



Universidad  
Nacional  
de Loja

**Universidad Nacional de Loja**  
**Facultad Jurídica, Social y Administrativa**  
**Carrera de Administración Turística**

**“Propuesta de productos turísticos para la parroquia Sabanilla, cantón  
Zamora, provincia de Zamora Chinchipe”**

Trabajo de Titulación previo a la  
obtención del título de Ingeniero en  
Administración Turística.

**AUTOR:**

Eduardo Leonel Sarango Paz

**DIRECTORA:**

Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga. Mg. Sc.

Loja – Ecuador

2023

## **Certificación**

Loja, 12 de junio de 2023

Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga Mg. Sc.  
**DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

### **CERTIFICO:**

Que he revisado y orientado todo el proceso de elaboración del Trabajo de Titulación denominado: **“Propuesta de productos turísticos para la parroquia Sabanilla, cantón Zamora, provincia de Zamora Chinchipe”**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Administración Turística**, de la autoría del estudiante **Eduardo Leonel Sarango Paz**, con **cédula de identidad Nro. 1900772359**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.

Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga Mg. Sc.  
**DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

### **Autoría**

Yo, **Eduardo Leonel Sarango Paz**, declaro ser autor del presente Trabajo de Titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Titulación, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

**Firma:**

**Cédula de Identidad:** 1900772359

**Fecha:** 12 de septiembre del 2023

**Correo electrónico:** eduardo.l.sarango@unl.edu.ec

**Teléfono:** 0963292394

**Carta de autorización por parte del autor, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Titulación.**

Yo, **Eduardo Leonel Sarango Paz**, declaro ser autor del Trabajo de Titulación denominado: **“Propuesta de productos turísticos para la parroquia Sabanilla, cantón Zamora, provincia de Zamora Chinchipe”**, como requisito para optar por el título de **Ingeniero en Administración Turística**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Titulación que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los doce días del mes de septiembre de dos mil veintitrés.

**Firma:**

**Autor:** Eduardo Leonel Sarango Paz

**Cédula de identidad:** 1900772359

**Dirección:** Calle Cristóbal Colon y Antonio José de Sucre

**Correo electrónico:** eduardo.l.sarango@unl.edu.ec

**Teléfono:** 0963292394

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Directora del Trabajo de Titulación:** Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga Mg. Sc.

## **Dedicatoria**

A mis padres Norman Yovany Sarango y María Carmen Paz por ser el pilar fundamental en mi vida y formación académica en todo momento.

***Eduardo Leonel Sarango Paz***

## **Agradecimiento**

A Dios, a la Gloriosa Universidad Nacional de Loja y la más profunda gratitud a la planta docente que supieron brindarme sus conocimientos y experiencias, cuyo conocimiento impartido estos años se refleja en esta investigación, principalmente el incondicional y valioso asesoramiento de mi tutora, docente y amiga Ing. Yesenia Briceño con quién, con esfuerzo, hemos culminado con éxito este trabajo de investigación.

Así mismo al Ilustre GAD parroquial de la Parroquia Sabanilla, autoridades y población local, por su aporte de información necesaria para el logro de los objetivos del presente trabajo académico investigativo.

¡Mi eterno agradecimiento, Dios los bendiga!

***Eduardo Leonel Sarango Paz***

## Índice de contenidos

<b>Portada</b> .....	<b>i</b>
<b>Certificación</b> .....	<b>i</b>
<b>Autoría</b> .....	<b>iii</b>
<b>Carta de autorización</b> .....	<b>iv</b>
<b>Dedicatoria</b> .....	<b>v</b>
<b>Agradecimiento</b> .....	<b>vi</b>
<b>Índice de contenidos</b> .....	<b>vii</b>
Índice de tablas .....	x
Índice de figuras .....	xii
Índice de anexos .....	xiv
<b>1. Título</b> .....	<b>1</b>
<b>2. Resumen</b> .....	<b>2</b>
2.1. Abstract .....	3
<b>3. Introducción</b> .....	<b>4</b>
<b>4. Marco teórico</b> .....	<b>6</b>
4.1. Marco conceptual .....	6
4.1.1. Turismo .....	6
4.1.2. Modalidades del turismo .....	6
4.1.3. Recurso turístico .....	7
4.1.4. Atractivo turístico.....	7
4.1.5. Productos Turísticos .....	7
4.1.6. Sistema turístico .....	8
4.1.7. Diagnóstico turístico.....	10
4.1.8. Planificación turística .....	11
4.1.9. Comercialización.....	12
4.2. Marco legal.....	13
4.2.1. Constitución de la República del Ecuador.....	13
4.2.2. Objetivos de Desarrollo Sostenible - ODS.....	13
4.2.3. Plan de Creación de Oportunidades Período 2021 – 2025 .....	14
4.2.4. Ley de Turismo .....	14
4.2.5. Reglamento de Operación Turística de Aventura .....	15
4.2.6. Ordenanza en Áreas de Conservación de Zamora Chinchipe .....	16
4.3. Marco Referencial .....	16

<b>5. Metodología.....</b>	<b>18</b>
5.1. Área de estudio.....	18
5.2. Tamaño de muestra .....	19
5.3. Materiales .....	20
5.4. Metodos.....	20
5.4.1. Método Descriptivo .....	20
5.4.2. Método Analítico.....	20
5.4.3. Método Inductivo .....	20
5.4.4. Enfoque cualitativo.....	20
5.5. Tecnicas.....	21
5.5.1. Observación Directa .....	21
5.5.2. Encuestas .....	21
5.6. Metodología por objetivos .....	21
5.6.1. “Diagnosticar el potencial agroturístico de la parroquia Sabanilla” .....	21
5.6.2. “Diseñar productos turísticos para la parroquia Sabanilla” .....	22
5.6.3. “Determinar estrategias de comercialización para los productos turísticos” .....	22
<b>6. Resultados .....</b>	<b>23</b>
6.1. Diagnóstico del potencial agroturístico de la parroquia Sabanilla.....	23
6.1.1. Dimensión geográfica-ambiental.....	23
6.1.2. Dimensión socioeconómica.....	27
6.1.3. Dimensión político-institucional .....	29
6.1.4. Servicios básicos .....	31
6.1.5. Oferta turística.....	32
6.1.6. Demanda turística.....	47
6.1.7. PESTEL.....	51
6.1.8. FODA simple .....	38
6.1.9. FODA Matemático. ....	39
6.1.10. Estrategias .....	42
6.2. Diseño de productos turísticos para la parroquia Sabanilla .....	43
6.2.1. Macroproducto .....	43
6.2.2. Microproducto turístico .....	43
6.2.3. Imagen corporativa.....	44
6.2.4. Propuesta de los productos turísticos .....	45



6.2.5. Determinación de gastos de operación .....	53
6.3. Estrategias de comercialización de los productos turísticos. ....	55
6.3.1. Publicidad en medios tradicionales .....	55
6.3.2. Comercialización a través de medios digitales.....	55
6.3.3. Participación en ferias Turísticas.....	57
6.3.4. Souvenirs para promoción de las rutas turísticas .....	61
<b>7. Discusión.....</b>	<b>63</b>
<b>8. Conclusiones.....</b>	<b>65</b>
<b>9. Recomendaciones.....</b>	<b>66</b>
<b>10. Bibliografía.....</b>	<b>67</b>
<b>11. Anexos.....</b>	<b>70</b>

## Índice de tablas:

<b>Tabla 1.</b> Población referencial cercana al territorio de estudio.....	19
<b>Tabla 2.</b> Materiales usados en la investigación.....	20
<b>Tabla 3.</b> Usos del Suelo y Cobertura Vegetal de la Parroquia de Sabanilla .....	23
<b>Tabla 4.</b> Áreas Protegidas y Patrimonio Forestal Nacional en la Parroquia Sabanilla.....	24
<b>Tabla 5.</b> Especies de flora representativas de la Parroquia Sabanilla .....	24
<b>Tabla 6.</b> Hidrología de la Parroquia Sabanilla .....	26
<b>Tabla 7.</b> Sectores económicos de la parroquia Sabanilla.....	28
<b>Tabla 8.</b> Elementos patrimoniales de la Parroquia Sabanilla.....	29
<b>Tabla 9.</b> Nómina de actores clave de la Parroquia Sabanilla.....	30
<b>Tabla 10.</b> Nómina de instituciones, proyectos y/o programas .....	31
<b>Tabla 11.</b> Servicios de telecomunicaciones de Sabanilla. ....	32
<b>Tabla 12.</b> Establecimientos de alimentos y bebidas de la Parroquia Sabanilla .....	33
<b>Tabla 13.</b> Compañía de transporte publico Zamora y Loja .....	34
<b>Tabla 14.</b> Recursos turísticos de la parroquia Sabanilla .....	35
<b>Tabla 15.</b> Ficha resumen del recurso: Cascada Velo de Novia.....	36
<b>Tabla 16.</b> Ficha resumen del recurso: Cascada El Destrozo .....	37
<b>Tabla 17.</b> Ficha resumen del recurso: Cascada La Gentil.....	38
<b>Tabla 18.</b> Ficha resumen del recurso: Cascada del Amor.....	39
<b>Tabla 19.</b> Ficha resumen del recurso: Balneario dos Hermanos .....	40
<b>Tabla 20.</b> Ficha resumen del recurso: Bosque Gallo de la Peña.....	41
<b>Tabla 21.</b> Ficha resumen del recurso: Vía Antigua Loja-Zamora .....	42
<b>Tabla 22.</b> Ficha resumen del recurso: Reserva Arcoíris .....	43
<b>Tabla 23.</b> Ficha resumen del recurso: Estación Científica San Francisco .....	44
<b>Tabla 24.</b> Ficha resumen del recurso: Fiesta en Honor a Santa Rita .....	45
<b>Tabla 25.</b> Ficha resumen del recurso: Fiesta de Parroquialización de Sabanilla.....	46
<b>Tabla 26.</b> Resultados estadísticos - Características de visitantes.....	47
<b>Tabla 27.</b> Resultados estadísticos -Demanda potencial. ....	49
<b>Tabla 28.</b> Análisis PESTEL .....	51
<b>Tabla 29.</b> FODA simple.....	38
<b>Tabla 30.</b> Ranking de variables importantes.....	41
<b>Tabla 31.</b> Clasificación de la oferta de productos turísticos. ....	43
<b>Tabla 32.</b> Costos de operación por persona .....	53
<b>Tabla 33.</b> Costos de operación para un pax grupal de 10 personas .....	53

<b>Tabla 34.</b> Costos de operación por persona .....	54
<b>Tabla 35.</b> Costos de operación para un pax grupal de 10 personas .....	54
<b>Tabla 36.</b> Resumen de estrategias de comercialización.....	55
<b>Tabla 37.</b> Medios de comunicación en la ciudad de Loja y Zamora. ....	55
<b>Tabla 38.</b> Estrategia de promoción: Plataforma Facebook e Instagram .....	56
<b>Tabla 39.</b> Modelo de ficha para monitoreo de redes sociales.....	57
<b>Tabla 40.</b> Diseño de stand.....	58
<b>Tabla 41.</b> Estrategia para participación en ferias turísticas. ....	59
<b>Tabla 42.</b> Feria Cumbre Amazónica de Turismo.....	60
<b>Tabla 43.</b> Souvenirs para la promoción de los productos.....	61

## Índice de figuras:

<b>Figura 1.</b> Mapa de Ubicación de la Parroquia Sabanilla.....	18
<b>Figura 2.</b> Cascada Velo de Novia.....	36
<b>Figura 3.</b> Cascada El Destrozo .....	37
<b>Figura 4.</b> Cascada La Gentil.....	38
<b>Figura 5.</b> Cascada del Amor.....	39
<b>Figura 6.</b> Balneario dos Hermanos.....	40
<b>Figura 7.</b> Bosque Gallo de la Peña.....	41
<b>Figura 8.</b> Via Antigua Zamora – Loja.....	42
<b>Figura 9.</b> Reserva Arcoíris. ....	43
<b>Figura 10.</b> Estación Científica San Francisco.....	44
<b>Figura 11.</b> Festividades en Honor a Santa Rita.....	45
<b>Figura 12.</b> Fiesta de Parroquialización de Sabanilla.....	46
<b>Figura 13.</b> Valoración de variables (Fortalezas).....	39
<b>Figura 14.</b> Valoración de variables (Debilidades).....	40
<b>Figura 15.</b> Valoración de variables (Oportunidades).....	40
<b>Figura 16.</b> Valoración de variables (Amenazas).....	41
<b>Figura 17.</b> Imagotipo.....	44
<b>Figura 18.</b> Reserva Arcoíris.....	45
<b>Figura 19.</b> Vía Antigua Loja – Zamora.....	45
<b>Figura 20.</b> Cascada La Poderosa – PNP.....	46
<b>Figura 21.</b> Mapa de Ruta del producto turístico.....	47
<b>Figura 22.</b> Portada de Infografía de la Ruta Turística.....	48
<b>Figura 23.</b> Itinerario de Ruta “Entrada a la Amazonía”.....	48
<b>Figura 24.</b> Reserva Ecológica Arcoíris.....	49
<b>Figura 25.</b> Represa – Delsitanisagua.....	49
<b>Figura 26.</b> Vía Antigua Loja – Zamora.....	50
<b>Figura 27.</b> Cascada Velo de Novia.....	50
<b>Figura 28.</b> Mapa de la Ruta Turística.....	51
<b>Figura 29.</b> Portada de Infografía de la Ruta “Sabanilla Rupícola”.....	52
<b>Figura 30.</b> Itinerario Ruta “Sabanilla Rupícola”.....	52
<b>Figura 31.</b> Pagina creada para Facebook.....	56
<b>Figura 32.</b> Pagina creada para Instagram.....	56
<b>Figura 33.</b> Diseño de Stand.....	58

<b>Figura 34.</b> Flyer de la FEPTURI 2022.....	59
<b>Figura 35.</b> Flyer Cumbre Amazónica de Turismo 2022.....	60
<b>Figura 36.</b> Bocetos digitales de souvenirs.....	62

## **Índice de anexos:**

<b>Anexo 1.</b> Oficio de designación de Director del Trabajo de Titulación .....	70
<b>Anexo 2.</b> Ficha de levantamiento y valorización de atractivos .....	71
<b>Anexo 3.</b> Cuestionario de entrevista a la comunidad y actores .....	72
<b>Anexo 4.</b> Encuesta de identificación de demanda potencial .....	74
<b>Anexo 5.</b> Planos Cartesianos del FODA Matemático .....	76
<b>Anexo 6.</b> Fotografías de salida de campo.....	80
<b>Anexo 7.</b> Certificado de traducción del resumen.....	82

**1. Título**

**“Propuesta de Productos Turísticos para la Parroquia Sabanilla, Cantón  
Zamora, Provincia de Zamora Chinchipe”**

## 2. Resumen

El turismo en áreas rurales potencia el desarrollo sostenible global. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), esta tendencia destaca la autenticidad de destinos pintorescos y fortalece economías locales al aprovechar recursos naturales y culturales. Analizar su impacto y desafíos es esencial para maximizar beneficios y mitigar implicaciones. Por ende, el objetivo central de este trabajo de investigación fue fortalecer la actividad turística en la parroquia Sabanilla mediante la creación de un modelo de productos turísticos, como propuesta para el desarrollo turístico en sectores rurales. Por lo tanto, esta investigación lleva por título: "Propuesta de Productos Turísticos para la Parroquia Sabanilla, Cantón Zamora, Provincia de Zamora Chinchipe". Para la elaboración de esta investigación, se plantearon tres objetivos específicos: Diagnosticar el potencial agroturístico de la parroquia Sabanilla; Diseñar productos turísticos para la parroquia Sabanilla; y finalmente: Determinar estrategias de comercialización de los productos turísticos. Las metodologías esenciales de esta investigación fueron las de Marvin Blanco, que además de incluir un modelo de diagnóstico turístico, integraba sistemas convencionales como la aplicación del FODA, encuestas y entrevistas. La metodología del Manual de Generación de Rutas e Itinerarios Turísticos del MINTUR contribuyó a la generación de la propuesta de productos turísticos. Finalmente, se creó un Plan de Comercialización en línea y off línea para los productos establecidos. Además de esto, se utilizó un software para aplicar el FODA matemático, con el fin de obtener estrategias objetivas para trabajar en un entorno donde carecían de cultura turística, pero donde era posible cambiar el modelo de vida convencional a través de la actividad turística. Como resultado final, se logró hacer un registro de los recursos turísticos de los cuales gozaba el territorio en cuestión. Se identificaron 11 recursos naturales con un gran potencial para ser explotados turísticamente. Por consiguiente, se diseñó el modelo de una ruta y circuito turístico que integraban todos los recursos y actividades identificadas, basándose en un enfoque de turismo de aventura y vivencial.

*Palabras clave: turismo rural, desarrollo turístico, turismo vivencial, diagnóstico agroturístico.*



## 2.1. Abstract

Tourism in rural areas boosts global sustainable development. According to the World Tourism Organization (UNWTO), this trend highlights the authenticity of picturesque destinations and strengthens local economies by taking advantage of natural and cultural resources. Analyzing its impact and challenges is essential to maximize benefits and mitigate implications. Therefore, the main objective of this research work was to strengthen tourism activity in the Sabanilla parish through the creation of a tourism product model as a proposal for tourism development in rural areas. Therefore, this research is entitled: "Proposal of Tourism Products for the Sabanilla Parish, Zamora Canton, Zamora Chinchipe Province". For the development of this research, three specific objectives were proposed: Diagnose the agro-tourism potential of the Sabanilla parish; Design tourism products for the Sabanilla parish; and finally: Determine marketing strategies for tourism products. The essential methodologies of this research were those of Marvin Blanco, which in addition to including a tourism diagnosis model, integrated conventional systems such as the application of SWOT, surveys and interviews. The methodology of the MINTUR's Manual for the Generation of Tourism Routes and Itineraries contributed to the generation of the tourism product proposal. Finally, an online and offline Marketing Plan was created for the established products. In addition, software was used to apply the mathematical SWOT, in order to obtain objective strategies to work in an environment where there was a lack of tourism culture, but where it was possible to change the conventional life model through tourism activity. As a final result, a record was made of the tourism resources enjoyed by the territory in question. Eleven natural resources with great potential for tourism exploitation were identified. Consequently, a model was designed for a tourist route and circuit that integrated all of the identified resources and activities, based on an adventure and experiential tourism approach.

**Keywords:** *rural tourism, tourism development, experiential tourism, agro-tourism diagnosis.*

### **3. Introducción**

A nivel mundial, las nuevas tendencias turísticas han provocado que la demanda sea más exigente con los productos turísticos que los destinos ofrecen. De acuerdo a los datos del Ministerio de Turismo (2020) en Ecuador, el turismo representa la tercera fuente de ingresos no petroleros más importantes, contribuyendo generalmente con el 2% del Producto Interno Bruto (PIB). Los productos turísticos presentan un papel crucial en el ámbito de los viajes, ya que gracias a ellos los destinos pueden convivir con los turistas, mejorando su experiencia y al mismo tiempo ayudando a difundir el potencial del destino. El Servicio Nacional de Turismo – Sernatur (2017) expresa, que para el desarrollo de productos turísticos al interior de un destino no es suficiente con disponer de recursos, sino que es indispensable que esos recursos y atractivos estén integrados con los servicios. Adicionalmente, menciona que, existen límites y condiciones ambientales que definen su potencialidad turística y los tipos de productos turísticos a desarrollar.

El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2014) menciona que el turismo en espacios rurales es una actividad económica en crecimiento y se constituye como una alternativa para lograr el desarrollo rural, diversificando los ingresos, generador de empleos y valorizando la cultura agropecuaria rural, entre otros beneficios. Por ende, la presente investigación se ha desarrollado en un sector rural, específicamente en la parroquia Sabanilla en el cantón Zamora, provincia de Zamora Chinchipe. Así mismo, el objetivo principal de esta investigación es el desarrollar productos turísticos para la parroquia Sabanilla. El territorio en cuestión se encuentra en un entorno poco explorado, con alto potencial turístico, pero presenta una limitada visión de la actividad del turismo y se convierte en un objeto de estudio ideal para trabajar con nuevas propuestas de productos turísticos.

Las políticas del Estado Ecuatoriano para promover el desarrollo rural no prevén las distintas formas de desarrollo, así como tampoco la promoción de sus productos, limitando a los territorios desarrollarse con una identidad propia. La negligencia o desconocimiento de las autoridades pertinentes han causado de este problema, trayendo como resultado el declive de divisas que generaba el turismo. El problema más evidente que presentaba la parroquia Sabanilla para el desarrollo turístico es su insuficiente valoración, y por ello no se ha logrado consolidar una oferta adecuada para darse a conocer, al mismo tiempo, llevándola a la pérdida de identidad. La monotonía que experimenta la parroquia ha provocado un pesado desinterés de la localidad por avanzar en el desarrollo de la misma, cayendo en un estancamiento de sus actividades económicas.

En la actualidad, el turismo interno genera un desarrollo económico sustentable, creando diversidad de empleos, nuevos emprendimientos, vinculación y participación de la comunidad. Por ello, esta investigación permitirá reforzar la actividad turística y económica, beneficiando a la localidad en pro del crecimiento, con una gestión sostenible de los recursos, innovando en nuevas formas de ingresos económicos y contribuyendo al mismo tiempo a la dinamización social, económica y ambiental, que transformará los estilos de vida de los pobladores. De la misma manera beneficiara a las autoridades principales con el aumento afluente de turistas, esto se convierte en un aumento a la economía local.

En relación a la investigación de Osorio-García, M., & Domínguez, J. (2019) con el tema: “Experiencias de turismo comunitario en el Área Natural Protegida del Nevado de Toluca, México: hacia la construcción de productos turísticos patrimoniales alternativos”, concuerdo que la construcción de productos turísticos debe obedecer no solo a su potencialidad y a su capital social, sino también a las nociones y prácticas de sus actores, así como a la sinergia con su espacio regional. Esto corroboró que las propuestas de nuevos productos surgían de distintas alternativas, orígenes, categorías, etc., porque cada territorio era único.

En consecuencia, esta investigación estuvo orientada por un objetivo general que versa sobre la Propuesta de Productos Turísticos para la parroquia Sabanilla del cantón Zamora, provincia de Zamora Chinchipe. Esto se consiguió mediante la identificación y dinamización de los recursos turísticos con potencial para la creación de rutas turísticas que abarcara cada uno de ellos. Los objetivos específicos que se proyectaron en esta investigación son: el Diagnosticar del potencial agroturístico de la parroquia Sabanilla para comprender la situación actual de la parroquia, la estructuración y diseño de una propuesta de productos turísticos y finalmente la determinación de estrategias de comercialización de los productos turísticos.

El alcance de esta investigación se encaminó al diseño, creación, propuesta y comercialización de dos productos turísticos para el desarrollo económico de la parroquia rural Sabanilla, este proyecto estará a responsabilidad de las autoridades competentes de la Parroquia Sabanilla, mismos que tendrán el poder y la responsabilidad de su ejecución.

Por otro lado, servir de refuerzo en futuros proyectos turísticos, donde se planteen mejorar la actividad turística en zonas rurales. En cuanto a las limitaciones suscitadas durante desarrollo de la investigación fue la escasa información y datos no actualizados para el levantamiento del diagnóstico turístico y eventos impredecibles como el paro del movimiento indígena a nivel nacional en junio de 2022, lo cual retrasó las actividades de trabajo de campo.

## 4. Marco teórico

En esta sección se examinaron los conceptos y teorías relacionados con el trabajo de investigación, se recopila información relevante que servirá como base para el desarrollo de la investigación.

### 4.1. Marco conceptual

#### 4.1.1. Turismo

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

El ICCA (2014) manifiesta que, en las últimas décadas, el turismo rural ha cobrado protagonismo debido a una creciente demanda de actividades alternativas al turismo tradicional, al mismo tiempo transmite una imagen natural, y vida lejos de áreas urbanas. Conjuntamente, el turismo rural ha demostrado ser valioso para el desarrollo rural, impulsado por las nuevas políticas de desarrollo rural. (p.11)

#### 4.1.2. Modalidades del turismo

**4.1.2.1. Turismo de Naturaleza.** El turismo de naturaleza es la visita que se realiza a un destino a un destino con el propósito de disfrutar y conservar la esencial natura, y fortalecer su economía regional. Esta modalidad comenzó a mediados de 1950 con la diversificación de formas de descanso, de diversión y placer en espacios rurales. El turismo de aventura se basa en el esfuerzo y habilidad del turista. (Muñoz,2011)

Según Cruz & Gómez (2022) mencionan que el turismo de naturaleza es la realización de actividades al aire libre y en contacto con la naturaleza, sin generar impacto al medio, con la finalidad de que las generaciones puedan gozar de la misma. (p.3)

**4.1.2.2. Turismo de aventura.** Corresponde a actividades turísticas que implican un desafío físico y, en ocasiones, un riesgo real. El turismo de aventura incluye: descenso de cursos de agua en balsas, montañismo, pesca deportiva, etc. Las personas que realizan este tipo de turismo buscan un contacto controlado con la naturaleza. (SERNATUR, 2008)

**4.1.2.3. Turismo rural.** Para la OMT (2014) señala que es el conjunto de actividades que se lleva a cabo en zonas rurales que van más allá del simple alojamiento y que pueden convertirse en una fuente de ingresos adicional para los habitantes de la zona, complementando los ingresos que normalmente dependen del sector primario. La IICA (2014) menciona que el turismo rural constituye una propuesta para la generación de nuevos empleos y la valorización de la cultura agropecuaria rural, entre otros beneficios. (p.9)

**4.1.2.4. Agroturismo.** El agroturismo es una forma diferente de disfrutar de un viaje, es valorar otros recursos locales, como la cultura rural (gastronomía, producción artesanal, especies agrícolas, productos agroindustriales y actividades relacionadas), además de los atractivos propios del territorio (paisaje, cultura, arquitectura y arqueología). Estos recursos son una motivación adicional para el viaje y la permanencia de turistas que se movilizan con múltiples propósitos. (Blanco y Riveros, 2014, p.28)

#### **4.1.3. Recurso turístico**

Se entiende por RT a todos los bienes que por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con los que cuenta, hacen posible la actividad turística satisfaciendo las necesidades de la demanda. Este enunciado se interpreta como, todos aquellos recursos turísticos en un espacio determinado exponen alto potencial para satisfacer necesidades de ocio o recreación, pero no se convertirá en atractivo turístico sino hasta que, por intervención humana, se haga posible su utilización. (OMT, s/f)

#### **4.1.4. Atractivo turístico**

Según Rivera (2009) el atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son aptos de ser transformados en productos turísticos que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista, provocando su visita a través de flujos de desplazamientos hacia un determinado territorio, transformándose de esta manera en un destino turístico. (p.32)

#### **4.1.5. Productos Turísticos**

Es importante considerar los productos turísticos como oportunidades económicas y sociales para maximizar los beneficios deseados y reducir los indeseados. Desde el punto de vista comercial, un producto se refiere a cualquier bien o servicio, o una combinación de ambos, que tiene un conjunto de características físicas y psicológicas que el consumidor cree que tiene para satisfacer sus deseos o necesidades. El producto turístico se compone principalmente de un conjunto de servicios que incluyen una combinación o una mezcla de componentes de la industria turística. (Saravia & Muro, 2016, pp.26).

**4.1.5.1. Diseño de productos turísticos.** Al crear nuevos productos, estos deben tener que ser innovadores, pertinentes y rentables a nivel económico, social y sostenible. Se llevarán a cabo con estrategias, participación y respuesta a los objetivos propios de la iniciativa y de relación con el turista objetivo. (Fernández, 2018, pp.1-16)

**4.1.5.2. Características de los productos turísticos.** Según Iglesias (2007) los productos y servicios del sector turístico tienen algunas diferencias con los productos del sector industrial que deben tenerse en cuenta al comercializarlos. Algunos de esos atributos son;

- **Intangibilidad.** - Contiene componentes tangibles e intangibles.
- **Caducidad.** No se almacenan.
- **Agregabilidad y sustituibilidad.** Sus componentes se pueden reemplazar fácilmente.
- **Heterogeneidad.** - Se forman por muchas partes, y condicionado por muchos factores.
- **Subjetividad, individualidad, inmediatez y simultaneidad de producción y consumo.**
- **Es un producto estacional.** La liquidez o cash Flow es alta.
- **Peculiaridades de los servicios y productos turísticos deportivos**

**4.1.5.3. Macroproductos.** Las modalidades de turismo en áreas rurales con potencial de desarrollo en el territorio se denominan macroproductos, en función de los atractivos existentes y los análisis realizados durante el proceso de evaluación del potencial turístico. El ecoturismo, el turismo rural, el turismo de aventura, el turismo agropecuario y el turismo gastronómico son algunas de las opciones. (ICCA, 2018, p. 33)

**4.1.5.4. Microproductos turísticos.** Son aquellos que se definen y ofrecen para cada macroproducto, como rutas, senderismo, montañismo, etc. Los productos turísticos específicos se clasifican por motivos de mercadeo y se planifican utilizando un macroproducto destinado a servir a un mercado amplio. (ICCA, 2018, p. 33)

**4.1.5.4.1. Ruta.** Según Bigné (2000), toda ruta se extiende por un espacio geográfico específico, donde se describen y especifican los lugares de paso y se establecen etapas, teniendo en cuenta las características turísticas propias (naturales, humanas, histórica-monumentales, etc.). La duración y los servicios turísticos (alojamiento, transporte, restauración, actividades etc.) se determinarán en función de la zona geográfica que se visita. (p.32) En el mismo concepto Morales (2000) añade que las rutas turísticas permiten a los visitantes participar en situaciones curiosas y eventos ajenos a su vida cotidiana. (p.26)

**4.1.5.4.2. Cicloruta.** Según Zhingue (2022), la cicloruta tiene el objetivo de separar la viabilidad de las bicicletas del tráfico motorizado (motos, automóviles, camiones) y de los peatones; esto es por el bien de todos, por las diferentes velocidades de viaje de cada uno. La idea detrás de la cicloruta es que sea un tramo protegido o, en cualquier caso, reservado para bicicletas, donde el tráfico motorizado sea excluido. (p. 14)

#### **4.1.6. Sistema turístico**

Según Boullón (2006) El sistema turístico se compone de conjunto de elementos que interactúan entre sí, la infraestructura, superestructura, demanda, comunidad local, atractivos, planta turística y finalmente el turístico; propiciarán agrado a las necesidades de uso del tiempo libre, además, señala como parte suplementaria del sistema a; la Superestructura turística, cuya

función es controlar la eficiencia del sistema, vigilando su funcionamiento e interacción de sus componentes. (p. 31)

**4.1.6.1. Los recursos y atractivos turísticos.** Estos son los factores que impulsan a los visitantes a desplazarse. Pueden ser culturales o naturales, etc. Es posible distinguir entre recursos y atractivos, ya que los primeros son atractivos potenciales y los segundos son recursos que ya puestos en valor.

**4.1.6.2. La planta turística.** Todas las empresas que ayudan a los turistas en su permanencia en el destino ofreciendo servicios como alojamiento, restauración, recreación, transporte, etc.

**4.1.6.3. Infraestructura Turística.** La infraestructura se refiere a la dotación de bienes y servicios que posee una nación para mantener sus estructuras sociales y productivas. Incluyen: la educación, servicios médicos, vivienda, transporte, comunicaciones y energía. La infraestructura tiene como objetivo conectar a los asentamientos humanos y satisfacer sus necesidades internas.

**4.1.6.4. Demanda turística.** La demanda se puede calcular calculando el número total de visitantes que visitan una región, país, zona, centro turístico o atractivo y los ingresos generados. Además, si se desea profundizar en el análisis, se puede medir cómo se distribuyen esos datos entre los diversos tipos de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades.

**4.1.6.5. Perfil del turista.** El término "perfil turístico" se refiere a una descripción de un destino turístico. Las características socioeconómicas y demográficas de los visitantes suelen ser la base para la caracterización. El perfil ayuda a mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos al conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas.

**4.1.6.6. Oferta turística.** El término "oferta" se refiere a la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un periodo determinado. Cuando se trata de bienes lo que se produce y no se vende se puede acumular. En el caso de los servicios, esta opción no se aplica, ya que una vez que expira su duración, su oferta se renueva y si no se vende, se pierde.

**4.1.6.7. Comunidad receptora.** El nivel de participación de la comunidad receptora en la gestión del sistema o su participación en la actividad turística a través de empleos directos, indirectos e inducidos.

**4.1.6.8. Accesibilidad.** El término "accesibilidad" se refiere al conjunto de características que debe tener un destino turístico para que sea accesible para todos, incluidas las personas con discapacidades.

**4.1.6.9. Gobernanza.** Es el subsistema regulador que supervisa el desarrollo del turismo y está formado por organizaciones públicas, privadas y no gubernamentales que toman decisiones o tienen un impacto en su desarrollo. Además, se incluyen documentos normativos como leyes, políticas, regulaciones, planes y proyectos que realizan la misma función.

#### **4.1.7. Diagnóstico turístico**

La formulación del plan de acción turística dependerá del diagnóstico de la situación turística del territorio; por lo tanto, es un elemento crucial y debe prepararse cuidadosamente. Se amplía la información sobre el territorio, la situación y el potencial turístico a partir de las primeras impresiones y datos obtenidos durante la fase de diagnóstico. (Blanco, 2014)

**4.1.7.1. Diagnóstico turístico de comunidades.** Según Padilla (2019), el diagnóstico turístico es la etapa de planificación en la que se obtiene información mediante la evaluación de la situación de un destino en tiempo real, donde se toman decisiones correctas, seguras y herramientas que ayudan a evaluar lo bueno o malo de los métodos, presentaciones de proyectos que formen parte del mejoramiento para el desarrollo de la actividad turística. (p. 379).

**4.1.7.2. Inventario de atractivos.** El levantamiento y registro de los atractivos turísticos debe realizarse en tres pasos. Primero, se identifican y clasifican los atractivos, luego se levanta información primaria y se verifica con información secundaria. Después de esto, se ponderan y jerarquizan los atractivos turísticos. El proceso de levantamiento y registro debe concluirse con una ficha de inventario valorada. (MINTUR, 2018, p.12).

#### **4.1.7.3. Análisis FODA matemático.**

Según Maura (2017), el FODA matemático permite identificar los diversos elementos del objeto de estudio (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) de manera completamente objetiva y aprobada matemáticamente. Esto dará como resultado una planificación estratégica más acertada y precisa al momento de elaborar o trazar objetivos y metas para nuestro objeto de estudio o investigación. (p. 1).

**4.1.7.3.1. Análisis externo.** Según Espinosa (2013), el análisis externo identifica los factores externos importantes, como las nuevas conductas de los clientes, la competencia, los cambios en el mercado, la tecnología, la economía, entre otros. Como resultado, se divide en:

- **Oportunidades.** Representan una oportunidad para que la empresa mejore. Las oportunidades son factores positivos que la empresa puede aprovechar.

- **Amenazas.** Logran tener poco impacto en el mercado o poner en peligro la estabilidad de la empresa. Si se identifican con anticipación, se pueden evitar o transformar esta amenaza en oportunidades.



**4.1.7.3.2. Análisis interno.** El análisis interno de la empresa identifica los factores internos clave de nuestra empresa, como financiación, marketing, producción, organización, etc. En última instancia, se trata de realizar una autoevaluación, en la que la matriz de análisis FODA busca identificar las fortalezas y debilidades de la empresa.

- **Fortalezas.** Son todas las habilidades y recursos con los que cuenta la empresa para aprovechar oportunidades y crear una ventaja competitiva.

- **Debilidades.** Son aquellos aspectos en los que la empresa carece, puntuándose por debajo de la competencia o simplemente aquellos que puede mejorar.

#### **4.1.8. Planificación turística**

Grande (2008), establece las siguientes consideraciones a tener en cuenta para la planificación del turismo rural:

- **Una Perspectiva global**

Se debe analizar tanto desde una perspectiva territorial como sectorial, ya que es necesario prevalecer el enfoque local para desarrollar una estrategia que sea aplicable. Es verdad que cada localidad posee una identidad distintiva, un factor clave en la competitividad.

- **Planificación orientada a la demanda**

Es importante recordar que trabajamos principalmente para un mercado al que debemos responder. Ese es el objetivo principal, porque la demanda no funciona como deseamos

- **Planificar producto**

Uno de los aspectos que necesita una mayor atención es este. Debido a que vendemos un producto que debe ser bien definido y producido para una audiencia cada vez más exigente y un mercado que tiene un catálogo de productos más amplio y precios más competitivos.

**4.1.8.1. Enfoques de la planificación.** Ivars (2003) de acuerdo con Getz, menciona que se pueden identificar cuatro tipos de enfoque con relación a la planificación turística: desarrollista, económico, físico y comunitario. Por otro lado, el enfoque selecto fue el Enfoque comunitario es un modelo a seguir que promueve un control local del desarrollo turístico con el fin que la población sea la beneficiaria, haciendo énfasis en el desarrollo abajo/arriba.

**4.1.8.2. Objetivos de la planificación.** Los objetivos de la planificación turística han sido recopilados en varios estudios realizados por la OMT. Se destaca, los más trascendentales para esta investigación:

- Garantizar la conservación presente y futura de los recursos turísticos, destacando especialmente los recursos naturales que no son renovables.
- Integrar los objetivos del turismo con las restantes políticas de desarrollo socioeconómico, y favorecer las relaciones del turismo con otros sectores de la economía.

- Ofrecer una información veraz y útil a la toma de decisiones públicas y privadas.
- Optimizar los beneficios económicos, ambientales y sociales del turismo, favoreciendo una justa distribución social de los beneficios.

#### **4.1.8.3. Estrategias de planificación turística.**

**4.1.8.3.1. Estrategia participativa.** La CEPAL (2015) menciona que la representación de los intereses de los ciudadanos y la coordinación de esfuerzos son objetivos de un enfoque de planificación participativa. Esto implica una coordinación de dos vías: desde abajo hacia arriba y desde arriba hacia abajo. La planificación multiescalar se utiliza para crear un modelo de gestión pública en el que el Estado, la sociedad civil y el sector privado establecen objetivos y acciones para mejorar la calidad de vida de las personas.

**4.1.8.3.2. Estrategia endógena.** Es una herramienta útil para comprender la dinámica económica de las ciudades y territorios, así como para sugerir estrategias para fomentar los procesos de acumulación de capital. (Barquero, 2001)

**4.1.8.4. Fortalecimiento turístico.** Según los autores Szmulewicz y Oyarzún (2002) el objetivo del fortalecimiento turístico es encontrar formas de apoyar el desarrollo del turismo mediante la integración de mecanismos que garanticen servicios y productos de alta calidad. De esta manera, se logrará una estructura concreta en beneficio de las comunidades que les permitirá desarrollarse de manera sostenible e integral en sus funciones como empresa pública o privada dentro del sector turístico. (p. 9)

**4.1.8.5. Importancia del fortalecimiento turístico en las comunidades rurales.** Chávez (2021) plantea que en la actualidad el turismo comunitario rural en Ecuador constituye una importante área estratégica del sector y de la economía nacional, pero al mismo tiempo, se precisa generar los apoyos necesarios para trabajo y se relacionan directamente con el desarrollo y convivir económico, social y político del mundo.

Tenor (2013) menciona que el turismo comunitario es considerado como un medio para el desarrollo de la comunidad mediante su crecimiento y fortalecimiento, el turismo es una de las principales fuentes de ingresos para el sector rural, para que las iniciativas turísticas se desarrollen desde este punto de vista, es necesaria una conciencia general de la población sobre su importancia, y una formación de quienes las lleven a cabo que les permita ser competitivos frente al resto de proyecto. (p. 1)

#### **4.1.9. Comercialización**

**4.1.9.1. Concepto de comercialización.** Caurin (2018), lo define como un conjunto de estrategias, decisiones y actividades planificadas y organizadas que tienen como objetivo vender un producto o servicio a los clientes con la finalidad de obtener los mejores resultados.

Estos elementos fundamentales incluyen el momento, el tipo de área geográfica, el público al que se dirige y el tipo de estrategia emitida. (p. 1)

#### **4.1.9.2. Tipos de estrategias de comercialización.**

**4.1.9.2.1. Estrategias de producto.** MarcaGo (2022), menciona que, una vez que se describe un producto, las estrategias reflejarán las acciones que se llevarán a cabo durante un período de tiempo. Posteriormente se decide si se trabajará con un producto piloto o no. Finalmente, debe tener en cuenta la competencia, ya que es importante tener claro por qué los clientes prefieren su producto o servicio a los de otras empresas. (p. 1)

**4.1.9.2.2. Estrategias de comunicación.** MarcaGo (2022), menciona que, es uno de los puntos más fáciles porque se trata de mostrar al cliente los beneficios del producto o servicio a través de varios canales. Debido a que es la forma en que se distribuyen y dan a conocer la mayoría de los productos en la actualidad. El costo está asociado con la transmisión de mensajes en las redes sociales, la publicidad y la promoción debe ser una parte importante de la estrategia. El último paso es elegir los medios de difusión, el estilo y cualquier otra estrategia de marketing que ayude a los clientes adecuados a comprender y comprar el bien o servicio que se está ofreciendo. (p. 1)

## **4.2. Marco legal**

### **4.2.1. Constitución de la República del Ecuador**

La Constitución de la República en el Art. 250. Establece que el territorio de las provincias amazónicas forma parte de un ecosistema necesario para el equilibrio ambiental del planeta. Este territorio constituirá una circunscripción territorial especial para la que existirá una planificación integral recogida en una ley que incluirá aspectos sociales, económicos, ambientales y culturales, que garantice la conservación y protección de sus ecosistemas y el principio del *sumak kawsay*. En este artículo indica la importancia de preservar el territorio de la región amazónica garantizando la conservación y la calidad de vida.

La Constitución de la República en el Art. 383. Menciona que el estado garantiza el derecho de las personas, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso. Indicando que, los ecuatorianos tenemos el libre derecho de generar nuevas propuestas para el desarrollo de productos de esparcimiento, para dinamizar la economía local.

### **4.2.2. Objetivos de Desarrollo Sostenible - ODS**

La Agenda 2030 (2015) establece una visión transformadora hacia la sostenibilidad económica, social y ambiental. Por ende, los ODS también son una herramienta de planificación

y seguimiento, tanto a nivel nacional como local y su visión a largo plazo, constituirán un apoyo hacia un desarrollo sostenido, inclusivo y en armonía con el medio ambiente.

La meta del ODS 8 menciona que “De aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales” (p. 41)

La meta del ODS 11 menciona que “Apoyar los vínculos económicos, sociales y ambientales positivos entre las zonas urbanas, periurbanas y rurales fortaleciendo la planificación del desarrollo nacional y regional” (p. 53)

La meta del ODS 15 menciona que “Para 2030, velar por la conservación de los ecosistemas montañosos, incluida su diversidad biológica, a fin de mejorar su capacidad de proporcionar beneficios esenciales para el desarrollo sostenible” (p. 68)

Seguir el modelo de proyección de la Agenda 2030, permitió tener un predominio de meta en esta investigación, la propuesta de productos turísticos para un sector rural es sinónimo de promover un turismo sustentable y la planificación territorial junto con la comunidad; cuidar la biodiversidad al mismo tiempo generar divisas y el desarrollo económico.

#### ***4.2.3. Plan de Creación de Oportunidades Período 2021 – 2025***

En el Eje Económico, Objetivo 2 considera impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el turismo, bajo la política 2.3 que busca Fomentar el turismo doméstico, receptivo y sostenible a partir de la promoción, consolidación y diversificación de los productos y destinos del Ecuador, tanto a nivel nacional como internacional.

Este Plan aplicado para el presente periodo, permitió vincularse a la visión a futuro que tiene el estado para el sector rural, al mismo tiempo adaptándolo al modelo de propuesta inicial, diversificando nuevos productos turísticos al sur del territorio ecuatoriano.

#### ***4.2.4. Ley de Turismo***

En el Art. 3.- de la Ley de Turismo (2014) menciona que : son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,

- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o 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 esta Ley y sus reglamentos.

#### **4.2.5. Reglamento de Operación Turística de Aventura**

De acuerdo el Art. 24, El número máximo de turistas por guía depende de la dificultad técnica de la ruta elegida para la modalidad. Los guías deberán previamente identificar el nivel del grupo para poder trabajar a su ritmo y definir si se requiere la presencia de otro guía adicional. Así mismo, los equipamiento y accesorios mínimos de cumplimiento en cicloturismo según lo dictamina el Art. 26 son los siguientes:

##### **Equipo para el turista**

- Casco de ciclista
- Calzado, vestimenta y accesorios adecuados según la zona
- Dispositivo reflector

##### **Equipo del guía**

- Calzado, vestimenta y accesorios adecuados según la zona.
- Dispositivo reflector.
- Botiquín de primeros auxilios enfocada en traumas.
- Herramientas básicas (inflador, tubo de repuesto, parches, rompecadenas, llaves hexagonales).

##### **Equipo colectivo**

Contar con bicicletas adecuadas, operativas y funcionando a las características del terreno donde se realizarán los programas; con condiciones mecánicas perfectas (sistema de frenos y dirección en perfecto estado, el marco y las ruedas deben estar libres de daño o problemas estructurales, pedales firmes, bloqueos de las ruedas en posición correcta).

- Luces y reflectivos funcionando
- Dispositivos de comunicación.
- Equipo de orientación, cuando sea aplicable; d. Hidratación.

##### **Equipo complementario**

- Con asistencia de vehículo: bomba para inflar, tubos, kit para parchar tubos, rompe cadenas, lubricantes, llaves hexagonales, llaves de pedal, pedales, manubrios, zapatas o pastillas de frenos, una cadena extra, poste del asiento. Una bicicleta de repuesto.
- Sin asistencia de vehículo: bomba para inflar, kit para parchar tubos, rompe cadenas, llaves y hexagonales.

#### ***4.2.6. Ordenanza que establece Áreas de Conservación y uso Sustentable de la Biodiversidad en Zamora Chichipe***

En el Art. 3.- La finalidad de las Áreas de Conservación y Uso Sustentable de la Biodiversidad Provincial de Zamora Chichipe estará orientada principalmente a lo que dicta el siguiente literal: b) Promover una planificación articulada hacia el ordenamiento territorial conjunto de las Áreas de Conservación y Uso Sustentable de la Biodiversidad Provincial de Zamora Chichipe y sus zonas de influencia.

La importancia de este artículo radica en que el 83% del territorio de la parroquia Sabanilla se encuentra en estado de protección en el Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP), además de forma parte del Patrimonio Forestal Nacional a través de Bosques y Vegetación Protectora, consideradas como áreas especiales para conservación. Por ello, es importante conocer leyes ya establecidas como sustento adicional a la ya conocida a nivel nacional.

### **4.3. Marco Referencial**

#### ***4.3.1. “Experiencias de turismo comunitario en el Área Natural Protegida del Nevado de Toluca, México: hacia la construcción de productos turísticos patrimoniales alternativos”***

Osorio-García, M., & Domínguez, J. (2019) aluden que:

A través de una investigación-acción participativa aplicada al área natural protegida del Nevado de Toluca, en México, se llevó a cabo un proceso para desarrollar productos turísticos en diez comunidades ejidales vinculadas a esta área, con los propósitos de reconocer los elementos objetivos y subjetivos que se conjugaron en su construcción y de identificar los significados socioculturales caracterizados por espacios regionales particulares. El avance en la construcción del producto turístico de cada ejido obedece no solo a su potencialidad y a su capital social, sino a las nociones y prácticas de sus actores y a la sinergia con su espacio regional. La metodología utilizada fue la investigación-acción, muy útil en el desarrollo de productos turísticos sustentables, al ser un proceso democrático y participativo. El investigador aplicó el modelo de Lewis (1946) que sigue una secuencia de cuatro pasos que deben ejecutarse: 1) planificar el cambio (plan), 2) búsqueda del cambio (acción), 3) observación del cambio (observación), 4) reflexión sobre los sucesos (reflexión). Para la creación de los productos turísticos eligió el modelo europeo de Rutas Verdes de Greenways Product, mismo que contempla 7 fases: 1) identificar y evaluar los recursos disponibles, 2) identificar el perfil del cliente, 3) concretar los aspectos básicos del producto, 4) añadir valor a la propuesta, 5) comercialización, 6) formar los productos manager, 7) crear el club de productos vía verde. En las conclusiones destacó la importancia de la comunidad para crear productos turísticos, así

mismo que se depende mucho de vinculación con empresas porque es un avance lento al progreso y desarrollo económico.

#### ***4.3.2. “Producto Turístico Rural para la Comunidad Ñamarin, Parroquia y Cantón Saraguro, Provincia de Loja”***

Riofrio, S. (2018) en su investigación menciona que:

El turismo rural y comunitario una alternativa de desarrollo económico y social sostenible en el cantón Saraguro y sus comunidades indígenas, y se ha visto la necesidad de proponer el siguiente proyecto de investigación como una nueva alternativa de desarrollo, donde los pobladores sean los gestores del turismo en su territorio. Aplicó la Metodología de Carla Ricaurte; fichas del MINTUR 2017, estudio de familias que prestan servicios turísticos y una matriz FODA para diseñar el producto turístico; y las técnicas de MARPP para socializar la propuesta con la comunidad y sus actores involucrados. El producto turístico es una ruta por los distintos puntos de la Comunidad de Saraguro con identidad propia, con el objetivo de revivir las memorias de sus ancestros. La investigación concluye que la Comunidad receptora está abierta a apoyar las distintas propuestas hacia el desarrollo turístico y dinamización de la economía de Saraguro.

#### ***4.3.3. “Diseño de un producto turístico para la parroquia Timbara del cantón Zamora, provincia Zamora Chinchipe”***

Ordoñez, J. (2022) menciona:

El trabajo de investigación se formuló con el objetivo de Diseñar un producto turístico para el desarrollo en la parroquia Timbara del cantón Zamora, provincia Zamora Chinchipe, planteando tres objetivos específicos: Determinar la situación, Realizar una propuesta de productos turísticos y finalmente establecer un plan de promoción y comercialización de los productos turísticos. La metodología para esta investigación se utilizó la matriz de Carla Ricaurte para el diagnóstico turístico, elaboración de un FODA para desarrollar estrategias, elaborar rutas como producto turístico con base a la metodología del MINTUR y finalmente se elaboró encuestas para determinar las estrategias de comercialización. Los resultados obtenidos indicaron que la promoción turística ayudará a difundir la información de la Ruta para facilitar el desarrollo de productos turísticos donde permita brindar una oferta diversificada y satisfacer las necesidades de los clientes, y se recomienda al GAD parroquial en alianza con las instituciones públicas y privadas se gestione la implementación de infraestructura turística, y apoyo a los emprendedores turísticos en nuevas iniciativas.

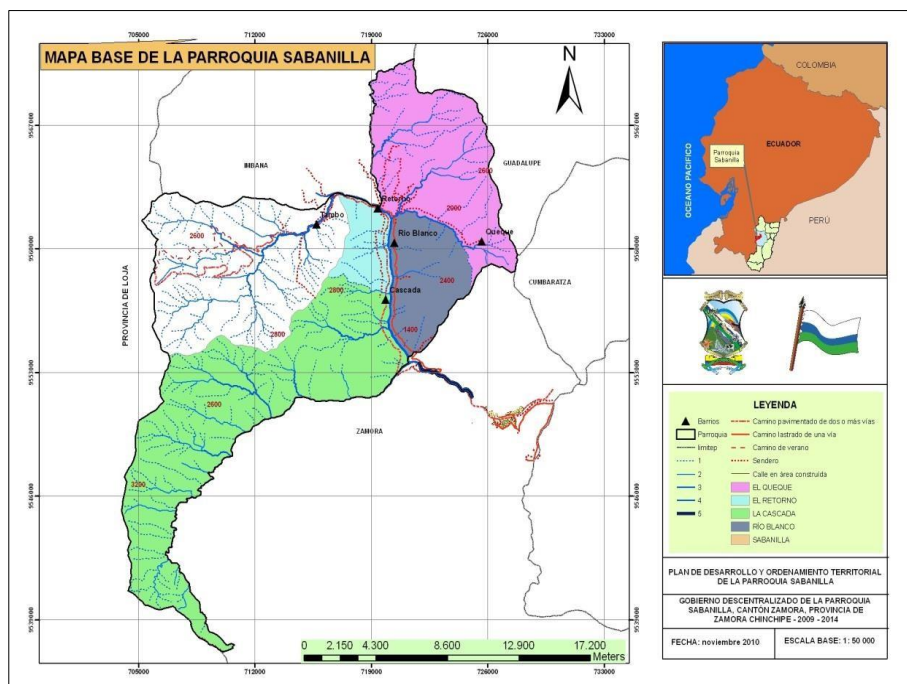
## 5. Metodología

### 5.1. Área de estudio

La presente investigación se llevó a cabo en la parroquia Sabanilla, se encuentra ubicada al norte del cantón Zamora, de la provincia de Zamora Chinchipe y, en la cordillera oriental de los Andes. Sus límites y coordenadas son:

- **Al Norte con las parroquias Imbana y Guadalupe:**  
(Long. X= 721449 N /Lati. Y= 9570762)
- **Al Sur con la parroquia urbana El Limón:**  
(Longitud X= 710034 N / Latitud Y= 9537082)
- **Al Este con la parroquia de Cumbaratza:**  
(Longitud X= 727595 N / Latitud Y= 9558720)
- **Al Oeste con la Provincia de Loja:**  
(Longitud X= 703951 N / Latitud Y= 9545299)

La parroquia está conformada por 5 barrios: El Tambo, El Retorno, La Cascada, Río Blanco, El Queque. La parroquia tiene un rango altitudinal desde los 1040 msnm en la zona baja, hasta los 3400 msnm en la zona más alta. (Ver Figura 1)



**Fuente:** PDOT GAD Parroquial Sabanilla

**Figura 1.** Mapa de Ubicación de la Parroquia Sabanilla



## 5.2. Tamaño de muestra

Para obtener el tamaño de muestra, se aplicó la siguiente fórmula de muestra finita, con el objetivo de conocer con exactitud las encuestas que serán aplicadas a la posible demanda referencial y al mismo tiempo determinar el perfil del turista.

La demanda real, se tomó como referencia, el PEA de los cantones aledaños al objeto de estudio, como: Zamora y Loja, obteniendo los siguientes resultados:

**Tabla 1.** Población referencial cercana al territorio de estudio.

Poblaciones de Referencia	PEA Base 2010	PEA 2022/ Turistas
Zamora	10757	13247
Loja	91978	120410
<b>TOTAL</b>		<b>133657</b>

Se trabajó con un margen de error del 0,08 debido a los diferentes acontecimientos, tales como fue el paro indígena a nivel nacional en los meses de junio de 2022 paralizando la actividad económica y movilización con el bloqueo de las vías. Por otro lado, la zona de estudio es un poblado de paso por la Ruta Panamericana, vía que conecta las provincias de Zamora Ch. y Loja, por este motivo existe un índice bajo de turistas potenciales. La fórmula aplicada para obtener el tamaño de muestra se presenta a continuación:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p}{d^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q} ; n = 239$$

**n**=tamaño de la muestra

**N**= tamaño de la población (133657)

**Z**= nivel de confianza 92 ( $Z_{\alpha}=1,75$ ) al cuadrado

**p**= probabilidad de éxito, o proporción esperada 5% (0.5)

**q**= probabilidad de fracaso (0.5)

**E(d)**= precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) (0.08)

Obteniendo como cálculo de la muestra lo siguiente:

$$n = 239$$

### 5.3. Materiales

**Tabla 2.** *Materiales usados en la investigación.*

<b>Materiales</b>	<b>Descripción</b>
Recursos humanos	-Docente -Tesisista
Recursos materiales	-Carpetas -Esferos -Cuadernos -Archivadora -Copias -Empastado
Recursos Tecnológicos	-Cámara fotográfica - Computador portátil - Móvil - GPS - Software: Google Earth, Photoshop, y Micmac
Recursos logísticos	-Transporte -Alimentación

### 5.4. Metodos

#### 5.4.1. *Método Descriptivo*

El método descriptivo es útil para el presente proyecto, debido a que ayudó a describir el sistema turístico y atractivos turísticos de la parroquia Sabanilla, a través de la observación y trabajo in situ para obtener datos precisos sobre el objeto de estudio

#### 5.4.2. *Método Analítico*

El presente método permitió analizar la revisión bibliográfica de fuentes primarias y secundarias oficiales, con el fin de seleccionar y clasificar la información relevante que aporte al desarrollo de la investigación.

#### 5.4.3. *Método Inductivo*

El método inductivo, permitió mediante la observación directa conocer y realizar el diagnóstico turístico de la parroquia Sabanilla, para luego analizar la información obtenida y con ello formular conclusiones.

#### 5.4.4. *Enfoque cualitativo*

Este enfoque se empleó con el objetivo de recolectar datos relevantes, mediante el aporte de la opinión y puntos de vista de las personas locales.

## **5.5. Técnicas**

### **5.5.1. Observación Directa**

Esta técnica permitió evidenciar de manera directa la situación actual sobre el sistema turístico y recursos o atractivos turísticos que posee la parroquia Sabanilla, así también permitió obtener la información necesaria para las metodologías propuestas como la matriz de Marvin Blanco, Inventario de atractivos turísticos, modelos de encuestas a la población, modelo de encuestas para la demanda potencial y la Matriz Foda simple. Así mismo, completar las matrices proporcionadas por el Manual de Rutas e Itinerarios turísticos del MINTUR.

### **5.5.2. Encuestas**

Las encuestas fueron una técnica importante, ya que ayudaron a analizar la demanda potencial, con el fin de determinar las características de la posible demanda que consumirán los productos turísticos en propuesta. Así mismo, acoplar la información obtenida en el diseño de los productos turísticos.

## **5.6. Metodología por objetivos**

### **5.6.1. Metodología para el cumplimiento del objetivo 1: “Diagnosticar el potencial agroturístico de la parroquia Sabanilla, cantón Zamora, provincia de Zamora Chinchipe”**

En primera instancia, siguiendo la metodología de Marvin Blanco se aplicó una matriz de diagnóstico turístico en territorios rurales; titulada: “Contenidos y aspectos a considerar para el análisis del entorno territorial”. La información procedió de fuentes oficiales como del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) y fuentes secundarias de bases de datos de investigaciones de universidades. Adicionalmente se aplicó 10 entrevistas a la localidad con el fin de complementar el diagnóstico, entre ellos: presidente/a de la junta, presidente de emprendedores, comunidad y líderes barriales. Así mismo, se aplicó la Ficha de inventario según la Guía para el levantamiento de Atractivos Turísticos del Ministerio de Turismo, y posteriormente priorizar cada recurso turístico dependiendo de la infraestructura, demanda, servicios, transporte, vías y recreación.

Por otro lado, se aplicó una encuesta a 239 personas, lo que aportó a establecer el perfil del turista y la demanda potencial. Para finalizar se realizó un análisis PESTEL, un FODA simple, desencadenado en un FODA matemático y determinando las estrategias óptimas y puntuales para el siguiente objetivo.

### ***5.6.2. Metodología para el cumplimiento del objetivo 2 “Diseñar productos turísticos para la parroquia Sabanilla”***

En base a las estrategias obtenidas, se determinó los productos turísticos. Se efectuó la adaptación y ejecución de la metodología propuesta por la ICCA (2019) y el manual de Generación de rutas e itinerarios turísticos (2018) para la elaboración de un portafolio de atractivos, identificación del macroproducto (turismo de aventura) y el microproducto con la creación de una ruta de deportes de aventura que incluye: ciclismo de montaña, montañismo, aviturismo, senderismo y actividades vivenciales. Así mismo, se elaboró la imagen corporativa, e infografía de los productos turísticos. Se realizó un análisis de acuerdo con las directrices establecidas por el Reglamento de Operación Turística de Aventura, del artículo 23 al 28 en el que se detallan las normativas y requisitos para el desarrollo de una cicloruta turística.

### ***5.6.3. Metodología para el cumplimiento del objetivo 3 “Determinar estrategias de comercialización para los productos turísticos”***

Las estrategias de comercialización trascendieron del Foda Matemático y las encuestas aplicadas a la demanda potencial. De este modo, se estructuró estrategias online y offline. Para la modalidad online estuvo la creación de páginas en redes sociales populares comercialmente como: Instagram y Facebook, adjuntando un modelo de monitoreo. En cuanto a las estrategias offline, se optó por la promoción de los productos en medios tradicionales como la radio. Además, la participación en ferias turísticas afines a la modalidad de turismo de naturaleza, fue otra opción ideal para comercializar los productos turísticos. Adicionalmente se diseñó bocetos de Souvenirs para promoción de las rutas turísticas.

## 6. Resultados

### 6.1. Diagnóstico del potencial agroturístico de la parroquia Sabanilla, cantón Zamora, provincia de Zamora Chinchipe.

#### 6.1.1. Dimensión geográfica-ambiental

**6.1.1.1. Área total del territorio y uso de suelo.** La Parroquia Sabanilla tiene una superficie de 30.772,49 ha. correspondiente al 16,19 % del territorio del cantón Zamora. Además, el uso del Suelo de la Parroquia Sabanilla es netamente agropecuario. De acuerdo a la Tabla 3 el área total del territorio se distribuye de la siguiente manera:

**Tabla 3.** Usos del Suelo y Cobertura Vegetal de la Parroquia de Sabanilla

Cobertura vegetal y usos del suelo	Área ha	% territorio
Área poblada	22.320	0.073
Área sin cobertura vegetal	76.137	0.247
Bosque nativo	21782.448	70.785
Infraestructura	28.641	0.093
Natural	42.635	0.139
Paramo	2371.601	7.707
Tierra agropecuaria	5880.048	19.108
Vegetación arbustiva	567.491	1.844
Vegetación herbácea	1.170	0.004
Área total ha	30772.491	100

**Fuente:** PDOT GAD Parroquial Sabanilla

**6.1.1.2. Condiciones climáticas.** Posee una variabilidad climática como el templado ecuatorial (muy húmedo temperado), el tropical (mega térmico-húmedo), Ecuatorial (mesotérmico húmedo), con precipitaciones medias de 1000 a 3000 mm. anuales y temperaturas variables en el día de 10°C hasta los 20°C. La Parroquia Sabanilla presenta una temperatura media más alta en el mes de noviembre con 18.7°C, mientras que los picos más bajos se dan en el mes de julio con una temperatura de 17,2°C contrastando entre temperatura y precipitación, con una humedad de julio a septiembre. Los meses de abril, mayo, junio y julio, las precipitaciones son más concentradas hacia el centro de la subcuenca, por la concentración de vientos. (PDOT GAD Parroquial Sabanilla 2019-2023)

**6.1.1.3. Flora y fauna.** El territorio de la Parroquia Sabanilla posee una alta riqueza de recursos naturales, el 83 % del territorio se encuentra en estado de protección bajo el Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP), además de formar parte del Patrimonio Forestal Nacional a través de Bosques y Vegetación Protectora (Ver Tabla 4). Sin embargo, hace falta realizar un inventario detallado de la flora y fauna de la Parroquia Sabanilla, la recopilación de información secundaria, ha permitido identificar algunas especies que se enlistó en la Tabla 4.

**Tabla 4.** *Áreas Protegidas y Patrimonio Forestal Nacional en la Parroquia Sabanilla.*

	<b>AREA ha</b>	<b>% Territorio</b>
Bosque Protector Cuencas que conforman los ríos San Francisco, San Ramón y Sabanilla	5022,712 h	16.32 %
Bosque Protector Corazón de Oro	7851,1 h	25.51 %
Parque Nacional Podocarpus	12648,07 h	41.10 %
		83%

**Fuente:** PDOT GAD Parroquial Sabanilla

Por otro lado, la mayoría de especies de flora y fauna se encuentran inventariadas y registradas en fuentes secundarias de universidades como : la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), Universidad Católica del Ecuador (UCE) y la Universidad Nacional de Loja (UNL). El inventario actual de especies recogidas de investigaciones, proyectos e investigaciones, presentan un total de 104 especies de flora representativa. A continuación, se presenta una tabla que resume los datos de flora y fauna encontrados:

**Tabla 5.** *Especies de flora representativas de la Parroquia Sabanilla*

<b>FLORA</b>	
<b>Especies</b>	<b>Nombre Común</b>
Lauraceae	Canelo amarillo, canelo blanco, canelón
Podocarpaceae	Romerillo colorado, romerillo azuceno
Cedros	Cedrela odorata y cedrea montana
Nogal	Juglans neotropica
la sangre de drago	Crotón liechleri
Podocarpus	Prumnopytis-montana Podocarpus oleifolius
Aporocactus flagelliformis	Cola de rata
Canna indica L.	Achira
Cinchona pubescens	Cascarilla
Croton lechleri	Sangre de Drago
Eucalyptus globules	Eucalipto
Solanum americanum	Mortiño
Gomphichis sp.	Orquídea
Matricaria Chamomilla	Manzanilla
Psidium guajava	Guayaba
Mentha piperita	Menta
Origanum vulgare	Orégano
Aloe vera	Sábila
Sambucus nigra	Tilo
Bixia orellana	Achiote
<b>FAUNA</b>	
<b>Nombre Científico</b>	<b>Nombre Común</b>
Dasyprocta fuliginosa	Guatusa
Lycalopex sechurae	Zorro
Tapirus pinchaque	Danta
Cinuculus paca	Guanta
Pithecia monachus	Mono negro
Sylvilagus brasiliensis	Conejo
Coendou quichua	Puerco espín
Dasyopus novencinctus	Armadillo
Tamandua tetradáctila	Oso hormiguero

Tigrinus leopardus	Tigrillo
Sciurus vulgaris	Ardilla
Choloepus didactylus	Oso perezoso
Odocoileus virginianus	Venado
Caenolestes condorensis	Ratón
Tremarctos ornatus	Oso de anteojos

#### AVIFAUNA

Nombre Científico	Nombre Común
Tinamus tao	Tinamú tao
Crypturellus soui	Tinamú chico
Merganetta armata	Pato torrentero
Cypseloides cherriei	Vencejo cuatroojos
Streptoprocne rutilla	Vencejo cuellirrojo
Streptoprocne zonaris	Vencejo acollarado
Chaetura brachyura	Vencejo rabón
Chaetura cinereiventris	Vencejo ceniciento
Aeronautes montivagus	Vencejo montañés
Touit stictopterus	Cotorrita alipinta
Pionus sordidus	Loro piquirrojo
Pionus menstruus	Loro cabeciazul
Amazona mercenarius	Amazona mercenaria
Pyrrhura albipectus	Loro de cuello blanco
Psittacara leucophthalmus	Aratinga ojiblanca

#### LEPIDÓPTEROS (Mariposas)

Especie	Género
Gardneri	Pseudoscada
hermana	Pseudoscada
hermana	Pseudoscada
Lydia	Pseudoscada
Lydia	Pseudoscada
Oneidodes	Pseudoscada
Ortygia	Pseudoscada
theudelinda	Pseudoscada
avella	Ithomia
Terra	Ithomia
Terra	Ithomia
Terra	Ithomia

**Fuente:** PDOT GAD Parroquial Sabanilla.

**6.1.1.4. Recursos hídricos.** La Parroquia Sabanilla pertenece a la cuenca y sistema hidrográfico del río Santiago, abastecido por algunas microcuencas importantes que transitan desde la cordillera real oriental por el lado más alto que divide a Loja de Zamora, servida por vertientes del Parque Nacional Podocarpus por el oeste y recibiendo caudales desde el Este como la Quebrada Zurita, Quebrada El Queque, Río Blanco, entre otros. Los detalles pertinentes se encuentran en la Tabla 6.

**Tabla 6. Hidrología de la Parroquia Sabanilla**

<b>Nombre</b>	<b>Longitud (Km)</b>
Quebradas Sin Nombre	328,81
Quebrada Queque	8,44
Quebrada Dos Hermanos	7,96
Quebrada Zurita	5,68
Quebrada de los Balcones	5,26
Quebrada La Gentil	5,02
Quebrada San Ramón	4,0
Quebrada Cura Aguirre	3,75
Río Romerillos	8,8
Río Sabanilla	6,25
Río San Francisco	5,88
Río Blanco	3,17
<b>Cascadas</b>	
La Escondida	
Cascada San Francisco	
Cascada Sin Nombre 2	
Cascada del amor	
Cascada Sin Nombre 1	
Cascada La Gentil	
Cascada El Destrozo	
Cascada Velo de Novia	

**Fuente:** PDOT GAD Parroquial Sabanilla

**6.1.1.5. Conservación de los recursos naturales.** La parroquia cuenta con áreas especiales para la conservación de la biodiversidad, dentro de estas áreas se encuentran básicamente tres tipos:

- Reserva de Biosfera Podocarpus – El Cóndor. - declarada por la UNESCO el 17 de septiembre de 2007 y reconocida mediante Acuerdo Ministerial Nro. 168, de 13 de noviembre de 2008.
- Corredor de Conectividad Sangay – Podocarpus. - reconocido oficialmente con fecha 17 de julio de 2020 de conformidad al Acuerdo Ministerial 0019 de 22 de mayo de 2020 “Lineamientos y criterios técnicos para el diseño, establecimiento y gestión de los corredores de conectividad”.
- Área de Conservación y Uso Sustentable de la Biodiversidad Yawi – Sumak. - declarada como tal el 28 de diciembre de 2018, mediante la “Ordenanza provincial que establece Áreas de Conservación y Uso Sustentable de la Biodiversidad en Zamora Chinchipe”, ACUS por sus siglas

En la Parroquia Sabanilla existen algunas iniciativas individuales articuladas al programa Socio Bosque, administrado por el Ministerio del Ambiente, esta iniciativa tiene una duración de 20 años, en la parroquia esta desde el 2009. (PDOT GAD Parroquial Sabanilla 2019-2023)



## **6.1.2. Dimensión socioeconómica**

**6.1.2.1. Historia.** El proceso de migración y colonización entre la Sierra y la Amazonía en el sur del Ecuador constituyó un largo proceso con muchas faces y periodos dependiendo de su intensidad y motivación, en cada territorio del actual territorio Sabanilla del Cantón Zamora tuvo un rol fundamental. Tras las feroces revueltas indígenas del siglo XVI, las tempranas fundaciones españolas de Zamora de los Alcaides y Sevilla de Oro habían quedado abandonadas, y el Oriente quedó imaginado como un lugar ignoto y repleto de peligros, donde solo los buscadores de oro se atrevían a aventurarse, y no siempre con las garantías de regresar.

Zamora fue redescubierta en 1870 por los exploradores de esta región, en 1871 un sacerdote fue enviado por la curia de Loja para hacerse cargo de la parroquia de Zamora, el Padre Ojeda, solicitaba fondos para mejorar el camino que ya habían ido abriendo los propios colonos, incluyendo un primitivo puente sobre el río Sabanilla, pero no existen evidencias sobre la ruta o el sendero que siguieron desde Loja. A inicios de 1913, se aprobó la construcción de un camino de herradura desde Loja, en los siguientes años el camino de herradura fue la única ruta de enlace entre Loja y Zamora. La falta de mantenimiento, el paso de ganaderías, así como inundaciones puntuales, lo deterioran.

El nombre Sabanilla, hace alusión a los viajeros que descansaban en los tambos del lugar y al otro día cuando despertaban, una nube blanca “cual sábana de ese color” se asentaba sobre el río al que pusieron ese nombre; con el tiempo se llamó así mismo a toda la parroquia. (PDOT GAD Parroquial Sabanilla 2019-2023)

**6.1.2.2. Principales fuentes de ingresos de la población.** Las principales fuentes de ingreso de los habitantes son la venta de alimentos, provenientes del cerdo y ganado vacuno, así como el expendio de leche y productos derivados de la misma.

**6.1.2.3. Estructura económica.** Las principales labores que mueven la economía local provienen de las actividades agrícolas, bobinas, ganaderas, piscícolas, granjas, silvicultura, alimenticia y pequeños emprendimientos. La producción agrícola en su mayor parte sirve para autoconsumo, mientras que la actividad que involucra mayores ingresos, es la ganadería. (Revisar Tabla 7)

**Tabla 7. Sectores económicos de la parroquia Sabanilla**

Sector económico	Actividad	Detalle
Sector Primario	Ganadería bovina	El 80 % de la población se dedica a esta actividad. La venta del ganado. Aproximadamente, existe más de 3.200 cabezas de ganado, pastan en 168 fincas.
	Ganadería porcina	Existen aproximadamente más de 600 unidades de ganado porcino. Anualmente comercializan un total de 359 unidades con un peso promedio de 5 arrobas, lo que se traduce en 44.88 toneladas de carne de cerdo.
	Aves de corral	Se venden anualmente más de 6 700 aves en el año, con un peso promedio de 5 libras, lo que se traduce en 15.24 toneladas de carne de aves al año.
	Piscicultura	Actualmente se trabaja en un proyecto para extenderse al mercado provincial con la comercialización de trucha.
	Minería	Existen 16 concesiones mineras de tipo metálico y de material de construcción; 10 de ellas se encuentran inscritas. En su conjunto, todas las concesiones cubren un total de 1,329.30 ha del territorio parroquial
Sector Secundario	Operaciones artesanales	Se expenden productos derivados de la ganadería, principalmente derivados de la leche, como queso, quesillo y manjares; también se incluye la preparación de tortillas de maíz gualo, miel de caña de azúcar y jugo de caña.
Sector Terciario	Comercio	Entre los varios servicios de la parroquia, en este sector terciario se destaca el comercio a lo largo de la vía Zamora – Loja, concentrándose principalmente en los barrios El Tambo y El Retorno, siendo los principales locales comerciales los restaurantes, seguidos de las tiendas de abarrotes con productos de primera necesidad

**Fuente:** PDOT GAD Parroquial Sabanilla

**6.1.2.4. Emprendimientos.** Los principales establecimientos son de restauración y están ubicados en los barrios: El Tambo y El Retorno, a lo largo de la vía Zamora -Loja. Existen 19 establecimientos de alimentos y bebidas, los mismos que cuentan con 294 plazas distribuidas entre ellos. Por otro lado, los emprendimientos que existen actualmente se dedican a la venta y producción: de quesos, manjar, dulces, mermeladas, tortillas de maíz de gualo, entre otros.

**6.1.2.5. Uso de tecnología e innovaciones.** Las actividades que desarrollan todos los sectores económicos en su mayoría son de unidades de producción pequeñas, con escasa o nula tecnología, lo que no permite incrementar la producción y productividad.

**6.1.2.6. Cultura y tradiciones.** La parroquia Sabanilla se caracteriza por poseer tradiciones, leyendas populares y fiestas religiosas, las cuales han sido transmitidas verbalmente por los primeros pobladores del sector, quedando como herencia cultural hacia las futuras generaciones. Sin embargo, no se ha realizado un estudio a fondo para fomentar y preservar su cultura material e inmaterial para preservar la identidad del territorio. (Ver Tabla 8)

**Tabla 8. Elementos patrimoniales de la Parroquia Sabanilla**

<b>Elementos patrimoniales</b>	<b>Tipo</b>	<b>Ámbito</b>
Historias de Sabanilla	Inmaterial	Tradiciones y expresiones orales
Trueque	Inmaterial	Tradiciones y expresiones orales
Fiesta de parroquialización de Sabanilla	Inmaterial	Usos sociales, rituales y actos festivos
Fiesta de la Virgen del Cisne	Inmaterial	Usos sociales, rituales y actos festivos
Fiesta de San Francisco	Inmaterial	Usos sociales, rituales y actos festivos
Fiesta en Honor a Santa Rita	Inmaterial	Usos sociales, rituales y actos festivos
Fiesta del Divino Niño	Inmaterial	Usos sociales, rituales y actos festivos
Feria Ganadera	Inmaterial	Usos sociales, rituales y actos festivos
Feria Agrícola-ganadera anual	Inmaterial	Usos sociales, rituales y actos festivos
Cuy asado	Inmaterial	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo
Uso de plantas medicinales	Inmaterial	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo
Caldo y seco de gallina criolla	Inmaterial	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo
Juego del gallo y el cuy enterrados	Inmaterial	Artes del espectáculo

**Fuente:** PDOT GAD Parroquial Sabanilla

**6.1.2.7. Conflictos sociales.** En la zona se presenta un alto nivel de conflictos sociales, debido a que los habitantes de los cinco barrios identificados, demuestran la rivalidad entre ellos por la invasión de terrenos, problemas económicos por endeudamiento y tenencia ilegal de tierra dentro de las zonas protegidas. A su vez, la población se siente disgustada por la falta de un centro de salud, farmacias, servicios financieros y servicio de transporte público interno. Otro punto importante a tratar fue la “Propuesta de asfaltado en la vía antigua Loja- Zamora” que no se ha cumplido desde el 2012 por Empresa Hydrochina, quien hizo esta propuesta de beneficio social. (PDOT GAD Parroquial Sabanilla 2019-2023)

**6.1.2.8. Actitud de la población local hacia el turismo.** La actitud de la población local es positiva ante la considerable afluencia de visitantes, turistas extranjeros que llegan de visita generando ingresos relevantes a la economía local. También mencionaron que esta afluencia incrementa en temporadas festivas de las provincias aledañas de Loja y Zamora Chinchipe aportan un aumento considerable de ingresos económicos. Por otra parte, la poca gestión de las autoridades provoca un declive de esta actitud positiva, limitando su visión del desarrollo turístico, puesto que no se desarrollan iniciativas, planes, programas ni proyectos para fomentar el turismo internamente.

### **6.1.3. Dimensión político-institucional**

Existen varias instituciones encargadas de atender las necesidades de los habitantes, entre las más importantes están el Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe, Gobierno Cantonal de Zamora, como responsables de la dotación de servicios básicos.

También se identificaron diferentes instituciones que aportan de manera directa al desarrollo de la parroquia y aportan de manera indirecta al turismo. (Ver tabla 9)

**Tabla 9. Nómina de actores clave de la Parroquia Sabanilla**

<b>Ámbito</b>	<b>Nombre de entidad</b>
Local	- Comisario de Policía
	- Fiscalía de Administración Pública
	- Notario Pública del Zamora
	- Asociación de Productores "Río Blanco"
	- Club de Jóvenes "Nuevo Amanecer"
	- Asociación de Mujeres "Nacer Oriental"
	- Asociación de Matarifes "Reina del Cisne"
	- Asociación de Productores DELSITANISAGUA
	- Asociación de Mujeres "Participación Social El Retorno"
	- Asociación de Ganaderos Sabanilla
	- Asociación de Productores agropecuarios "Cascada velo de Novia"
	- Asociación de trabajadores autónomos "Dos Hermanos"
	- Directivas Barriales
	- Naturaleza y Cultura Internacional - NCI
	- Asociación de economía popular y solidaria matarifes emprendedores/as de la parroquia sabanilla
- Asociación de faenamamiento de ganado porcino y vacuno san José del retorno	
Cantonal	- Corporación Eléctrica del Ecuador – CELEC EP
	- Asociación de Campesinos Agropecuarios los Emprendedores
	- Delegación Provincial de la secretaria técnica de la Circunscripción Territorial Especial Amazónica
	- Cámara de Turismo de Zamora
	- Policía Nacional del Ecuador
	- Cuerpo de Bomberos Zamora (CBZ)
	- Coordinación de la Agencia de Regulación y Control Minero (ARCOM)
Provincial	- Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Zamora Chinchipe
	- Gobernación de Zamora Chinchipe
	- Subzona de Policía de Zamora Chinchipe No. 19
	- Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas Batallón de Selva 62-Zamora
	- Agencia de Regularización y Control Minero
	- Agencia de Regularización y Control Hidrocarburífero
	- Agencia de Regularización y Control Fito y Zoosanitario
	- Distrito de Salud
	- Distrito de Educación
	- Empresa Pública para el Fomento Agropecuario y Productivo de Zamora Chinchipe - AGROPZACHIN E.P
	- Empresa Mancomunada de Movilidad Sustentable de Zamora Chinchipe E.P
	- Empresa Eléctrica Regional del Sur EERSSA
	- Federación Deportiva de Zamora Chinchipe
	- Casa de la Cultura Benjamín Carrión
	- Fondo Regional del Agua – FORAGUA
- Dirección Provincial de Ministerio de Salud Pública (MSP)	

**Fuente:** PDOT GAD Parroquial Sabanilla

A continuación, en la Tabla 10 se menciona las instituciones y organizaciones sociales, públicas, y privadas, que se encuentran en la parroquia y los proyectos e iniciativas relacionadas al desarrollo de la actividad turística.

**Tabla 10.** *Nómina de instituciones, proyectos y/o programas*

N°	Instituciones	Programa y/o Proyecto Propuesto
1	- Gad Parroquial de Sabanilla	- Acción institucional para la gestión de riesgos naturales y antrópicos en la Parroquia Sabanilla
2	- CELEC EP	- Rescate y conservación del patrimonio cultural, tangible e intangible de la Parroquia Sabanilla.
3	- MAAE; AGROPZAC HIN; Cooperación Alemana GIZ	- Fortalecimiento del sistema económico productivo de la parroquia Sabanilla, a través de la promoción de sistemas de manejo ganadero social, ambiental y económicamente sostenibles.
4	- AGROPZACHIN; MAAE	- Impulso de la Seguridad Alimentaria y el autoconsumo en la parroquia como una estrategia de fortalecimiento económico de las familias
5	- ECOLAC	- Incentivo del emprendimiento con identidad local tendiente a dar valor agregado a los productos y materia prima de la Parroquia Sabanilla.
6	- UTPL	- Proyecto ABRA
7	- Lundin Gold	- Proyecto Fruta del Norte
8	- MTOP	- Articulación vial de la parroquia
9	- Ministerio de Turismo	- Promoción de un ecoturismo basado en el patrimonio natural, cultural y biodiversidad de la Parroquia Sabanilla
10	- AGROPZACHIN; MAGAP; Cooperación Alemana GIZ; Ministerio de Producción	- Incentivo del emprendimiento con identidad local tendiente a dar valor agregado a los productos y materia prima de la Parroquia Sabanilla
11	- MAG	- Plan de manejo de Fincas, invernaderos

**Fuente:** PDOT GAD Parroquial Sabanilla

#### **6.1.4. Servicios básicos**

**6.1.4.1. Servicio de agua potable.** El Gobierno Municipal de Zamora, Gobierno Parroquial de Sabanilla y la Corporación Eléctrica del Ecuador CELEC EP suscribieron un convenio para la implementación de sistemas de agua potable en los barrios El Tambo, El Retorno y Río Blanco. La obra civil fue ejecutada exitosamente y en la actualidad existen tres sistemas de agua potable, sin embargo, este servicio no llega a toda la parroquia.

**6.1.4.2. Servicio de alcantarillado.** Existe un déficit elevado de este servicio a nivel de toda la parroquia, únicamente existe el sistema de alcantarillado en viviendas que se encuentran a nivel de la vía principal Zamora-Loja (E45) específicamente en el área urbana. La parroquia cuenta con una planta construida para el tratamiento de aguas servidas, provenientes del barrio El Tambo, se ubica en la vía a San Juan del Oro; sin embargo, no todo el alcantarillado se encuentra conectado a este sistema.

**6.1.4.3. Servicio de energía eléctrica.** La Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A. (EERSSA), dota del servicio de energía eléctrica en la Parroquia Sabanilla, la cobertura de red eléctrica llega al 90.66 % de familias de la Parroquia Sabanilla.

La cobertura del alumbrado público cubre el 48.35 % del total de la parroquia, el alumbrado público se ubica únicamente en ciertos tramos a nivel de la vía E45, este alumbrado es parcial y no abarca a todos los asentamientos y sectores de los diferentes barrios.

**6.1.4.4. Servicio de Salud.** De acuerdo con la información proporcionada en las entrevistas realizadas, se determina que el servicio de salud dentro de la parroquia Sabanilla es nulo, no existe la intervención del Ministerio de Salud en el sector.

El servicio de Salud más cercano se encuentra en la parroquia El Limón, y en el cantón Zamora se encuentra el Hospital Básico Julius Doepfner. Otra alternativa es optar por trasladarse hacia los centros de salud de la ciudad de Loja.

**6.1.4.5. Servicio de telecomunicaciones.** De acuerdo con la información levantada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2010) la población cuenta con los servicios que se indican en la Tabla 11:

**Tabla 11.** *Servicios de telecomunicaciones de Sabanilla.*

<b>% de la Población</b>	<b>Servicio</b>	<b>Proveedor</b>
14.5%	Servicio de telefonía fija de CNT	CNT
35.88%	Telefonía celular o móvil ( CLARO Y CNT)	Claro, Cnt y Tuenti

**Fuente:** PDOT GAD Parroquial Sabanilla

**6.1.4.6. Manejo de residuos sólidos.** La recolección, transporte y disposición final de los desechos en la parroquia lo realiza el GAD Municipal de Zamora, entidad encargada de prestar el servicio a nivel cantonal. Por otro lado, los desechos orgánicos son almacenados y tratados en los jardines, huertos y fincas.

El único barrio que no cuenta con el servicio de recolección y transporte de los desechos es el barrio El Queque. Según CESSAM (2020) el 60.44 % de la población de la Parroquia Sabanilla tiene acceso al servicio de recolección de desechos sólidos.

### **6.1.5. Oferta turística**

**6.1.5.1. Alojamiento.** En el diagnóstico ejecutado a la parroquia, se evidenció que el lugar no cuenta con establecimientos de alojamiento de ningún tipo. El servicio de alojamiento más cercano se lo encuentra a 35km. en la ciudad de Loja y/o en el cantón Zamora a la misma distancia.

El número de establecimientos más cercanos a la parroquia que oferta la ciudad de Zamora es de 11, entre ellos categorías como: lodge (1), hostales (6) y hoteles (5). Por otro lado, en la ciudad de Loja oferta 66 establecimientos de alojamiento, de acuerdo al catastro turístico de Loja y Zamora.

**6.1.5.2. La oferta de servicios de alimentación.** Se identificaron 19 establecimientos que brindan el servicio de restaurante (17) y cafetería (2), concentran principalmente en los barrios El Tambo y El Retorno, dichos establecimientos cuentan aproximadamente con 15 plazas cada uno. Ofrecen comida típica y tradicional como: caldo de gallina, trucha, tilapia, fritada, cecina, estofado de pollo, costilla, empanadas, entre otros. Existen 19 establecimientos de alimentos y bebidas, los mismos que cuentan con 294 plazas distribuidas entre ellos.

Adicionalmente, es importante indicar que la parroquia Sabanilla es pequeña y es considerada como un lugar de paso, por lo cual carece de presencia y los establecimientos no constan dentro del catastro turístico del cantón Zamora, convirtiéndose en establecimientos no turísticos. La Tabla 12 presenta un resumen de los datos recopilados.

**Tabla 12.** *Establecimientos de alimentos y bebidas de la Parroquia Sabanilla*

N°	Razón social	Ubicación	Plazas
1	Picantería Flora Lavanda	El Tambo	12
2	Restaurante La Cabañita	El Tambo	15
3	Restaurante Las Tres Costeñitas	El Tambo	12
4	Restaurante	El Tambo	16
5	Restaurante El Tambo	El Tambo	23
6	Tercena Asociación de Economía Popular y Solidaria Matarifes Emprendedores	El Tambo	10
7	Comedor y picantería Al Paso	El Tambo	20
8	Picantería Al Paso	El Retorno	12
9	El Descanso	La Cascada	20
10	Restaurante La Peña	Santa Rosa	20
11	Restaurant La Tulpa	Santa Rosa	12
12	Restaurant La Posada de los Amigos	Santa Rosa	30
13	Mi lugar favorito	La Cascada	30
14	Cascada Velo de Novia	La Cascada	4
15	Reina del Cisne	Porvenir	20
16	La Selencita	El Retorno	6
17	Cabaña Al Paso	El Destrozo	12
18	Asociación San José de El Retorno	El Retorno	12
19	Papitas Zoohi	El Retorno	8

**Fuente:** PDOT GAD Parroquial Sabanilla.

**6.1.5.3. Información turística.** En la parroquia no existe un punto que brinde información turística, o alguna agencia de viajes; sin embargo, existe una oficina cercana en la ciudad de Zamora a 35 km de la parroquia, que cuenta con material informativo como guías turísticas impresas, mapas, trípticos e información turística de la provincia de Zamora y Loja.

**6.1.5.4. Transporte.** El transporte mayormente utilizado para movilizarse interna y externamente por los pobladores es el transporte público (Cooperativas) y los vehículos de uso privado. No cuentan con servicio de taxis, o compañías de camionetas. Sin embargo, un habitante de esta localidad comenzó a brindar el servicio de carreras desde el año 2021 de manera informal, poniendo a disposición 3 camionetas 4x4 doble cabina

Por otro lado, para ingresar a la parroquia se lo puede hacer a través de diversas opciones como taxis, camionetas, rentacar, y vehículos particulares, otra alternativa es el transporte público el cual realiza su recorrido diariamente por la vía Troncal. (Ver Tabla 13)

**Tabla 13.** *Compañía de transporte publico Zamora y Loja*

Nombre de cooperativa de transporte	Tipo		Detalle
	Cooperativa	Taxi/Camioneta	
Cooperativa de Transportes Loja	x		Ruta Z-L
Cooperativa de Transporte Viajeros Internacional	x		Ruta Z-L
Cooperativa de Transporte Unión Cariamanga.	x		Ruta Z-L
Cooperativa de Transporte de Pasajeros Internacional Nambija	x		Ruta Z-L
Cooperativa de Transporte Unión Yantzaza.	x		Ruta Z-L
Empresas de Taxis de Zamora (9)		x	91 unidades
Cooperativas (28) y operadoras de taxi (12) de Loja		x	1672 unidades

**6.1.5.5. Conectividad.** Los sistemas de articulación vial en la parroquia se han reformado en los últimos años con apertura de vías, caminos, accesos y senderos. La principal red de conectividad, es la carretera Troncal Amazónica, vía de primer orden que conecta los 5 barrios de la parroquia.

Los barrios El Tambo, La Cascada y El Retorno se ubican a lo largo de la vía E45 (Troncal Amazónica), gozan de vías de primer orden, con dos carriles y está debidamente pavimentada. La segunda vía importante es la vía antigua Zamora-Loja, una vía de segundo orden, esta vía es una alternativa de conexión vial con la Troncal Amazónica desde el sector la Fragancia hasta El Retorno, es utilizada para el tránsito vehicular de los habitantes del barrio Río Blanco, personal del Proyecto hidroeléctrico Delsitanisagua. Además, es importante mencionar que la vía antigua es una vía alterna cuando existe inconvenientes en vía principal en invierno.

**6.1.5.6. Señalización turística.** La señalética vial que conduce desde la ciudad de Loja y/o desde la ciudad de Zamora hasta la parroquia Sabanilla, se encuentra un 90% en buenas condiciones. En lo que se refiere a la señalética turística dentro de la parroquia es muy escasa,



debido a que no están dedicados al 100% a la actividad turística. El territorio carece de señalización turística, en la actualidad se puede encontrar con, y únicamente se las puede encontrar en las estaciones científicas de las Reservas Naturales y en la cascada Velo de Novia. Pese a tener variedad de recursos turísticos de libre acceso, la importancia de implementar la señalética turística se sigue manteniendo como propuesta de la Junta Parroquial.

**6.1.5.7. Actividades recreativas.** Como parte de los espacios públicos están: El Parque de Sabanilla, Coliseo Central de Deportes, Iglesia de Sabanilla y como áreas recreativas cuenta con una cancha con cubierta en el barrio el Retorno. Dicha infraestructura se destina en espacio para el desarrollo de actividades festivas, ferias, eventos, entre otros. Por otro lado, no existen bares ni discotecas. Se puede deducir que los momentos de ocio se los desarrolla en visita a fincas y sitios naturales como cascadas, miradores naturales y senderismo de montaña.

**6.1.5.8. Recursos turísticos.** Se identificaron 11 recursos turísticos: 7 naturales y 4 culturales. Cabe recalcar que, de los recursos enlistados a continuación, no se encontraron fichas de inventario levantadas por el Ministerio de Turismo, sin embargo, presentan un potencial turístico relevante por su belleza natural, diversidad biológica protegida y por la infraestructura, servicios, transporte, accesos y actividades de recreativas. (Revisar Tabla14)

**Tabla 14.** *Recursos turísticos de la parroquia Sabanilla*

N°	Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
1	Cascada Velo de Novia	Sitio Natural	Río	Cascada
2	Cascada El Destrozo	Sitio Natural	Río	Cascada
3	Cascada La Gentil	Sitio Natural	Río	Cascada
4	Cascada del Amor	Sitio Natural	Río	Cascada
5	Balneario dos Hermanos	Manifestación Cultural	Arquitectura	Espacio Publico
6	Bosque Gallo de la Peña	Sitio Natural	Montaña	Media Montaña
7	Vía Antigua Loja-Zamora	Sitio Natural	Montaña	Media Montaña
8	Reserva Arcoíris	Manifestación Cultural	Realización Técnica y Científicas	Centro Científico y Técnico
9	Estación Científica San Francisco	Manifestación Cultural	Realización Técnica y Científicas	Centro Científico y Técnico
10	Festividades de Santa Rita	Atractivo Cultural	Acervo Cultural y popular	Fiestas religiosas
11	Fiestas de San José	Atractivo Cultural	Acervo Cultural y popular	Fiestas religiosas

**Fuente:** PDOT GAD Parroquial Sabanilla

**6.1.5.9. Fichas resumen de atractivos turísticos de la parroquia Sabanilla.** A continuación, se presenta los atractivos turísticos priorizados que formaran parte de la propuesta turística que busca integrar todos los atractivos en una ruta; de este modo aprovechar todo el potencial turístico que tiene la parroquia Sabanilla.

**Tabla 15.** Ficha resumen del recurso: *Cascada Velo de Novia*

<b>Nombre del atractivo:</b>	Cascada Velo de Novia	
<b>Categoría:</b>	Sitio Natural	<b>Tipo:</b> Río
<b>Subtipo:</b>	Cascada	
<b>Provincia:</b> Zamora Chinchipe	<b>Cantón:</b> Zamora	<b>Localidad:</b> Parroquia Sabanilla



**Figura 2.** Cascada Velo de Novia

**Ubicación:** Se encuentra ubicada en la Parroquia de Sabanilla, Barrio La Cascada  
**Latitud** 9557473  
**Longitud** 719844  
**Altitud** 1 100msnm

**Fuente:** Carlos Medina

**Características:**

- La Cascada tiene una altura de 1.100 msnm, con una temperatura que varía entre los 14° a 16°C., y una caída de 60 m.
- El nombre se origina por la caída y color de las aguas que se asimila como un velo de novia; otro nombre poco conocido es “La Rápida” por la velocidad de la caída del agua. Se ha convertido en una parada obligatoria para todos los turistas que visitan por primera vez el cantón Zamora.
- El atractivo presenta una excelente infraestructura como graderíos, miradores, un parador turístico con el servicio de restaurante, parqueadero, señalética, servicios sanitarios, etc.

**Recomendaciones:**

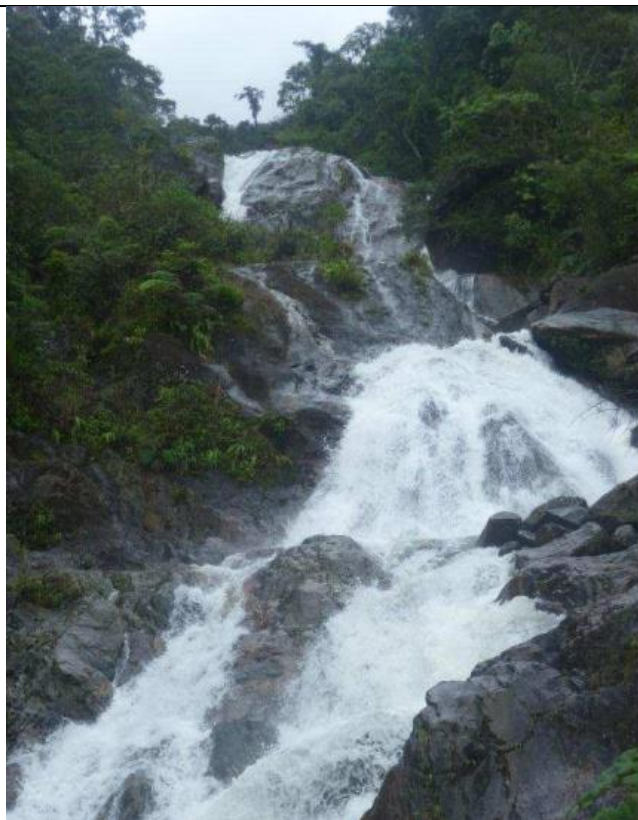
- Llevar ropa adecuada, protector solar, botas de caucho, repelente, cámara fotográfica, y ropa fresca para el clima cálido húmedo.
- Visitar en temporada de verano, caso contrario tener mucho cuidado con la intensidad de la caída de agua de la cascada.
- Tener cuidado con los lugares donde no exista infraestructura de seguridad.

**Actividades Turísticas:**

- Fotografía
- Degustación de productos locales
- Caminata corta
- Observación de Flora

**Tabla 16.** Ficha resumen del recurso: *Cascada El Destrozo*

<b>Nombre del atractivo:</b>	Cascada El Destrozo	
<b>Categoría:</b>	Sitio Natural	<b>Tipo:</b> Río
<b>Subtipo:</b>	Cascada	
<b>Provincia:</b> Zamora Chinchipe	<b>Cantón:</b> Zamora	<b>Localidad:</b> Parroquia Sabanilla



**Figura 3.** Cascada El Destrozo

**Ubicación:**

Se encuentra ubicada en la Parroquia de Sabanilla, Barrio La Cascada a 10 km de la ciudad de Zamora.

**Latitud**

9555569

**Longitud**

719548

**Altitud**

1.445 msnm

**Características:**

- Su temperatura varía entre 14° y 16°C. Tiene una caída de 40 m. Su nombre obedece a la desigualdad de su formación y al furor con el que se precipita el agua desde las alturas de la cordillera.
- Se caracteriza por ser aguas de alta montaña, sufriendo cambios en su coloración y volumen de aporte, de acuerdo a la temporada climática.
- Posee un gran caudal, por tal motivo no se recomienda bañarse en sus aguas.
- Cuenta con señalética mínima de seguridad.

**Recomendaciones:**

- Llevar ropa adecuada, protector solar, botas de caucho, repelente, cámara fotográfica
- Tener precaución si se visita de forma individual
- No se recomienda acampar a las orillas del puente, se recomienda ascender por el sendero hacia un lugar más tranquilo.
- Llevar lo necesario para la aventura, no existe tiendas a más de 5km de distancia.

**Actividades Turísticas:**

Es un lugar hermoso para

- Fotográfica
- Turismo de aventura como rápel.
- Caminata corta.
- Observación de Flora
- Camping

**Tabla 17.** Ficha resumen del recurso: Cascada La Gentil

<b>Nombre del atractivo:</b>	Cascada La Gentil	
<b>Categoría:</b>	Sitio Natural	<b>Tipo:</b> Río
<b>Subtipo:</b>	Cascada	
<b>Provincia:</b> Zamora Chinchipe	<b>Cantón:</b> Zamora	<b>Localidad:</b> Parroquia Sabanilla



**Figura 4.** Cascada La Gentil

**Ubicación:**

Se encuentra exactamente entre las cascadas El Destrozo y Velo de Novia,

**Latitud**

9555987

**Longitud**

719514

**Altitud**

1.450 msnm

**Características:**

- Su temperatura varía entre los 14° a 16°C.
- La cascada tiene tres caídas de agua, de unos 20, 25 y 15 m. de caída aproximadamente.
- Se la conoce con este nombre porque, en la parte alta a unas cinco o seis horas de camino, existen unas cuevas donde se encuentran depositados restos de personas que han fallecido, los mismos que eran conocidos como los “gentiles
- Espacio ideal para relajación y realizar deportes como escalada de montaña.
- La cascada tiene tres caídas de agua, de unos 20, 25 y 15 m de caída respectivamente.

**Recomendaciones:**

- Llevar ropa adecuada, protector solar, botas o zapatos de montaña, repelente, cámara fotográfica y dulces.
- Si se va a realizar la visita a las cuevas, ir con guías o personas locales que conozcan la ruta.

**Actividades Turísticas:**

- Excursión a cuevas,
- Rappel
- Fotografías.
- Caminata corta
- Senderismo.

**Tabla 18.** *Ficha resumen del recurso: Cascada del Amor*

<b>Nombre del atractivo:</b>	Cascada del Amor	
<b>Categoría:</b>	Sitio Natural	<b>Tipo:</b> Río
<b>Subtipo:</b>	Cascada	
<b>Provincia:</b> Zamora Chinchipe	<b>Cantón:</b> Zamora	<b>Localidad:</b> Parroquia Sabanilla



**Figura 5.** Cascada del Amor.

**Ubicación:**

Se encuentra ubicada en la vía principal, en el Barrio La Cascada

**Latitud**

9560080

**Longitud**

719766

**Altitud**

1.613 msnm

**Características:**

Su temperatura varía entre los 16° a 18°C., tiene una caída de 40 m.

Desde la vía se puede acceder más o menos a media cascada para la actividad fotográfica.

Se encuentra inmersa en vegetación, por lo cual su accesibilidad es de nivel inferior.

El nombre que se le ha otorgado no es oficial, los moradores la han bautizado con el nombre de La cascada del Amor.

**Recomendaciones:**

- Llevar ropa adecuada, protector solar, botas de caucho, repelente, y cámara fotográfica.
- Llevar machete para maleza, en caso de visitar más a fondo la cascada
- Llevar implementos necesarios para evitar la picadura de insectos

**Actividades Turísticas:**

- Aviturismo.
- Senderismo
- Fotografía
- Observación de Flora y Fauna.
- Excursión a cascada

**Tabla 19.** Ficha resumen del recurso: *Balneario dos Hermanos*

<b>Nombre del atractivo:</b>	Balneario dos Hermanos	
<b>Categoría:</b>	Manifestación Cultural	<b>Tipo:</b> Arquitectura
<b>Subtipo:</b>	Espacio Publico	
<b>Provincia:</b> Zamora Chinchipe	<b>Cantón:</b> Zamora	<b>Localidad:</b> Parroquia Sabanilla



**Figura 6.** Balneario dos Hermanos

**Ubicación:**

A 5 minutos del sector el retorno se encuentra ubicado este balneario denominado “Los Dos Hermanos.”

**Latitud**

9561909

**Longitud**

720412

**Altitud**

**1.557 m msnm**

**Características:**

- Construido sobre el río del mismo nombre, ubicado por la vía antigua a Zamora, en la entrada al Barrio El Queque, su nombre se debe a que se unen dos ríos, justo al pasar por el puente.
- Se puede apreciar el río y su abundante caudal, piedras de gran tamaño que le dan más majestuosidad al paisaje, con la abundante vegetación.
- A 100 m del lugar, existen algunas 2 lagunas naturales que forman el río Sabanilla que desemboca en el río Zamora.

**Recomendaciones:**

- Utilizar protector solar, gorras, traje de baño, repelente, y ropa extra.
- Degustar la gastronomía local de los pequeños emprendimientos que se ubican por la misma zona del Barrio el Queque.
- Visitar los días jueves, si se desea una experiencia con convivencia, puesto que se realizan ferias o venta de productos en este lugar, convirtiéndose en un sitio para comercio.

**Actividades Turísticas:**

- Aviturismo,
- Turismo de aventura,
- Disfrutar de Gastronomía y Productos locales
- Senderismo,
- Camping,
- Recreación
- Observación de Fauna y Flora

**Tabla 20.** Ficha resumen del recurso: *Bosque Gallo de la Peña.*

<b>Nombre del atractivo:</b>	Bosque Gallo de la Peña	
<b>Categoría:</b>	Sitio Natural	<b>Tipo:</b> Montaña
<b>Subtipo:</b>	Media Montaña	
<b>Provincia:</b> Zamora Chinchipe	<b>Cantón:</b> Zamora	<b>Localidad:</b> Parroquia Sabanilla



**Ubicación:** En el barrio Río Blanco a 2,5 Km desde la entrada a la vía antigua desde El Retorno. Se ubica en los bosques nublados de la zona alta del barrio El Queque.

**Latitud**

9561891.78

**Longitud**

720503.11

**Altitud**

1578 m msnm

**Figura 7.** Bosque Gallo de la Peña

**Características:**

- Se encuentra en el barrio Río Blanco a 2,5 Km desde la entrada a la vía antigua desde El Retorno.
- Se puede disfrutar de un hermoso balneario natural conformado por dos quebradas llamadas Los Dos Hermanos que provienen de los bosques nublados de la zona alta del barrio El Queque.
- Destaca la belleza del paisaje natural, compuesta especies vegetales: laurel, palmas, guarumos, palmas, helechos, bromelias entre otras.
- Es el habitat del ave *Rupícola peruvianus* (Gallo de la Peña), especie representativa del lugar.

**Recomendaciones:**

- Llevar ropa adecuada, protector solar, botas de caucho, repelente y cámara fotográfica.
- Si se desea realizar actividades de Aviturismo revisar la temporada de verano en la parroquia.
- No arruinar la vegetación nativa, para ello solicitar los servicios de un guía local.

**Actividades Turísticas:**

- Aviturismo
- Fotografía
- Camping.
- Senderismo.
- Observación de Flora y Fauna silvestre.

**Tabla 21.** Ficha resumen del recurso: Vía Antigua Loja-Zamora

<b>Nombre del atractivo:</b>	Vía Antigua Loja-Zamora	
<b>Categoría:</b>	Sitio Natural	<b>Tipo:</b> Montaña
<b>Subtipo:</b>	Media Montaña	
<b>Provincia:</b> Zamora Chinchipe	<b>Cantón:</b> Zamora	<b>Localidad:</b> Parroquia Sabanilla



**Figura 8.** Vian Antigua Zamora – Loja.

**Ubicación:**

**Latitud**

**Longitud**

**Altitud**

**Características:**

Esta vía data su construcción desde 1940 e inicia su función como vía de conexión interprovincial en 1960, en la actualidad se encuentra abandonada, y poco transitada, guarda muchas historias por los accidentes ocurridos en el pasado, es un paraíso perdido, la vía se encuentra inmersa de la montaña, así mismo se encuentran varios atractivos de interés como algunas lagunas naturales, un baleario natural y a su alrededor existe abundante vegetación propia de la zona como palmas, helechos, llashin, entre otros, un sitio excelente para realizar Aviturismo, en un trayecto de 16 km.

**Recomendaciones:**

- Llevar ropa adecuada, protector solar, botas de caucho, repelente, cámara fotográfica.
- En caso de visitar esta zona por cuenta propia, evitar la visita del destino en temporada invernal por el gran peligro que representa el lugar.
  - La bicicleta que se vaya a utilizar durante el trayecto debe ser la adecuada para el terreno.
  - Se recomienda hacer varias paradas para mejorar la experiencia turística, caso contrario manejar con cuidado durante el descenso en bicicleta.

**Actividades Turísticas:**

- Fotografía
- Degustación de productos
- Visita a emprendimientos
- Caminata corta
- Senderismo
- Aviturismo
- Camping
- Observación de flora
- Ciclismo de montaña
- Paisajismo



**Tabla 22.** Ficha resumen del recurso: Reserva Arcoíris

<b>Nombre del atractivo:</b>	Reserva Arcoíris	
<b>Categoría:</b>	Manifestación Cultural	<b>Tipo:</b> Realización Técnica y Científicas
<b>Subtipo:</b>	Centro Científico y Técnico	
<b>Provincia:</b> Zamora Chinchipe	<b>Cantón:</b> Zamora	<b>Localidad:</b> Parroquia Sabanilla



**Ubicación:** Se encuentra en la Parroquia Sabanilla, en el sector San Francisco. A una altura de 2.180 msnm

**Latitud**

9558930

**Longitud**

711726

**Altitud**

2.180 msnm



**Figura 9.** Reserva Arcoíris.

**Características:**

Su temperatura varía entre los 12° a 18°C, Cuenta con una extensión de 6 1/2 hectáreas. Desde 1995 Se realiza acciones de conservación in situ de los recursos naturales del Parque Nacional Podocarpus y zona de amortiguamiento. Una de las funciones de la Reserva es el registro fotográfico e inventario de la fauna de la zona protegida, actualmente lleva más de 300 especies registradas. Entre las especies más sobresalientes se puede encontrar: quetzales, pavas de monte, colibríes, tucanes, oso de anteojos, danta, puma, tapir, venados, ranas arborícolas, etc.

**Recomendaciones:**

- Usar gorras, repelente, agua, zapatos cómodos y ropa abrigada.
- En caso de acampar de forma particular, llevar todos los implementos
- Reservar con anticipación para hacer usos de los servicios.
- Existe un sendero de varias horas de camino, lo recomendable es empezar temprano.
- Tener cuidado en todo momento, evitar afectar lo menos posible a la fauna y flora, recordar que es una reserva nacional.

**Actividades Turísticas:**

- Fotografía
- Senderismo
- Camping
- Observación de Flora
- Aviturismo
- Centro de educación e interpretación ambiental
- Paisajismo.

**Tabla 23.** Ficha resumen del recurso: Estación Científica San Francisco

---

<b>Nombre del atractivo:</b>	Estación Científica San Francisco	
<b>Categoría:</b>	Manifestación Cultural	<b>Tipo:</b> Realización Técnica y Científicas
<b>Subtipo:</b>	Centro Científico y Técnico	
<b>Provincia:</b> Zamora Chinchipe	<b>Cantón:</b> Zamora	<b>Localidad:</b> Parroquia Sabanilla

---



**Figura 10.** Estación Científica San Francisco

**Ubicación:**

En el sector San Francisco, a una altura de 1.850 msnm. Localizado en la Reserva Biológica San Francisco, el cual empezó desde 1997.

**Latitud**

9560886

**Longitud**

713267

**Altitud**

1850 msnm

---

**Características:**

- La Estación Científica San Francisco es un centro de investigación, localizado en la Reserva Biológica San Francisco.
- El área de bosque de la estación es de aprox. 1.000 hectáreas de formaciones vegetales: verde montano, bosque achaparrado y páramo.
- Es una de las más importantes de su tipo en el sur del Ecuador que cuenta con su propia reserva natural que es el laboratorio donde se realizan las investigaciones.
- La estación alberga valiosa información científica sobre: climatología, edafología, erosión de suelos, botánica sistemática, ecología vegetal, ecología animal, estructura de la vegetación, procesos de regeneración y sucesión vegetal, zoología, ornitología, entomología, geografía, paleontología, etc.

---

**Recomendaciones:**

- Llevar ropa adecuada, protector solar, botas de caucho, repelente, cámara fotográfica.
- Realizar la reserva con tiempo, ya sea para fines educativos o turísticos.
- Se recomienda visitar su página web <http://bergregenwald.de/index.html>
- La visita es programadas con previa cita.

---

**Actividades Turísticas:**

- Fotografía
  - Senderismo
  - Camping
  - Observación de Flora y Fauna
  - Educación Ambiental
  - Observación de resultados de investigaciones científicas sobre especies de flora y fauna, etc.
-

**Tabla 24.** Ficha resumen del recurso: *Fiesta en Honor a Santa Rita*

<b>Nombre del atractivo:</b>	Fiesta en Honor a Santa Rita	
<b>Categoría:</b>	Atractivo Cultural	<b>Tipo:</b> Acervo Cultural Y Popular
<b>Subtipo:</b>	Fiestas religiosas	
<b>Provincia:</b> Zamora Chinchipe	<b>Cantón:</b> Zamora	<b>Localidad:</b> Parroquia Sabanilla



**Ubicación:**

Esta fiesta se celebra en el sector El Tambo, año tras año, esta se desarrolla en el conglomerado urbano.

**Latitud**

9561345.33

**Longitud**

715673.30

**Altitud**

1.703 msnm

**Figura 11.** Festividades en Honor a Santa Rita

**Características:**

- Son las fiestas Patronales de la Parroquia Sabanilla
- Se desarrollan del 28 al 30 de mayo en la cabecera Parroquial Sabanilla
- Es una fiesta de carácter religioso.
- Por parte de los sacerdotes y devotos Se realiza la misa, juegos recreativos, quema de castillos, la tradicional vaca loca.
- Se realizan eventos culturales, sociales y deportivos como: expo ferias agrícolas, ganaderas y gastronómicas.

**Recomendaciones:**

- Usar sombrillas, gorras, protector solar, agua.
- Se recomienda visitar la parroquia en estas festividades por la programación que cada año suele ser diversa y entretenida, en convivencia con la población.
- Se recomienda visitar la parroquia en vehículo particular por la falta de espacios de estacionamiento.

**Actividades Turísticas:**

- Caminata,
- Fotografías
- Fiestas
- Gastronomía
- Eventos deportivos
- Integración comunitaria.
- Actividades vivenciales

**Tabla 25.** Ficha resumen del recurso: *Fiesta de Parroquialización de Sabanilla*

---

<b>Nombre del atractivo:</b>	Fiesta de San José	
<b>Categoría:</b>	Atractivo Cultural	<b>Tipo:</b> Acervo Cultural Y Popular
<b>Subtipo:</b>	Fiestas religiosas	
<b>Provincia:</b> Zamora Chinchipe	<b>Cantón:</b> Zamora	<b>Localidad:</b> Parroquia Sabanilla

---



**Figura 12.** Fiesta de Parroquialización de Sabanilla

**Ubicación:**

Esta fiesta se celebra en el sector El Retorno año tras año con la presencia de autoridades, turistas, y pobladores, esta se desarrolla en el conglomerado urbano.

**Latitud**

9557750

**Longitud**

710642

---

**Características:**

- Es una festividad con el objetivo de rendir civismo y homenaje a los años de vida política de la parroquia.
- La fiesta se celebra desde el 25 de abril de cada año, desde 1955.
- Se realizan actos como Pregón de Festividades, Carros Alegóricos, Participaciones en Oratoria y Dibujo.
- La agenda cultural busca exponer las diferentes actividades económicas que se desarrollan en la parroquia como ganadería, porcino, pesca, invernaderos, y emprendimientos etc.

---

**Recomendaciones:**

Usar sombrillas, gorras, protector solar, agua.

- Se recomienda visitar la parroquia en estas festividades por la programación que cada año suele ser diversa y entretenida, en convivencia con la población.
- Visitar la parroquia en vehículo particular por la falta de espacios de estacionamiento.
- Participar de los desfiles por las diferentes temáticas culturales que representan.

---

**Actividades Turísticas:**

- Caminata,
  - Fotografías
  - Fiestas
  - Gastronomía
  - Eventos deportivos
  - Integración comunitaria.
  - Actividades vivenciales
-

### 6.1.6. Demanda turística

En la parroquia Sabanilla no se encontraron registros ni datos de una posible demanda turística esto quiere decir que no hay registro de llegada o salida de visitantes, puesto que es considerado como un lugar de paso. Con estos antecedentes se procedió a analizar la posible demanda en la actualidad a medida que entraba en desarrollo la investigación.

Lo que respecta a las características de la demanda del territorio emergidas por fuentes externas como agencias de viajes de localidades cercanas como el cantón Loja y Zamora. Se investigó en itinerarios de estas agencias y no existía ninguna oferta o paquete turístico, en el que se promoció la parroquia o simplemente se la tomó en cuenta. Esto puede ser dado que los atractivos que posee no se han promocionado apropiadamente, adicionalmente manifestaron que cuando trabajan con grupos de turistas, hacen paso directamente a la ciudad de Zamora, específicamente al Parque Nacional Podocarpus, sector Bombuscaro atractivo reconocido ypreciado por su patrimonio natural.

**6.1.6.1. Análisis de los resultados de las encuestas.** Se elaboró un banco de 18 preguntas semiestandarizadas y aplicadas de manera virtual, 6 de las preguntas fueron para analizar las características del visitante y 16 encaminadas a los intereses propios del encuestado, como modalidad de turismo, servicios, disponibilidad, y presupuestos para sus viajes.

Además, partiendo de los resultados obtenidos, se desarrolló productos turísticos que se visibilizaran en los resultados del tercer objetivo.

**6.1.6.1.1. Perfil del turista.** En los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas, se resaltó aquellos porcentajes más altos, los que se marcaron como los más relevantes a tomar en cuenta al momento de desarrollar el análisis general.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de las encuestas:

**Tabla 26.** Resultados estadísticos - Características de visitantes.

	Variable	Categoría	Porcentaje
Características del visitante	Lugar de procedencia	Loja	39%
		Zamora	29%
		Otras	11%
		Yantzaza	8%
		Centinela del Condor	3%
		Catamayo	3%
		Quito	3%
		Santo Domingo	2%
		Cuenca	2%
		Edad	20 a 24 años
25 a 34 años	57%		
35 a 44 años	10%		
45 a 54 años	5%		
55 a 65 años	2%		

	Más de 65 años	1%
Ocupación/Condición Laboral	Empleado privado	25%
	Empleado publico	14%
	Independiente	14%
	Otros	19%
	Estudiante	5%
	Ama de casa	9%
	Emprendedor	5%
	Jubilado/a	2%
	Desempleado	7%
Genero	Masculino Femenino	74%
	Femenino	26%
Nivel educativo	Secundaria	46%
	Tercer Nivel	27%
	Postgrado o superior	13%
	Primaria	12%
	Sin estudios	2%
Estado Civil	Soltero	41%
	Casado	29%
	Unión Libre	19%
	Divorciado	11%
Ingresos mensuales	Entre \$451-\$650	36%
	Entre \$651-\$850	28%
	Entre \$851-\$1050	9%
	Más de 1050 \$ en adelante	4%
	Menos de \$450	23%

Como se puede evidenciar en la **Tabla 26**, la mayor afluencia de visitantes proviene de las dos provincias más cercanas (Loja y Zamora Chinchipe); sin embargo, también sobresale la afluencia de visitantes de diversos puntos del Ecuador; así mismo predomina el género masculino con el 70%. El rango de edad de los encuestados indicó que el 92% de ellos va desde los 20 a los 44 años de edad, con ingresos promedios estimados entre los \$451,00 (36%) a \$850,00 (28%). Por otra parte, el nivel educativo fue del 46% de secundaria, 27% nivel universitario y el 13% han cursado estudios de cuarto nivel (Maestrías y/o Doctorados), con una ocupación laboral total de 72% en empresas públicas (14%), empresa privada (25%), e independientes (14%) y otros (19%).

**6.1.6.1.2. Demanda Potencial.** Los resultados de las encuestas aplicadas se presentan a continuación en la Tabla 27, igualmente se resaltó aquellos porcentajes altos a tomar en cuenta al momento de desarrollar el análisis general de la demanda potencial de la parroquia, con la finalidad de proponer estrategias en base a las preferencias de los encuestados.

**Tabla 27. Resultados estadísticos -Demanda potencial.**

	<b>Variable</b>	<b>Categoría</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Demanda potencial</b>	¿Conoce o ha visitado la parroquia Sabanilla del cantón Zamora?	No	89%
		Si	11%
	¿Estaría dispuesto a visitar un lugar con estas características?	Si	96%
		No	4%
	¿Qué modalidad de turismo le gustaría encontrar en la parroquia?	Turismo de Aventura	38%
		Turismo Natural	29%
		Turismo Cultural	18%
		Turismo	15%
		Gastronómico	
	¿Qué servicios complementarios tomaría en cuenta para visitar la parroquia?	Cajeros	15%
		Transporte	12%
		Farmacia	19%
		Tienda de recuerdos	8%
		Parqueaderos	21%
		Oficina de información	5%
		Seguridad policial	10%
		Centro de Salud	10%
	¿Con quién le gustaría visitar la parroquia Sabanilla?	Amigos	42%
		Familia	22%
		Solo	21%
		Pareja	15%
	¿Cuánto tiempo le gustaría permanecer en la parroquia Sabanilla?	6 horas	61%
		1 día	17%
		2 días	12%
		3 días o mas	10%
	¿Qué tipo de hospedaje preferiría?	Hospedaje comunitario	18%
		Cabañas	37%
Camping		45%	
¿En qué temporada visitaría la parroquia Sabanilla?	Puente Vacacional	25%	
	Feriados	35%	
	Fines de semana	21%	
	Entre semana	14%	
	Otros	5%	
¿A través de que medio le gustaría que se promocióne la Parroquia Sabanilla?	Ferias Turísticas	29%	
	Redes Sociales	25%	
	Agencia de viajes	17%	
	Páginas web	20%	
	Periódicos/Revistas	9%	
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona en un paquete turístico?	De 30 a 40 USD	58%	
	Entre 40 a 50 USD	18%	
	Entre 50 a 60 USD	14%	
	Más de 70 USD	10%	
¿Qué medio de transporte suele utilizar a la hora de viajar?	Transporte público	19%	
	Vehículo propio	52%	
	Otros	22%	
	Rentacar	3%	
	Taxi	4%	

Los resultados arrojados indicaron que el 89% de los encuestados no conoce el territorio de estudio (Parroquia Sabanilla del Cantón Zamora), sin embargo, el 96% muestra interés en visitarlo y conocer más a fondo el lugar en cuestión. La modalidad de turismo elegida como favorita entre los encuestados sobresale con el 38% el Turismo Aventura y el 29% el Turismo Natural. Los encuestados también indicaron que sería un lugar ideal para visitar con amigos (42%) y con la Familia (22%). Según lo antes mencionado, su estancia ideal dentro del destino promedia desde las 6 horas (61%) a un día (17%), agregando que les gusta el camping (45%) en sitios rurales. La temporada perfecta para visitar la parroquia Sabanilla según las encuestas es feriados (35%), puentes vacacionales (25%) y fines de Semana (21%). La parte más relevante de este apartado fue destacar el precio que estarían dispuestos a pagar por pax por un paquete turístico, destacando valores entre \$30,00 a \$40,00 con un 58% y de \$50,00 a \$60,00. Es razonable que indicasen este precio competitivo, dado que es un destino pequeño y sin tendencia turística. Por otro lado, se les preguntó acerca de los servicios complementarios que tomarían en cuenta para visitar la parroquia, entre ellos los más preciados son: sitios de parqueadero (21%), farmacia (19%), cajeros automáticos (15%) y centros de salud (10%)

Finalmente, se les cuestionó acerca de la mejor opción para promocionar el destino, los resultados arrojados revelaron que las mejores opciones son a través de Ferias Turísticas (29%), Redes sociales (25%) y páginas Web (20%).



### 6.1.7. PESTEL

**Tabla 28.** *Análisis PESTEL*

<b>Dimensión</b>	<b>Área</b>	<b>Indicador</b>
Política	Estabilidad Política	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La estabilidad política en Ecuador ha tenido altibajos en los últimos años, lo que ha afectado la confianza de los turistas y población nacional. Actualmente, la política del país se encuentra definida por la Constitución del 2008, aún vigente del país.</li> <li>- Para el año 2021, el nuevo gobierno de Guillermo Lasso inició sus actividades dentro de la República del Ecuador, el cual dentro de su plan para el turismo propuso impulsar el emprendimiento y empleo dentro del sector y facilidades dentro con el Ministerio de Turismo. (Morales, 2022)</li> <li>- En el Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial las políticas están orientada a mejorar la calidad de vida de la población, impulsando el desarrollo económico, productivo, social, cultural, turístico y ambiental alineados a la política local (cantonal y provincial), nacional e internacional.</li> <li>- Los actores pueden desarrollar sus actividades en tres niveles: nacional, regional y local. En el ámbito provincial los actores tienen un alcance provincial por mandato normativo, o por la naturaleza de sus actividades (ONGs, organizaciones sociales, universidades, empresas y medios de comunicación). (GAD Parroquial Sabanilla)</li> <li>- El sector turístico para el año 2021 tuvo un aporte al PIB nacional del 1,3% y ha ido recuperándose paulatinamente en el año 2022, tras la pandemia. (Gestión Digital, 2022)</li> </ul>
	Regulación del Turismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La regulación gubernamental en términos de infraestructura, servicios turísticos y conservación del patrimonio cultural y natural impacta directamente en la calidad y sostenibilidad del turismo.</li> </ul>
	Económica	<p>Estabilidad Económica:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La estabilidad económica y la tasa de inflación influyen en la asequibilidad de viajar a Ecuador para los turistas extranjeros. Con la finalidad de incentivar la conectividad aérea, se suscribió mediante Decreto Ejecutivo N° 182 del 2 de septiembre del 2021, el establecimiento de una tarifa de cero por ciento (0%) del Impuesto a la Salida de Divisas.</li> <li>- El país tiene como moneda oficial el dólar estadounidense, considerada como una de las monedas más fuertes por su alto nivel adquisitivo, presentó una inflación del 7,5% para el año 2021.</li> <li>- En Ecuador, según decisión del presidente de la república, el salario básico unificado para este 2022 quedó en USD 425, incrementando USD 25 luego de dos años de no fijar aumentos en el presupuesto salarial; un alza del 6,25%.</li> </ul> <p>Tipo de Cambio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Las fluctuaciones en el tipo de cambio pueden afectar los costos de viaje y la competitividad de precios en el sector turístico.</li> </ul> <p>Ingresos y Disponibilidad Financiera:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Los niveles de ingresos en los mercados emisores de turismo y la disponibilidad financiera de los viajeros impactan en la demanda de servicios turísticos.</li> </ul>
Social	Tasa de empleo y demografía	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El país cuenta con una tasa de empleo bruto del 63.4% para el mes de febrero del año 2022, 1,6 puntos porcentuales más que en el año 2021. En el caso de la tasa de desempleo a comparación del 5,4% del 2021, para febrero del 2022 esta bajó al 4,3% a nivel nacional. (INEC, 2022).</li> </ul>

	Tendencias de Viaje:	<p>- En cuanto a la densidad poblacional, la Parroquia Sabanilla es la menos densamente poblada considerando que, según los datos oficiales (INEC 2010), en el territorio parroquial viven 3 habitantes por kilómetro cuadrado; dato muy lejano a la parroquia Zamora donde viven 104 personas por Km<sup>2</sup>, siendo esta la más densamente poblada al ser la cabecera cantonal. (GAD parroquial Sabanilla)</p> <p>- La evolución de las preferencias de viaje, como el enfoque en el turismo sostenible, de aventura o cultural. El ministro de Turismo, Niels Olsen, puso como antecedente que durante 2021 Ecuador tuvo un mayor crecimiento del turismo con un 25,8%, frente al promedio de 4% a escala mundial y al 17% del continente Americano. Las nuevas tendencias del turismo internacional, está la búsqueda de espacios abiertos y de naturaleza. (MINTUR, 2022)</p>
Tecnológico	Conectividad Digital:	<p>- El Servicio Móvil avanzado llegó a más de 4.2 millones de personas en zonas rurales que antes no tenían conectividad; se instalaron 6.698 puntos Wifi gratuitos en 20 provincias, que benefician a 669 mil personas. La cobertura de población con servicio 4G superó el 78%, beneficiando a más de 14 millones de personas. La infraestructura de comunicaciones, incluido el acceso a Internet y redes móviles, es esencial para brindar información y servicios a los turistas.</p> <p>- Se eliminó el Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) en los planes de telefonía móvil para personas y empresas. Es decir, se paga menos impuestos para acceder a la tecnología y a la conectividad. Esto representó, en el 2022, más de 70 millones de dólares de ahorro para los ciudadanos y empresas, con 3.6 millones de beneficiarios. (Mintel, 2022).</p> <p>- El Ministerio de Telecomunicaciones (Mintel) de Ecuador pretende acelerar la implementación de la agenda nacional de transformación digital 2022-2025.</p> <p>- E 86% de la población ecuatoriana tiene acceso a las tecnologías de la información, lo que implica la reducción de analfabetismo digital, y consecuente ha provocado mejorar la competitividad dentro del ranking mundial. (INEC, 2022).</p>
Ambiental	Sostenibilidad Ambiental:	<p>- La preservación y promoción responsable del patrimonio natural y cultural son críticos para el atractivo turístico de Ecuador.</p> <p>- De acuerdo con el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica (2019), el proceso de regularización ambiental de establecimientos turísticos es un proceso necesario, que permite precautelar el bienestar local y del ambiente.</p> <p>- El compromiso con prácticas turísticas sostenibles y responsables es esencial para proteger los ecosistemas y la biodiversidad del país.</p>
	Adaptación al Cambio Climático:	<p>- Las estrategias de adaptación y mitigación del cambio climático son esenciales para enfrentar los posibles impactos en el turismo, como variaciones en la temporada y la disponibilidad de recursos.</p> <p>- En algunas comunidades se ha visto un aumento de la caza y la pesca ilegales. Esas comunidades</p>
Legal	Regulación Turística:	<p>- El Ministerio de Turismo en el año 2015, en el cual menciona en el artículo 4 del Capítulo I, “Para ejercer la actividad turística de alojamiento es obligatorio contar con el registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento, así como sujetarse a las disposiciones contenidas en el presente Reglamento y demás normativa vigente”</p>

---

Derechos Laborales:	<ul style="list-style-type: none"><li>- El marco legal que regula la operación de empresas turísticas, permisos, licencias y requisitos de seguridad influye en la calidad y seguridad de los servicios ofrecidos.</li><li>- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.</li><li>- Las leyes laborales y los derechos de los trabajadores en la industria turística afectan la calidad del servicio al cliente y la satisfacción del turista.</li></ul>
------------------------	---

---

### 6.1.8. FODA simple

**Tabla 29.** FODA simple

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
1 Variedad de atractivos turísticos de carácter natural con flora y fauna representativa del sitio.	1. Distintas instituciones educativas de nivel superior desarrollan proyectos, estudios e investigaciones, con convenios internacionales.
2 El 83% del territorio se encuentra en estado de protección en el SNAP, formando parte del Patrimonio Forestal Nacional a través de Bosques y Vegetación Protectora, consideradas como áreas para conservación.	2. Oportunidad de Mercados (Loja y Zamora)
3 Existen centros científicos y técnicos como: la estación científica San Francisco y Reserva Arcoíris.	3. Operadoras Turísticas de Loja y Zamora, para incluir la parroquia en sus circuitos promocionales.
4 La parroquia pertenece al circuito de aves y cascadas de la provincia de Zamora Chinchipe.	4. Loja y Zamora muestran interés a la reactivación del turismo a través de nuevos proyectos y propuestas.
5 Celebración de Fiestas Culturales y Tradicionales Religiosas.	5. Posibilidad de competir en un turismo de calidad, no masivo
6 Cuenta con infraestructura de restauración básica para atender turistas y formar parte de circuitos turísticos.	6. Mayor intervención del Corredor de conectividad Podocarpus – Yacuambí, organizado por la fundación alemana GIZ
7 Comunidades con visión emprendedoras	7. Proximidad con atractivos de interés del cantón Loja y Zamora.
8 Servicios de transporte público constante, transitan por las vías de primer orden de Zamora a Loja, o viceversa.	8. Cercanía a infraestructura hotelera desarrollada en Loja y Zamora.
9 Disponibilidad de todos los servicios básicos como agua potable, luz, internet, baterías sanitarias y alcantarillado.	
10 Ubicación estratégica entre las provincias de Zamora Chinchipe y Loja	
11 Potencial para inversión en el Ecoturismo y Aviturismo, como fuente de ingreso y conservación de la biodiversidad.	
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
1 Bajo nivel de cohesión comunitaria	1 COVID 19, Viruela del mono, entre otras enfermedades que se podrían desatar.
2 Alta vulnerabilidad a eventos de deslizamientos por temporada de lluvias	2 Cambios climáticos desfavorable
3 Extensión ilegal de la Frontera agrícola	3 Competencia de las ciudades cercanas (Loja y Zamora).
4 No existe capacitaciones afines al turismo	4 Incremento del paso del transporte pesado por los proyectos de minería al sur de la provincia.
5 Inexistencia de Productos turísticos.	5 Bajo nivel de compensación comunitaria, por parte de Proyectos Nacionales e instituciones públicas y privadas
6 Cobertura de telefonía celular limitada por la mala ubicación de antenas.	6 Crisis económica e inflación.
7 Los establecimientos de Alimentos y Bebidas no cumplen con las normas básicas.	7 Presupuestos limitados y retrasos de transferencias del Estado.
8 Inexistencia de apoyo e inversión para fomentar el turismo en la parroquia.	
9 No cuenta con normativas, ordenanzas y/o reglamentos que favorezcan el desarrollo de la parroquia en el ámbito turístico.	
10 La junta parroquial no cuenta con suficientes recursos económicos para destinar a la actividad turística	

### 6.1.9. FODA Matemático.

Se aplicó el FODA Matemático con el fin de obtener resultados objetivos y eficientes, diferentes a un FODA convencional. Las variables del FODA simple (Tabla 29) se vincularon entre sí, combatiendo matemáticamente contra sí mismas con el objetivo de destacar las más óptimas. A continuación, las gráficas representan la valoración de 0 a 3 asignada a cada variable establece el grado de “influencia” de una variable ubicada en la columna sobre cada variable ubicada en las filas. Acorde a su dominio entre cada variable se construyen planos cartesianos, evidenciando los puntos más importantes a tratar. (Revisar Anexo 6). Finalmente, acorde a su valoración son ordenadas luego de mayor a menor, en un ranking estratégico. .

#### 6.1.9.1. Análisis interno.

##### FORTALEZAS

	.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1 : 1	0	3	3	2	1	2	1	1	1	1	3
2 : 2	2	0	2	2	1	1	1	2	2	3	
3 : 3	3	3	0	3	1	3	3	3	3	2	
4 : 4	3	3	3	0	2	3	2	3	3	3	
5 : 5	1	1	1	2	0	3	3	1	3	1	
6 : 6	3	1	3	3	3	0	3	3	3	3	
7 : 7	2	2	2	3	3	3	0	2	1	3	
8 : 8	3	3	3	3	3	2	3	0	1	3	
9 : 9	0	3	3	3	3	3	3	0	0	3	
10 : 10	3	3	3	3	3	3	3	2	2	0	

**Figura 13.** Valoración de variables (Fortalezas)

Como se puede evidenciar en la Figura 13 cinco fortalezas destacan por su valoración de influencia sobre otras variables. Poniendo en evidencia que las mayores fortalezas del territorio son los: centros científicos y técnicos, su ubicación estratégica al pertenecer a un circuito lacustre importante en la provincia de Zamora Chinchipe y un alto potencial para inversiones enfocadas en Ecoturismo y Aviturismo.

## DEBILIDADES

	.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1
1 : 1	0	1	3	3	1	0	1	3	3	3	
2 : 2	1	0	2	1	1	3	2	3	2	3	
3 : 3	3	3	0	1	0	1	0	3	3	1	
4 : 4	3	1	3	0	3	2	3	3	3	1	
5 : 5	1	2	1	3	0	3	3	3	3	2	
6 : 6	2	3	1	2	2	0	1	2	1	1	
7 : 7	1	0	0	3	1	0	0	2	3	1	
8 : 8	0	1	1	3	3	0	3	0	3	1	
9 : 9	0	0	2	3	3	1	3	3	0	1	
10 : 10	2	0	1	3	3	2	3	3	3	0	

Influences range from 0 to 3, with the possibility to identify potential influences:

**Figura 14.** Valoración de variables (Debilidades)

Se pudo identificar las principales debilidades por los valores determinados (Figura 14), entre la principal debilidad que afronta la parroquia es la falta de capacitaciones afines al turismo a la localidad, no cuenta con políticas públicas que fomenten el desarrollo del turismo. Así mismos la falta de apoyo económico y falta de ordenanzas por parte de autoridades, por el limitado presupuesto que este recibe.

### 6.1.9.2. Análisis externo.

## OPORTUNIDADES

	.	1	2	3	4	5	6	7	8
1 : 1	0	2	3	3	3	2	2	0	
2 : 2	1	0	2	3	3	1	2	2	
3 : 3	2	3	0	3	3	3	3	3	
4 : 4	2	3	3	0	3	3	3	3	
5 : 5	2	3	3	3	0	3	3	1	
6 : 6	3	2	2	2	3	0	3	0	
7 : 7	2	3	3	3	3	2	0	1	
8 : 8	2	2	3	3	1	2	3	0	

Influences range from 0 to 3, with the possibility to identify potential influence  
0: No influence

**Figura 15.** Valoración de variables (Oportunidades)

Como se muestra en la Figuras 15, las variables con mayor valoración indicaron que el territorio tiene oportunidad de incursionar en el mercado turístico de Loja y Zamora, mercados interesados en la reactivación de la actividad turística con un Turismo no masivo, consiente y sustentable. El territorio al pertenecer al Corredor del Podocarpus – Yacuambí, puede dar paso a la creación de nuevos productos turísticos enfocados con esta temática.

## AMENAZAS

	.	1	2	3	4	5	6	7
1 : 1	0	2	3	3	1	3	0	
2 : 2	2	0	3	1	1	1	0	
3 : 3	3	0	0	3	0	0	1	
4 : 4	3	3	3	0	0	2	0	
5 : 5	1	0	3	1	0	0	3	
6 : 6	3	3	3	0	3	0	3	
7 : 7	0	1	0	0	3	0	0	








**Figura 16.** Valoración de variables (Amenazas)

De acuerdo a los valores asignados según la Figura 16, la variable que representa mayor amenaza; son las enfermedades virales que se puedan desatar significando un gran riesgo no previsible. Por otro lado, otra una segunda amenaza importante a tomar en cuenta es la competencia que existe entre provincias (Loja y Zamora).

**6.1.9.3. Ranking de variables.** Los colores verdes indican las variables más importantes que resultaron de las figuras anteriores basadas en el FODA Matemático. El color rojo indica las variables con menor influencia, pero son importantes trabajar en ellas para obtener cambios en todas las demás variables. (Revisar tabla 30)

**Tabla 30.** *Ranking de variables importantes*

	Nombre	Variable	Ranking estratégico
F3	Existen centros científicos y técnicos como: la estación científica san francisco y reserva arcoíris	CLAVE	
F4	La parroquia pertenece al circuito de aves y cascadas de la provincia de Zamora Chinchipe	CLAVE	
F6	Cuenta con infraestructura de restauración básica para atender turistas y formar parte de circuitos turísticos.	CLAVE	
F10	Ubicación estratégica entre las provincias de Zamora Chinchipe y Loja	CLAVE	
F11	Potencial para inversión en el ecoturismo o turismo ecológico y aviturismo como fuente de ingreso y conservación de la biodiversidad.	CLAVE	
D4	No existe capacitaciones afines al turismo	CLAVE	
O3	Operadoras turísticas de Loja y Zamora, para incluir la parroquia en sus circuitos promocionales.	CLAVE	
O4	Loja y Zamora muestran interés a la reactivación del turismo a través de nuevos proyectos y propuestas.	CLAVE	
O5	Posibilidad de competir en un turismo de calidad, no masivo	CLAVE	
A1	COVID 19, viruela del mono, entre otras enfermedades que se podrían desatar.	CLAVE	

F2	El 83% del territorio se encuentra en estado de protección según el SNAP, formando parte del patrimonio forestal nacional a través de bosques y vegetación protectora, consideradas como áreas para conservación.	DEPENDIENTE	
O3	Operadoras turísticas de Loja y Zamora, para incluir la parroquia en sus circuitos promocionales.	DEPENDIENTE	
O5	Posibilidad de competir en un turismo de calidad, no masivo	DEPENDIENTE	
D7	Los establecimientos de A&B cumplen con normas básicas en sus servicios.	DEPENDIENTE	
D8	Inexistencia de apoyo e inversión para fomentar el turismo en la parroquia.	DEPENDIENTE	
D10	La junta parroquial no cuenta con suficientes recursos económicos para destinar a la actividad turística	DEPENDIENTE	
A2	Cambios climáticos desfavorable	DEPENDIENTE	

### **6.1.10. Estrategias**

Luego de un exhaustivo análisis e interpretación de los resultados obtenidos en el diagnóstico turístico del territorio en investigación, se procedió a filtrar información destacada de las encuestas aplicadas, y del FODA matemático, obteniendo de este modo, las siguientes estrategias:

- Diseñar productos turísticos como: rutas o circuitos que integren todos los recursos turísticos del territorio estudiado, aprovechando las características y beneficios medioambientales.
- Planificar y desarrollar planes de marketing, difusión y promoción turística para el territorio, con propuestas de productos innovadores, con el objetivo de acarrear mercado para posicionar la parroquia como un destino turístico.
- Promocionar los atractivos turísticos a través de redes sociales, creación de páginas web y participación en ferias turísticas.
- Crear alianzas entre operadoras turísticas locales y nacionales, manejando precios competitivos para sus productos basados en el territorio de estudio.
- Estimular el desarrollo turístico a través de productos sostenibles y de mínimo impacto, como el turismo de aventura.
- Efectuar talleres de capacitación turística a la población local, para lograr el empoderamiento de la comunidad hacia el desarrollo del turismo en sus territorios y de esta manera generar empleos internos y externos.



- Desarrollar propuestas que integren servicios turísticos complementarios, importantes para el desarrollo económico y turístico en la parroquia Sabanilla.
- Desarrollar e impulsar el turismo sostenible en el territorio, puesto que se encuentran áreas protegidas en el mismo.

Las estrategias mencionadas anteriormente se aproximan vigorosamente a los objetivos originales planteados; la propuesta de productos turísticos para la Parroquia Sabanilla y determinar estrategias de su comercialización, dichas estrategias se desarrollarán a detalle más adelante.

## **6.2. Diseño de productos turísticos para la parroquia Sabanilla**

De acuerdo con los resultados del diagnóstico realizado, se determina que en la parroquia Sabanilla se puede impulsar el desarrollo a través de la propuesta de productos turísticos, integrando todos los recursos que posee la parroquia. Estos productos incluirán todo lo necesario para que el turista se sienta seguro de que recibirá un servicio completo como alimentación, hospedaje, transporte, guía y actividades de recreación.

### **6.2.1. Macroproducto**

De acuerdo a la Tabla 31, el macroproducto o modalidad de turismo seleccionado fue el Turismo de aventura, mismo que sirvió como punto de partida para el diseño de los productos turísticos.

**Tabla 31.** Clasificación de la oferta de productos turísticos.

<b>Macroproductos (Modalidades de turismo)</b>	<b>Microproductos (Productos turísticos específicos)</b>
Ecoturismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Caminata para observar el paisaje cafetero.</li> <li>•Visita a un mariposario.</li> </ul>
Agroturismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Recorrido por proceso de beneficiado del café.</li> <li>•Taller de cata de café.</li> <li>•Tour en finca agroecológica.</li> </ul>
Turismo de aventura	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Montañismo.</li> <li>•Rutas</li> <li>•Trekking (senderismo).</li> <li>•Ciclismo de montaña.</li> <li>•Canopy.</li> <li>•Rappel.</li> </ul>

**Fuente:** Diseño y operación de productos agroturísticos. IICA (2019)

### **6.2.2. Microproducto turístico**

Los microproductos elegidos son rutas turísticas (Ver tabla 28), rutas que abordarán todos los recursos turísticos poco explorados y auténticos que se encuentran en la parroquia

Sabanilla. La ruta integra atractivos naturales como cascadas, reservas naturales protegidas, senderos y centros de investigación (Fundación Arcoíris y San Francisco).

Los nombres designados a las rutas son: “Ruta de entrada a la Amazonía” y “Sabanilla Rupícola”, seudónimos que hacen referencia a la ubicación de la parroquia Sabanilla, la cual se encuentra en medio de dos provincias y es el principal acceso a la Región Amazónica al sur del Ecuador.

### **6.2.3. Imagen corporativa**

**6.2.3.1. Imagotipo.** En el isotipo se identifica un ave característica de la parroquia Sabanilla llamado comúnmente como “gallito de la peña” es de un característico color rojo, también se observa una silueta de una bicicleta y de timón se tiene una hoja, esto se interpreta a la modalidad de turismo que manejará la ruta turística.



**RUTA “ENTRADA A LA AMAZONIA”**  
LA AVENTURA COMIENZA AQUÍ

**Figura 17.** Imagotipo.

**6.2.3.2. Eslogan.** El significado del slogan “La aventura comienza aquí” hace referencia a la biodiversidad, belleza paisajística y cascadas que los viajeros que encuentran al momento de ingresar a la parroquia, escenario característico de la Región Amazónica.

#### 6.2.4. Propuesta de los productos turísticos

**Nombre del producto #01:** Ruta “Entrada a la Amazonia”

**Ubicación:** Ciudad de Loja – Parroquia Sabanilla del cantón Zamora – Ciudad de Zamora

**Mercado:** Edad promedio de 18 a 40.

**Duración:** 2 días – 1 noche.

**Dificultad:** Media

**Tipo de terreno:** Vías de primer orden, montaña, y camino lastrado.

**Fotografías principales:**



**Figura 18.** Reserva Arcoíris



**Figura 19.** Vía Antigua Loja - Zamora



**Figura 20.** Cascada La Poderosa - PNP

**Servicios:**

- Alimentación especificada en el itinerario
- Guía turístico local
- Transporte
- Entrada: A los sitios de interés
- Seguro para accidentes

**Actividades:**

- Senderismo.
- Turismo comunitario.
- Visita cascada.
- Observación de flora.
- Fotografía rural.
- Aviturismo
- Emprendimientos agroturísticos.
- Degustación de la gastronomía típica
- Degustación de productos locales
- Camping

**Descripción del producto**

Comparte tiempo con la naturaleza, su paisaje, encanto, agua natural del paraíso perdido al sur del Ecuador. Descubre este tesoro único, una experiencia diferente, adentrándote a la Amazonia, en cada paso mientras que el calor tropical aumenta.

**Itinerario:**

**Día 1**

- 08H00** Encuentro en La Puerta de la Ciudad de Loja – Traslado en vehículo.
- 08H45** Llegada a la Reserva Ecológica Arco Iris
- 09H00** Sendero Golondrinas, y el Sendero Bosque Nublado
- 10H45** Parque del Barrio el Tambo.
- 10H50** Reseña Histórica de la Parroquia Sabanilla.
- 11H00** Degustación de productos locales - Almuerzo
- 11H40** Barrio El Retorno.
- 12H00** Cicloruta en la Vía antigua Loja – Zamora.
- 12H30** Visita a la Finca “La cascada” – Pesca de trucha
- 13H30** Balneario Dos Hermanos.
- 14H00** Recorrido a pie - Bosque Gallo de la Peña – Lagunas Naturales.
- 15H00** Continuación con la cicloruta Vía Antigua Loja – Zamora.
- 16H00** Parada en la Central Hidroeléctrica “DELSITANISAGUA”
- 17H00** Fin de ciclo ruta – Punto de encuentro Sector la Fragancia
- 17H15** Visita a Huertos Orgánicos e Invernaderos

**18H00** Traslado en vehículo a la ciudad de Zamora  
**18H15** Ciclo Ruta - Parque Nacional Podocarpus - Bombuscaro  
**18H45** Senderismo al refugio del Parque Nacional Podocarpus  
**19H30** Barbacoa  
**20H30** Camping

### Día 2

**09H00** Desayuno continental  
**10H00** Visita al Orquideario del Refugio PNP.  
**10H30** Caminata a la cascada “La Poderosa” PNP-Bombuscaro  
**12H30** Almuerzo – Sopa de Corroncho  
**13H00** Mirador “Doña Dorita”  
**14H00** Cascada La Gentil – Actividad de canyoning  
**15H30** Parador Turístico “Velo de Novia”  
**16H00** Entrega de Souvenirs  
**16H30** Retorno a la ciudad de Loja.

#### Recomendaciones:

- Puntualidad respetando el itinerario
- Zapatos e implementos cómodos
- Ropa ligera, cómoda y de baño
- Mochila con ropa extra
- Protector solar y repelente
- Gorra y gafas

#### Mapa de la ruta:



**Figura 21.** Mapa de Ruta del producto turístico.

# INFOGRAFÍA – RUTA “ENTRADA A LA AMAZONÍA”



Figura 22. Portada de Infografía de la Ruta Turística,



Figura 23. Itinerario de Ruta “Entrada a la Amazonía”

**Nombre del producto #02:** Ruta “Sabanilla Rupícola”

**Ubicación:** Parroquia Sabanilla del cantón Zamora

**Mercado:** Edad promedio de 18 a 40.

**Duración:** 2 días – 1 noche.

**Dificultad:** Media

**Tipo de terreno:** Vías de primer orden, montaña, y camino lastrado.

**Fotografías principales:**



**Figura 24.** Reserva Ecológica Arcoíris



**Figura 25.** Represa - Delsitanisagua



**Figura 26.** Vía Antigua Loja - Zamora



**Figura 27.** Cascada Velo de Novia

**Servicios:**

- Alimentación especificada en el itinerario
- Guía turístico local
- Transporte
- Seguro ante accidentes

**Actividades:**

- Senderismo.
- Turismo comunitario.
- Visita cascada.
- Observación de flora.
- Fotografía rural.
- Aventurismo
- Emprendimientos agroturísticos.
- Degustación de la gastronomía típica
- Degustación de productos locales

**Descripción del producto**

En dos ruedas comparte tiempo con la naturaleza, su paisaje, encanto, y vertientes naturales del paraíso perdido al sur del Ecuador. Descubre este tesoro inexplorado, una experiencia diferente, adentrándote a la Amazonia en cada paso.



### Itinerario:

- 09H00 Punto de encuentro (Zamora o Loja)
- 09H45 Reserva Ecológica Arco Iris
- 10H00 Senderismo/ciclismo Sendero Golondrinas, y el Sendero Bosque Nublado
- 12H00 Almuerzo y degustación de productos locales – Barrio el Tambo
- 12H40 Barrio El Retorno.
- 13H00 Cicloruta Vía antigua Loja – Zamora.
- 13H30 Balneario Dos Hermanos.
- 14H15 Senderismo Bosque Gallo de la Peña y Lagunas Naturales
- 15H30 Central Hidroeléctrica “DELSITANISAGUA”
- 16H15 Punto de encuentro Sector la Fragancia
- 16H25 Visita de Cascadas más grandes de la Parroquia
- 16H30 Parador Turístico “Velo de Novia”
- 17H00 Cascada EL Destrozo
- 17H30 Cascada La Gentil
- 18H00 Charla Ambiental y Científica en la Estación Científica San Francisco
- 19H00 Traslado en vehículo a la Reserva Ecológica Arco Iris
- 19H30 Barbacoa
- 20H30 Camping

### Día 2

- 08h00 Desayuno
- 09h00 Fin del itinerario.

### Recomendaciones:

- Puntualidad respetando el itinerario
- Zapatos e implementos cómodos como ropa ligera y cómoda
- Mochila con ropa extra
- Protector solar y repelente
- Gorra y gafas

### Mapa de la ruta:



Figura 28. Mapa de la Ruta Turística

## Infografía Ruta “Sabanilla Rupícola”



Figura 29. Portada de Infografía de la Ruta “Sabanilla Rupícola”



Figura 30. Itinerario Ruta “Sabanilla Rupícola”

### 6.2.5. Determinación de gastos de operación

**6.2.5.1. Gastos de operación de la Ruta “Entrada a la Amazonia”.** El costo para el primer producto turístico; Ruta turística: “Entrada a la Amazonia” se estableció acorde a precios estimados para los dos días y una noche.

**Tabla 32.** *Costos de operación por persona*

<b>Detalle</b>	<b>Costo de producción</b>
Desayunos	\$ 5,00
Guía turístico	\$ 15,00
Almuerzo	\$ 5,00
Merienda	\$ 5,00
Transporte	\$ 10,00
Camping	\$ 8,00
Entrada a los atractivos	\$ 2,00
Bicicleta montañera	\$ 3,00
Agua	\$ 0,50
Seguro	\$ 5,00
Souvenir	\$ 8,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 66,50</b>
Imprevisto 3%	\$ 2,00
Ganancia 20%	\$ 13,30
<b>PVP por pax</b>	<b>\$ 81,80</b>

Según la determinación de los costos de operación por persona, el precio aproximado es de \$ 82,00 por pax. (Revisar Tabla 32)

**Tabla 33.** *Costos de operación para un pax grupal de 10 personas*

<b>Detalle</b>	<b>Costo de producción</b>
Desayunos	\$50,00
Guía turístico	\$15,00
Almuerzo	\$50,00
Merienda	\$50,00
Transporte	\$150,00
Camping	\$70,00
Entrada a los atractivos	\$20,00
Bicicleta montañera	\$30,00
Agua	\$5,00
Seguro	\$50,00
Souvenir	\$80,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$570,00</b>
Imprevisto 20%	\$17,10
Ganancia 20%	\$114,00
<b>PVP para grupos</b>	<b>\$ 701,10</b>

Según el valor total de los gastos de operación para diez personas es de \$701,10 dólares, el precio por persona alcanzaría los \$ 70,00 dólares. (Revisar Tabla 33)

**6.2.5.2. Gastos de operación de la Ciclo - Ruta “Sabanilla Rupícola”.** El costo para el segundo producto turístico propuesto: Ruta turística: “Sabanilla Rupícola” los valores se establecieron acorde a precios estimados.

**Tabla 34.** *Costos de operación por persona*

<b>Detalle</b>	<b>Costo de producción</b>
Guía turístico	\$ 15,00
Alimentación	\$ 15,00
Transporte	\$ 10,00
Entrada a los atractivos	\$ 2,00
Bicicletas	\$ 3,00
Agua	\$ 0,50
Sachet	\$ 1,00
Gorra	\$ 1,00
Camping	\$ 8,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 55,50</b>
Imprevisto 3%	\$ 1,67
Ganancia 20%	\$ 11,10
<b>PVP pax</b>	<b>\$ 68,27</b>

Según la determinación de los costos de operación por persona, el precio aproximado es de \$ 68,00 por pax. (Revisar Tabla 34)

**Tabla 35.** *Costos de operación para un pax grupal de 10 personas*

<b>Detalle</b>	<b>Costo de producción</b>
Guía turístico	\$ 15,00
Alimentación	\$ 150,00
Transporte	\$ 100,00
Entrada a los atractivos	\$ 20,00
Bicicletas	\$ 30,00
Agua	\$ 5,00
Sachet	\$ 10,00
Gorra	\$ 10,00
Camping	\$ 80,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$420,00</b>
Imprevisto 20%	\$ 12,60
Ganancia 20%	\$ 84,00
<b>PVP para grupos</b>	<b>\$ 516,60</b>

Según el valor total de los gastos de operación para diez personas es de \$ 516,60 dólares, el precio por persona alcanzaría los \$ 52,00 dólares. (Revisar Tabla 35)

### 6.3. Estrategias de comercialización de los productos turísticos.

Para comercialización de los productos turísticos, se tomó en cuenta el análisis del FODA Matemático y las encuestas aplicadas. Los resultados mostrados en la Tabla 27 evidenció que el 96% de los encuestados están interesados en conocer la Parroquia Sabanilla, así mismo indicaron los medios más comunes que utilizan y serian ideales para promocionar la parroquia. Con la información recabada, la opción más optima y adaptable es la creación de un plan de comercialización para los productos turísticos propuestos, de tal manera lograr distribuirlos de manera digital y tradicional. (Revisar Tabla 36)

**Tabla 36.** Resumen de estrategias de comercialización.

Canal de Difusión	Técnica / Medio	Presupuesto
Medios tradicionales	- Anuncios en la radio.	\$ 110,00 mensual
Medios Digitales	- Redes sociales (Facebook e Instagram)	\$ 62,00 mensual
Promoción	- Participación en ferias con stand propio.	\$ 568,00
Punto de Información Turística	- Ubicación de stand en el Gad Parroquial	\$ 0
Souvenirs.	- Llaveros, esferos, tomatodo, buf, gorra, mochila	\$ 400,00
<b>TOTAL:</b>		<b>\$ 1015,00</b>

#### 6.3.1. Publicidad en medios tradicionales

##### 6.3.1.1. Publicidad en Radio.

**Tabla 37.** Medios de comunicación en la ciudad de Loja y Zamora.

Radio	Horario	Tipo	Duración	Costo	Contacto
Latidos	10:00 – 18:00	Mención en	4 cuñas de	30,00 \$	0959200275
89.3 FM	Lunes a Viernes	vivo	30”		radiolatidosfm.com
Kocodrilo	10:00 – 18:00	Mención en	4 cuñas de	30,00 \$	07 257 0700
104.5	Lunes a Viernes	vivo	30”		55ocodrilo.com
Kariñosa	10:00 – 18:00	Publicidad	4 cuñas de	27,00 \$	+593 98 897 0981
98.1 FM.	Lunes a Viernes		15”		info@ecuamedios.com
Amazonas	10:00 – 18:00	Publicidad	4 cuñas de	28,00 \$	radioamazonasfmstere
92.1	Lunes a Viernes		20”		o.com/

#### 6.3.2. Comercialización a través de medios digitales

**6.3.2.1. Redes Sociales.** Se debe manejar las redes sociales de una manera adecuada para que generen las expectativas esperadas; en primer lugar, llamar la atención del público con posts e información necesaria acerca de los productos turísticos creados, sus facilidades y actividades. Por otro lado, se busca obtener estadísticas a largo plazo de las distintas opciones e interacciones que brinda este servicio digital, promocionando lo que el usuario demanda a través de algoritmos.

**Tabla 38. Estrategia de promoción: Plataforma Facebook e Instagram**

**Parámetros de diseño**

- Apertura de página de Facebook e Instagram
- Itinerarios y promociones
- Información turística por chat
- Postear contenido multimedia de las actividades turísticas

**Detalle:**

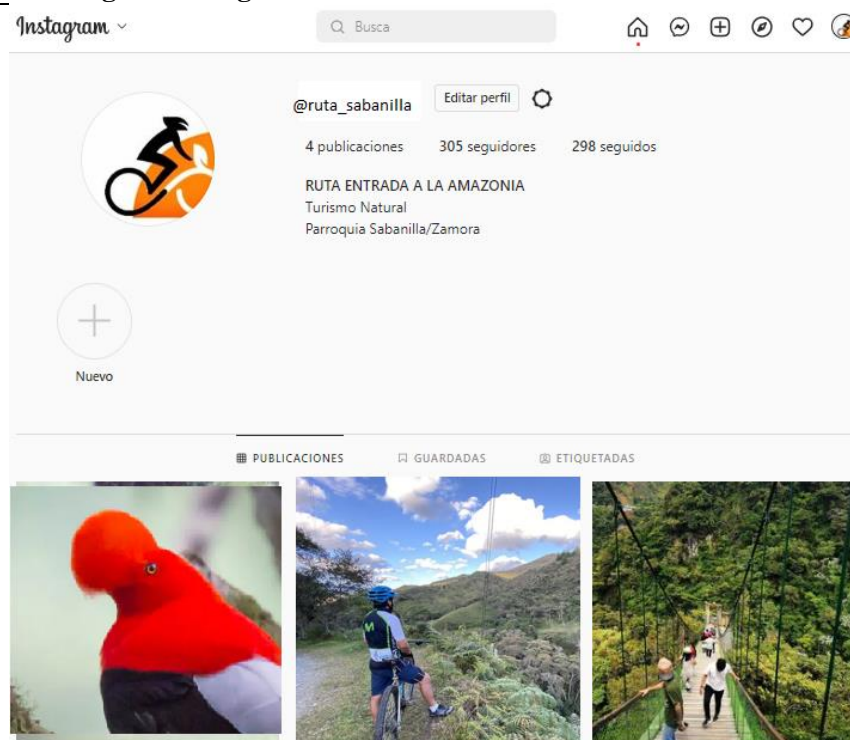
Se subirá contenido semanal sobre las actividades que se desarrollen en la Ruta turística, de esta manera generar expectativas y confianza al adquirir este producto turístico.

**Diseño de una fan Page en Facebook**



**Figura 31.** Página creada para Facebook

**Diseño de una fan Page en Instagram**



**Figura 32.** Página creada para Instagram

**6.3.2.1.1. Monitoreo de redes sociales.** Para conocer cómo se está llegando al público, se aplicará monitoreos mensuales, para ello se propone poner en marcha una tabla, la cual se presenta a continuación, la misma que contiene los ítems necesarios a analizar en base a la información arrojada de las estadísticas en redes sociales. Actualmente ambas redes sociales cobran el mínimo de \$1,00 con alcance de hasta 2k diarios, partiendo de lo anterior es importante monitorear la rentabilidad de inversión, para aumentar o mantener el presupuesto vigente.

**Tabla 39.** Modelo de ficha para monitoreo de redes sociales.

Variable	Indicador	Valoración	Valoración	Valoración	Valoración
		Producto A	Producto B	Producto A	Producto B
		FACEBOOK		INSTAGRAM	
Presencia	Nº. Seguidores totales				
Crecimiento	Nº. Seguidores nuevos				
Actividades	Nº. Publicaciones				
Participación	Nº. Interacciones				
	Nº. Comentarios				
	Nº. Compartir				
Servicio	Tiempo de respuesta				
	Solicitudes de compra				

### 6.3.3. Participación en ferias Turísticas

Esta estrategia se enfoca en aquellas ferias y eventos afines a la modalidad de turismo de los productos turísticos elaborados y propuestos en esta investigación, de esta manera llegar a un mercado potencial que pueda ser consumidor, al mismo tiempo permitir la comercialización y promoción constante. Para orientar efectivamente esta estrategia, se investigó las ferias más reconocidas a nivel provincial en Zamora Chinchipe; eventos siempre están abiertos a novedades y es un excelente escenario para comercializar este tipo de productos turísticos e incursionar en el mercado.

Para complementar esta estrategia, es importante contar con un stand, suministrado con material publicitario físico y digital; como también de los suvenires, para promocionar los productos turísticos. Se utilizará para asistir en las ferias turísticas y posteriormente utilizarlo como punto de información turística en las oficinas del GAD parroquial de Sabanilla.

A continuación, se muestra a detalle el bosquejo del stand para promoción de los productos turísticos en ferias turísticas:

**Tabla 40.** *Diseño de stand.*

**Bosquejo del Diseño del stand:**



**Figura 33.** Diseño de Stand

---

**Materiales:**

Stand (2x1m), banner (1.8x0.8m), flyers, guías turísticas (A4), , proyección de videos promocionales de los productos turísticos de Sabanilla.

---

**Presupuesto:**

Stand: \$ 120,00  
Silla: \$ 8,00  
Banner: \$ 60,00  
Adhesivos: \$ 40,00  
Carpa impermeable: \$ 140  
Material Publicitario: \$ 200

---



**Tabla 41.** Estrategia para participación en ferias turísticas.



**Figura 34.** Flyer de la FEPTURI 2022

<b>Nombre del evento:</b>	Feria Provincial de Turismo (FEPTURI) Sexta Edición
<b>Lugar:</b>	(Sorteo Pendiente hasta la actualidad, abril 2023) La V Edición se desarrolló en el Cantón Chinchipe, Provincia de Zamora Chinchipe.
<b>Fecha de realización de la feria</b>	Septiembre
<b>Personal:</b>	Investigador (opcional), Unidad de Turismo de Zamora y un representante de la junta parroquial de Sabanilla.
<b>Materiales:</b>	Stand, trípticos, maqueta de la ruta turística y circuito turístico, suvenires, proyección de videos promocionales de los productos turísticos de Sabanilla.

**Tabla 42.** Feria Cumbre Amazónica de Turismo



**Figura 35.** Flyer Cumbre Amazónica de Turismo 2022

<b>Nombre del evento:</b>	Cumbre Amazónica de Turismo
<b>Lugar:</b>	(Sorteo pendiente) Anterior edición desarrollada en el Cantón Yantzaza, Provincia de Zamora Chinchipe
<b>Fecha de realización de la feria</b>	Septiembre
<b>Personal:</b>	Investigador (opcional), Unidad de Turismo de Zamora y un representante de la junta parroquial de Sabanilla.
<b>Personal:</b>	Stand, trípticos, maqueta de la ruta turística y circuito turístico, suvenires, proyección de videos promocionales de los productos turísticos de Sabanilla.

### 6.3.4. Souvenirs para promoción de las rutas turísticas

Los souvenirs tendrán la función de complemento en la comercialización de los productos turísticos, los mismos serán entregados en la adquisición de un paquete, así como también, estarán disponibles a la venta del público general. El objetivo es vender accesorios y conectar a los futuros clientes con la marca.

**Tabla 43.** Souvenirs para la promoción de los productos.

<b>Objetivo:</b>	Diseñar souvenirs para entregar en ferias turísticas, punto de información turística y a compradores de los productos turísticos (Ruta Turística – Entrada a la Amazonia)	
<b>Detalle:</b>	Se presenta una serie de bocetos de los artículos que se exhibirán en el stand y que estarán en venta al público (dependiendo de la temática de exposición).	
<b>Descripción:</b>	Los artículos son: Llaveros, esferos, tomatodo, buf, gorra, mochila. Por otro lado, a los clientes que adquieran el paquete de la ruta turística se le otorgará la mochila con todos los artículos mencionados anteriormente y se incluyen: agua y saches de protector solar y repelente.	
<b>Costo de elaboración:</b>	\$ 400,00	
<b>Precio Unitario:</b>	Llavero	\$ 1,00
	Esfero	\$ 1,00
	Tomatodo	\$ 4,00
	Buf	\$ 3,00
	Gorra:	\$ 2,00
	Saches:	\$ 0,50
	Mochila:	\$ 2,50

#### Bocetos digitales:





**Figura 36.** Bocetos digitales de souvenirs

---

## 7. Discusión

El presente trabajo de investigación parte del diagnóstico agroturístico realizado a la Parroquia Sabanilla, bajo la metodología de diagnósticos in situ de Marvin Blanco (2014) quien afirma que el diagnóstico de la situación turística en el territorio será el insumo más importante para la formulación de planes de acción turística. Bajo esta metodología se determinó que el territorio cuenta con un sistema turístico incompleto: la falta del servicio de hospedaje, establecimientos de restauración de baja calidad, limitados servicios complementarios y nula presencia de un punto de información turística; lo que no facilita la estancia, bienestar y comodidad del turista dentro de este territorio. Boullón (2006) menciona que, el sistema turístico es concebido como un conjunto de elementos interrelacionados que propiciarán satisfacción a las necesidades de uso del tiempo libre del turista. Sin embargo, el territorio cuenta con los servicios básicos necesarios, infraestructura urbana en buen estado, accesibilidad, vialidad y una variedad de recursos turísticos naturales dentro de áreas, reservas y parques protegidos y reconocidos a nivel nacional, lo que hacen un destino potencial para el desarrollo de propuestas turísticas. Es importante aclarar que según la OMT en un artículo en Zimmermann (1933) indicó que: los recursos turísticos no se convertirán en atractivo turístico sino hasta que, por intervención humana, se haga posible su utilización; por esta razón no se identificó ningún atractivo turístico establecido previamente, el nivel alcanzado por los atractivos levantados son recursos turísticos potenciales.

La aplicación del FODA matemático permitió valorar los puntos fuertes y débiles de la situación turística actual del territorio, corroborando con Maura en (2017) afirma que el FODA matemático permite identificar los diferentes elementos del objeto de estudio de forma objetiva y aprobarlos matemáticamente, lo cual dará lugar a una planificación estratégica más acertada. En consecuencia, las estrategias formuladas a partir de este análisis de las variables del FODA se convirtieron en la base para la creación de productos turísticos que se alinean con las necesidades del territorio, la comunidad y la demanda potencial. Esto se refuerza con la perspectiva presentada por el IICA (2014), que resalta cómo el turismo en zonas rurales está en aumento en América Latina y puede ser una vía para fomentar el desarrollo comunitario, la generación de empleos y la apreciación de la cultura agrícola y rural, entre otros beneficios.

Así mismo, la parroquia Sabanilla cuenta con variedad de recursos naturales con alto potencial para el turismo, los cuales han sido desaprovechados por la falta de una cultura turística del territorio como de las autoridades en gestión. Cuenta con 11 atractivos turísticos

principales identificados con valoraciones técnicas, basadas en la infraestructura, demanda, servicios, transporte, vías y recreación, tal como lo señala Ordoñez (2016) se priorizan aquellos atractivos que podrían convertirse en potenciales turísticos para el disfrute de los visitantes en el destino. Corroborando con lo anterior, y de acuerdo a la propuesta de productos turísticos se determinó la Ruta: “Entrada a la Amazonía” y el circuito bajo la misma denominación, los cuales se hicieron aplicando la metodología del Manual de rutas e itinerarios turístico (MINTUR, 2018). En concordancia con Saravia & Muro (2016) donde menciona que los productos turísticos deben ser considerados como oportunidades económicas y sociales, maximizando los efectos deseados y disminuir los indeseados que traen consigo, y de la misma manera de acuerdo con Fernández (2018), el crear nuevos productos que deban ser relevantes y rentables desde el punto de vista económico, social y ambiental; ejecutándose en base a estrategias participativas por actores que se vinculan a los productos en cuestión.

Finalmente, se estableció un plan de comercialización para productos turísticos, de acuerdo con Caurin (2018); que define a la comercialización como un conjunto de técnicas, decisiones y actividades, planeadas y organizadas, enfocadas en vender los productos o servicios a los clientes. En concordancia a lo antes mencionado, se plantearon estrategias online y offline para la comercialización de los productos turísticos, entre estas se incluye publicaciones en medios y tradicionales, además la participación en ferias turísticas que compartan el modelo de turismo de aventura como temática central, y llegar a un público más amplio que persigan los mismos intereses.

Como parte complementaria a esta investigación, cabe resaltar que una vez que este proyecto sea aprobado académicamente, será entregado a la presidenta del GAD parroquial para su consideración y posterior ejecución de ser del interés político.

## 8. Conclusiones

- La riqueza natural y la ubicación estratégica de la parroquia Sabanilla han resultado en un entorno enriquecedor para la conservación de la biodiversidad. Con un impresionante 83% de su territorio abarcado por áreas protegidas y centros de investigación, este lugar se erige como un refugio para diversas especies. Esta diversidad biológica, combinada con la presencia de hábitats únicos, brinda una oportunidad excepcional para desarrollar el ecoturismo y aviturismo de manera sostenible y atractiva.
- En el análisis efectuado, se han discernido las debilidades primordiales que inciden de forma contigua en la parroquia rural. Estas debilidades se centran en la adhesión arraigada a un estilo de vida convencional carente de una perspectiva cultural o turística e inclusive sus autoridades no promueven el potencial natural del sector. Esta circunstancia ha engendrado una disminución en el nivel del sistema turístico, y, en consecuencia, ha restringido el progreso económico basado en el turismo.
- En resumen, la confección de propuestas turísticas destinadas a la parroquia de Sabanilla desempeñará un papel directo en la activación de la economía a nivel local. Este proceso conllevará un incremento palpable en la afluencia de visitantes, quienes podrán participar en actividades de ecoturismo, aviturismo y educación ambiental. Además, se propiciará el fomento del turismo de aventura como parte integral de este desarrollo.
- La táctica de promoción digital, principalmente a través de plataformas de redes sociales, se ha establecido como un canal altamente eficaz para introducir y comercializar novedosos productos turísticos. En la actualidad, estas plataformas representan un método eficiente para la difusión y promoción debido a las herramientas en tendencia con las que trabaja, impulsadas por algoritmos y predicciones que optimizan la visibilidad y el alcance de los contenidos promocionales.

## **9. Recomendaciones**

- Se recomienda al GAD Parroquial de Sabanilla, realizar alianzas con las diferentes operadoras a nivel local, nacional e internacional, para explotar el potencial turístico del territorio. Es importante que los actores y autoridades tomen en consideración este trabajo de investigación e implementar esta propuesta, ya que es un instrumento que aportará al desarrollo turístico y sostenible.
- En virtud de los hallazgos de esta investigación, se recomienda a las entidades gubernamentales, particularmente al Ministerio de Turismo y al Ministerio del Ambiente, a otorgar su respaldo activo y coordinar la asignación de recursos necesarios con el propósito de impulsar la ejecución y expansión de iniciativas turísticas y programas de educación ambiental en la localidad.
- Se recomienda a la Universidad Nacional de Loja, Carrera de Turismo considerar la integración de este proyecto como un referente fundamental en los itinerarios de salidas de campo para los estudiantes. Además, se plantea que dicho proyecto sea empleado con la finalidad de proporcionar una comprensión enriquecedora de diversos escenarios y situaciones de territorios rurales, especialmente en áreas con potencial turístico aún por desarrollar y que carecen de una cultura y enfoque turístico consolidado.
- Recomendación para las Autoridades del Sector Turístico y de Patrimonio Cultural: Se formula la sugerencia a las autoridades a cargo del sector turístico y de la preservación del patrimonio cultural, de emprender proyectos con el propósito de revitalizar la identidad y los recursos aún latentes en la parroquia Sabanilla. En la actualidad, no hay respaldo técnico ni científico del patrimonio cultural de la parroquia Sabanilla, según la última edición del PDOT. Por lo tanto, se alienta enfáticamente la implementación de iniciativas que aborden esta brecha y fomenten la exploración y conservación adecuada de dichos recursos.



## 10. Bibliografía

- Barquero, A.V. (2001), “Desarrollo endógeno y globalización”, published. en Madoery, Oscar y Vázquez Barquero, Antonio (eds.), Transformaciones globales, Instituciones y Políticas de desarrollo local. Editorial Homo Sapiens, Rosario
- Bigné, E. (2000) Marketing de destinos turísticos. Madrid. Esic
- Boullón, R., (2006), Planificación del Espacio Turístico, México, Ed.
- Caurin, J. (2018). Comercialización. <https://www.emprendepyme.net/comercializacion>
- CEPAL, (2015). La planificación participativa para lograr un cambio estructural con igualdad., Manuales de la CEPAL., Recuperado el 7 de enero de 2022, de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/39055/7/S1501278\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/39055/7/S1501278_es.pdf)
- Constitución de la Republica del Ecuador (2008). [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- Cruz, J., & Gómez, O. F. (2022). Descripción y análisis de la situación actual del turismo de naturaleza en la reserva forestal protectora quebrada honda, caños parrado y buque en Villavicencio, meta (Colombia). Turismo y Sociedad, 31, 199-226. <https://doi.org/10.18601/01207555.n31.11>
- Espinosa, R. (2013). La matriz de análisis FODA. Recuperado el 05 de abril del 2018. Disponible en red: <http://robertoepinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>
- Getz, D. (1986): “Models in Tourism Planning”. Tourism Management, 1(7): 21- 32.
- Grande, J. (2008). La Planificación del Turismo Rural. Turismoruralbolivia.com. Recuperado el 5 de enero de 2022, de <https://www.turismoruralbolivia.com/docs/PlanificacionTRE.pdf>
- Iglesias, J.(2007). Comercialización de productos y servicios turísticos. Barcelona, Síntesis, 2007.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA)., (2014). Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales. Costa Rica. <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/3028/BVE17068944e.pdf?sequence=1>
- Ivars, A., 2003: Planificación Turística, España: Síntesis.
- Maura, G. (2017). *FODA matemático*. Scribd. <https://es.scribd.com/document/398746107/FODA-matematico>

- Ministerio de Turismo. (2020). Turismo en cifras. <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras>
- MINTUR. (2019). Manual Generación de rutas e itinerarios turísticos. 147.202. <https://doi.org/http://190.57.147.202:90/xmlui/handle/123456789/313>
- MarcaGo. (2022, March 18). *Estrategias de comercialización de un producto*. MarcaGo; MarcaGo. <https://marcago.com/marketing/estrategias-de-comercializacion/>
- Ministerio de Turismo (2010). Ley de Turismo. Recuperado el 30 de diciembre de 2021, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Molina, S. (1986): Planificación del Turismo, México: Nuevo Tiempo Libre
- Morales. (2000). Eumed. Obtenido de [http://www.eumed.net/librosgratis/2012a/1157/el\\_diseno\\_de\\_ruta\\_y\\_metodologia\\_a\\_seguir.html](http://www.eumed.net/librosgratis/2012a/1157/el_diseno_de_ruta_y_metodologia_a_seguir.html)
- Marvin, L., Blanco, M. & Riveros, H. (2014). Valorización turística de productos con identidad territorial: metodología y resultados en el caso de la provincia de Huaura, Perú. En: Desarrollo de los agronegocios en América Latina y el Caribe – conceptos, instrumentos, proyectos de cooperación técnica. Pp. 127-142. IICA, San José.: <http://bit.ly/1r0dDQk>
- Naciones Unidas (2018), La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe (LC/G.2681-P/Rev.3), Santiago.
- OMT. (s/f). Glosario de términos de turismo. Unwto.org. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Ordoñez, J. (2022). Diseño de un producto turístico para la parroquia Timbara del cantón Zamora, provincia Zamora Chinchipe. *Unl.edu.ec*. <https://doi.org/https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/24632>
- Osorio-García, M., & Domínguez, J. (2019). Experiencias de turismo comunitario en el Área Natural Protegida del Nevado de Toluca, México: hacia la construcción de productos turísticos patrimoniales alternativos. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 16(83). <https://doi.org/10.11144/javeriana.cdr16-83.etca>
- Riofrio, S. (2018). Producto Turístico Rural para la Comunidad Ñamarin, Parroquia y Cantón Saraguro, Provincia de Loja. *Unl.edu.ec*. <https://doi.org/http://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/21475>
- Rivera, S.(2009). Blogspot [En línea]. Disponible en <http://estudiosdelturismo.blogspot.com/2009/05/conceptos-de-patrimonioatractivo.html>

- Sampieri, R., (2014). Metodología de la Investigación. Editorial McGraw-Hill Interamericana. México. Obtenido de: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Saravia, M., & Muro, M. (2016). Revista de ciencias sociales, segunda época. Obtenido de Productos turísticos. Metodología para su elaboración: <http://www.unq.edu.ar/advf/documentos/593819f510992.pdf>
- Secretaría técnica de planificación. (2019). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. Documento ejecutivo para autoridades provinciales. (n.d.). <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/08/Folletos-autoridades-provinciales.pdf>
- SERNATUR. (2008). Glosario de términos técnicos relacionados con la actividad turística habitualmente empleados en Chile (versión 1). Boletín Turístico N°1/2008. Disponible en: <http://bit.ly/1wZJMdn>
- Szmulewicz, P., & Oyarzún M, E. (2002). Fortalecimiento de la gestión en destinos turísticos. Recomendaciones para el diseño de programas operativos. Turismo y Sociedad, 7-15. Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/2189>
- Tenor, M., (2013). Desarrollo turístico por y para la comunidad. Eumed.net. <https://www.eumed.net/rev/turydes/14/desarrollo-turistico-por-para-comunidad.html>
- Zhingue, M., (2022). Propuesta de cicloruta para el cantón Piñas de la provincia de El Oro. Repositorio de Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Guayaquil. <http://201.159.223.180/bitstream/3317/18086/1/T-UCSG-PRE-ESP-TUR-2.pdf>

## 11. Anexos

### Anexo 1. Oficio de designación de Director del Trabajo de Titulación



UNL

Universidad  
Nacional  
de Loja

Carrera de Administración Turística  
**FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y  
ADMINISTRATIVA**

Presentada el día de hoy, 25 de abril de 2022, a las 15h50.- Evacuada la diligencia otórguese lo solicitado por la persona interesada e incorpórese al expediente académico.- **LO CERTIFICO.**

ENA REGINA  
PELAEZ SORIA

Firmado digitalmente por  
ENA REGINA PELAEZ SORIA  
Fecha: 2022.04.26 15:21:40  
-05'00'

Dra. Ena Regina Peláez Soria, Mg. Sc.  
**SECRETARIA ABOGADA DE LA FACULTAD  
JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

Loja, 25 de abril de 2022, a las 15h55.- 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 **Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga, Mg. Sc.** docente de la Carrera de "PROPUESTA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA LA PARROQUIA SABANILLA, CANTÓN ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE". Presentado por el/la postulante: **EDUARDO LEONEL SARANGO PAZ**, estudiante de la Carrera de Administración Turística (Modalidad Presencial), previo a optar el Grado de: **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA** se autoriza la ejecución de tesis, y se designa como Director/a de Tesis al/la Docente: **Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga, Mg. Sc.** Conforme lo ordenado en el Art. 136 RRA-UNL.- NOTIFÍQUESE para que surta los efectos de Ley que corresponden.-

CESAR  
AUGUSTO  
NEIRA  
HINOSTROZA

Firmado  
digitalmente por  
CESAR AUGUSTO  
NEIRA HINOSTROZA

**DIRECTOR DE LA CARRERA  
DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

Loja, 25 de abril de 2022, a las 16h00.- Notifico con el Decreto y la providencia que antecede con la designación legal y formal de Director/a de Tesis, al/la Docente: **Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga, Mg. Sc.** 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.

CESAR  
AUGUSTO  
NEIRA  
HINOSTROZA

Firmado  
digitalmente por  
CESAR AUGUSTO  
NEIRA HINOSTROZA

**DIRECTOR DE LA CAT**



Firmado digitalmente por:  
**YESENIA ALEXANDRA  
BRICENO LUZURIAGA**

**Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga, Mg. Sc.**  
**DIRECTOR/A DE TESIS**

ENA REGINA  
PELAEZ SORIA

Firmado digitalmente por  
ENA REGINA PELAEZ  
SORIA  
Fecha: 2022.04.26  
15:21:49 -05'00'

Dra. Ena Regina Peláez Soria, Mg. Sc.  
**SECRETARIA ABOGADA DE LA FACULTAD  
JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

Elaborado por: Soledad Medina G.

## Anexo 2. Ficha de levantamiento y valorización de atractivos



**UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE LOJA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**  
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

### ÍSTICOS EN EL TERRITORIO

Nº	ATRACTIVO	CATEGORIA	UBICACIÓN	TIPO	ACCESIBILIDA D	INFRAESTRUCTUR A TURÍSTICA
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						

#### CLASIFICACIONES:

SN= SITIOS NATURALES    PH= PATRIMONIO HISTÓRICO    FT= FOLCLORE Y TRADICIONES CULTURALES    AP= ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS

**Anexo 3.** Cuestionario de entrevista a la comunidad y actores



**UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE LOJA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**  
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

**ENTREVISTA PARA LA POBLACIÓN LOCAL  
ENCUESTAS PARA POBLACIÓN LOCAL**

<b>Fecha:</b>
<b>Nombre del entrevistado:</b>
<b>Información adicional del entrevistado:</b> .....
.....

- ¿Cuáles son los Principales procesos y problemas ambientales?
  - ( ) Contaminación del río,
  - ( ) Contaminación por manejo de desechos,
  - ( ) Uso de insecticidas,
  - ( ) Manejo de aguas residuales de criadero de animales
  - ( ) Derrumbes
  - ( ) Otros.....
  
- Describa el paisaje más particular que posea esta zona
  - ( ) Ríos
  - ( ) Montaña
  - ( ) Senderos
  - ( ) La antigua vía Zamora-Loja
  - ( ) Otros.....
  
- ¿Cuáles son las principales fuentes de ingresos para la parroquia?
  - ( ) Comercio,
  - ( ) Agricultura,
  - ( ) Ganadería
  - ( ) Producción Porcina
  - ( ) Pesca
  - ( ) Otros.....
  
- ¿Cuáles son las principales, tradiciones y costumbres que se conservan?
  - ( ) Fiestas, (tradicionales, religiosas, de parroquialización)
  - .....
  - ( ) Gastronomía,
  - .....
  - ( ) Ferias
  - .....
  - ( ) Eventos
  - .....
  - ( ) Otros .....
  
- ¿Cuáles son los conflictos sociales, que se han presenciado últimamente? Y las causas que han ocasionado estos conflictos.
  - .....
  - .....
  
- ¿Qué actividades turísticas se realizan, relacionadas con cultura y tradiciones del territorio?
  - ( ) Guianza
  - ( ) Camping
  - ( ) Caminatas
  - ( ) Medicina ancestral
  - ( ) Artesanías
  - ( ) Otros.....
  
- ¿Cuál es la influencia del turismo en la población local? ¿Se siente motivado a apostar por el turismo, como eje de desarrollo económico de la parroquia?
  - ( ) SI
  - ( ) NO
  - Porque.....



**PREGUNTAS ADICIONALES PARA AUTORIDADES:**

- ¿Posee un punto de información turística? Si ( ) no ( )
- ¿Por qué?  
.....
- ¿Posee personal capacitado en turismo en la institución?  
.....
- ¿Cuáles son los servicios de transporte que se ofrece aquí en la parroquia?  
.....
- ¿Qué porcentaje de la población posee el servicio de internet?  
.....
- ¿Cuáles son los tipos de empresas o emprendimientos turísticos de la parroquia?  
.....
- ¿Existe alguna vinculación de los establecimientos turísticos con las parroquias o cantones vecinos?  
.....
- ¿La producción local, exporta algún producto fuera del territorio nacional o extranjero?  
.....
- ¿Existen políticas públicas que afectan al territorio y su desarrollo turístico?  
.....
- ¿El presupuesto destinado al sector turístico en qué proyectos se están ejecutando y cuales son aquellos que se ejecutaron últimamente? (Señalética, infraestructura turística)  
.....  
.....  
.....

**PREGUNTAS ADICIONALES PARA PROPIETARIOS DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS**

- ( ) Alojamiento.....
- ( ) Restauración.....
- ( ) Empresa de Turismo.....

- ¿Mantiene un registro de visitantes que han hecho uso de las instalaciones? Si/No ¿Por qué?  
.....
- ¿Con cuantas plazas cuenta el establecimiento?  
.....
- ¿Precio del servicio? ¿qué incluye el servicio?  
.....
- ¿Se encuentra registrado en el catastro turístico del cantón Zamora?  
.....
- ¿Qué meses del año son de temporada alta y baja?  
.....
- ¿Cuál es la ocupación media en temporada alta y baja?  
.....
- ¿cómo ha actuado el GAD Parroquial para impulsar el turismo?  
.....  
.....

#### Anexo 4. Encuesta de identificación de demanda potencial



**UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE LOJA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**  
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

Se realiza la siguiente encuesta con el fin de conocer mejor los intereses, motivaciones, necesidades de las personas sobre un territorio específico; parroquia Sabanilla, ubicado al Occidente del Cantón Zamora, Provincia de Zamora Chinchipe; para poder mejorar su oferta turística. La participación en esta encuesta es anónima.  
Le agradezco su colaboración - ¡su opinión es importante!

**¿Conoce o ha visitado la parroquia Sabanilla del cantón Zamora?**

Si

No

**¿Estaría dispuesto a visitar la parroquia Sabanilla?**

Si

No

(En caso de ser su respuesta negativa le agradecemos su colaboración)

**¿Qué tipo de turismo le gustaría encontrar en la parroquia?**

Turismo de Aventura

Turismo Deportivo

Agroturismo

Ecoturismo

Turismo de descanso

**¿Qué servicios complementarios tomaría en cuenta para visitar la parroquia?**

(Puede marcar más de una opción)

Restaurantes

Cajeros

Hospedaje

Transporte

Farmacia

Guía de turista

Tienda de recuerdos

Parqueaderos

Oficina de información

Otros (especifique).....

**¿Con quién le gustaría visitar este lugar?**

Solo

Pareja

Amigos

Familia

Compañeros de trabajo

**¿Cuánto tiempo le gustaría permanecer en la parroquia Sabanilla?**

6 horas

12 horas

1 día

2 días

3 días o mas

**¿Qué tipo de hospedaje preferiría?**

Hostales

Cabañas

Camping

Airbnb

Otro (especifique).....

**¿En qué temporada visitaría la parroquia Sabanilla?**

Vacaciones estudiantiles

Feriados

Fines de semana

Entre semana

Otro (especifique).....



**¿A través de que medio de comunicación le gustaría que se promocioe la Parroquia Sabanilla?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Ferias Turísticas | <input type="checkbox"/> Radio               |
| <input type="checkbox"/> Televisión        | <input type="checkbox"/> Periódicos/Revistas |
| <input type="checkbox"/> Agencia de viajes | <input type="checkbox"/> Páginas web         |
| <input type="checkbox"/> Redes Sociales    |  |

Otros (especifique).....

**¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona por un paquete turístico?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> De 20 a 30 USD    | <input type="checkbox"/> Entre 30 a 40 USD |
| <input type="checkbox"/> Entre 40 a 50 USD | <input type="checkbox"/> Más de 50 USD     |

Otro (especifique).....

**INFORMACION GENERAL**

**Lugar de procedencia (país/provincia/ciudad)**

.....

**Edad**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> De 15 a 24 años    | <input type="checkbox"/> Entre 25 a 34 años |
| <input type="checkbox"/> Entre 35 a 44 años | <input type="checkbox"/> Entre 45 a 54 años |
| <input type="checkbox"/> Entre 55 a 64 años | <input type="checkbox"/> Mas de 65 años     |

**Genero**

- Masculino  
 Femenino  
 Prefiero no contestar

**Estado civil**

- Soltero  
 Casado  
 Divorciado       Viudo

**Nivel Educativo**

- Grado menor a secundaria  
 Secundaria  
 Estudios de tercer nivel  
 Postgrado  
 Doctorado

**Ocupación/Condición Laboral**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Grado menor a secundaria | <input type="checkbox"/> Empleado publico |
| <input type="checkbox"/> Empleado privado         | <input type="checkbox"/> Ama de casa      |
| <input type="checkbox"/> Emprendedor              | <input type="checkbox"/> Independiente    |
| <input type="checkbox"/> Jubilado/a               | <input type="checkbox"/> Desempleado      |

Otro (especifique).....

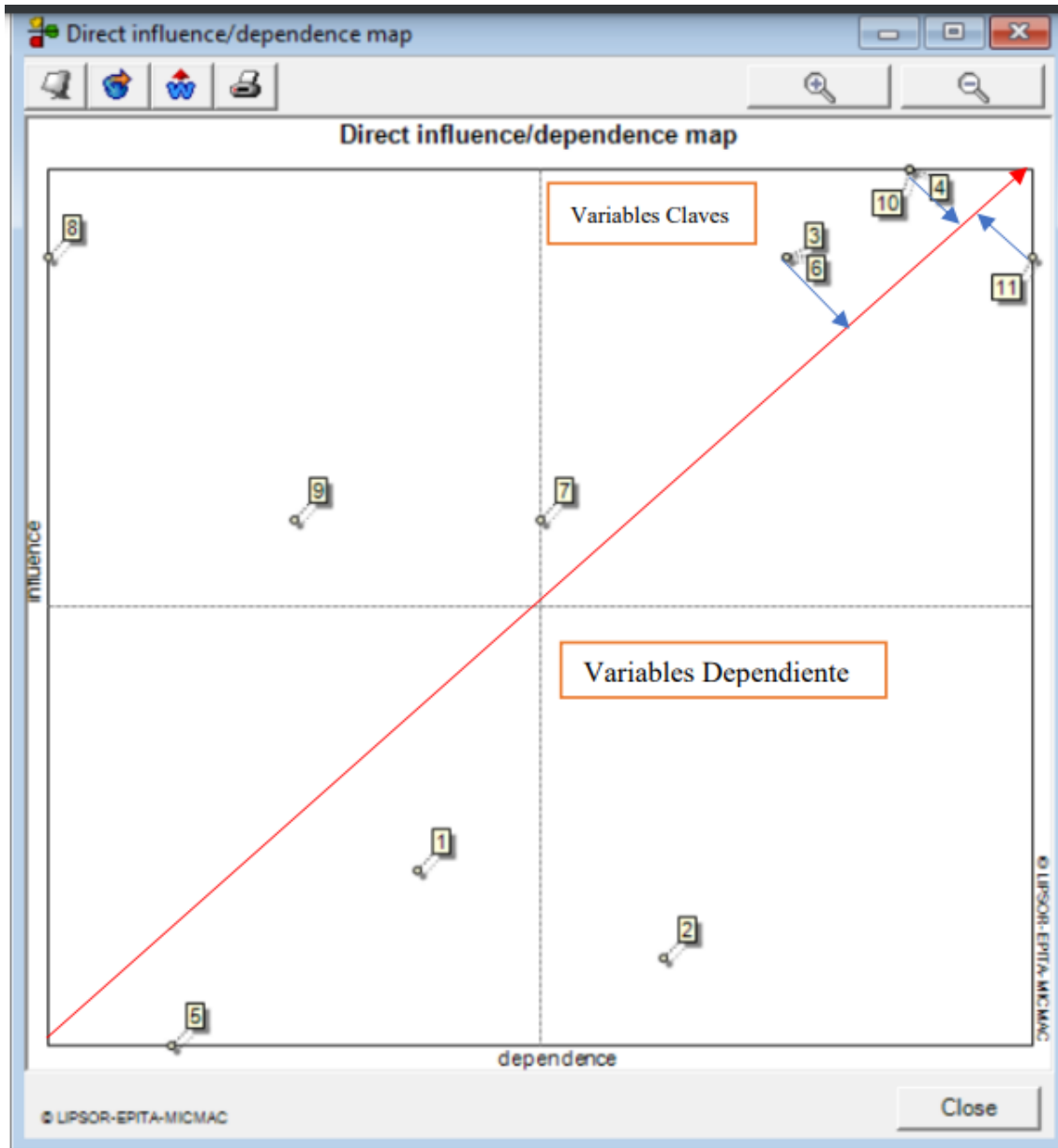
**Ingresos Mensuales**

- Menos de 425 \$  
 Entre 426 y 625 \$  
 Entre 626 y 825 \$  
 Entre 826 y 1025 \$  
 Más de 1026 \$ en adelante

**GRACIAS POR SU COLABORACION**

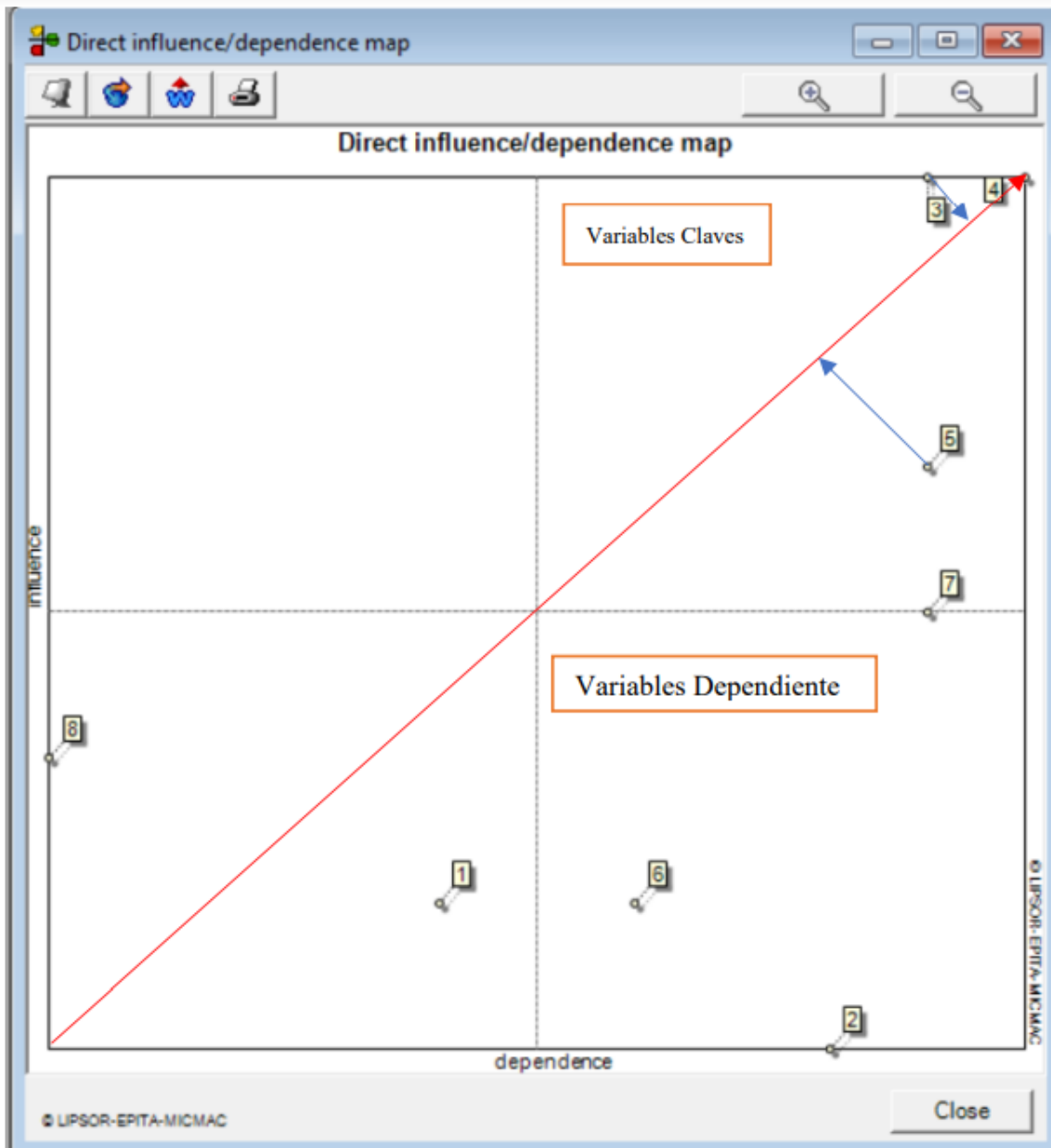
## Anexo 5. Planos Cartesianos de FODA Matemático

### PLANO DE FORTALEZAS



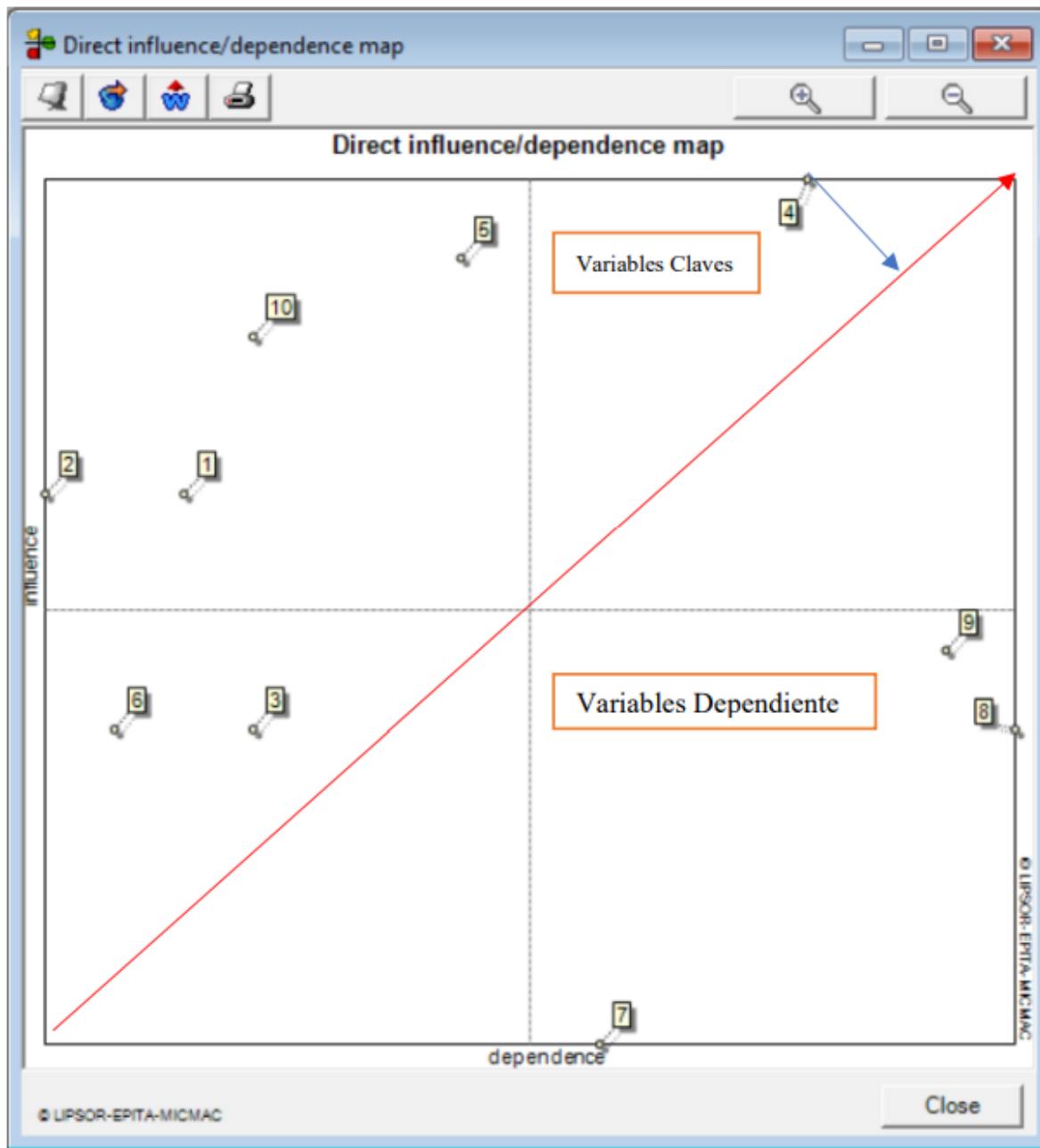
3. Existen centros científicos y técnicos como: la estación científica San Francisco y Reserva Arcoiris.
4. La parroquia pertenece al circuito de aves y cascadas de la provincia de Zamora Chinchipe.
6. Cuenta con infraestructura de restauración básica para atender turistas y formar parte de circuitos turísticos.
10. Ubicación estratégica entre las provincias de Zamora Chinchipe y Loja
11. Potencial para inversión en el Ecoturismo o Turismo Ecológico, como fuente de ingreso y conservación de la biodiversidad.
2. El 83% del territorio se encuentra en estado de protección en el SNAP, formando parte del Patrimonio Forestal Nacional a través de Bosques y Vegetación Protectora, consideradas como áreas para conservación.

## PLANO DE OPORTUNIDADES



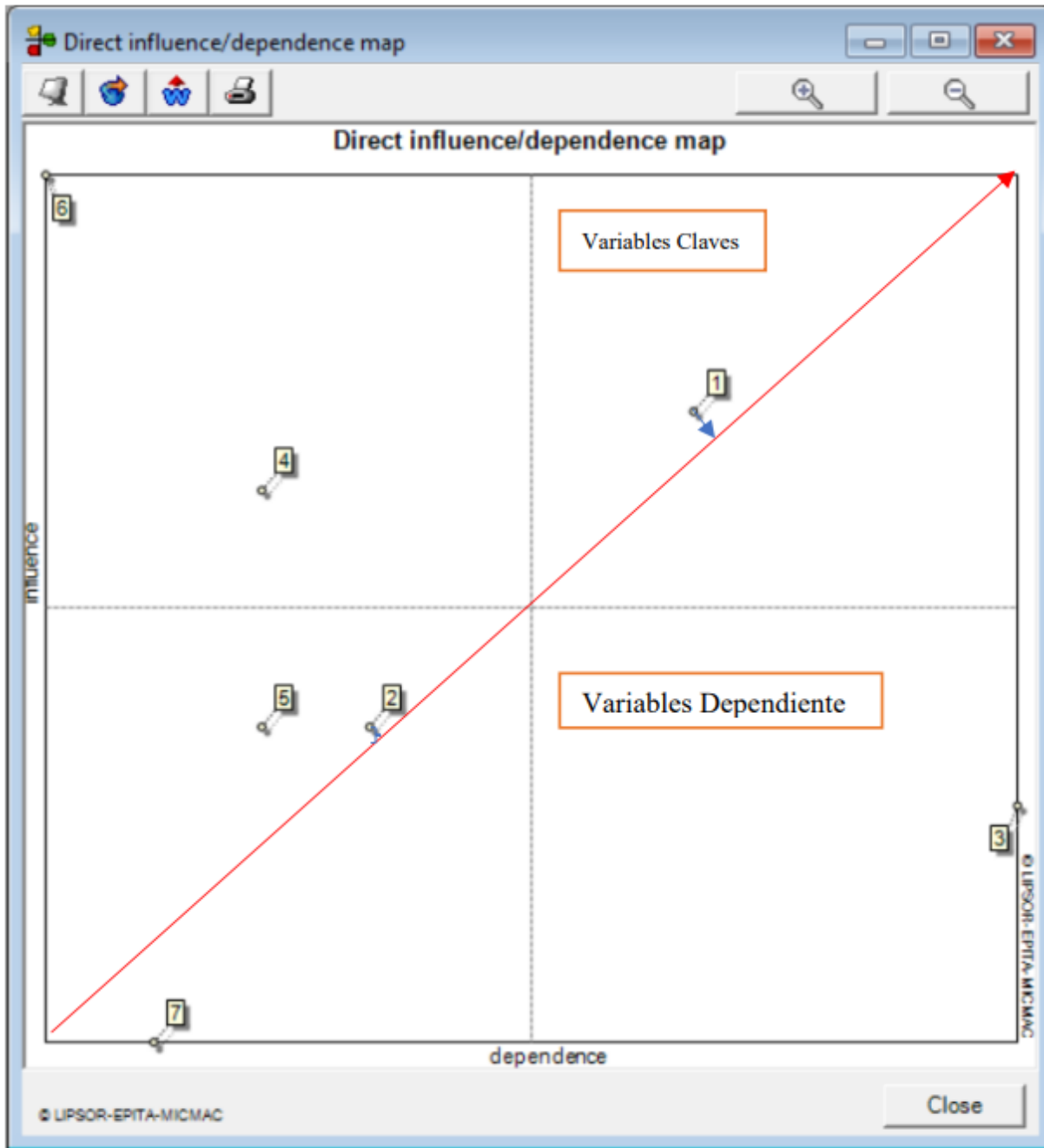
3. Operadoras Turísticas de Loja y Zamora, para incluir la parroquia en sus circuitos promocionales.
4. Loja y Zamora muestran interés a la reactivación del turismo a través de nuevos proyectos y propuestas.
5. Posibilidad de competir en un turismo de calidad, no masivo
2. Oportunidad de Mercados (Loja y Zamora)
6. Mayor intervención del Corredor de conectividad Podocarpus – Yacuambí, organizado por la fundación alemana GIZ

## PLANO DE DEBILIDADES



4. No existe capacitaciones afines al turismo.
7. Los establecimientos de A&B cumplen con normas básicas en sus servicios.
8. Inexistencia de apoyo e inversión para fomentar el turismo en la parroquia.
9. No cuenta con normativas, ordenanzas y/o reglamentos que favorezcan el desarrollo de la parroquia en el ámbito turístico.

## PLANO DE AMENAZAS



1. COVID 19, Viruela del mono, entre otras enfermedades que se podrían desatar.
3. Competencia de las ciudades cercanas (Loja y Zamora).

**Anexo 6.** Fotografías de salida de campo



*Encuesta a pobladores.*



*Encuesta a Establecimientos de Restauración.*



*Encuesta a locales de abarrotes.*



*Encuesta a supervisor de proyectos MAGAP*



*Invernaderos en la parroquia Sabanilla*



*Exposición de productos y emprendimientos locales*

**Anexo 7.** Certificado de traducción del resumen

Loja, 04 de julio del 2023

Yo, **Andrea Ivanova Carrión Jaramillo**, con cédula de identidad **1104691108**, con el **“Certificate of Proficiency in English”** otorgado por Fine Tuned English; por medio del presente tengo el bien de **CERTIFICAR:** Que he revisado la traducción del trabajo de titulación denominado: **“PROPUESTA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA LA PARROQUIA SABANILLA, CANTÓN ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”**, cuya autoría es del estudiante **Eduardo Leonel Sarango Paz**, con cedula de **1900772359**, aspirante al título de **Ingeniero en Administración Turística**, por lo que a mi mejor saber y entender es correcto.

Atentamente,



---

Lic. Andrea Ivanova Carrión Jaramillo

CI: 1104691108