70% de ellas considera que los días de mayor movimiento en la parroquia son los feriados, el 24% siguiente considera que son los sábados y domingo y el 6% restante considera que hay mayor movimiento de lunes a viernes.

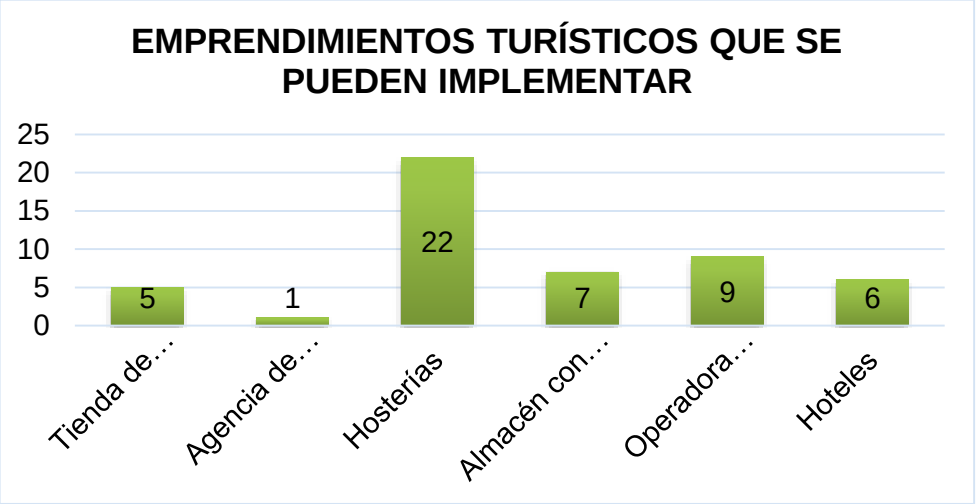
Tabla 57. Tipos de emprendimientos turísticos que se pueden implementar en la parroquia

Pregunta 6. ¿Qué tipos de emprendimientos turísticos se pueden implementar en la parroquia?		
Respuesta	**Cantidad**	**Porcentaje**
Tienda de souvenirs	5	10%
Agencia de viajes	1	2%
Hosterías	22	44%
Almacén con implementos para el turista	7	14%
Operadora turística	9	18%
Hoteles	6	12%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 10 Representación gráfica de los emprendimientos turísticos que se pueden implementar



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

Del total de personas encuestadas el 44% considera que se pueden implementar hosterías en la parroquia, el 18% siguiente considera que se debe implementar una operadora turística, el 14% siguiente considera que se debe implementar un almacén con implementos para el turista, el otro 12% de las personas consideran que se puede implementar hoteles, el 10% siguiente considera que se puede implementar una tienda de souvenirs y el 2% restante considera que también se puede implementar una agencia de viajes.

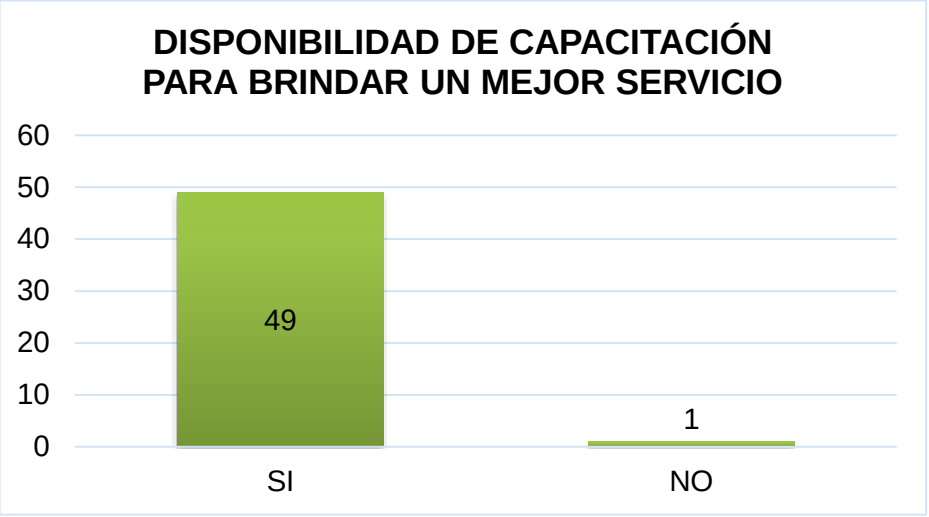
Tabla 58. Disponibilidad de capacitación para brindar un mejor servicio al visitante

Pregunta 7. ¿Estaría dispuesto usted a capacitarse para brindar un mejor servicio al visitante?		
Respuesta	**Cantidad**	**Porcentaje**
SI	49	98%
NO	1	2%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 11 Representación gráfica de la disponibilidad de la población para capacitarse y brindar un mejor servicio



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

De las 50 personas encuestadas el 98% contestaron que, si están dispuestos a capacitarse para brindar un mejor servicio al visitante, mientras que el 2% de ellas no están dispuestas a capacitarse.

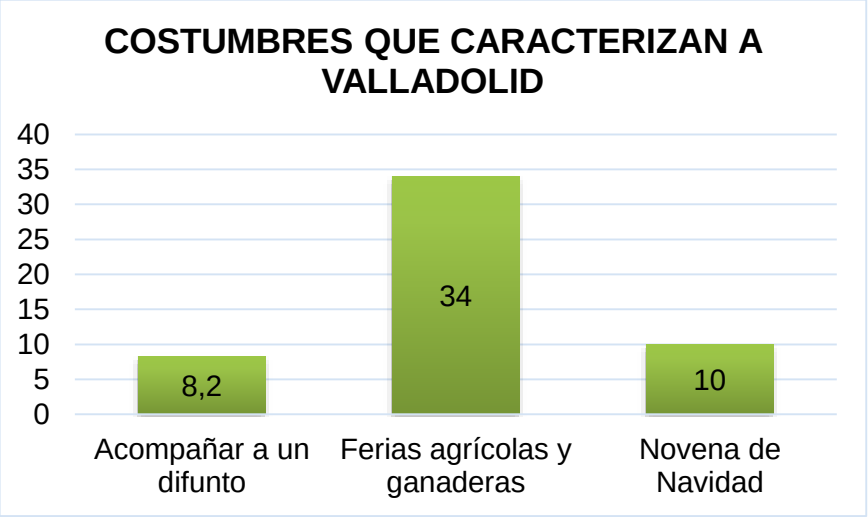
Tabla 59 Costumbres que caracterizan a Valladolid

Pregunta 8. ¿Cuáles son las costumbres que caracterizan a Valladolid?		
Respuesta	**Cantidad**	**Porcentaje**
Acompañar a un difunto	6	16%
Ferias agrícolas y ganaderas	34	65%
Novena de Navidad	10	19%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 12. Representación gráfica de las costumbres que caracterizan a Valladolid



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

Del total de las personas encuestadas el 65% considera que la principal costumbre de la parroquia son las ferias ganaderas, el 19% siguiente considera que es importante la Novena de Navidad y el 16% restante considera que la importancia de acompañar a un difunto.

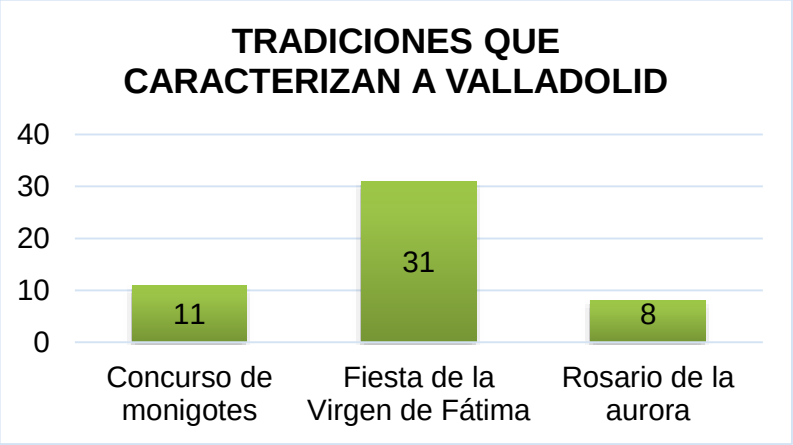
Tabla 60 Tradiciones que caracterizan a Valladolid

Pregunta 9. ¿Cuáles son las tradiciones que caracterizan a Valladolid?		
Respuesta	**Cantidad**	**Porcentaje**
Concurso de monigotes	11	22%
Fiesta de la Virgen de Fátima	31	62%
Rosario de la aurora	8	16%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 13. Representación gráfica de las tradiciones que caracterizan a Valladolid



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

De todas las personas encuestadas el 62% considera que la tradición principal es la Fiesta de la Virgen de Fátima, el 22% siguiente considera la tradición del concurso de monigotes y el 16% restante considera la tradición del rosario de la aurora.

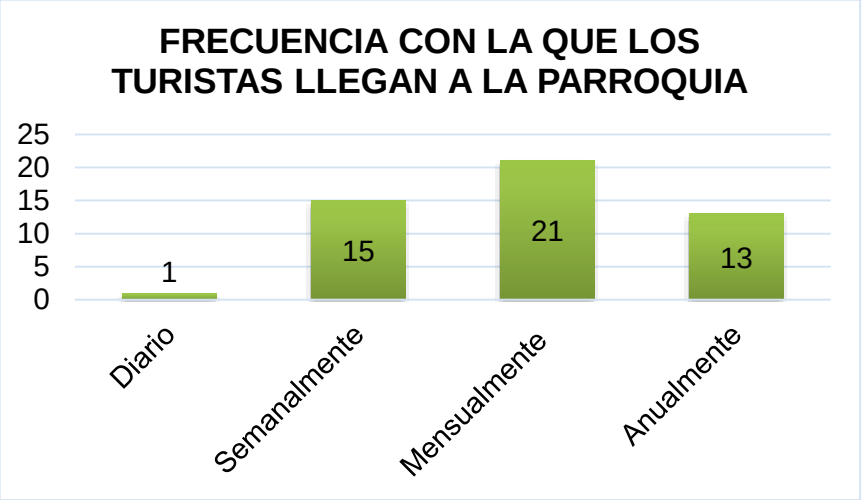
Tabla 61 Frecuencia con la que los turistas visitan la parroquia

Pregunta 10. ¿Con qué frecuencia los turistas visitan la parroquia?		
Respuesta	**Cantidad**	**Porcentaje**
Diario	1	2%
Semanalmente	15	30%
Mensualmente	21	42%
Anualmente	13	26%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 14 Representación gráfica de la frecuencia con la que los turistas llegan a la parroquia



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

Del total de las personas encuestadas el 42% considera que los turistas llegan mensualmente a la parroquia, el 30% siguiente considera que llegan semanalmente, el otro 26% considera que llegan anualmente a la parroquia y el 2% restante considera que llegan a diario.

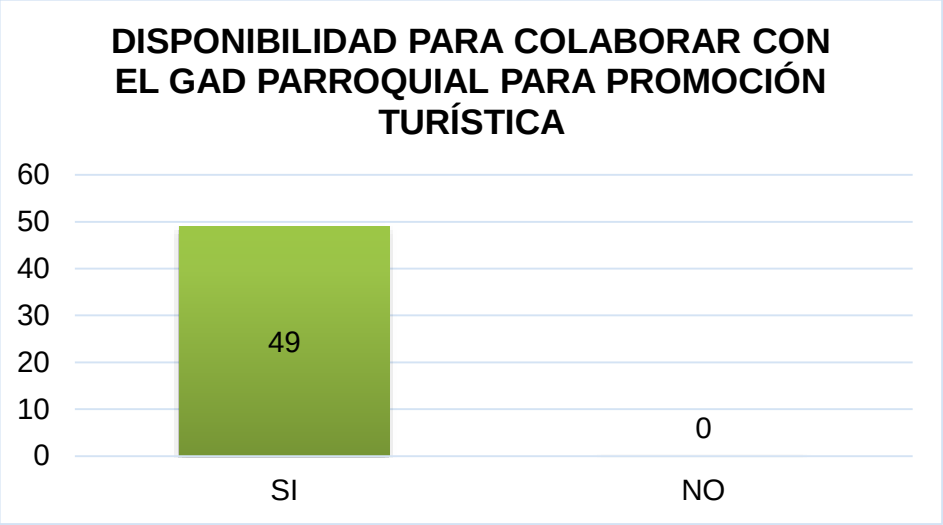
Tabla 62 Disponibilidad de colaboración con el GAD parroquial para promocionar turísticamente Valladolid

Pregunta 11. ¿Estaría dispuesto a colaborar con el GAD parroquial para poder promocionar turísticamente a la parroquia?		
Respuesta	**Cantidad**	**Porcentaje**
SI	50	99%
NO	0	1%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 15 Representación gráfica de la disponibilidad para colaborar con el GAD parroquial para promoción turística



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

Todas las personas encuestadas en un 100% respondieron que están dispuestos a colaborar con el GAD parroquial para promocionar la parroquia turísticamente.

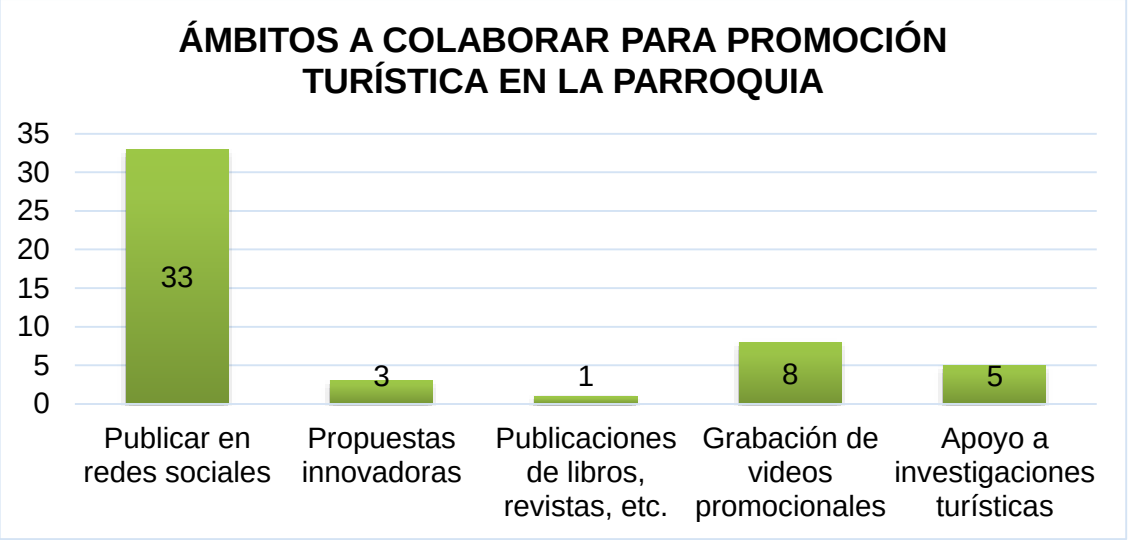
Tabla 63. Ámbitos de colaboración para promoción turística de la parroquia

Pregunta 12. ¿En qué ámbitos colaboraría para la promoción turística de la parroquia?		
Respuesta	**Cantidad**	**Porcentaje**
Publicar en redes sociales	33	66%
Propuestas innovadoras	3	6%
Publicaciones de libros, revistas, etc.	1	2%
Grabación de videos promocionales	8	16%
Apoyo a investigaciones turísticas	5	10%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 16 Representación gráfica de los ámbitos a colaborar para promoción turística en la parroquia



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

El 66% colaboraría en la publicación de redes sociales, el siguiente 16% colaboraría en grabación de videos promocionales, el 10% siguiente brindaría el apoyo en investigaciones turísticas, el otro 6% colaboraría con propuestas turísticas y el 2% restante brindaría la colaboración en publicaciones de libros, revistas, etc.

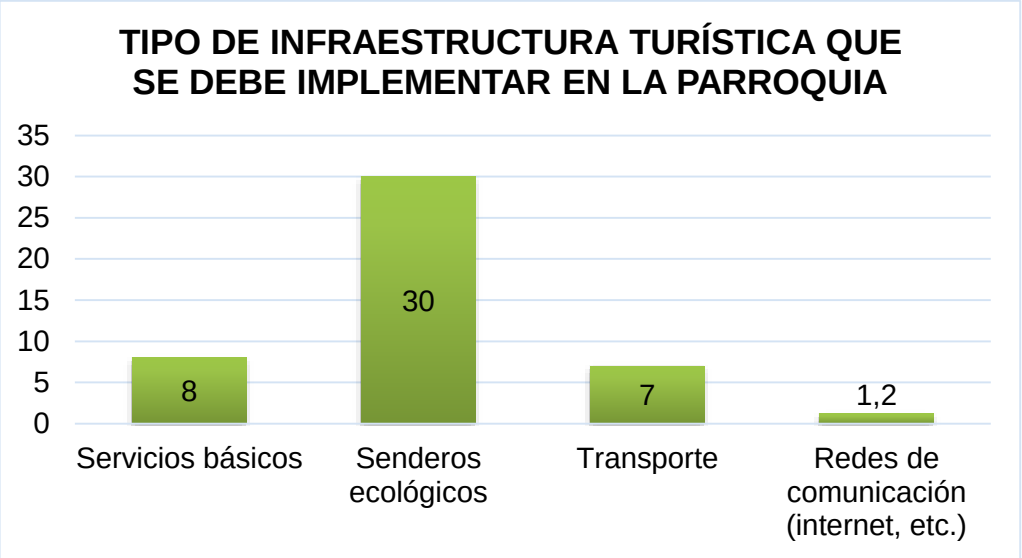
Tabla 64 Tipo de infraestructura turística que se debe implementar en la parroquia

Pregunta 13. ¿Qué tipo de infraestructura turística se debe implementar en la parroquia?		
Respuesta	**Cantidad**	**Porcentaje**
Servicios básicos	8	17%
Senderos ecológicos	30	65%
Transporte	7	15%
Redes de comunicación (internet, etc.)	5	3%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 17. Representación gráfica del tipo de infraestructura turística que se debe implementar en la parroquia



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

El 65% de las personas encuestadas considera que se debe implementar senderos ecológicos, el 17% siguiente considera que se debe implementar o mejorar los servicios básicos, el otro 15% considera que se debe implementar transporte y el 3% restante considera que se debe implementar o mejorar redes de comunicación como internet, etc.

Tabla 65 Alternativas ´propuestas por la población para mejorar la parroquia y promocionarla turísticamente.

Pregunta 14. ¿Qué alternativas propone usted para que la parroquia mejore y se promocione turísticamente?
Respuestas
Capacitaciones, charlas y talleres prácticos para adquirir conocimientos y brindar una mejor atención al turista Promocionar el turismo de Valladolid en las ferias a nivel nacional Promoción en diferentes medios digitales Servicio al cliente, capacitación a propietarios de restaurantes, mejorar hospedaje Capacitación a personal para guías turísticos. Que haya más publicidad y se adecúe espacios de descanso en las zonas turísticas Incentivar la conservación de la naturaleza y cuidar la flora y fauna Construcción de hoteles, capacitación a la ciudadanía, cursos de gastronomía típica del lugar, para que el turista se motive a seguir visitando

Invitar a la empresa privada para que invierta en infraestructura hotelera, hostería y capacitar a la ciudadanía vallisoletana en como atender a los turistas, para ello es necesario hablar y escribir correctamente el castellano y el idioma inglés como prioridad para un trato excelente hacia los turistas tanto nacionales como extranjeros
Hacer un levantamiento total de los lugares Turísticos y luego definir cuáles son los más accesibles y priorizar para poderlos adecuar
Implementar o mejorar la infraestructura y equipamiento en caso de existir en los destinos de mayor influencia turística, para en lo posterior se pueda promocionar lugares nuevos tomando como referencias lugares ya equipados con la infraestructura adecuada
Mayor enfoque turístico y generación de fuentes de empleo a través de emprendimientos
Promoción con material audiovisual

Elaborar paquetes turísticos que motive al visitante a conocer la parroquia
Implementar mayor información y señalización para facilitar la llegada a los distintos lugares turísticos
Brindar información sobre los lugares turísticos

Crear una página donde se muestre fotografías, rutas, accesibilidad para que el turista tenga interés de conocer.
Cursos de atención al cliente

Ser más amable, hacer conocer nuestra cultura, utilizar las redes sociales con un medio alternativo para que se pueda difundir información importante y el turista desee conocer nuestra parroquia.
Mejorar los lugares turísticos con señalética y mejorar la publicidad empezando por

la página del GAD parroquial.
Elaborar volantes con información acerca de atractivos de la zona.

Invertir en propuestas o proyectos turísticos innovadores, agroturísticos, potenciar los recursos naturales, los recursos humanos, y la producción agrícola ganadera, incentivar y capacitar a los pequeños productores y a quienes prestan servicios de hotelería, restaurantes, respecto al buen servicio al usuario. Potenciar, apoyar y promocionar a la cultura, a través de danzas ancestrales, invertir en restaurar la cultura, etc.
Que apoyen el ecoturismo en todos los lugares que conforman la parroquia de Valladolid.
Apoyar a emprendimientos turísticos locales.

Encontrar algo único que identifique a la parroquia y promocionarlo.

Invertir en una buena y segura hostería/camping con buena información y cuidado para los turistas. Tener un buen nivel de inglés para guiar y ayudar a turistas internacionales. Invertir y hacer una buena campaña publicitaria sobre lo que la parroquia ofrece
Primeramente, mejorar el paisaje que todos los moradores nos propongamos de arreglar la fachada de nuestras casas, ya que desde por ahí empieza la buena presentación de nuestra parroquia.
Mejoramiento de todas las vías de acceso y caminos que conducen a diferentes lugares turísticos, así mismo arreglo del parque, cementerio, canchas deportivas (estadio, mini coliseo) que estén libres de basura y maleza.
Se puede emprender en las elaboraciones de diferentes tipos de queso, manjares, yogures y diferentes derivados de la leche.

A quienes nos visitan brindarles productos de la zona, que Valladolid se dé a conocer por lo que produce y posee. Implementar un lugar donde los turistas puedan comprar un recuerdo. Vinculación de la comunidad en actividades turísticas Adecuar los lugares turísticos con cabañas, zonas de camping, señalética.

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración*: Leidi Castillo*

Análisis de las encuestas aplicadas a los turistas para determinar la demanda y los patrones de consumo

Además, se aplicó una encuesta a los turistas que participaron del "Primer conteo navideño de aves", la cual permitió determinar los patrones de consumo del turista, información que es relevante para plantear propuestas óptimas para el desarrollo local del turismo en la parroquia

Los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a 20 personas de todo el país y algunos extranjeros son las siguientes:

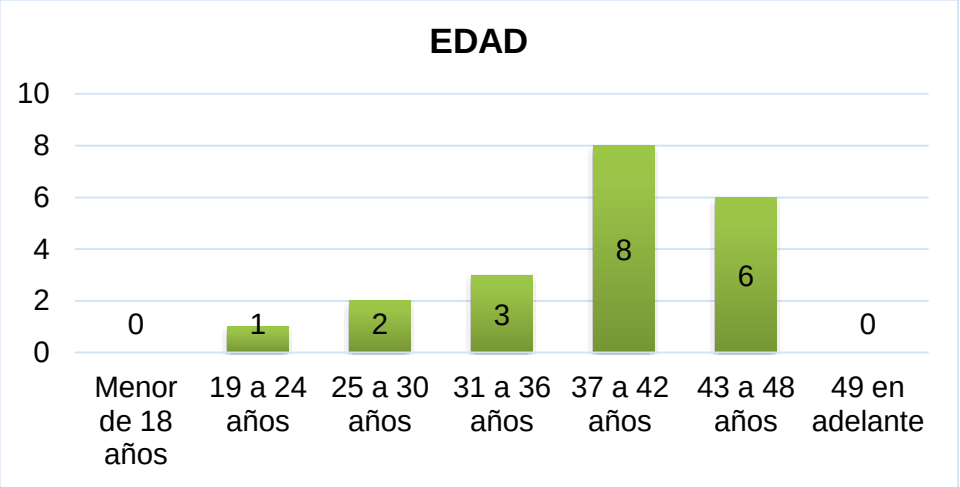
Tabla 66. Edad de la persona encuestada

EDAD	CANTIDAD	PORCENTAJE
Menor de 18 años	0	0%
19 a 24 años	1	5%
25 a 30 años	2	10%
31 a 36 años	3	15%
37 a 42 años	8	40%
43 a 48 años	6	30%
49 en adelante	0	0%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración*: Leidi Castillo*

Gráfico 18 Representación gráfica de la edad de las personas encuestas



Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

La edad de las personas encuestadas en su mayoría corresponde a quienes poseen de 37 a 42 años en adelante con un 40%, luego con el 30% las personas que poseen de 43 a 48 años, continúan con el 15% las personas de 31 a 36 años, con el 10% siguiente de 25 a 30 años. No participaron personas menores de 18 años y mayores a 49 años.

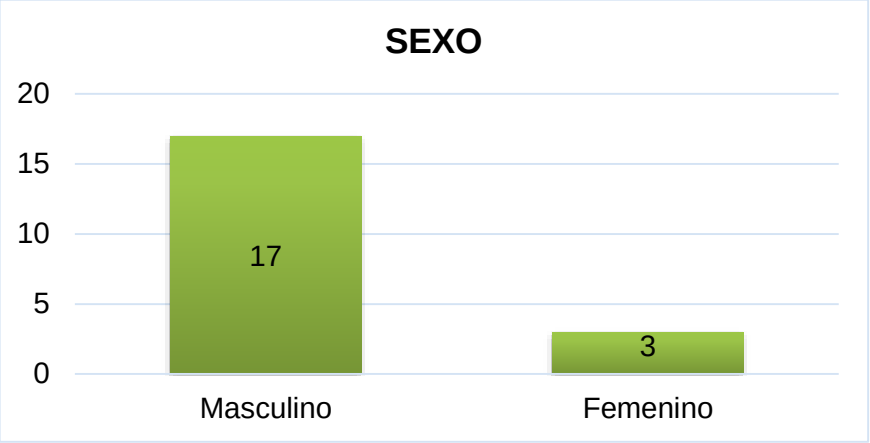
Tabla 67. Sexo de las personas encuestadas

SEXO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Masculino	17	85%
Femenino	3	15%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 19 Representación gráfica del sexo de las personas encuestadas



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

De las 20 personas encuestadas el 85% son de sexo masculino y el 15% restante es de sexo femenino.

Tabla 68 Estado civil de las personas encuestadas

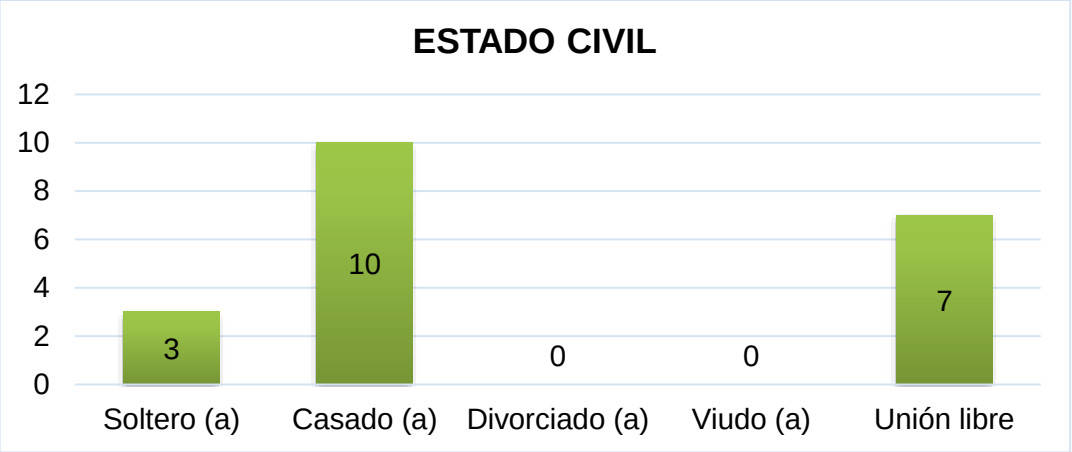
ESTADO CIVIL	CANTIDAD	PORCENTAJE
Soltero (a)	3	15%
Casado (a)	10	50%
Divorciado (a)	0	0%
Viudo (a)	0	0%
Unión libre	7	35%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

.

Gráfico 20 Representación gráfica del estado civil de las personas encuestadas



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

Del total de las personas encuestadas el 50% son casados (as), el 35% siguiente están en unión libre y el 15% restante son solteros (as). Ninguno de los encuestados está divorciado (a) o viudo (a).

Tabla 69 Ocupación actual de las personas encuestadas

OCUPACIÓN ACTUAL	CANTIDAD	PORCENTAJE
Estudiante	3	15%
Profesional	12	60%
Libre ejercicio	5	25%
Jubilado	0	0%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 21. Representación gráfica de la ocupación actual de las personas encuestadas

Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

Del total de las personas encuestadas, el 60% son profesionales, el 25% siguiente ejercen un libre ejercicio (negocios propios) y el 15% restante son estudiantes universitarios. Ninguno de los encuestados es jubilado.

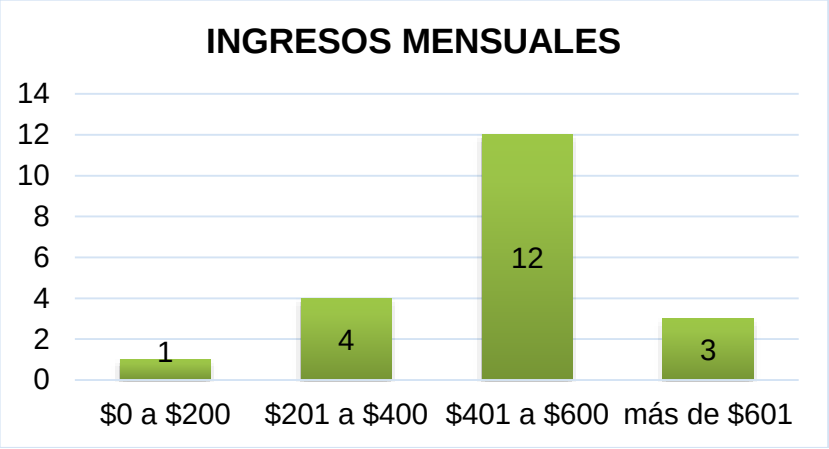
Tabla 70. Ingresos mensuales de las personas encuestadas

INGRESOS MENSUALES	CANTIDAD	PORCENTAJE
$0 a $200	1	5%
$201 a $400	4	20%
$401 a $600	12	60%
Más de $601	3	15%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 22. Representación gráfica de los ingresos mensuales de las personas encuestadas



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

Del total de las personas encuestadas el 60% poseen ingresos mensuales de $401 a $600, el 20% siguiente tienen un ingreso de $201 a $400, el 15% siguiente tienen un ingreso mensual mayor a $601 mientras que el 5% restante tienen un ingreso de $0 a $200.

Tabla 71 Cantidad de veces que ha visitado la zona

¿Cuántas veces ha visitado la zona?		
RESPUESTA	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
1 vez	10	50%
2 veces	3	15%
3 veces	2	10%
4 veces o más	5	25%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 23. Representación gráfica de las veces que han visitado la zona

Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

Del total de las personas encuestadas el 50% llega a Valladolid por primera vez, el 25% siguiente ha visitado la zona 4 veces o más, el 15% siguiente ha visitado la zona 2 veces, mientras que el 10% restante ha visitado la zona 3 veces.

Tabla 72 Meses del año que acostumbra a viajar con fines turísticos.

¿En qué meses del año acostumbra a viajar con fines turísticos?		
RESPUESTA	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
Enero	0	0%
Febrero	5	25%
Marzo	0	0%
Abril	1	5%
Mayo	0	0%
Junio	2	10%
Julio	1	5%
Agosto	8	40%
Septiembre	0	0%
Octubre	1	5%
Noviembre	2	10%

Diciembre	0	0%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 24 Representación gráfica de los meses en los que viaja con fines turísticos

Fuente: *Trabajo de campo*
Elaoración: *Leidi Castillo*

Análisis

Del total de las personas encuestadas el 40% viajan en el mes de agosto, el 25% siguiente viaja en el mes de febrero, con el 10% están los meses de junio y noviembre, con el 5% están los meses de abril, julio y octubre. Los meses de menos movilización por concepto de turismo son los meses de enero, marzo, mayo, septiembre y diciembre.

Tabla 73 Motivo principal del viaje

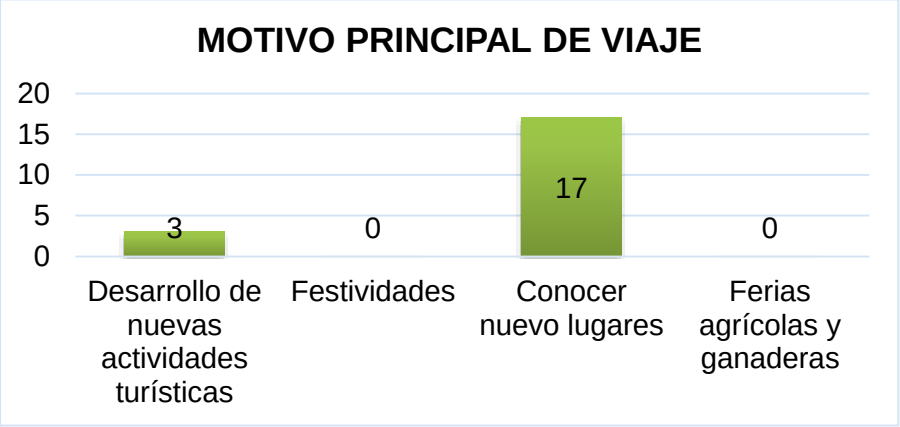
¿Cuál es el motivo principal de su viaje?		
RESPUESTA	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
Desarrollo de nuevas actividades turísticas	3	15%
Festividades	0	0%

Conocer nuevos lugares	17	85%
Ferias agrícolas y ganaderas	0	0%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 25 Representación gráfica del motivo principal de viaje



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

Del total de las personas encuestadas el 85% consideran que conocer nuevos lugares son el motivo principal de su viaje, el 15% restante considera que el desarrollo de nuevas actividades turísticas es un motivo de viaje. Ninguno de los encuestados considera como motivo principal de viaje a las festividades y ferias agrícolas ganaderas.

Tabla 74 Días que ha permanecido en la zona

¿Cuántos días ha permanecido en la zona?		
RESPUESTA	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
1 día	0	0%
2 días	14	70%
3 días	4	20%
4 días	2	4%
Más de 4 días	0	0%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 26. Representación gráfica de los días que ha permanecido en la zona

Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

Del total de las personas encuestadas el 70% ha permanecido en la zona 2 días, el 20% siguiente ha permanecido en la zona 3 días, mientras que el 10% restante han permanecido en la zona 4 días. Ninguno ha permanecido en la zona solo 1 día ni más de 4 días.

Tabla 75. Lugares que ha visitado

¿Qué lugares ha visitado?		
RESPUESTA	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
Reserva Tapichalaca	14	70%
Reserva Palmitera Crucero	4	20%
Cascadas	2	10%
Lagunas	0	0%
Sitios arqueológicos	0	0%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 27 Representación gráfica de los lugares visitados

Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

Del total de las personas encuestadas el 70% ha visitado la Reserva Tapichalaca, el 20% siguiente ha visitado la Reserva Palmitera Crucero, mientras que con el 10% han visitado cascadas del sitio. Ninguno ha visitado lagunas ni sitios arqueológicos.

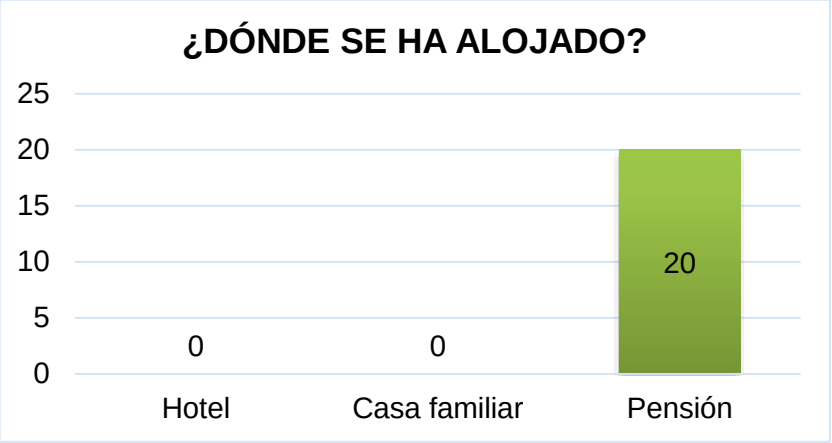
Tabla 76. Lugar en donde se ha alojado

¿En dónde se ha alojado?		
RESPUESTA	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
Hotel	0	0%
Casa familiar	0	0%
Pensión	20	100%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 28. Representación gráfica del lugar que se ha alojado



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

Del total de las personas encuestadas el 100% se ha hospedado en la pensión que de la parroquia que corresponde al nombre de Pensión "Valladolid"

Tabla 77. Personas con las que realiza el viaje

¿Con quién realiza el viaje?		
RESPUESTA	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
Familia	0	0%
Amigos	12	60%
Pareja	0	0%
Solo	8	40%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 29 .Representación gráfica de con quién realiza el viaje

Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

Del total de las personas encuestadas el 60% realiza el viaje con amigos, el 40% restante lo realiza solo. Ninguno de los encuestados realiza el viaje con familia o pareja.

Tabla 78 Cuántas personas le acompañan en el viaje incluido usted

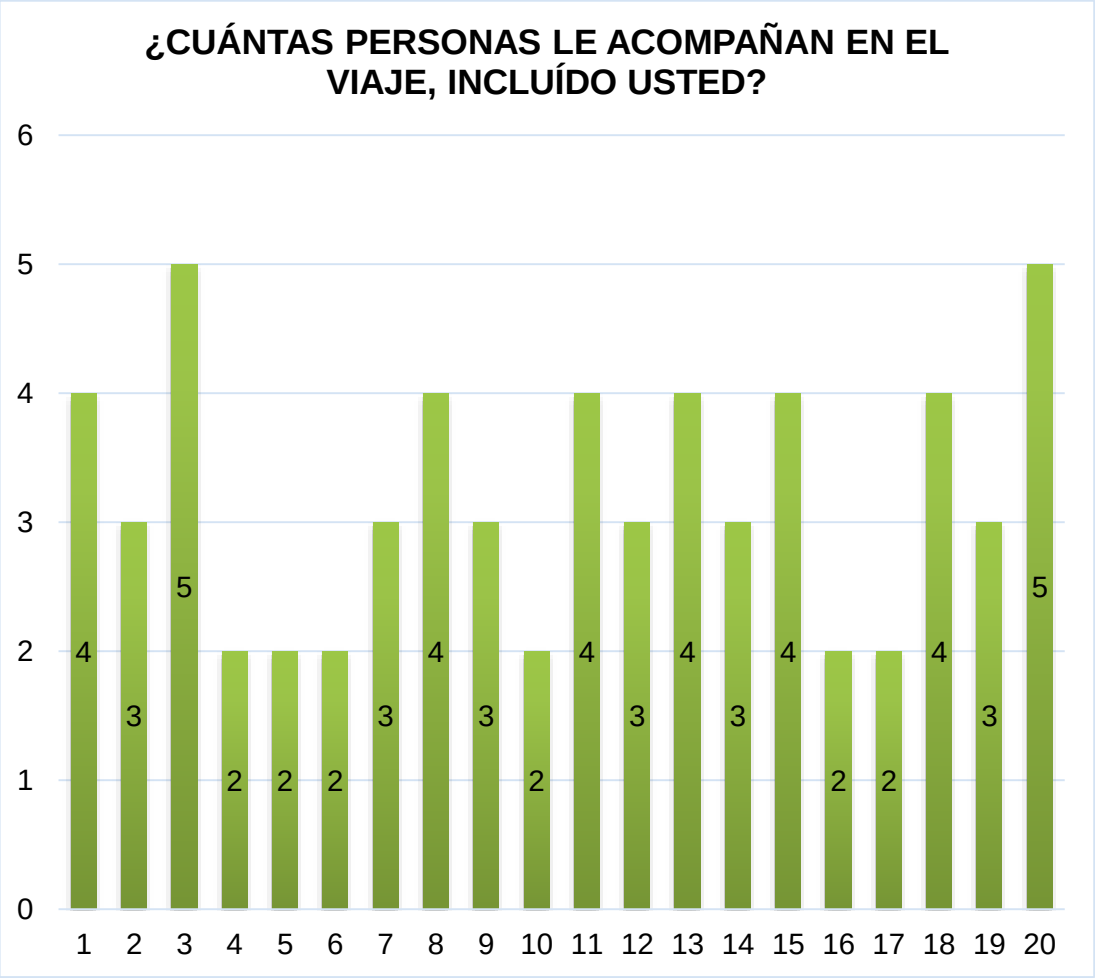
¿Cuántas personas le acompañan en el viaje, incluido usted?		
RESPUESTA	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
1	4	6%
2	3	5%
3	5	8%
4	2	3%
5	2	3%
6	2	3%
7	3	5%
8	4	6%
9	3	5%
10	2	3%
11	4	6%
12	3	5%
13	4	6%
14	3	5%
15	4	6%

16	2	3%
17	2	3%
18	4	6%
19	3	5%
20	5	8%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 30. Representación gráfica de las personas que le acompañan en el viaje, incluido usted



Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

De acuerdo a todas las personas encuestadas a la primera, octavo, décimo primera, décimo tercera, décimo quinta y décimo octavo lo acompañan 4 personas que corresponde al 6%, a la segunda, séptima, novena, décimo segundo, décimo cuarto y décimo noveno lo acompañan 3 personas que corresponde al 5%, a la tercera persona lo acompañan 5 personas que corresponde al 8%, a la cuarta, quinta, sexta décima, décimo sexto y décimo séptimo lo acompañan 2 personas que corresponde al 3%, mientras que a la última persona encuestada la acompañan 5% que corresponde al 8%.

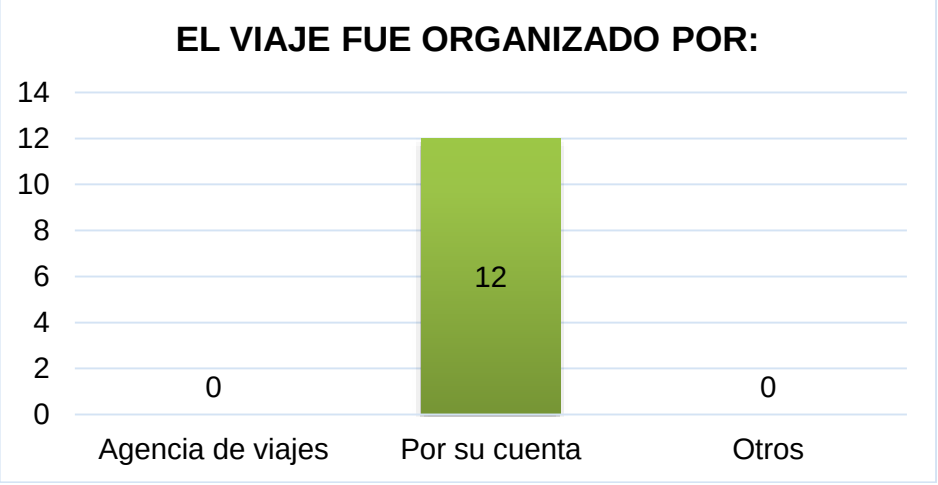
Tabla 79. Viaje organizado por:

Su viaje fue organizado por:		
RESPUESTA	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
Agencia de viajes	0	0%
Por su cuenta	12	100%
Otros	0	0%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 31 Representación gráfica de quien organizó el viaje



Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

Del total de las personas encuestadas el 100% organizaron su viaje por su cuenta. Ninguno de ellos organizó a través de agencia de viajes u otros medios.

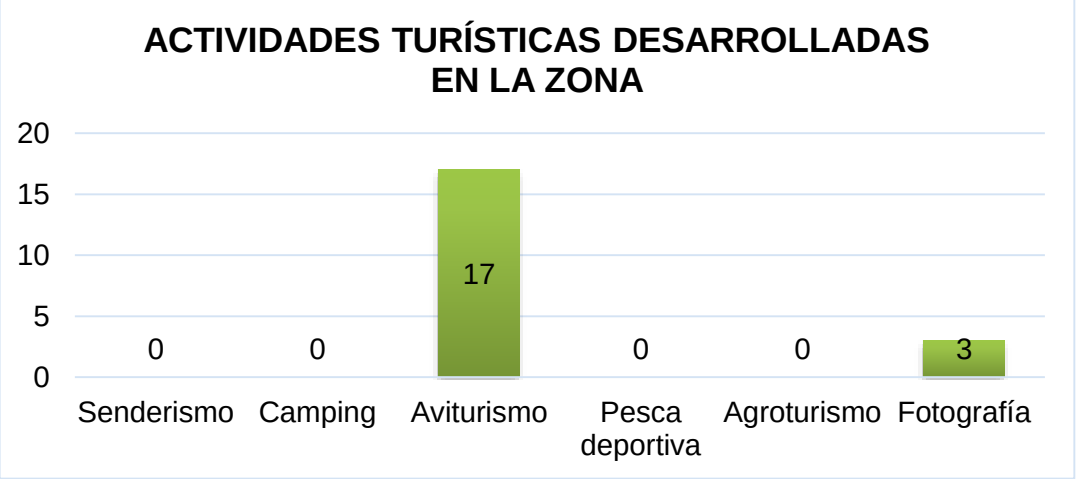
Tabla 80 Actividades que ha desarrollado en la zona

¿Podría mencionar qué actividades turísticas ha desarrollado en la zona?		
RESPUESTA	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
Senderismo	0	0%
Camping	0	0%
Aviturismo	17	85%
Pesca deportiva	0	0%
Agroturismo	0	00%
Fotografía	3	15%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 32 Representación gráfica de las actividades turísticas desarrolladas en la zona



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

Del total de las personas encuestadas el 85% ha desarrollado la actividad turística de aviturismo y el 15% restante ha desarrollado la actividad de fotografía

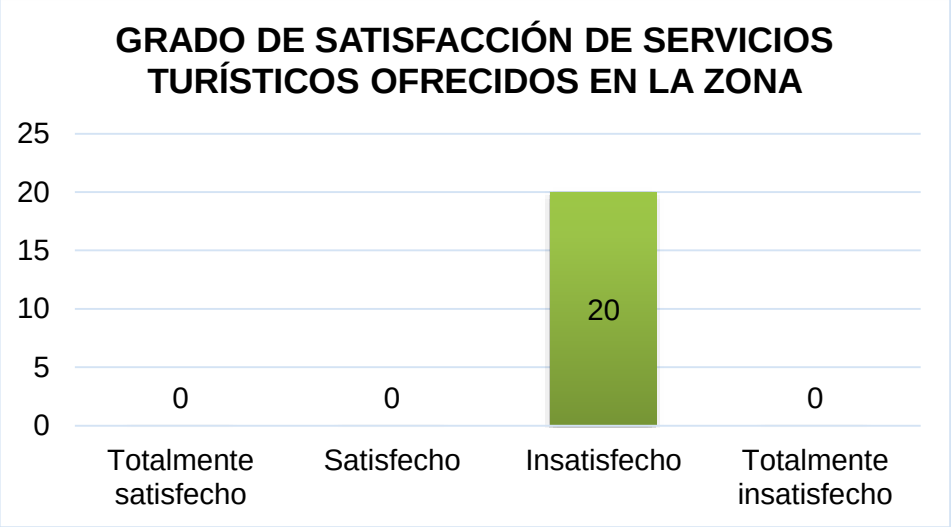
Tabla 81 Grado de satisfacción de servicios turísticos ofrecidos en la zona

¿Cuál es el grado de satisfacción de servicios turísticos ofrecidos en la zona?		
RESPUESTA	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
Totalmente satisfecho	0	0%
Satisfecho	0	0%
Insatisfecho	20	100%
Totalmente insatisfecho	0	0%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 33. Representación gráfica del grado de satisfacción de servicios turísticos ofrecidos en la zona



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

Del total de las personas encuestadas el 100% está insatisfecho debido a que en la parroquia solamente existe un lugar de hospedaje y recomiendan el mejoramiento e inversión privada en infraestructura turística.

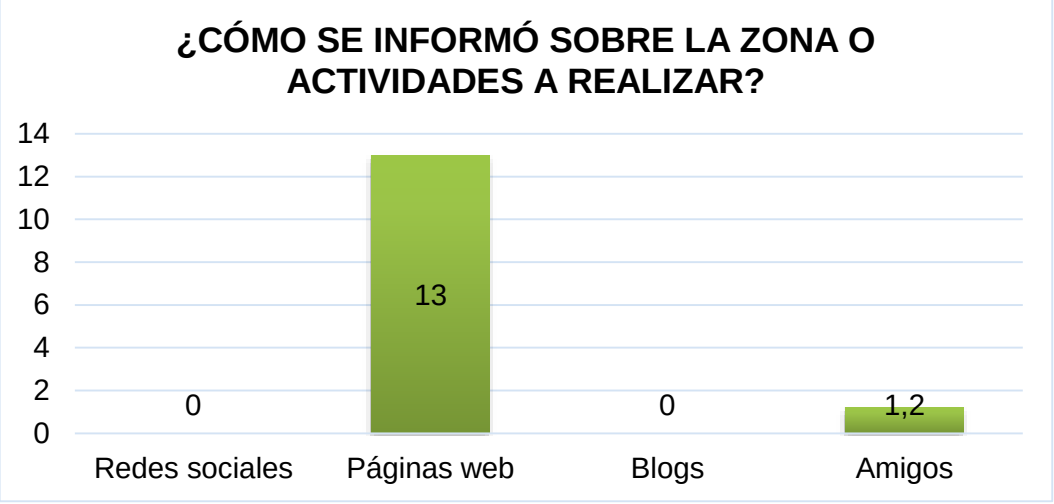
Tabla 82 cómo se informó sobre la zona o actividades a realizar

¿Cómo se informó sobre la zona o actividades a realizar?		
RESPUESTA	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
Redes sociales	0	0%
Páginas web	13	92%
Blogs	0	0%
Amigos	7	8%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 34 Representación gráfica de cómo se informó sobre la zona o actividades a realizar



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

Del total de las personas encuestadas el 92% de se informó por medio de páginas web y el 8% restante se informó por medio de amistades.

Tabla 83 Que influye en su decisión al momento de decidir un viaje

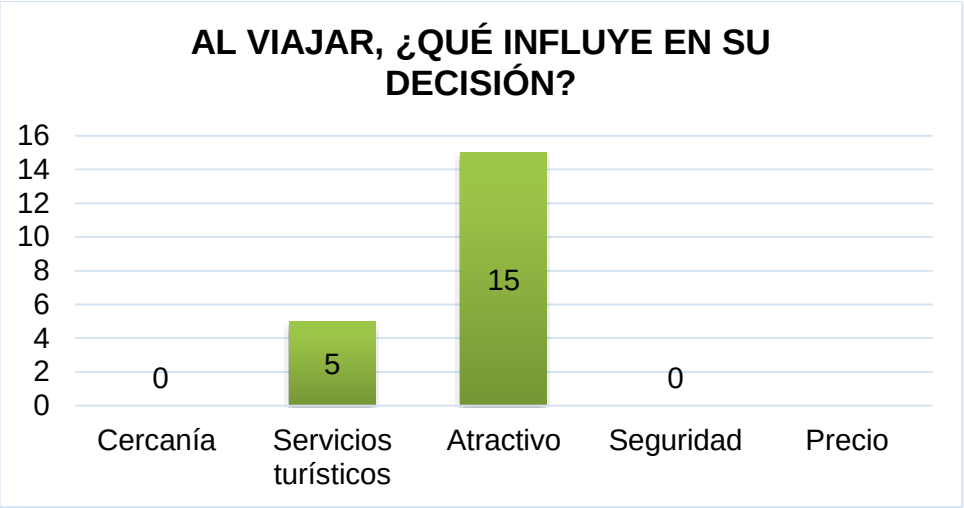
Al momento de decidir un viaje, ¿qué influye más en su decisión?		
RESPUESTA	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
Cercanía	0	0%
Servicios turísticos	5	25%

Atractivo	15	75%
Seguridad	0	0%
Precio	0	0%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 35 Representación gráfica de qué influye en su decisión al planear un viaje



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

Del total de las personas encuestadas el 75% comenta que al momento de decidir un viaje lo que más influye en su decisión es el atractivo a visitar, mientras que el 25% restante considera que lo que influye en su decisión son los servicios turísticos de la zona a visitar.

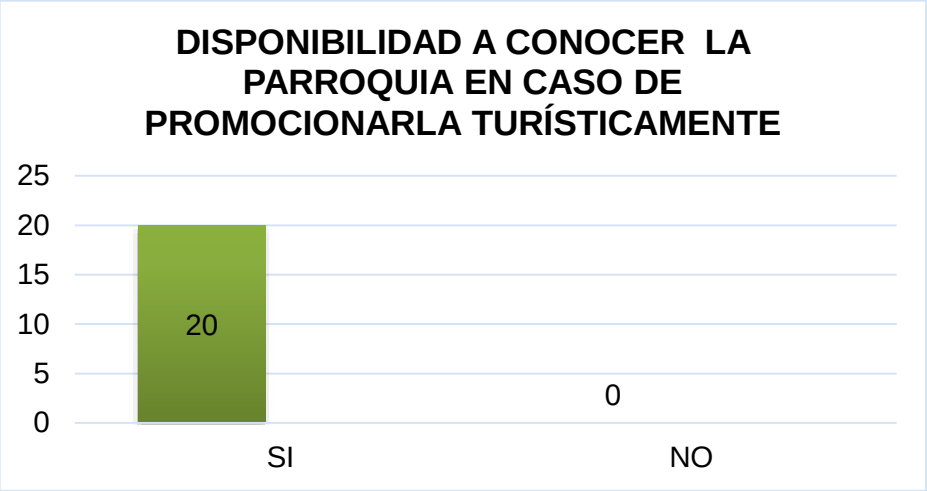
Tabla 84. Estaría dispuesto a conocerla en caso de promocionar turísticamente Valladolid

¿En caso de promocionar turísticamente la parroquia Valladolid, estaría dispuesto a conocerla?		
RESPUESTA	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
SI	20	100%
NO	0	0%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 36. Representación gráfica de la disponibilidad para conocer la parroquia en caso de promocionarla turísticamente



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

Del total de personas encuestadas el 100% están dispuestos a conocer la parroquia cuando se la promocione turísticamente.

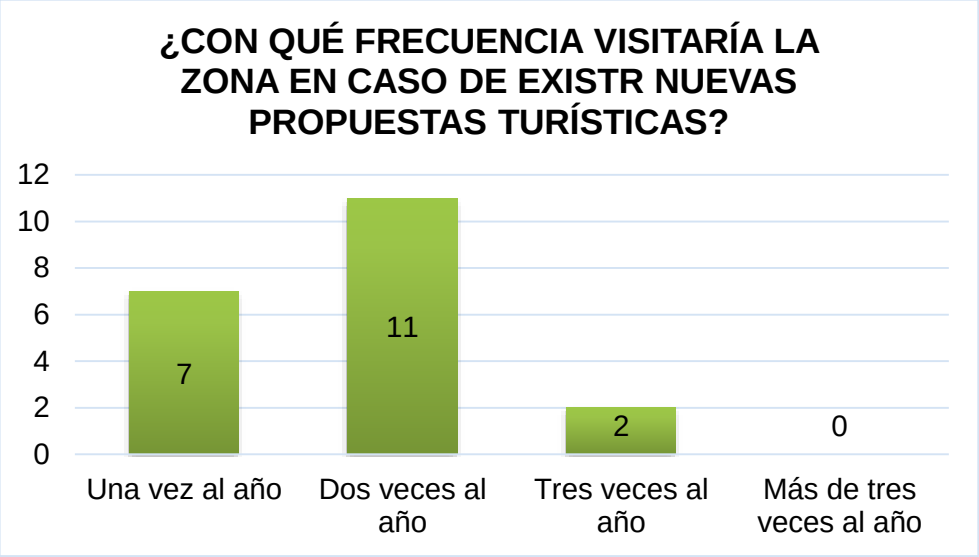
Tabla 85 Frecuencia con la que visitarían la zona

En caso de existir nuevas propuestas turísticas en la zona, ¿con qué frecuencia lo visitaría?		
RESPUESTA	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
Una vez al año	7	35%
Dos veces al año	11	55%
Tres veces al año	2	10%
Más de tres veces al año	0	0%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 37 Representación gráfica con la que visitarían la zona



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

Del total de las personas encuestadas el 55% visitaría la zona dos veces al año, el 35% siguiente visitaría la zona una vez al año y el 10% restante visitaría la zona tres veces al año.

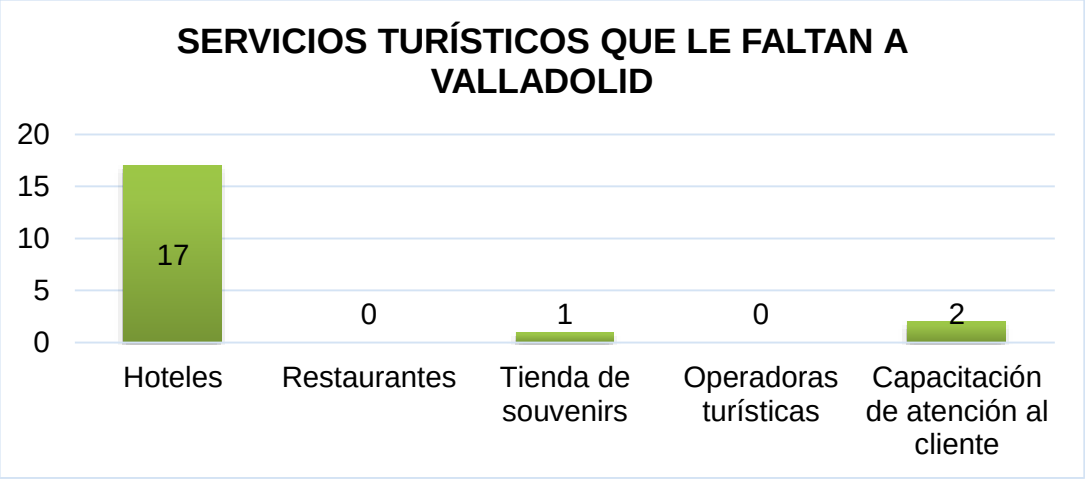
Tabla 86. Servicios básicos que le faltarían a Valladolid

¿Qué servicios turísticos considera que le faltan a Valladolid?		
RESPUESTA	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
Hoteles	17	85%
Restaurantes	0	0%
Tiendas de souvenirs	1	5%
Operadoras turísticas	0	0%
Capacitación de atención al cliente	2	10%

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Gráfico 38 Representación gráfica de los servicios turísticos que necesita Valladolid



Fuente: *Trabajo de campo*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Análisis

Del total de las personas encuestadas el 85% considera que a Valladolid le falta hoteles, el 10% siguiente considera que le falta capacitaciones de atención al cliente y el 5 % restante considera que es importante que exista una tienda de souvenirs.

6.2.1. Matriz FODA

Para sustentar el segundo objetivo se realizó el análisis FODA, basándose en la información primaria y secundaria recabada en el objetivo 1, las encuestas aplicadas, frente a un posible desarrollo turístico en espacios rurales, considerando el análisis multidimensional del territorio, el de la oferta y el de la demanda, el análisis de las encuestas aplicadas, así como el inventario de atractivos turísticos.

Tabla 87. Análisis FODA

FORTALEZAS	**OPORTUNIDADES**
Características físicas y climáticas adecuadas para el desarrollo del turismo. Diversidad de cascadas, flora, fauna y actividades turísticas. Actividades ganaderas que permiten el desarrollo de actividades del agroturismo La economía de la parroquia se basa en la actividad ganadera Forma parte de 2 Parques Nacionales (Yacuri y Podocarpus) y a futuro se prevé la declaratoria de la Reserva Ecológica "Corazón de la Amazonía" **Actividades anuales de aviturismo** Cuenta con facilidad de acceso a los atractivos naturales y culturales. La parroquia cuenta con varios emprendimientos de lácteos. Personal con conocimientos y experiencia en guianza Reconocimiento de la parroquia Valladolid como organizador de la mejor feria ganadera a nivel de parroquias y segunda a nivel provincial. Festividades religiosas en honor a la Virgen de Fátima.	Visita de turistas extranjeros durante todo el año por la gran variedad de flora y fauna endémica. Interés de la parroquia por desarrollar actividades turísticas: ecoturismo y aviturismo Aprovechamiento de 2 reservas nacionales y 5 locales para desarrollar el turismo natural Participación de la población en formar parte de la actividad turística de la localidad. El GAD parroquial muestra interés en apoyar las iniciativas y proyectos turísticos. Predisposición al fortalecimiento productivo de las actividades que genera la parroquia. Instituciones financieras que apoyan a emprendimientos. Infraestructura turística en desarrollo Disponibilidad de los pobladores para capacitarse y vincularse al turismo para aportar al desarrollo local.
DEBILIDADES	**AMENAZAS**
Limitada inversión en infraestructura hotelera Guías no certificados Falta de promoción de atractivos naturales con los que cuenta la parroquia. Falta de capacitación a la comunidad sobre prestación de servicios turísticos. GAD con limitados recursos económicos destinados a la actividad turística. Falta de socialización de proyectos que puedan aportar al desarrollo turístico Falta de planificación de actividades turísticas para potenciar a la parroquia Valladolid. Creación de productos enfocados al aviturismo. Falta de diversificación de la oferta que permitan atraer a la demanda Falta de promoción de la feria ganadera y fiesta religiosa de la Virgen de Fátima. Servicios básicos limitados	Pérdida de la identidad local. Aumento de emigración de habitantes Condiciones climáticas variadas que presenta la parroquia durante todo el año Desinterés de la demanda por visitar el lugar

Fuente: *Trabajo de investigación*

Elaboración: *Leidi Castillo*

6.2.2. Análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA)

En el siguiente cuadro se muestra el FODA cruzado que permitió determinar los objetivos estratégicos que serán la base para plantear propuestas para el desarrollo de actividades turísticas en la parroquia.

Tabla 88. Matriz de estrategias

INTERNO / EXTERNO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1. Características físicas y climáticas adecuadas para el desarrollo del turismo. **F2.** Diversidad de cascadas, flora, fauna y actividades turísticas. **F3.** Actividades ganaderas que permiten el desarrollo de actividades del agroturismo **F4.** La economía de la parroquia se basa en la actividad ganadera **F5.** Forma parte de 2 Parques Nacionales (Yacuri y Podocarpus) y a futuro se prevé la declaratoria de la Reserva Ecológica "Corazón de la Amazonía" **F6.** Actividades anuales de aviturismo. **F7.** Cuenta con facilidad de acceso a los atractivos naturales y culturales. **F8.** La parroquia cuenta con varios emprendimientos de lácteos. **F9.** Personal con conocimientos y experiencia en guianza **F10**. Reconocimiento de la parroquia Valladolid como la mejor zona ganadera a nivel provincial. **F11.** Festividades religiosas en honor a la Virgen de Fátima.	**D1.** Limitada inversión en infraestructura hotelera **D2.** Guías no certificados **D3.** Falta de promoción de atractivos naturales con los que cuenta la parroquia. **D4.** Falta de capacitación a la comunidad sobre prestación de servicios turísticos. **D5.** GAD con limitados recursos económicos destinados a la actividad turística. **D6.** Falta de socialización de proyectos que puedan aportar al desarrollo turístico **D7.** Falta de planificación de actividades turísticas para potenciar a la parroquia Valladolid. **D8.** Falta de creación de productos enfocados al aviturismo. **D9.** Falta de diversificación de la oferta que permitan atraer a la demanda **D10.** Falta de promoción de la feria ganadera **D11.** Falta de promoción de la feria ganadera y fiesta religiosa de la Virgen de Fátima. **D12.** Servicios básicos limitados
OPORTUNIDADES	**FO**	**DO**

O1. Visita de turistas extranjeros durante todo el año por la gran variedad de flora y fauna endémica. **O2.** Interés de la parroquia por desarrollar actividades turísticas: ecoturismo y aviturismo	**F1, F3, F4, O1, O2** Fomentar el agroturismo en la parroquia Valladolid **F1, F2, F6, F9, O1, O2, O4, O5, O9** Desarrollo de productos turísticos para la parroquia. **F1, F2, F6, F9, F11, O1, O2,**	**D1, O8** Talleres de concientización turística que permita el desarrollo del turismo en la comunidad. **D2, O5, O9** Desarrollar cursos de guías turísticos para la obtención de la certificación con el MINTUR.
O3. Aprovechamiento de 2 reservas nacionales y 5 locales para desarrollar el turismo natural **O4.** Participación de la población en formar parte de la actividad turística de la localidad. **O5.** El GAD parroquial muestra interés en apoyar las iniciativas y proyectos turísticos. **O6.** Predisposición al fortalecimiento productivo de las actividades que genera la parroquia. **O7.** Instituciones financieras que apoyan a emprendimientos. **O8.** Infraestructura turística en desarrollo **O9.** Disponibilidad de los pobladores para capacitarse y vincularse al turismo para aportar al desarrollo local.	Promoción y difusión de los diferentes atractivos que posee la parroquia **F5, F6, O3, O4** Concientizar a la comunidad a través de campañas de conservación ambiental y aviturismo. **F7, O5, O6** Elaborar una guía turística digital sobre las bondades turísticas que ofrece la parroquia. **F8, F10, O7, O9** Proyectos de desarrollo que permitan capacitar y a las organizaciones ganaderas para el fomento del agroturismo. **F2, F3, F6, F7, F8, F9, O1, O2, O4, O5, O7, O9** Plan de capacitación para los prestadores de servicios turísticos de la parroquia	**D4, O4, O9** Elaborar talleres que permitan un acercamiento hacia la actividad turística **D5, D12, O5** Determinar el apoyo económico para ejecutar proyectos turísticos de la parroquia **D7, D8, O3, O4, O6** Planificar y laborar una propuesta de aviturismo que permita atraer la demanda turística **D9, D10, O8, O9** Determinar un plan de promoción y marketing para la parroquia Valladolid
AMENAZAS	**FA**	**DA**
A1. Pérdida de la identidad local. **A2.** Aumento de emigración de habitantes **A3.** Condiciones climáticas variadas que presenta la parroquia durante todo el año **A4.** Desinterés de la demanda por visitar el lugar	**F6, A1** Buscar espacios que permitan el fortalecimiento de la identidad cultural de la parroquia. **F4, F8, A2** Participar en ferias locales y nacionales que permitan promocionar de mejor manera las actividades ganaderas realizadas en la zona	**D6, A3** Realizar convenios con las diferentes con las diferentes universidades que permitan la difusión a través de publicaciones sobre aves. **D9, D11, A4** Fortalecer los soportes publicitarios como: trípticos o volantes en cada establecimiento de servicios turísticos

	F2, A4 Diversificar una oferta turística para la parroquia Valladolid	para brindar mayor información al turista.

Fuente: *Trabajo de investigación*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Como resultado del FODA cruzado se determinó 15 objetivos estratégicos:

1. Fomentar el agroturismo en la parroquia Valladolid
2. Desarrollo de productos turísticos para la parroquia.
3. Determinar un plan de promoción y marketing para los diferentes atractivos potenciales de la parroquia Valladolid
4. Proyectos de desarrollo que permitan capacitar y apoyar a las organizaciones ganaderas para el fomento del agroturismo.
5. Elaborar talleres que permitan un acercamiento hacia la actividad turística
6. Determinar el apoyo económico para ejecutar proyectos turísticos de la parroquia
7. Buscar espacios que permitan el fortalecimiento de la identidad cultural como la fiesta Religiosa de la Virgen de Fátima.
8. Participar en ferias locales y nacionales que permitan promocionar de mejor manera las actividades ganaderas y turísticas realizadas en la zona.
9. Realizar convenios con las diferentes universidades que permitan la difusión a través de publicaciones sobre aves.
10. Elaborar una guía turística digital sobre las bondades turísticas que ofrece la parroquia Valladolid.
11. Plan de capacitación para los prestadores de servicios turísticos de la parroquia.
12. Desarrollar cursos de guías turísticos para la obtención de la certificación con el MINTUR.
13. Planificar y laborar una propuesta de aviturismo que permita atraer la demanda turística
14. Diversificar una oferta turística para la parroquia Valladolid
15. Fortalecer los soportes publicitarios como: trípticos o volantes en cada establecimiento de servicios turísticos para brindar mayor información al turista

Los 15 objetivos estratégicos fueron presentados al GAD parroquial Valladolid y a la encargada del departamento de Turismo de la Prefectura de Zamora Chinchipe para analizar y determinar la relevancia de cada una y asumir responsabilidades que aporten al desarrollo turístico de la parroquia Valladolid. Dando como resultado que los objetivos 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14 y 15 serán considerados por el GAD parroquial para combinarlos y plantear proyectos turísticos en vinculación con el gobierno provincial, y el objetivo 10 que se describe a continuación será desarrollado por la tesista:

Objetivo 10: Elaborar una guía turística digital sobre las bondades turísticas que ofrece la parroquia Valladolid.

6.2.3. Revisión de principios básicos para identificar productos turísticos:

La propuesta a desarrollar se describe a continuación:

Propuesta: Elaborar una guía turística digital sobre las bondades turísticas que ofrece la parroquia Valladolid.

Tabla 89 Principios básicos para identificar productos turísticos

PRINCIPIO	ALCANCE
Atractividad	La guía turística tendrá información de todos los atractivos turísticos, sus características y recomendaciones turísticas para ofrecer al turista.
Implementación	La publicación de la guía se realizará en máximo 2 meses de haber terminado la investigación y contará con el apoyo del GAD Valladolid.
Territorialidad	La información que portará la guía permitirá diversificar la oferta turística de la localidad e incrementará la demanda.
Pluralidad	La población vallesoletana ha brindado su colaboración para mantener visible la oferta turística de la parroquia Valladolid y dinamización de la economía.

Fuente: *Trabajo de campo*

Elaboración*: Leidi Castillo*

6.2.4. Diseños del portafolio de productos turísticos:

De acuerdo a los atractivos y la demanda del territorio determinada en el primer objetivo se describe lo siguiente:

Tabla 90 Portafolio de productos turísticos

Portafolio de productos turísticos	
Macroproductos	**Productos turísticos específicos**

De acuerdo al diagnóstico se determinan 16 atractivos naturales y 3 culturales. Las modalidades de turismo identificadas son: Turismo natural	Se estableció la propuesta de elaborar una guía turística digital de la localidad con la finalidad de informar y guiar al turista cuando visite la localidad.
(camping, caminata, pesca deportiva, aviturismo, senderismo, picnic, etc.) y Turismo cultural (festividades de la parroquia Santuario "Nuestra Señora de Fátima", feria ganadera, etc.)	Misma que incluye los 20 atractivos e información sobre los mismos.
De acuerdo al análisis de demanda se determina la importancia sobre diferentes atractivos a visitar en la parroquia.	Para brindar una oferta turística óptima se plantea un plan de promoción y difusión óptimo para la parroquia Valladolid.

Fuente: *IICA 2019*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Con base al macroproducto determinado anteriormente. La clasificación de la oferta de productos turísticos se estructura en la siguiente tabla:

Tabla 91 Portafolio de productos turísticos

Portafolio de productos turísticos	
Macroproductos	**Productos turísticos específicos**
Información turística	Guía turística sobre las bondades turísticas que ofrece la parroquia
	Promoción y difusión del turismo de la parroquia Valladolid.

Fuente: *IICA 2019*

Elaboración: *Leidi Castillo*

6.2.5. Organización de productos turísticos:

En la presente tabla se especifican las acciones y actividades que contiene la guía turística, misma que se desarrollará en cuatro ejes principales: interpretación, definición de rutas turísticas,

puesta en valor, integración de los actores.

Tabla 92. Valoración de productos

Ejes principales	**Acciones y Actividades**
Guía turística digital sobre las bondades turísticas que ofrece la parroquia Valladolid	
Interpretación	Los 19 atractivos identificados, flora y fauna endémica, información general, etc. formarán parte de la guía turística que se propone elaborar. La guía turística se estructura de la siguiente manera: Portada Créditos Índice Introducción Información General Historia Calendario de festividades Flora y fauna endémica de Valladolid Atractivos turísticos Información de servicios turísticos Servicios turísticos complementarios Servicios de promotores turísticos Mapas
Tours, paquetes y rutas turísticas	Una vez elaborada la guía se puede diseñar ofertas integrales con cada eje y de esta manera diversificar el turismo en la parroquia. Esta competencia es considerada por el GAD parroquial para el planteamiento de futuros proyectos turísticos.
Puesta en valor	El GAD parroquial actualmente está trabajando en señalética y senderos, lo cual permite dar mayor valor y realce a cada atractivo que posee la localidad. Esto brindará confianza y seguridad al turista.
Integración de los actores	Para que un lugar sea un destino agradable para el turista es importante integrar o permitir la disponibilidad de diferentes servicios. Es por ello que el GAD viene trabajando en la estética de la parroquia, brinda talleres a los propietarios de establecimientos de servicios turísticos y también forma parte de propuestas que se presenten con el fin de mejorar la calidad y la óptima estadía de los visitantes. Apoya actividades turísticas y trabaja en equipo para lograr consolidar objetivos prósperos.

Fuente: *IICA 2019*

Elaboración*: Leidi Castillo*

6.3. Elaborar un plan de promoción turística para la parroquia Valladolid

6.3.1. Misión turística

Promocionar y difundir los atractivos turísticos de la parroquia Valladolid para potenciar a la parroquia a nivel local, nacional e internacional y contribuir al desarrollo sostenible de la misma.

6.3.2. Visión turística

A partir de la publicación de la guía turística y aplicar las estrategias de promoción, Valladolid, será una parroquia competitiva y con gran acogida a nivel nacional e internacional.

6.3.3. Objetivos turísticos

Potenciar el turismo cultural, natural y arqueológico de la parroquia Valladolid.

Promocionar atractivos y actividades turísticas de mayor demanda, aplicando estrategias de marketing.

Activar el turismo sostenible para mejorar la calidad de vida de la población emisora y satisfacer las necesidades del turista.

6.3.4. Estrategia turística para la parroquia Valladolid

Diseñar una óptima promoción y diferentes estrategias de publicidad que permitan promocionar, informar y guiar a quienes visitan la parroquia; lo esencial es que se considere un destino turístico privilegiado por su calidad natural, cultural, histórica y arqueológica y que, a su vez, permita la sostenibilidad, innovación para lograr ser considerado en el mundo turístico.

6.3.5. Estrategias de Promoción y Difusión Turística

La metodología aplicada para el levantamiento de información fue fundamental para determinar las estrategias óptimas para la promoción y difusión turística de la parroquia Valladolid. A continuación, se describen:

Tabla 93. Estrategia N°1: Diseño de la Guía Turística Digital de la Parroquia Valladolid

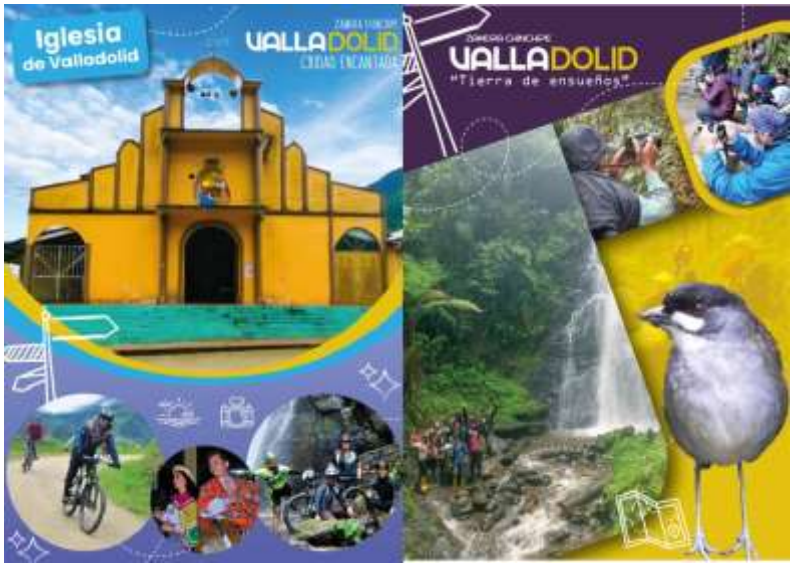
ESTRATEGIA N°1: PROMOCIÓN DE LA GUÍA TURÍSTICA DIGITAL DE LA PARROQUIA VALLADOLID
DESCRIPCIÓN: Promoción y difusión sobre las bondades naturales, culturales, históricas y arqueológicas que ofrece la parroquia Valladolid para influir en el medio turístico e informar al turista.
POLÍTICA: El lanzamiento de la guía turística digital se lo hará en las cuentas oficiales del GAD parroquial Valladolid y redes sociales de la tesista. Es responsabilidad del GAD parroquial la impresión física de la Guía Turística. Se creará una página de turismo en las redes sociales de Facebook e Instagram en las cuales de publicará la guía y se subirá contenido turístico escrito y visual.
ACCIÓN: Promoción y difusión de la Guía Turística digital de Valladolid.
PRESUPUESTO: $300.00 USD
GUÍA TURÍSTICA: Valladolid Guía Turística

Fuente*:* Trabajo de campo

Elaboración: Leidi Castillo y Richard Castillo (Diseño Gráfico)

Tabla 94 Estrategia N°2: Afiche promocional de los atractivos con alta demanda de turistas en la parroquia de Valladolid

ESTRATEGIA N°2: AFICHES PROMOCIONALES DE LOS ATRACTIVOS CON ALTA DEMANDA DE TURISTAS EN LA PARROQUIA VALLADOLID
DESRIPCIÓN: Elaboración de afiches promocionales con el fin de promocionar los diferentes atractivos con mayor demanda en la localidad. En ellos constará información escrita y visual de los atractivos y actividades a realizar.
POLÍTICA: Los afiches se publicarán en la página web y las redes sociales del GAD parroquial. Además, se imprimirá la cantidad de 4000 unidades mismas que serán distribuidas en lugares estratégicos y expuestos en ferias locales que se realicen durante la administración respectiva. Difundir actividades como el aviturismo, senderismo, tradiciones culturales como las festividades en honor a la Virgen de Fátima y la variedad de atractivos que forman parte de la parroquia. Se creará una página de turismo en las redes sociales de Facebook e Instagram en las cuales de publicará la guía y se subirá contenido sobre los diferentes atractivos turísticos. Se grabarán reportajes turísticos en los cuales se dará a conocer cada atractivo, servicios complementarios, alojamiento, restauración, etc. Se deberá publicar contenido a diario en las redes turísticas de Facebook e Instagram

ACCIÓN: Promoción y difusión de los afiches turísticos.
PRESUPUESTO: $3000.00 USD
AFICHES: 

Fuente*: Trabajo de campo*

Elaboración*:* Leidi Castillo y Lic. William Contento (diseñador y relacionador público)

7. Discusión

La presente investigación se basó en la metodología IICA 2019 que permite obtener una línea base de la caracterización, oferta turística, demanda turística del territorio, se complementó la investigación con la metodología MINTUR 2018 para realizar el inventario de atractivos. La metodología utilizada permitió determinar gran variedad de flora y fauna, atractivos culturales y naturales, variedad de especies endémicas, variedad de áreas de conservación y áreas protegidas, costumbres, tradiciones, diversos emprendimientos lácteos, importancia de la implementación de actividades turísticas, mejoramiento de las instalaciones de los prestadores de servicios turísticos e importancia de desarrollar un plan de promoción y difusión turística para la parroquia de Valladolid.

De acuerdo a la metodología del observatorio europeo LEADER II de Zimmer &Grassmann, se evaluó el potencial turístico de la parroquia, misma que fue determinante para los análisis respectivos de la oferta turística, la demanda turística, la competencia y las tendencias de mercado para luego determinar como resultado un diagnóstico de los puntos fuertes y débiles del territorio e identificar las oportunidades y los riesgos de los mismos.

Como resultado se plantearon 15 propuestas de las cuales 14 fueron agrupadas en proyectos turísticos por parte del GAD parroquial y prefectura de Zamora Chinchipe y 1 propuesta fue ejecutada la tesista. En honor a ello se elaboró la primera guía turística de la parroquia Valladolid, la cual servirá como referencia y apoyo para los próximos proyectos e investigaciones a realizarse en el territorio. Además, se planteó el plan de promoción y difusión turístico para la parroquia.

La investigación realizada responde a las preguntas de investigación planteadas antes de realizar la investigación. Por otra parte, la limitación que obligó a tomar otras medidas de levantamiento de información fue la pandemia COVID-19.

8. Conclusiones

Luego de haber realizado la presente investigación se determinaron las siguientes conclusiones:

- Mediante el diagnóstico y la evaluación del potencial turístico se evidenció que Valladolid posee potencial turístico natural y cultural lo cual permite desarrollar estrategias de promoción y difusión.

- Se elaboró la Guía Turística digital de la parroquia Valladolid en la cual constan 16 atractivos naturales, 3 culturales, datos generales, servicios complementarios y mapas.

- Se desarrolló un plan de promoción y difusión para la parroquia de Valladolid en el que a través de redes sociales como Facebook e Instagram se publicará información visual y escrita de los atractivos.

9. Recomendaciones

Luego de haber realizado la presente investigación se determinaron las siguientes recomendaciones:

- Al Gobierno Autónomo descentralizado de la parroquia Valladolid se recomienda proponer estrategias turísticas relacionadas con la conservación de flora y fauna para capacitar a las diferentes instituciones educativas y grupos de jóvenes de la parroquia.

- Al Gobierno Autónomo descentralizado de la parroquia Valladolid se recomienda dar el valor apropiado a la Guía turística desarrollada para plantear nuevos proyectos turísticos y desarrollar diferentes actividades en la parroquia.

- Al Gobierno Autónomo descentralizado de la parroquia Valladolid se recomienda promover el turismo de la parroquia a través de la promoción de material visual y escrito por los canales de difusión planteados en la investigación.

10. Bibliografía

Bastidas, M. (2017). La Potencialidad Turística y sus Oprotunidades de Emprendimiento. Caso Pasaje. *INNOVA Research Journal*, 4.

Bastidas, M. S., Calle, M., & Freddy, G. (agosto de 2017). *www.researchgate.net*. Obtenido de www.researchgate.net: https://www.researchgate.net/publication/320108141_La_Potencialidad_Turistica_y_sus_Oportunidades_De_Emprendimiento_Caso_Pasaje.

Blanco, M. (2007). Guía para la Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico de un Territorio. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura- IICA.

Camara, C. J., & Morcate, F. d. (2014). Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France. *Arquitectura y Urbanismo*.

Castillo, M., & Castaño, V. (2014). Promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 739. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/1807/180739769017.pdf

Castro, V. (2016). *http://repositorio.ug.edu.ec/*. Obtenido de http://repositorio.ug.edu.ec/: http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/15053/1/CASTRO%20SALAZAR%20VIVIANA%20EVELYN.pdf

Covarruvias. (2010). *www.eumed.net*. Obtenido de www.eumed.net: http://http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/potencial-turistico.htmlibros-gratis/2015/1433/potencial-turistico.htm

GAD, V. (2019). *PDyOT Valladolid.* Valladolid: Sisantcom.

González, M., Blanco, M., Araujo, N., & Escarramán, A. (2019). Diseño y operación de productos agroturísticos. *IICA* , 13.

Jarrín, M. d. (2014). Diagnóstico de la potencialidad turística de la parroquia de Tumbaco, provincia de Pichincha. En M. d. Jarrín. Quito.

Jocotoco, F. (2020). Obtenido de www.jocotoco.org: https://www.jocotoco.org/wb#/ES/Tapichalaca

León, S., Valencia, R., Pitman, N., Endara, L., Ulloa, C., & Navarrete, H. (2011). *Libro Rojo de Plantas Endémicas del Ecuador.* Quito: Publicaciones del Herbario QCA.

Mikery, M., & Pérez, A. (2014). Métodos para el análisis del potencial turísticp del terrotorio rural. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*.

Narváez, A., & Mercado, R. (2010). *Diagnóstico del Potencial Turístico Comunitario*. Obtenido de file:///C:/Users/PC%2011/Desktop/9%20A/Trabajo%20de%20Titulaci%C3%B3n/PROYECTO/Tesis%20Potencial%20turistico%20-%20Apoyo.pdf

Navarro, D. (2015). Recursos Turísticos y atractivos turísticos: conceptualización y valoración. *Cuadernos de Turismo*, 335-357.

Orgaz, F. (2016). *www.scielo.org.mx*. Obtenido de www.scielo.org.mx: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000200008

(2019). *PDyOT Valladolid.*

Pérez, O., & Crispín, Á. (2005). Metodología para determoinar el potencial de los recursos turísticos naturales en el estado de Oaxaca, México. *Cuadernos de Turismo*, 153-173.

Proyecto Socio Bosque. (2019). Manual Operativo del Proyecto Socio Bosque. *Lexis Finder*, 3.

Reyes, O., & Sánchez, Á. (2005). Metodología para determinar el potencial de los recursos turísticos en el Estado de Oaxaca. *Cuadernos de Turismo*, 16.

Ricaute, C. (8 de Noviembre de 2009). Obtenido de http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/8300

Ridgely, R., & Paul, G. (2006). *Aves del Ecuador.* Quito - Ecuador: Colibrí Digital.

Tirira, D. (2017). *"Guía de campo de los Mamíferos del Ecuador".* Quito - Ecuador: Murciélago Blanco.

USMP. (2017). *repositorio.usmp.edu.pe*. Obtenido de repositorio.usmp.edu.pe: http://repositorio.usmp.edu.pe/handle/usmp/3130

Varisco, C., & G, B. (2013). Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios. *nulan*, 67-69. Obtenido de nulan.mdp.edu.ar: http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf

Yague, M. J., & Campo, S. (2011). *Publicidad y promoción en las empresas turísticas.* Madrid: Editorial Síntesis Madrid.

Zimmer, P., & Grassmann, S. (1996). Evaluar el potencial turístico de un territorio. *Observatorio europeo LEADER.*

11. Anexos

Anexo 1 Anteproyecto de tesis

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

TEMA:

"EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA VALLADOLID, CANTÓN PALANDA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE, PARA SU PROMOCIÓN TURÍSTICA"

Anteproyecto de tesis previa a la obtención del título de Ingeniera en Administración Turística

Autora: Leidi Castillo

Director: Ing. María Luisa Díaz

LOJA – ECUADOR

2020

1. TEMA

“EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA VALLADOLID, CANTÓN PALANDA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE, PARA SU PROMOCIÓN TURÍSTICA”

2. PROBLEMATICA

El potencial turístico de un territorio radica en su capacidad de atracción de turistas y satisfacción de sus necesidades (Orgaz, 2016). De acuerdo al estudio de caso desarrollado en México determina la importancia de identificar las dimensiones que lo conforman tales como recursos turísticos, riesgos específicos de la zona, sentimiento de comunidad, nivel de salud, seguridad, estabilidad política y planta turística la cual son factores determinantes para poder hacer un análisis de potencial turístico (USMP, 2017)

Por otra parte, Pérez & Crispín (2005) nos dice que los componentes que conforman la potencialidad de un determinado sitio son: los recursos, la accesibilidad y el equipamiento (Pérez & Crispín, 2005). Mientras que Jarrín (2014) explica en su artículo Diagnóstico de la potencialidad de Tumbaco que las regiones, provincias, cantones y parroquias del Ecuador han crecido de una manera desorganizada al igual que sus actividades turísticas debido a que no ha existido planificación en el territorio. Por consiguiente, tratando de buscar soluciones a esta problemática, se señala que la planificación ayuda a determinar las características esenciales de un lugar para posteriormente darlo a conocer (Narváez & Mercado, 2010)

Según Bastidas, Calle & Freddy (2017) recalcan que un territorio por tener sitios naturales o culturales no significa que tienen potencial turístico, pues es condición que cuenten con características particulares como: conectividad, accesibilidad, infraestructura, entre otros, para que se facilite el desarrollo de planes, proyectos y programas. Al hablar de potencialidad de recursos naturales, se puede mencionar que es un proceso de intervención y uso por parte del ser humano sobre los recursos naturales mediante la actividad turística y genera la modificación de un territorio específico, a la vez vincula a las comunidades locales y su cultura logrando un cambio de percepción del sitio por parte del visitante, así también una valoración del ambiente. (Bastidas, Calle, & Freddy, 2017).

Es importante también que exista una metodología que permita evaluar los recursos de manera óptima, como es el caso de Ricaute (2009) en la que nos dice que el diagnóstico constituye la fuente directa de información que los permite tomar decisiones acerca de las futuras estrategias, así como la herramienta que nos va a permitir evaluar el éxito o fracaso de planes, programas y

proyectos, pues se considera una herramienta esencial para facilitar el estudio y determinar si hay potencial turístico en una zona (Ricaute, 2009)

Por otro lado, Barrera (2006), citado por Blanco (2008) argumenta que una visión errónea del potencial turístico local puede provocar un sobredimensionamiento de los proyectos, con efectos negativos sobre el medio ambiente (contaminación, degradación de los sitios naturales), sobre la cultura (pérdida de la identidad local), o sobre la actividad económica del territorio (dependencia, aumento del costo de la vida, endeudamiento de los municipios).

Entonces se puede decir que el potencial turístico es la suma de posibilidades que el ambiente natural y social pone a disposición de las actividades turísticas (GLAVAN 2006), sin embargo, el potencial turístico desarrolla la actividad turística y lo hace de manera factible por diversos factores que facilitan y coadyuvan a que esta actividad se desenvuelva con los resultados positivos esperados.

La parroquia Valladolid posee numerosos recursos naturales y culturales, sin embargo no se ha desarrollado ninguna investigación para evaluar su potencial turístico, para analizar y definir nuevas formas para aprovechar la zona y mucho menos ofrecer productos que satisfagan las necesidades de la comunidad.

La falta de interpretación del potencial turístico, por parte de las autoridades, no permite desarrollar emprendimientos turísticos, ocasionando que los pobladores opten por el desplazamiento a la ciudad en busca de fuentes de trabajo. Es por eso que se plantea la siguiente pregunta de investigación ¿Es posible evaluar el potencial turístico natural y cultural de la parroquia Valladolid, que permita diseñar una propuesta óptima para promocionar turísticamente a la parroquia?, para conducir esta investigación se ha considerado establecer las siguientes preguntas específicas:

¿Cuál es el potencial turístico de la parroquia Valladolid?

¿Cuál es la propuesta óptima para desarrollar actividades turísticas en la parroquia Valladolid?

¿Cómo se puede determinar la forma adecuada para promocionar el turismo en la parroquia Valladolid?

3. JUSTIFICACIÓN

El potencial turístico conlleva un análisis completo que 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 permite incentivar el desarrollo local, las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales locales, ofreciendo al mismo tiempo posibilidades de empleo (Castro, 2016)

Valladolid es una parroquia rural que posee sitios considerados de gran valor para el turismo; sus cascadas, su flora y fauna, sus reservas, sus festividades, sus tradiciones, su historia (fundación española), sus tierras productivas y su principal actividad: la ganadería, ha permitido que la parroquia sea reconocida a nivel cantonal y provincial por sus productos lácteos de calidad.

Posee gran cantidad de recursos turísticos naturales entre los que constan el Parque Nacional Podocarpus, Parque nacional Yacuri, Reserva Privada Tapichalaca – Fundación Jocotoco, Reserva Privada Numbala – Naturaleza y Cultura Internacional. Su belleza exótica natural permite conservar riqueza de flora y fauna y a la vez acoge a turistas amantes de la naturaleza y observación de aves.

Además, se destacan otros atractivos como son cascadas, cuevas y lagunas en donde se practica la pesca recreativa, el senderismo y camping. La potencialidad más evidente del componente biofísico es el ecoturismo, actividad si bien no va a solventar las limitaciones económicas de las familias de la parroquia, sí puede aportar a mejorar sus condiciones de vida (GAD, 2019)

Determinar el potencial turístico de la parroquia Valladolid aportará para conocer la situación actual de la localidad, siendo estos datos útiles para plantear una propuesta con el fin de incrementar la demanda de visitantes en la parroquia, que hasta el momento ha sido esporádica. Covarruvias (2010) destaca que para valorar los recursos turísticos “es necesario realizar un análisis para definir y caracterizar aquellos atributos con los que cuentan dichos recursos” (Covarruvias, 2010)

Se ha planteado la presente investigación para la determinación del potencial turístico a través de una evaluación del potencial turístico natural y cultural y una propuesta que permita el desarrollo turístico de Valladolid misma que cuenta con el apoyo del GAD parroquial y pretende confirmar la validez de la idea a defender. Para lograrlo se requiere de otros aportes como la participación de los pobladores, brindar un buen servicio por parte de los prestadores de servicios turísticos, una adecuada planificación turística para poder promocionarlo y el aporte de las autoridades.

Además, el proyecto quedará como precedente para futuros planes de desarrollo que se desean ampliar en la parroquia o implementar para otros sectores por parte de otras instituciones públicas o privadas. La elaboración de un proyecto de investigación es un requisito de graduación previo a la obtención del título en Ingeniera en Turismo.

La presente investigación es de carácter viable porque existe disponibilidad de tiempo para realizar levantamiento de información en campo, existen también recursos humanos y materiales, se considera un tiempo de ejecución de 6 meses.

En el Régimen Académico Superior de la UNL consta el Art. 78, que sostiene lo siguiente:

"Son requisitos para la titulación: haber aprobado todos los créditos, módulos, talleres y demás eventos correspondientes al plan de estudio de la carrera o del programa respectivo; y, realizar y sustentar un trabajo de investigación. El trabajo de investigación se regirá por las siguientes normas generales:

Al iniciar el último módulo, cada alumno, en forma individual, podrá seleccionar, de un listado que se le ofrecerá oportunamente, el trabajo a elaborar; realizará y presentará para su aprobación al Coordinador de Carrera o Programa, el proyecto que deberá contener básicamente: tema, introducción, descripción técnica, metodología, revisión bibliográfica y cronograma;

El trabajo de investigación estará en relación con las líneas de investigación del Área o con las temáticas abordadas en los módulos".

4. OBJETIVOS

Objetivo General

4.1. Evaluación del potencial turístico natural y cultural de la parroquia Valladolid del cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe.

Objetivos específicos

4.2. Realizar un diagnóstico turístico natural y cultural de la parroquia Valladolid del cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe.

4.3. Diseñar una propuesta para el desarrollo de actividades turísticas en la parroquia Valladolid del cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe.

4.4. Elaborar un plan de promoción turística para la parroquia Valladolid del cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe.

5. MARCO TEÓRICO

5.1. Potencial turístico Definición.

El potencial turístico de un territorio radica en su capacidad de atracción de turistas y satisfacción de sus necesidades, se establece la necesidad de dotar a los atractivos de instalaciones e infraestructuras necesarias para la realización actividades turísticas (Reyes & Sánchez, 2005)

Importancia.

La determinación del potencial turístico es importante porque permite realizar un diagnóstico actual que establezca si se puede contar con características particulares como: conectividad, accesibilidad, infraestructura, entre otros, para que se facilite el desarrollo de planes, proyectos y programas (Bastidas M. , 2017)

Componentes.

Según Reyes y Sánchez (2005) los componentes que conforman la potencialidad de un determinado sitio son: los recursos, la accesibilidad y el equipamiento (Reyes & Sánchez, 2005)

5.2. Recursos turísticos Definición.

En una publicación de la OMT y con base en Zimmermann (1933) se entiende por recurso turístico a «todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda» (Navarro, 2015)

5.3. Atractivo turístico

Definición

Según Acerenza (1984) citado por Navarro (2015) identifica los atractivos turísticos como “el componente más importante del producto turístico «por cuanto son los que determinan la selección, por parte del turista, del punto del destino de su viaje, y son los que generan por tanto, una corriente turística hacia su localización” (Navarro, 2015)

Mientras que Boullón (1985: 44) citado por Navarro (2015) señala que los atractivos turísticos conforman la «materia prima» que permite que la planta turística (equipamiento e instalaciones) opere (Navarro, 2015)

Accesibilidad: Hace referencia a vías de acceso, movilización, etc.

Equipamientos: Señalética, información del sitio, mapas de ruta, cabañas, etc.

Infraestructura:

Recurso humano**:** Constituyen la capacidad de provocar visitas turísticas de determinadas personas, grupos sociales, etc.

5.4. Evaluación del potencial turístico según IICA (2019) Proceso. Caracterizar el territorio.

Dimensión Sociocultural. Se refiere al conjunto de relaciones sociales y económicas que se establecen en cualquier sociedad y que tienen como base la religión, la ética y la cultura. Tiene como referente obligatorio a la población y presta especial atención a sus formas de organización y de participación en la toma de decisiones (González, Blanco, Araujo, & Escarramán, 2019)

Dimensión económica. El eje se relaciona con la capacidad productiva y con el potencial económico del territorio desde una perspectiva que incluya los tres sectores de la economía (primario, secundario y terciario). Muy importante es integrar en esta dimensión la provisión de bienes y servicios públicos (González, Blanco, Araujo, & Escarramán, 2019)

Dimensión ambiental. El futuro del desarrollo depende de la capacidad que tengan los actores institucionales y los agentes económicos para conocer y manejar, según una perspectiva de largo plazo, su *stock* de recursos naturales renovables y su medio ambiente (González, Blanco, Araujo, & Escarramán, 2019)

Dimensión política – Institucional. Involucra al sistema institucional público y privado, a las organizaciones no gubernamentales y a las organizaciones gremiales y grupos de interés, entre otros (González, Blanco, Araujo, & Escarramán, 2019).

5.5. Análisis de la oferta.

Alojamiento. Se puede considerar residencias, hostales, hoteles, etc.

Gastronomía. De preferencia pueden constar platos típicos para poder determinar la oferta del sitio.

Actividades de ocio. Se puede considerar sitios culturales, deportivos, de salud, senderismo, cabalgatas, etc.

Eventos. Se puede considerar congresos, talleres, etc.

5.6. Análisis la demanda.

Demanda actual. Cantidad de turistas que hay en un momento y lugar dado, y la suma de bienes y servicios solicitados efectivamente por los consumidores durante su estancia en el lugar. Por lo general, se utiliza la información generada por las instituciones durante un año previo

Patrones de consumo. Grado de aceptación y de satisfacción de un producto y/o servicio, entre otros fines, de quienes visitan el territorio.

5.7. Análisis FODA.

Consiste en el reconocimiento de factores internos (fortalezas y debilidades) y de impulsores externos (oportunidades y amenazas) que favorecen u obstaculizan el desarrollo de los productos turísticos, los cuales se ponderan para definir las primeras líneas de actuación estratégica.

5.8. Diagnóstico turístico según MINTUR 2018.

Inventario y jerarquización de atractivos turísticos.

Etapa 1. Elaboración del inventario de atractivos turísticos

Fase 1. Levantamiento y registro.

Fase 2. Ponderación y jerarquización

Fase 3. Sistematización gráfica de las fichas

Etapa 2. Generación de espacios turísticos

Fase 1. Identificación y asociatividad de atractivos

Fase 2. Tipificación de espacios turísticos

Planta turística. Son empresas que facilitan al turista la permanencia en el lugar de destino (alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc), es información importante para identificar y clasificar los atractivos turísticos.

Infraestructura. Son instalaciones e instituciones que constituyen la base material y organizacional para el desarrollo del turismo.

Superestructura turística. Son organismos públicos y privados que regulan, fomentan y coordinan la actividad turística

5.9. Productos turísticos.

Definición. Es un conjunto de atractivos turísticos (naturales y artificiales), servicios (alojamiento, alimentación, actividades de entretenimiento y servicios básicos), y accesibilidades (vías de comunicación, puertos y demás medios de transporte) puestos a disposición del turista para que disfrute una experiencia de vida (González, Blanco, Araujo, & Escarramán, 2019).

Componentes. Se compone por: atractivos + servicios + accesibilidad = Producto turístico (González, Blanco, Araujo, & Escarramán, 2019).

5.10. Principios básicos para identificar productos turísticos.

Son cuatro:

Atractividad. Los productos turísticos que se identifiquen deben tener la capacidad de atraer flujos turísticos; se debe aspirar a que dichos productos propicien que los visitantes se queden por lo menos una noche en el territorio.

Implementación. Los productos turísticos se deben poder implementarse a corto plazo y, sobre todo, deben contar con la participación y compromisos de los actores clave.

Territorialidad. Para que el producto turístico sea competitivo, es necesario que este se articule y contribuya a diversificar la oferta turística del territorio.

Pluralidad. Este principio sugiere el establecimiento de relaciones de colaboración y competencia entre los oferentes turísticos en el territorio, tanto para generar una oferta diversificada del destino como para lograr que esta sea competitiva y visible en el mercado turístico.

Diseño. Consiste en valorar el conjunto de atractivos del territorio de estudio y analizar con cuál modalidad turística se relaciona más la actividad. Con base en los análisis de la oferta y la demanda, se identifican cuáles productos existen y cuáles no. Por último, se decide si se diseña un producto turístico nuevo (en caso de no existir) o si se pueden mejorar o complementar los existentes. Es importante clasificar en macroproductos y estos a su vez en productos turísticos

específicos.

Organización: Se debe especificar las acciones y actividades que se desarrollarán en cinco ejes principales: interpretación, definición de rutas turísticas, puesta en valor, integración de los actores y comercialización y promoción (González, Blanco, Araujo, & Escarramán, 2019).

5.11. Promoción Turística.

Definición. Son acciones desarrolladas con el objetivo de dar a conocer un lugar. Es importante definir cómo se quiere promover un destino y, a partir de allí, definir las acciones que se desarrollarán con el objetivo de llegar al público potencial.

Estrategias de promoción.

Nombre. Palabra(s) que designa(n) el emprendimiento

Isotipo: Símbolo(s) que identifica(n) visualmente el negocio. Cuando la marca es fuerte y bien posicionada, solo con incluir el isotipo la marca es reconocida por el consumidor.

Logotipo. Es el nombre e isotipo en su conjunto.

Eslogan. Es el lema publicitario; debe ser corto y comunicar los beneficios diferenciadores del producto turístico. Puede o no acompañar al logotipo

Medios de promoción.

Publicidad. El producto se puede promocionar mediante revistas, radio, folletos, páginas web propias, etc.

Ferias locales. Encuentros anuales de corta duración que tienen lugar en la misma fecha y lugar (Castillo & Castaño, 2014)

5.12. Marco Referencial

Diagnóstico de la potencialidad turística de la parroquia de Tumbaco, provincia de Pichincha (Jarrín, 2014)

La investigación se ha fundamentado en la identificación de los atractivos turísticos, servicios básicos, servicios turísticos, situación económica y social del lugar, en donde se ha destacado el criterio de sus pobladores, de quienes han obtenido información referente a la forma cómo ellos

ven a su lugar de residencia en los actuales momentos, cuál es su percepción de seguridad e inseguridad y cuáles son sus apreciaciones y aspiraciones con relación a que Tumbaco pueda convertirse en un lugar apetecido por los turistas, tomando en consideración la presencia del nuevo aeropuerto Mariscal Sucre, muy cerca de la parroquia.

Métodos para el análisis del potencial turístico del territorio rural (Mikery & Pérez, 2014)

La investigación permite analizar los métodos de investigación utilizados para determinar el potencial turístico del territorio rural y discutir los alcances y limitantes de estos métodos. Se analiza la literatura internacional en métodos y enfoques de investigación utilizados para abordar la capacidad del territorio rural para actividades turísticas en sus diferentes modalidades. Los métodos se agrupan por dimensión (social, económica, ambiental) para determinar el potencial turístico y por paradigma de investigación. Aclara que existe diversidad en métodos, desde diferentes paradigmas de investigación y diferentes disciplinas con objetivos similares. Además de inconsistencias entre el objetivo de sustentabilidad en el desarrollo rural; donde se estudia una dimensión de la realidad y se atribuye mayor relevancia a los recursos biogeográficos sin considerar las dimensiones sociales o económicas. Se requiere la integración de diferentes dimensiones (social, ambiental, económica, política e institucional) que definan las características propias de cada territorio, bajo un enfoque de sistemas complejos considerando la interacción entre sus componentes y al contexto.

Metodología para determinar el potencial de los recursos turísticos naturales en el estado de Oaxaca, México (Pérez & Crispín, 2005)

La investigación analiza los elementos naturales y la infraestructura del estado de Oaxaca para el desarrollo de la actividad turística. En un primer apartado, se mencionan los tipos de atractivos naturales que posee el territorio. En una segunda sección, se describe el proceso metodológico que se utilizó para la valoración cuantitativa de los bienes y servicios turísticos de los distritos que integran a esta entidad federativa. Posteriormente, se describen las particularidades turístico-naturales encontradas. Por último, se demuestra que, desde la perspectiva de esta actividad económica, la riqueza natural de este estado se desaprovecha al no contar con una infraestructura turística adecuada.

Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France (Camara & Morcate, 2014)

En la investigación se pretende analizar los recursos turísticos que este centro permite conocer sistemáticamente el patrimonio turístico, de acuerdo con el nivel de importancia de cada uno de ellos y contar con instrumentos metodológicos para la elaboración de planes y proyectos de desarrollo turístico de ese centro. En el presente artículo se presenta una propuesta metodológica que involucra conceptos, fundamentos, instrumentos y herramientas para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France con el fin de lograr uniformidad conceptual y metódica en los criterios a emplear para la evaluación del potencial turístico actual y futuro.

5.13. Marco Legal

Ley de Turismo

En el Capítulo I, artículo 4 menciona que la política estatal con relación al sector de turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuento debe potencializar las actividades mediante fomento y promoción de un producto turístico competitivo;

Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arquelógicos de la nación;

Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;

Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;

Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;

Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,

Fomentar e incentivar el turismo interno.

En el Capítulo V, artículo 19 menciona que el Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías especiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán

sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría.

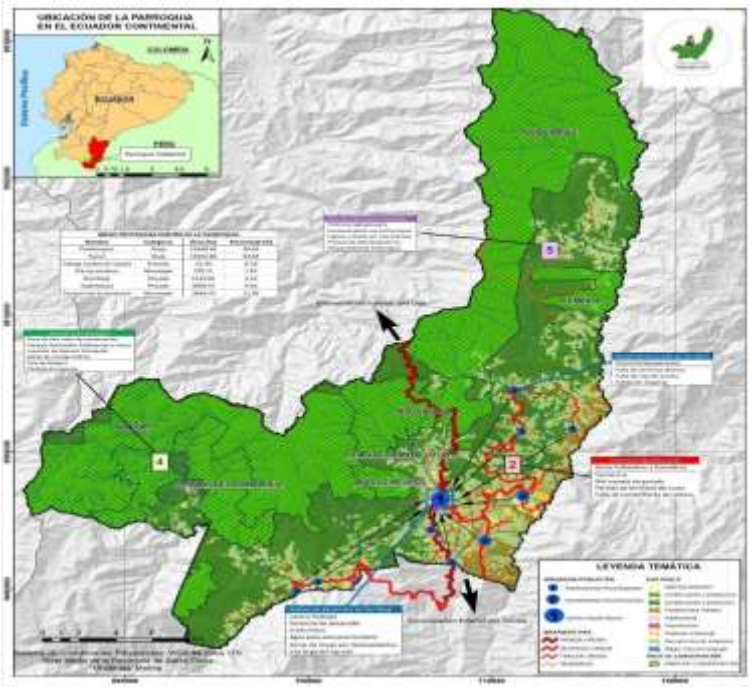
5.14. Materiales y Métodos

El enfoque de la presente investigación es de carácter cuantitativo, con un alcance descriptivo y se utilizará las técnicas de encuesta, entrevista y visitas de campo.

5.15. Ubicación del área de estudio

La presente investigación se llevará a cabo en la parroquia Valladolid, perteneciente al cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe, se localiza al sur de la región amazónica del Ecuador, con un Bosque siempreverde montano del Sur de la Cordillera Oriental de Los Andes, a una altitud de 2000 y 3000 msnm (Ver Ilustración 1) (GAD, 2019).

Figura 1. Macro y micro localización del área de estudio



Fuente: Equipo Consultor 2019

Elaboración: Equipo Consultor 2019

6. METODOLOGÍA

6.1. Metodología para realizar un diagnóstico turístico natural y cultural de la parroquia Valladolid, del cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe

En el desarrollo del primer objetivo se utilizará la metodología propuesta por IICA (2019), la cual se describe a continuación:

Caracterizar el territorio. Para caracterizar el territorio se revisará el PDOT (2019) de la parroquia Valladolid el cual aportará con información sobre desarrollo turístico en general, mapas geológicos, hidrológicos, suelos, etc. También se buscará información en el INEC sobre datos estadísticos de las variables más relevantes de cada dimensión del territorio.

Por otra parte, para complementar la información requerida se aplicará una encuesta tomando en cuenta las variables necesarias de cada dimensión

La información de las dimensiones del territorio en las cuales se trabajará, se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 1. *Caracterización del territorio por dimensiones*

DIMENSIÓN	DESCRIPCIÓN	FUENTE
Sociocultural	**Variables:** Historia, estructura y procesos demográficos, ingresos económicos, cultura y tradiciones, conflictos sociales, actitud de la población local hacia el turismo.	Historia, estructura y procesos demográficos*:* PDOT 2019 de la parroquia Valladolid Actitud de la población local hacia el turismo, ingresos económicos, cultura y tradiciones, conflictos sociales: aplicación de encuesta (Anexo 1)
Económica	**Variables:** Actividades económicas, tipos de empresas, tecnología mano de obra.	PDOT 2019 de la parroquia Valladolid.
Ambiental	**Variables:** Ubicación geográfica, superficie del territorio y uso de suelo, clima, paisaje, flora y fauna, recursos hídricos, situación ambiental.	PDOT 2019 de la parroquia Valladolid. y google earth,

Política - Institucional	**Variables:** Grupos de interés, políticas públicas, iniciativas en operación y planificadas.	Políticas públicas: PDOT 2019 de la parroquia Valladolid. Grupos de interés, iniciativas de emprendimiento: aplicación de encuesta

Fuente: *Metodología IICA 201*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Inventariar los atractivos turísticos según MINTUR 2018

Primeramente, se realizará una revisión en el PDOT de la parroquia para identificar los atractivos turísticos; luego se realizará el trabajo de campo para recolectar datos e imágenes de los atractivos turísticos y posterior aplicar las fichas de levantamiento de información y jerarquización del MINTUR 2018.

Analizar la oferta

Se realizará un análisis de la oferta, para esto se recopilará la información presentada en la tabla 2.

Tabla 2. *Análisis de la oferta*

OFERTA TURÍSTICA	DESCRIPCIÓN
Alojamiento	**Variables:** Ubicación, nombre del negocio, total de habitaciones y camas, tipos de establecimientos (hoteles, hostales, residencias), calidad, precio, ocupación promedio, meses de mayor ocupación.
Gastronomía	**Variables:** Ubicación, nombre del negocio, capacidad global (mesas, personas), tipos de establecimientos (restaurantes, sodas, cafés, etc.), calidad, precios, menús (comida internacional, comida típica, etc.).
Actividades de ocio	**Variables:** Ubicación, nombre del negocio, actividades (senderismo, cabalgatas, bicicleta de montaña, paseos en bote, pesca, termalismo, etc.), calidad y precio.

Eventos	**Variables:** Ubicación, nombre del negocio y capacidad (congresos, talleres)

Fuente: *Metodología IICA 2019*

Elaboración: *Leidi Castillo*

La recolección de información se hará a través de entrevista con informantes claves, también se revisará información en la revista “Valladolid y su Desarrollo” publicada en el 2012.

Se elaborará una ficha de campo en la cual a través de técnicas de observación se obtendrá información necesaria:

Tabla 3*. Ficha de campo*

Nombre del negocio:	**Ubicación:**
Área ocupada (m2):	**Personal contratado:**
Descripción de la Infraestructura:	

.			
Descripción de instalaciones y equipos:			
Meses de alta demanda:		**Meses de baja demanda:**	
Productos/ servicios ofertados:		**Forma de Hacer publicidad:**	
Productos/ servicios	**Precio**	**Capacidad**	**Horarios de atención:**
FOTOGRAFÍA			

Fuente: *Metodología IICA 2019*
Elaboración: *Leidi Castillo*

Analizar la demanda

Para analizar la demanda se determinan dos factores: demanda actual y patrones de consumo

Demanda actual. Para conocer la demanda actual, se revisarán los registros de visitantes de la Casa Simpson – Reserva Tapichalaca.

Mediante investigación documental y de campo se obtendrá información sobre la demanda actual del territorio

Tabla 4. *Ficha de campo para determinar la demanda actual*

DATOS	
¿Cuántos turistas llegan al territorio?	
¿Qué consumen?	
¿Dónde se alojan?	
¿Cuántos días dura su estadía?	
¿En qué temporadas visitan el territorio?	
¿Cuál es su gasto medio?	
Edad	
Sexo	

Nivel de estudios	
Ingresos	
Residencia habitual	

Fuente: *Metodología IICA 2019*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Patrones de consumo. Mediante trabajo de campo se aplicará una encuesta para conocer los patrones y hábitos de consumo del turista (Ver anexo 3).

FODA

Se elaborará un análisis FODA de la comunidad frente a un posible desarrollo turístico en espacios rurales, considerando el análisis multidimensional del territorio, el de la oferta y el de la demanda, así como el inventario de atractivos turísticos.

Tabla 5. *Análisis FODA*

INTERNO / EXTERNO	FORTALEZAS F1. F2. Fn.	DEBILIDADES D1. D2. Dn.
OPORTUNIDADES O1. O2. On.	FO	DO
AMENAZAS	FA	DA
A1. A2. An.		

Elaboración: *Leidi Castillo*

6.2. Metodología para diseñar una propuesta para el desarrollo de actividades turísticas en la parroquia Valladolid del cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe.

En el desarrollo del segundo objetivo se va a proponer la elaboración de un producto turístico en base al potencial identificado en el primer objetivo mismo que será diseñado y estructurado teniendo como base la Metodología propuesta por IICA (2019), la cual se describe a continuación:

Revisión de principios básicos para identificar productos turísticos.

Se determinará en base a los atractivos identificados acompañado de la oferta determinada en el primer objetivo.

Tabla 5. *Principios básicos para identificar productos turísticos*

PRINCIPIO	ALCANCE
Atractividad	Los productos turísticos que se identifiquen deben tener la capacidad de atraer flujos turísticos; se debe aspirar a que dichos productos propicien que los visitantes se queden por lo menos una noche en el territorio.
Implementación	Los productos turísticos deben poder implementarse a corto plazo y, sobre todo, deben contar con la participación y compromisos de los actores clave.
Territorialidad	Para que el producto turístico sea competitivo, es necesario que este se articule y contribuya a diversificar la oferta turística del territorio
Pluralidad	Este principio sugiere el establecimiento de relaciones de colaboración y competencia entre los oferentes turísticos en el territorio, tanto para generar una oferta diversificada del destino como para lograr que esta sea competitiva y visible en el mercado turístico.

Fuente*: IICA 2019*

Elaboración*: Leidi Castillo*

Diseños del portafolio de productos turísticos.

Se determinará a partir de los atractivos turísticos y la demanda del territorio determinada en el primer objetivo.

Tabla 6. *Portafolio de productos turísticos*

Portafolio de productos turísticos	
Macroproductos	**Productos turísticos específicos**
Se identificará las modalidades del turismo en espacios rurales con potencial de desarrollo en el territorio de acuerdo con los atractivos existentes determinados en el primer objetivo y los análisis realizados en el proceso de evaluación del potencial turístico.	Se tomará en cuenta los productos que estén compuestos por atractivos, servicios y accesibilidad, mismos que serán identificados en el primer objetivo y en el primer punto del segundo objetivo.

Fuente*: IICA 2019*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Se determinará con base al macroproducto determinado anteriormente. La clasificación de la oferta de productos turísticos se estructurará en la siguiente tabla:

Tabla 7. *Clasificación de la oferta de productos turísticos*

Macroproductos	Productos turísticos específicos
Macroproducto 1	Producto turístico 1 Producto turístico 2 Producto turístico n...
Macroproducto 2	Producto turístico 1 Producto turístico 2 Producto turístico n...
Macroproducto 3	Producto turístico 1 Producto turístico 2 Producto turístico n...

Fuente: *IICA 2019*

Elaboración: *Leidi Castillo*

Organización de productos turísticos.

Se elaborará una hoja de trabajo, en la cual se especifiquen las acciones y actividades que se desarrollarán en cinco ejes principales: interpretación, definición de rutas turísticas, puesta en valor, integración de los actores y comercialización y promoción.

Tabla 8. *Valoración de productos*

Ejes principales	Acciones y Actividades
Interpretación	Se determinará a través de la historia y las tradiciones de cada uno de los productos y atractivos que forman la oferta turística. Adicionalmente, la interpretación permitirá identificar la línea lógica que une todos los atractivos que forman parte de un producto turístico, priorizándolos en atractivos centrales (los que representan la motivación de viaje del turista) y complementarios (los que aumentan la satisfacción del turista, pero no se consideran necesarios para convencerlo a viajar al destino).

Tours, paquetes y rutas turísticas	Una vez diseñados los productos turísticos, se está en posibilidad de diseñar una oferta integral con los ejes principales (Tours, paquetes y rutas turísticas)
Puesta en valor	Se determinará de acuerdo a la organización (señalización, etc.) de espacios específicos por donde el turista transitará para disfrutar de los productos.
Integración de los actores	Para poder contextualizar los productos turísticos es necesario que dichos productos estén a disposición del turista a lo largo de todo el día, desde el desayuno hasta la cena. Por lo tanto, la integración de actores hace referencia a favorecer esta disponibilidad "permanente" de los productos típicos locales, será necesario realizar acuerdos entre los agricultores, los empresarios agrícolas, hoteles y restaurantes, de forma que puedan vender a los turistas.

Fuente: *IICA 2019*

Elaboración: *Leidi Castillo*

6.3. Metodología para elaborar un plan de promoción turística para la parroquia Valladolid del cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe

Para el desarrollo del tercer objetivo se determinará un plan de promoción adecuado para el producto turístico propuesto en el segundo objetivo, el cual será en base a la metodología IICA (2019) y a conformidad del GAD parroquial. La metodología a utilizar es la siguiente:

Estrategias de promoción.

Nombre: palabras que designarán el producto o actividad

Isotipo: Símbolo(s) que identificarán visualmente el producto con colores representativos para que sea reconocida por el consumidor. Será adaptable (publicidad digital, impresa, etc.), también

se utilizarán elementos de alta calidad en diseño. Por otra parte, se tendrá en cuenta símbolos que hagan referencia al medio natural (animales, árboles, agua, flores y vegetación, etc.); a la agricultura (granos, ganado, herramientas agrícolas, construcciones rurales, etc.); a actividades recreativas (artículos deportivos, fogatas, aviturismo, senderismo, etc.)

Logotipo: se usará para definir lo característico del producto (es el nombre e isotipo en su conjunto).

Eslogan: Se redactará el lema publicitario; será corto y comunicará los beneficios diferenciadores del producto turístico, (puede o no acompañar al logotipo).

También se tomará en cuenta lo siguiente:

Ambiente. Se destaca la experiencia del lugar (diversión, descubrimiento, satisfacción, mágico y mucho más por explorar), la naturaleza (tierra, agua, fuego, aire; arena y sol) o el paisaje (silvestre, recurso, maravillas).

Localidad. Hará alusión a la comunidad. Los turistas son invitados a ir a la localidad para relajarse y disfrutar en la comunidad hospitalaria.

Ubicación. Se promocionará las ventajas de la ubicación, vías de acceso, medios de transporte, etc.

Medios de promoción.

Se determinarán de acuerdo a las posibilidades e intereses del GAD parroquial, se considerará comunicación en línea.

Publicidad.

Radio "Café Radio": ubicada en el cantón Zumba

Canal digital Jotavisión: con sede en la parroquia de El Porvenir del Carmen

Página web de la parroquia: *www.gadvalladolid.ec*

Redes sociales: *Gad Valladolid (Facebook), Leidi Castillo (Facebook tesista)*

Ferias locales.

Mes de febrero: Festividades de parroquialización

Mes de mayo: Festividades de la Virgen de Fátima

7. CRONOGRAMA

Tabla 9. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																				
Actividades	**Mes 1**				**Mes 2**				**Mes 3**				**Mes 4**				**Mes 5**			
	1	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**
Objetivo 1. Realizar un diagnóstico turístico natural y cultural de la parroquia Valladolid del cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe																				
Revisión bibliográfica	X																			
Aplicación de encuestas para la caracterización del territorio por dimensiones	X																			
Inventario de atractivos turísticos		X	X	X	X															
Aplicación de entrevista para analizar la oferta						X														
Ficha de campo para determinar la demanda actual						X														
Aplicación de encuesta para determinar los patrones de consumo							X													
Análisis FODA								X												
Objetivo 2. Diseñar una propuesta para el desarrollo de actividades turísticas en la parroquia Valladolid del cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe																				
Tablas para identificar productos turísticos									X											
Desarrollo de macroproductos turísticos										X										
Clasificación de la oferta de productos turísticos											X									
Organización de productos turísticos												X								
Objetivo 3. Elaborar un plan de promoción turística para la parroquia Valladolid del cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe																				
Elaboración de nombre, Isotipo, logotipo y eslogan													X							
Creación de la página web de la parroquia														X						
Actualización de redes sociales (instagram y facebook)															X					
Promoción en Radio San Antonio																X				
Promoción en el canal digital Jotavisión																X				
Presentación del primer borrador de tesis																	X			
Correcciones del Borrador de tesis																		X		
Presentación del Informe final																			X	

Fuente: *Observación directa*

Elaboración: Leidi Castillo

8. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

Tabla 10. Presupuesto y financiamiento

PRESUPUESTO				**FINANCIAMIENTO**
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**	
Recursos Humanos				Estudiante investigador
Miembro GAD	1	30,00	30,00	
Estudiante	1	30,00	30,00	
Material de Oficina				
Resmas de hojas de papel bond A4	4	4,00	16,00	
Esferos	5	0,30	1,50	
Cuaderno	1	1,25	1,25	
Empastado	1	30,00	30,00	
Portafolio	3	4,00	12,00	
Impresiones	1000	0,05	40,00	
Anillados	2	4,00	8,00	
Copias	400	0,01	4,00	
CD	2	4,00	8,00	
Equipos				
Cámara fotográfica (alquiler)	24 Horas	20,00	480,00	
GPS	1	10,00	10,00	
Computadora	1	1,00	1,00	
Logística				
Transporte	30	4.50	135,00	
Alimentación	40	2,50	100,00	
Hospedaje	8	5,00	40,00	
OTROS				
Imprevistos		5%	0.05	
TOTAL			**946,80**	

Elaboración: Leidi Castillo

Anexo 2 Encuesta aplicada a la población vallesoletana

ENCUESTA

La presente encuesta se realiza con el fin de determinar la actitud de la población hacia el turismo. Teniendo en cuenta que el turismo es uno de los motores principales de crecimiento en las zonas rurales.

Agradecería me proporcione 10 minutos de su tiempo para responder las siguientes preguntas.

1. **Edad**

   - ☐ Menor de 18 años
   - ☐ 19 a 24 años
   - ☐ 25 a 30 años
   - ☐ 31 a 36 years
   - ☐ 37 a 42 años
   - ☐ 43 a 48 años
   - ☐ 49 en adelante

2. **Sexo**

   - ☐ Masculino
   - ☐ Femenino

3. **Estado civil**

   - ☐ Soltero (a)
   - ☐ Casado (a)
   - ☐ Divorciado (a)
   - ☐ Viudo (a)
   - ☐ Unión libre

4. **Ocupación actual**

   - ☐ Estudiante
   - ☐ Profesional
   - ☐ Libre ejercicio ¿Cuál? …….
   - ☐ Jubilado

5. **¿Tiene conocimiento sobre los atractivos o actividades turísticas que posee la parroquia Valladolid?**

   ☐ SI ☐ NO

   ¿Cuál o cuálesconoce?.....

.....

6. **¿Qué atractivos considera usted que son más importantes en la parroquia?**

- ☐ Cascadas Lagunas
- ☐ Sitios arqueológicos
- ☐ Reservas ecológicas
- ☐ Lugares de avistamiento de aves
- ☐ Otros……...

7. **¿Qué actividades turísticas considera que se pueden desarrollar en la parroquia?**

- ☐ Ecoturismo ☐ Camping
- ☐ Agroturismo ☐ Aviturismo
- ☐ Senderismo ☐ Aventura
- ☐ Fotografía rural ☐ Otro……

8. **¿Por qué razones considera usted que los turistas llegan a Valladolid?**

- ☐ Visita a cascadas ☐ Avistamiento de aves
- ☐ Sitios arqueológico ☐ Gastronomía
- ☐ Festividades ☐ Comercio
- ☐ Otro……...

9. **¿Qué días son de mayor movimiento en la parroquia?**

- ☐ De lunes a Viernes ☐ Sábado y domingo ☐ Feriados
- ☐ Otro……...

10. **¿Qué tipos de emprendimientos turísticos se pueden implementar en la parroquia?**

- ☐ Tienda de souvenirs ☐ Almacén con implementos para el turista
- ☐ Agencia de viajes ☐ Operadora turística
- ☐ Hosterías ☐ Hoteles
- ☐ Otros……

11. **¿Estaría dispuesto usted a capacitarse para brindar un mejor servicio al visitante?**

- ☐ SI ☐ NO

Tipo de capacitación.....

12. ¿Cuáles son las costumbres y tradiciones que caracterizan a Valladolid?

Costumbres

- ☐ Acompañar a un difunto
- ☐ Ferias agrícolas y ganaderas
- ☐ Novena de Navidad
- ☐ Otro……..

Tradiciones

- ☐ Concurso de monigotes
- ☐ Fiesta de la Virgen de Fátima
- ☐ Rosario de la aurora
- ☐ Otro……

13. ¿Con qué frecuencia los turistas visitan la parroquia?

- ☐ Diario
- ☐ Mensualmente
- ☐ Semanalmente
- ☐ Anualmente

14. ¿Estaría dispuesto a colaborar con el GAD parroquial para poder promocionar turísticamente a la parroquia?

- ☐ SI
- ☐ NO

15. ¿En qué ámbitos colaboraría para la promoción turística de la parroquia?

- ☐ Publicar en redes sociales
- ☐ Grabación de videos promocionales
- ☐ Propuestas innovadoras
- ☐ Apoyo a investigaciones turísticas
- ☐ Publicaciones de libros, revistas, etc.
- ☐ Otro……...

16. ¿Qué tipo de infraestructura turística se debe implementar en la parroquia?

- ☐ Servicios básicos
- ☐ Transporte
- ☐ Senderos ecológicos
- ☐ Redes de comunicación (internet, etc.)
- ☐ Otros…….

17. ¿Qué alternativas propone usted para que la parroquia mejore y se promocione turísticamente?

……

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 3 Ficha resumen del inventario de atractivos turísticos

Nombre del atractivo:		**Jerarquía:**
Categoría:	**Tipo:**	**Subtipo:**
Provincia:	**Cantón:**	**Localidad:**
Características		
Actividades Turísticas		
Recomendaciones turísticas		

Anexo 4 Ficha Técnica MINTUR (2018)

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																
Código del atractivo:	1		1	4	5	0	A	N	0	3	0	2	0	0	0	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		

1. DATOS GENERALES

1.1 Nombre del Atractivo Turístico		
Complejo Turístico Piscinas Naturales		
1.2 Categoría	**1.3 Tipo**	**1.4 Subtipo**
ATRACTIVOS_NATURALES	AMBIENTES_LACUSTRES	LAGUNA

2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO

2.1 Provincia	2.2 Cantón	2.3 Parroquia
LOJA	PINDAL	PINDAL.
2.4 Barrio, Sector o Comuna	**2.5 Calle Principal**	**2.6 Número** / **2.7 Transversal**
	Vía Perimetral	
2.8 Latitud (grados decimales)	**2.9 Longitud (grados decimales)** Click	**2.10 Altura (msnm)**
4°6,5460'S	80°6,3020'O	693

2.11 Información del administrador

a. Tipo de Administrador:	texto	b. Nombre de la Institución:	GAD Pindal
c. Nombre del Administrador:	Ing. Ower Mora	d. Cargo que ocupa:	Director de Desarrollo Social y Cultural
e. Teléfono / Celular:	(+593)	f. Correo Electrónico:	Text o

Observaciones: texto

3. CARACTERISTICAS DEL ATRACTIVO

3.1 Características climatológicas

a. Clima: b. Temperatura(ºC): c. Precipitación Pluviométrica (mm):

3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)

a. Cultura ☐ b. Naturaleza ☐ c. Aventura ☐

3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico

a. Prístino ☐ b. Primitivo c. Rústico Natural ☐ d. Rural ☐ e. Urbano ☐

3.4 Ingreso al atractivo (U)

a. Tipo de Ingreso	b. Horario de Atención		c. Atención				
	Ingreso	Salida	Todos los días	Fines de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro	Especificar
Libre	0:00	0:00					texto
Restringido	0:00	0:00					texto
Pagado	0:00	0:00					texto

d. Maneja un sistema de reservas:		f. Forma de Pago:	Efectivo ☐	Dinero Electrónico ☐	Depósito Bancario / Tarjeta de Débito ☐
e. Precio:	Desde 0,00 Hasta 0,00		Tarjeta de Crédito ☐	Transferencia Bancaria ☐	Cheque ☐
g. Meses recomendables de visita:		Texto			

Observaciones: texto

4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI ☐ NO ☐ S/I ☐

a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): texto

b. Distancia desde la ciudad o 0 km ☐ c. Tiempo estimado de 0:00 h/min d. Coordenadas (grados Lat.: 0 Long.: 0

b. Acuático (U) ☐ Lacustre ☐ Marítimo ☐ partida texto texto Puerto Muelle de texto

texto

e. Aéreo (U) ☐ Nacional ☐ Internacional ☐

texto

Observaciones:

4.3 Servicio de transporte (M) ☐

a. Bus ☐ b. Buseta ☐ c. Transporte fiel ☐ d. Taxi ☐ e. Motocicleta ☐ f. Teleférico ☐

g. Lancha ☐ h. Bote ☐ i. Barco ☐ j. Canoa ☐ k. Avión ☐ l. Animales ☐

m. Helicóptero ☐ n. Otro ☐ Puerto / Mmlle de Especifique

Llegada

texto

4.3.1 Detalle ☐

Observaciones:

a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia	d. Detalle (Traslado origen / destino)
texto Observaciones:	texto	☐ ☐ ☐ ☐	texto
texto	texto	☐ ☐ ☐ ☐	texto
texto	texto	☐ ☐ ☐ ☐	texto
texto	texto	☐ ☐ ☐ ☐	texto
texto	texto	☐ ☐ ☐ ☐	texto

4.4 Condiciones ☐

General ☐ Física ☐ Visual ☐ Auditiva ☐ Discapacidad Intelectual o Psicosocial ☐ d. No es accesible ☐

Observaciones: texto

Observaciones: ☐

☐ Estado (U) Bueno ☐ Regular ☐ Malo ☐

Observaciones: texto

SI ☐ NO ☐ S/I ☐

5.1 Planta turística (M) ☐

a. En el Atractivo ☐				b. En la ciudad o poblado cercano ☐			
Alojamiento ☐	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento ☐	Establecimiento registrados	Número de s	Número de Plazas

deaee‹: sbiWdadde1aWaenvoturincoMmed'oR1coparapemooxscoodh cepeNdad(#

Discapacidad Discapacidad idad

Dicapac

poblado más cercano: decimales):

desplazamiento en auto:

Observaciones: texto

4.2 Vías de Acceso (M)

	Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado
a. Terrestre (M)	a. Primer orden	0	0	0	texto	
	b. Segundo orden	0	0	0	texto	

Hotel	0	0	0	Hotel	0	0	0
Hostal	0	0	0	Hostal	0	0	0
Hostería	0	0	0	Hostería	0	0	0
Hacienda Turística	0	0	0	Hacienda Turística	0	0	0
Lodge	0	0	0	Lodge	0	0	0
Resort	0	0	0	Resort	0	0	0
Refugio	0	0	0	Refugio	0	0	0
Campamento Turístico	0	0	0	Campamento Turístico	0	0	0
Casa de Huéspedes	0	0	0	Casa de Huéspedes	0	0	0
Observaciones: texto				Observaciones: Texto			
Alimentos y bebidas	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	**Alimentos y bebidas**	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes	0	0	0	Restaurantes	0	0	0
Cafeterías	0	0	0	Cafeterías	0	0	0
Bares	0	0	0	Bares	0	0	0
Fuentes de soda	0	0	0	Fuentes de soda	0	0	0
Observaciones: texto				Observaciones: Texto			
Agencias de Viaje	Establecimientos registrados			**Agencias de Viaje**	Establecimientos registrados		
Mayoristas	0			Mayoristas	0		
Internacionales	0			Internacionales	0		
Operadoras	0			Operadoras	0		
Observaciones: texto				Observaciones: Texto			
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0		
☐	0	0	0	Aventura	0		
Observaciones: texto				Observaciones: Texto			
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0		
☐	0	0	0	Aventura	0		
Observaciones: Texto							

5.2 Facilidades en el entorno al atractivo

Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U) B	R	M
a. De apoyo a la gestión turística ☐	Punto de Información	0	0	Texto	☐	☐	☐	☐
	I-Tur	0	0	Texto				
	Centro de interpretación	0	0	Texto				
	Centro de facilitación turística	0	0	Texto				
	Centro de recepción de visitantes	0	0	Texto				
	Garitas de guardianía	0	0	Texto				
	Miradores	0	0	Texto				

b. De observación y vigilancia	Torres de avistamiento de aves	0	0	Texto		
	Torres de vigilancia para salvavidas	0	0	Texto		
	Senderos	0	0	Texto		
	Estaciones de sombra y descanso	0	0	Texto		
c. De recorrido y descanso	Áreas de acampar	0	0	Texto		
	Refugio de alta montaña	0	0	Texto		
d. De servicio	Baterías sanitarias	0	0	Texto		
	Estacionamientos	0	0	Texto		
e. Otros		0	0	Texto		

Observaciones: texto

5.3 Complementarios a la actividad turística (M)

a. En el Atractivo	b. En la ciudad o poblado cercano
Alquiler y venta de equipo especializado Venta de artesanías y merchandising Casa de cambio Cajero automático Otro Especifique: texto	Alquiler y venta de equipo especializado Venta de artesanías y merchandising Casa de cambio Cajero automático Otro Especifique: texto

Observaciones: texto

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO **SI** **NO** **S/I**

6.1 Atractivo (U)

a. Conservado b. Alterado c. En proceso de deterioro d. Deteriorado

Observaciones: texto

6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)

6.1.1.1 Naturales (M)	6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)		
a. Erosión	a. Actividades agrícolas y ganaderas	b. Actividades forestales	c. Actividades extractivas / minería
b. Humedad	d. Actividades industriales	e. Negligencia / abandono	f. Huaquearía
c. Desastres naturales	g. Conflicto de tenencia	h. Condiciones de uso y exposición	i. Falta de mantenimiento
d. Flora/Fauna	j. Contaminación del ambiente	k. Generación de residuos	l. Expansión urbana
e. Clima	m. Conflicto político / social	n. Desarrollo industrial / comercial	o. Vandalismo

Otro Especifique: texto

Observaciones: texto

6.2 Entorno (U)

a. Conservado b. Alterado c. En proceso de deterioro d. Deteriorado

Observaciones: texto

6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)

6.2.1.1 Naturales (M)	6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)

a. Erosión	a. Actividades agrícolas y ganaderas	b. Actividades forestales	c. Actividades extractivas / minería
b. Humedad	d. Actividades industriales	e. Negligencia / abandono	f. Huaquearía
c. Desastres naturales	g. Conflicto de tenencia	h. Condiciones de uso y exposición	i. Falta de mantenimiento
d. Flora/Fauna	j. Contaminación del ambiente	k. Generación de residuos	l. Expansión urbana
e. Clima	m. Conflicto político / social	n. Desarrollo industrial / comercial	o. Vandalismo

Otro Especifique: texto

Observaciones: texto

6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo

a. Declarante: texto b. Denominación: texto b. Fecha de declaración: texto c. Alcance: texto

Observaciones: texto

7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA **SI** **NO** **S/I** ☐

7.1 Servicios Básicos

a. En el atractivo	b. En la ciudad o poblado mas cercano
Agua:	Agua
Especifique: texto	Especifique: texto
Energía eléctrica:	Energía eléctrica
Especifique: texto	Especifique: texto
Saneamiento:	Saneamiento:
Especifique: texto	Especifique: texto
Disposición de desechos	Disposición de desechos
Especifique: texto	Especifique: texto

Observaciones: texto

7.2 Señalética en el atractivo

7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b.Aluminio	c.Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto			
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto			
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto			
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto			
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto			
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto			
	Tótems de sitio	0	0	0	texto			
	Tótems direccionales	0	0	0	texto			
	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto			
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto			
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto			
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto			
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto			

En áreas naturales	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	
Letreros informativos	De información botánica	0	0	0	texto	
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	
Señalética interna de seguridad	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	
Otros	Texto					

Observaciones: texto

7.3 Salud (más cercano) (M)

a. En el atractivo			b. En la ciudad o poblado mas cercano		
Hospital o Clínica	Cantidad	0	Hospital o Clínica	Cantidad	0
Puesto / Centro de salud		0	Puesto / Centro de salud		0
Dispensario médico		0	Dispensario médico		0
Botiquín de primeros auxilios		0	Botiquín de primeros auxilios		0
Otros		0	Otros		0

Observaciones: texto

7.4 Seguridad (M)

a. Privada	Detalle	Texto
b. Policía nacional		Texto
c. Policía metropolitana / Municipal		Texto
d. Otra		Texto

Observaciones: texto

7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)

a. En el atractivo			b. En la ciudad o poblado mas cercano		
Telefonía (M)	Conexión a internet (M)		Telefonía (M)	Conexión a internet (M)	
Fija	Línea telefónica	Fibra óptica	Fija	Línea telefónica	Fibra óptica
Móvil	Satélite	Redes inalámbricas	Móvil	Satélite	Redes inalámbricas
Satelital	Telefonía móvil		Satelital	Telefonía móvil	

Observaciones: texto

Radio portátil (U)

De uso exclusivo para el visitante ☐ De uso exclusivo para comunicación interna De uso exclusivo en caso de emergencia

Observaciones: Texto

7.6 Multiamenzazas (M)

Deslaves	Sismos	Erupciones volcánicas	Incendios forestales
Sequía	Inundaciones	Aguajes	Tsunami

¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?	☐	Institución que elaboró el documento.	texto	Nombre del documento:	texto	Año de elaboración:	0

Observaciones: Texto

8. POLÍTICAS Y REGULACIONES **SI** ☐ **NO** **S/I**

a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? SI ☐ NO Año de elaboración:

b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD´S)? SI NO ☐ Especifique:

Texto

c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI NO ☐ Especifique:

Texto

d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI NO ☐ Especifique:

Texto

Observaciones: texto

9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) **SI** ☐ **NO** **S/I**

9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)

9.1.1 En el Agua (M)

a. Buceo	b. Kayak de mar	c. Kayak lacustre	d. Kayak de Río	e. Surf
f. Kite surf	g. Rafting	h. Snorkel	i. Tubing	j. Regata
k. Paseo en panga	l. Paseo en bote	m. Paseo en lancha	n. Paseo en moto acuática	o. Parasailing
p. Esquí acuático	q. Banana flotante	r. Boya	s. Pesca deportiva	Otro ☐ texto

Observaciones: Texto

9.1.2 En el Aire (M)

a. Alas Delta	b. Canopy	c. Parapente ☐	d Otro ☐	texto

Observaciones: Texto

9.1.3 En Superficie Terrestre (M)

a. Montañismo	b. Escalada	c. Senderismo ☐	d. Cicloturismo ☐	e. Canyoning ☐
f. Exploración de cuevas	g. Actividades Recreativas	h. Cabalgata	i. Caminata ☐	j. Camping ☐
k. Picnic	l. Observación de flora y fauna	m. Observación de astros	n. Otro ☐	texto

Observaciones: Texto

9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)

9.2.1 Tangibles e intangibles

a. Recorridos guiados ☐	b. Recorrido autoguiados ☐	c. Visita a talleres artísticos ☐
h. Participación en talleres artísticos	d. Visita a talleres artesanales	i. Participación en talleres artesanales
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas
g. Presentaciones o representaciones en vivo	h. Muestras audiovisuales	g. Fotografía
j. Degustación de platos tradicionales	l. Participación de la celebración	m. Compra de artesanías
n. Convivencia	o. Medicina ancestral	Otro ☐ texto

Observaciones: texto

10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI ☐ NO S/I

10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)

¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI ☐ NO ☐ Especifique: texto

¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI ☐ NO ☐

Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción
a. Página WEB	URL: texto	Ninguna
b. Red Social	Nombre: texto	Ninguna
c. Revistas Especializadas	Nombre: texto	Ninguna
d. Material POP	Nombre: texto	Ninguna
e. Oficina de Información Turística	Nombre: texto	Ninguna
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	Nombre: texto	Ninguna
g. Asistencia a ferias turísticas	Nombre: texto	Ninguna
h. Otro	Nombre: texto	Ninguna

Observaciones texto

10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI ☐ NO ☐ **Especifique:** texto

Observaciones texto

11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI ☐ NO S/I

11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos

a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI ☐ NO Tipo: Digital ☐ Papel ☐ Años de registro 0

b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI NO ☐ Frecuencia de los reportes: Ninguna

c. Temporalidad de visita al atractivo

Alta (meses)	Texto	Número de visitantes	0
Baja (meses)	Texto		0

d. Llegada de turistas

Turista nacional		Llegadas mensuales	Total anual	Turista extranjero		Llegadas mensuales	Total Anual
Ciudades de origen	texto	0	0	Países de origen	Texto	0	0
	texto	0	0		Texto	0	0
	texto	0	0		texto	0	0

Observaciones texto

11.2. Frecuencia de visita según informantes clave

Nombre del Informante Clave: texto Contactos: (+593)

Demanda según días de visita			Demanda según frecuencia de visita			
Lunes a viernes 0	Fines de semana 0	Días feriados 0	Permanente ☐	Estacional ☐	Esporádica ☐	Inexistente

Observaciones texto

12. RECURSO HUMANO SI ☐ NO S/I

a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo 0	d. Número de personas especializadas en turismo 0

e. Número de personas con nivel de instrucción (M):				f. Número de personas capacitadas por temática (M)				g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M)			
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0
Otro	texto			Sensibilización de discapacidades	0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto

Observaciones: texto

13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

Texto

14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)

Fuente: texto

b. Ubicación gráfica del Atractivo

Fuente: texto

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre
Institución	Institución	Institución
Cargo	Cargo	Cargo
Correo Electrónico	Correo Electrónico	Correo Electrónico
Teléfono	Teléfono	Teléfono
Firma	Firma	Firma
Fecha	Fecha	Fecha

Anexo 5 Ficha de inventario de oferta turística

Nombre del negocio:		**Ubicación:**	
Área ocupada (m2):	**Personal contratado:**		
Descripción de la Infraestructura:			
Descripción de instalaciones y equipos:			
Meses de alta demanda:		**Meses de baja demanda:**	
Productos/ servicios ofertados:		**Forma de hacer publicidad:**	
Productos/ servicios	**Precio**	**Capacidad**	**Horarios de atención:**
FOTOGRAFÍAS			

Anexo 6 Ficha de campo para determinar la demanda actual

PREGUNTAS
¿Cuántos turistas llegan al territorio?
¿Qué consumen?
¿Dónde se alojan?
¿Cuántos días dura su estadía?
¿En qué temporadas visitan el territorio?
¿Cuál es su gasto medio?
Edad
Sexo
Nivel de estudios
Ingresos
Residencia habitual

Anexo 7 Encuesta para determinar los patrones de consumo

ENCUESTA

La presente encuesta se realiza con el fin de conocer de mejor manera los intereses y motivaciones de quienes visitan la parroquia de Valladolid.

Agradecería me proporcione 10 minutos de su tiempo para responder las siguientes preguntas.

1. **Lugar de residencia (ciudad / provincia / país)**

   …….

2. **Edad**

   - ☐ Menor de 18 años
   - ☐ 19 a 24 años
   - ☐ 25 a 30 años
   - ☐ 31 a 36 años
   - ☐ 37 a 42 años
   - ☐ 43 a 48 años
   - ☐ 49 en adelante

3. **Sexo**

   - ☐ Masculino
   - ☐ Femenino

4. **Estado civil**

   - ☐ Soltero (a)
   - ☐ Casado (a)
   - ☐ Divorciado (a)
   - ☐ Viudo (a)
   - ☐ Unión libre

5. **Ocupación actual**

   - ☐ Estudiante
   - ☐ Profesional
   - ☐ Libre ejercicio
   - ☐ Jubilado

6. **Ingresos mensuales**

- ☐ $0 a $200
- ☐ $201 a $400
- ☐ $401 a $600
- ☐ Más de $601

7. **¿Cuántas veces ha visitado la zona?**

☐ 1 vez ☐ 2 veces ☐ 3 veces ☐ 4 veces o mas

8. **¿En qué meses del año acostumbra a viajar con fines turísticos?**

- ☐ Enero
- ☐ Febrero
- ☐ Marzo
- ☐ Abril
- ☐ Mayo
- ☐ Junio
- ☐ Julio
- ☐ Agosto
- ☐ Septiembre
- ☐ Octubre
- ☐ Noviembre
- ☐ Diciembre

9. **¿Cuál es el motivo principal de su viaje?**

☐ Desarrollo de nuevas actividades turística ☐ Conocer nuevos lugares
☐ Festividades ☐ Ferias agrícolas y ganaderas

Especifique el nombre de la actividad, festividad, lugar o feria……...…….....

10. **¿Cuántos días ha permanecido en la zona?**

☐ 1 día ☐ 2 días ☐ 3 días ☐ 4 dí ☐ más de 4 días

11. **¿Qué lugares ha visitado?**

- ☐ Reserva Tapichalaca
- ☐ Reserva Palmitera Crucero
- ☐ Cascadas
- ☐ Lagunas
- ☐ Sitios arqueológicos
- ☐

☐ Otro..……....

12. ¿En dónde se ha alojado?

☐ Hotel ☐ Residencia

☐ Casa Familiar ☐ Otro…….

13. ¿Con quién realiza el viaje?

☐ Familia ☐ Pareja

☐ Amigos ☐ Solo

14. ¿Cuántas personas le acompañan en el viaje, incluido usted?.....

15. Su viaje fue organizado por:

☐ Agencia de viajes ☐ Por su cuenta

☐ Otros (Explique)……..……

16. ¿Podría mencionar qué actividades turísticas ha desarrollado en la zona? (Puede marcar más de uno)

☐ Senderismo ☐ Aviturismo ☐ Agroturismo

☐ Camping ☐ Pesca deportiva ☐ Fotografía

17. ¿Cuál es el grado de satisfacción de servicios turísticos ofrecidos en la zona?

☐ Totalmente satisfecho ☐ Insatisfecho

☐ Satisfecho ☐ Totalmente insatisfecho

18. ¿Cómo se informó sobre la zona o actividades a realizar?

☐ Rede sociales ☐ Blogs

☐ Páginas web ☐ Amigos

19. Al momento de decidir un viaje, ¿qué influye más en su decisión?

☐ Cercanía ☐ Atractivo ☐ Precio

☐ Servicios turísticos ☐ Seguridad ☐ Otro….……

20. ¿En caso de promocionar turísticamente la parroquia Valladolid, estaría dispuesto a conocerla?

☐ Sí ☐ No

21. ¿Qué servicios turísticos considera que le faltan a Valladolid?

- ☐ Hoteles
- ☐ Restaurantes
- ☐ Tiendas de souvenirs
- ☐ Operadoras turísticas
- ☐ Capacitación de atención al cliente
- ☐ Otro……
  …

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 8 Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
DEBILIDADES	**AMENAZAS**

INTERNO / EXTERNO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
OPORTUNIDADES	**FO**	**DO**
AMENAZAS	**FA**	**DA**

Anexo 9 : Encuesta de satisfacción a personas que recibieron la capacitación

ENCUESTA

La presente encuesta se realiza con el fin de determinar la satisfacción de los participantes de la capacitación sobre los conocimientos básicos para guías turísticos.

Agradecería me proporcione 10 minutos de su tiempo para responder las siguientes preguntas.

1. **Edad**

   - ☐ Menor de 18 años
   - ☐ 19 a 24 años
   - ☐ 25 a 30 años
   - ☐ 31 a 36 años
   - ☐ 37 a 42 años
   - ☐ 43 a 48 años
   - ☐ 49 en adelante

2. **Sexo**

   - ☐ Masculino
   - ☐ Femenino

3. **Estado civil**

   - ☐ Soltero (a)
   - ☐ Casado (a)
   - ☐ Divorciado (a)
   - ☐ Viudo (a)
   - ☐ Unión libre

4. **Ocupación actual**

   - ☐ Estudiante
   - ☐ Profesional
   - ☐ Libre ejercicio ¿Cuál? ……
   - ☐ Jubilado

5. **¿Considera importantes este tipo de capacitaciones para mejorar la calidad de servicio al turista?**

   ☐ SI ☐ NO

6. **Por favor, califica tu nivel de satisfacción de acuerdo a los conocimientos del tema por parte del capacitador**

   ☐ Muy satisfecho
   ☐ Satisfecho
   ☐ Neutral
   ☐ Insatisfecho
   ☐ Muy Insatisfecho

7. **¿Las instalaciones son óptimas para un ambiente de aprendizaje?**

   ☐ Muy satisfecho
   ☐ Satisfecho
   ☐ Neutral
   ☐ Insatisfecho
   ☐ Muy insatisfecho

8. **Del 1 al 5, ¿qué tan difícil fue la capacitación? (Siendo 5 el más alto y 1 el más bajo)**

   ☐ 1
   ☐ 2
   ☐ 3
   ☐ 4
   ☐ 5

9. **¿Crees que la duración de la capacitación fue lo suficientemente buena para crear buenas expectativas de formación como guías turísticos?**

   ☐ SI ☐ NO

10. **En tu opinión, ¿fue flexible el horario de la capacitación?**

    ☐ SI ☐ NO

11. **¿Se explicó claramente el objetivo de la capacitación antes y después de la inscripción?**

    ☐ SI ☐ NO

12. **¿Consideras importante las capacitaciones que aporten a la diversificación del turismo en la parroquia?**

    ☐ SI ☐ NO

13. ¿La capacitación te proporcionó buenos aprendizajes teóricos y prácticos?

☐ SI ☐ NO

14. ¿Estaría interesado en inscribirse en nuevas capacitaciones para mejorar el servicio turístico de la parroquia?

☐ SI ☐ NO

15. ¿Cómo te enteraste de esta capacitación?

☐ Facebook

☐ Sitio Web

☐ Afiches publicitarios

☐ Otro…….

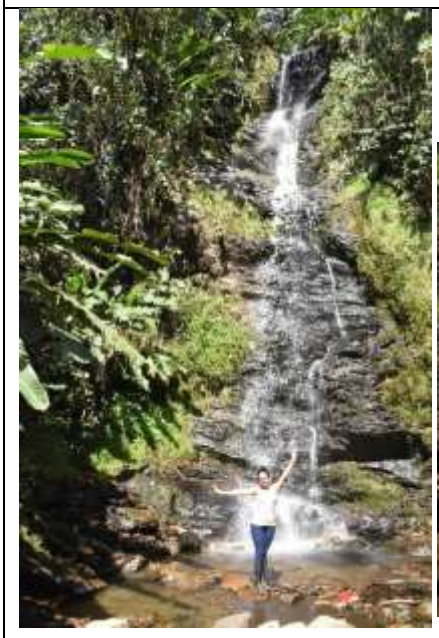
16. ¿Tienes alguna sugerencia o comentario que ayude a mejorar las próximas capacitaciones?

……

……

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 10 Registro fotográfico

INVENTARIO DE ATRACTIVOS	
Cascadas Fátima	
Cascada Fátima 1	**Cascadas Fátima 2**
Cascadas Santa Elena	
	
Cascada Santa Elena	**Cascada Salto del Ángel**

Cascadas La Florida

Cascada Cabellera de la Virgen **Cascada La Escondida**

Atractivos de conservación

Quinta Vergara **Reserva Tapichalaca**

Visita a establecimientos de oferta turística

Finca Agroturística "El Manantial" Restaurante "Delicias al paso"

Restaurante "El Mágico Sabor" **Restaurante "El Guiso"**

Entrevistas

Diego Velásquez (Guardaparque) **Lic. Edgar Carrión (presidente GADV)**

Anexo 11 Certificado de traducción de Abstract

Loja, 26 de abril de 2022

Carlos Fernando Chuchuca Pardo

CERTIFICADO EN SUFICIENCIA DEL IDIOMA INGLÉS POR THE CANADIAN HOUSE CENTER

CERTIFICO:

Que he realizado la traducción de español a inglés del artículo científico y resumen derivado de la tesis denominada: **"Evaluación del potencial turístico de la parroquia Valladolid, cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe, para su promoción turística"**. De autoría de la señorita: **LEIDI TATIANA CASTILLO LOAIZA**, portadora de la cédula de identidad número: **1900671601**, egresada de la carrera de Administración Turística de la Facultad de Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, la misma que se encuentra bajo la dirección del Dr. Carlos Leonel Escudero Sánchez, PhD., previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración Turística.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando al interesado hacer uso del presente en lo que creyere conveniente.

Carlos Chuchuca Pardo

Certificado en suficiencia del idioma Inglés por The Canadian House Center

Anexo 12 Oficio de aprobación y designación de director del trabajo de titulación

Universidad Nacional de Loja

Carrera de Administración Turística
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

Presentada el día de hoy, veintiocho de octubre de 2020, a las 11h10.- Evacuada la diligencia otórguese lo solicitado por la persona interesada e incorpórese al expediente académico.- **LO CERTIFICO.**

ENA REGINA PELÁEZ SORIA
Firmado digitalmente por ENA REGINA PELAEZ SORIA
Fecha: 2020.10.30 10:39:50 -05'00'

Dra. Ena Regina Peláez Soria, Mg. Sc.
SECRETARIA ABOGADA DE LA FACULTAD JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

Loja, veintiocho de octubre de 2020, a las 11h15.- De conformidad a las competencias establecidas en el Art. 134 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, al informe favorable de pertinencia de estructura y coherencia conforme lo determinado en el Artículo 134 del RRA-UNL, emitido por el/la **Ph. D. Carlos Leonel Escudero Sánchez**, docente de la Carrera de Administración Turística de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa, sobre el proyecto de tesis intitulado: **"EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA VALLADOLID, CANTÓN PALANDA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE, PARA SU PROMOCIÓN TURÍSTICA"**. Presentado por el/la postulante: **LEIDI TATIANA CASTILLO LOAIZA**, estudiante de la Carrera de Administración Turística (Modalidad Presencial), previo a optar el Grado de: **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA** se autoriza la ejecución de tesis, y se designa como Directoria de Tesis al/la Docente: **Ph. D. Carlos Leonel Escudero Sánchez**. Conforme lo ordenado en el Art. 136 RRA-UNL.- NOTIFÍQUESE para que surta los efectos de Ley que corresponden.-

Dra. Ana Regina Hinostroza
DIRECTOR DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

Loja, veintiocho de octubre de 2020, a las 11h20.- Notifico con el Decreto y la providencia que antecede con la designación legal y formal de Directoria de Tesis, al/la Docente: **Ph. D. Carlos Leonel Escudero Sánchez**, para el efecto deberá observarse estrictamente lo establecido en los artículos 137 y siguientes del RRA-UNL .- Para constancia firman en unidad de acto, para los fines que se persiguen.

Firmado digitalmente por CESAR AUGUSTO NEIRA HINOSTROZA
Fecha: 2020.10.29

Dra. Ana Regina Hinostroza, Mg. Sc.
DIRECTOR DE LA CAT

Ph. D. Carlos Leonel Escudero Sánchez.
DIRECTOR/A DE TESIS

ENA REGINA PELÁEZ SORIA
Firmado digitalmente por ENA REGINA PELAEZ SORIA
Fecha: 2020.10.30 10:51:03 -05'00'

Dra. Ena Regina Peláez Soria, Mg. Sc.
SECRETARIA ABOGADA DE LA FACULTAD JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

Maltrecho por: Nobedad Mendoza M.